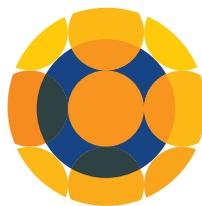


# RELATÓRIO DE 2018

---



**BISC** Benchmarking do  
Investimento  
Social Corporativo

**Comunitas**

# APRESENTAÇÃO

A edição de 2018 do Relatório BISC traz resultados positivos sobre a atuação social do setor privado. O volume de recursos investidos voluntariamente pelo grupo foi mantido em R\$ 2,4 bilhões. Com esse patamar de investimento, as empresas brasileiras equiparam-se aos padrões internacionais, se tomarmos como referência a participação dos investimentos no lucro bruto das corporações pesquisadas pelo CECP – The CEO Force For Good, organização internacional parceira da Comunitas, que inspirou nosso trabalho desde as suas primeiras edições.

Além dos investimentos sociais voluntários, o Relatório BISC adiciona dados inéditos sobre as aplicações sociais realizadas pelas empresas em decorrência de exigências legais, agregando uma nova dimensão aos resultados apresentados na pesquisa. A importância dessas aplicações se reflete nos valores aplicados: R\$ 2,3 bilhões, em 2017, valor que, somado aos valores investidos voluntariamente quase dobra o total dos recursos alocados pelo grupo.

Nesta edição, são introduzidas novas informações sobre questões exploradas anteriormente, o que permitirá outras leituras sobre a atuação do grupo e aprofundará a reflexão sobre diversos temas relacionados aos investimentos sociais no país. Assim, por exemplo, o BISC destacou as diferenças nas atividades desenvolvidas pelas empresas, de acordo com o setor de atividade econômica, detalhou de forma pioneira como elas estão trabalhando na área de apoio à cultura, captou mudanças na distribuição espacial dos recursos e no processo de adesão à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Em relação a esse último item, a boa notícia refere-se ao ritmo acelerado com que os parceiros estão assumindo, formalmente, seus compromissos com o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). No período entre 2016 e 2018, mais que dobrou o percentual de empresas que se declaram formalmente comprometidas com os ODS.

Outra novidade do BISC deste ano é a inserção do tema da sustentabilidade no bojo das questões que passam a ser acompanhadas pela pesquisa. Os resultados captados são, mais uma vez, animadores. Todas as empresas do grupo indicam que os compromissos com o desenvolvimento sustentável estão formalmente inseridos na cultura e na estratégia da organização, e que eles agregam uma nova dimensão aos investimentos sociais do grupo.

Para explorar esse novo tema, foram consultadas outras organizações comprometidas com o estímulo às práticas de sustentabilidade, a exemplo da Global Reporting Initiative (GRI), do Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da Fundação Getulio Vargas, da B3 e do Conselho

Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS). Tais articulações visaram identificar as principais indagações sobre o tema, por parte dos especialistas, e reproduzir questões levantadas em outras pesquisas para permitir comparações.

Nesse sentido, a Comunitas tem buscado sistematicamente estender os laços de parcerias, tanto com as organizações nacionais quanto internacionais, cabendo destacar sua participação na rede The Global Exchange – a Comunitas é a parceira brasileira do CECP Global Exchange, uma coalizão que une organizações de engajamento societário corporativo, localizados em diversos países, para promover o setor corporativo como uma força do bem em todo o mundo.

Por último, registramos o nosso agradecimento a todas as empresas que têm participado e viabilizado a realização deste trabalho e, em especial, às equipes que se dispuseram a dedicar seu tempo para levantar as informações solicitadas, aos gestores que participam do grupo de Debates BISC, assim como aos que se dispuseram a nos receber para um diálogo franco e aberto e que nos ajudaram a desenhar este retrato da atuação social de empresas privadas que é referência em estudos sobre os investimentos sociais privados no Brasil.

**Regina Esteves**  
Diretora-presidente da Comunitas



# SUMÁRIO

---

INTRODUÇÃO	7
<b>1. AS TENDÊNCIAS DO INVESTIMENTO SOCIAL CORPORATIVO</b>	<b>11</b>
1.1 Sobre a influência da conjuntura econômica na evolução dos investimentos	12
1.2 Sobre a dimensão dos incentivos fiscais na composição dos orçamentos	17
1.3 Sobre as previsões para os próximos anos	19
<b>2. AS VÁRIAS FACES DA ATUAÇÃO SOCIAL DAS EMPRESAS</b>	<b>25</b>
2.1 Sobre o foco das práticas sociais	26
2.2 Sobre os projetos educacionais	34
2.3 Sobre os programas de apoio à cultura	43
2.4 Sobre o alinhamento aos negócios	49
2.5 Sobre a gestão e a avaliação dos investimentos sociais corporativos	54
2.6 Sobre o padrão de qualidade dos investimentos sociais	65
2.7 Sobre os programas de voluntariado	91
2.8 Sobre as relações com atores externos	98
2.9 Sobre a importância das aplicações sociais obrigatórias	106
<b>3. TÓPICO ESPECIAL: OS INVESTIMENTOS SOCIAIS NO ÂMBITO DA POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS</b>	<b>113</b>
3.1 Sobre os compromissos com a agenda de sustentabilidade	115
3.2 Sobre os impactos dos empreendimentos econômicos	124
3.3 Sobre a atuação das empresas no território	130
3.4 Sobre o alinhamento dos investimentos sociais aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	133
3.5 Sobre a divulgação dos compromissos sociais	141
<b>CONCLUSÕES</b>	<b>153</b>
<b>ANEXO I: NOTA TÉCNICA</b>	<b>163</b>
<b>ANEXO II: RELAÇÃO DAS QUESTÕES RESPONDIDAS NESTE RELATÓRIO</b>	<b>169</b>



# INTRODUÇÃO

A pesquisa BISC – Benchmarking do Investimento Social Corporativo – foi instituída em 2008 inspirada na experiência pioneira do CECP,<sup>1</sup> organização desde então parceira da Comunitas. A pesquisa é realizada anualmente, e está em constante transformação a fim de se tornar, cada vez mais, uma ferramenta de apoio à gestão social. Isso porque o objetivo da pesquisa vai além da produção de dados estatísticos; busca também inserir novos temas no debate, orientar o desenho de estratégias para práticas sociais e consolidar padrões de desempenho que estimulem a multiplicação e o aprimoramento dos investimentos sociais privados no Brasil.

Para acompanhar o perfil da atuação social das empresas parceiras, definir os padrões de benchmarking e realizar comparações internacionais, algumas questões são reproduzidas anualmente, e parte delas acompanha a metodologia utilizada nos Estados Unidos pelo CECP. Desse subconjunto, cabe destacar as informações apresentadas nas diversas edições da pesquisa: (a) padrões de benchmarking quantitativo das empresas parceiras comparados com os padrões de empresas dos EUA; (b) padrões de benchmarking qualitativo a serem utilizados como ferramenta de avaliação e reflexão sobre a atuação social corporativa; (c) análise anual do impacto da conjuntura econômica nos investimentos sociais privados; (d) dimensionamento e evolução dos incentivos fiscais utilizados por tipo de incentivo; (e) recursos investidos pelas empresas e, separadamente, por suas fundações, acompanhados de uma análise diferenciada da atuação destes dois grupos de organizações; (f) investimentos sociais desagregados por área de atuação, por região geográfica e por fonte de recursos; (g) perfil dos programas de voluntariado; (h) análise das relações com as organizações sem fins lucrativos; (i) estratégias de comunicação adotadas para a divulgação dos investimentos sociais; (j) dimensionamento e perfil das aplicações sociais realizadas pelas empresas, em decorrência de exigências legais; e (k) acompanhamento das tendências e perspectivas dos investimentos sociais.

Outra parte do BISC é renovada a cada ano, de forma a garantir o aperfeiçoamento da pesquisa, a análise de temas relevantes e pouco explorados e a identificação de novos subsídios para o

---

<sup>1</sup> O CECP é uma coalizão de líderes CEOs que acredita que a estratégia social de uma empresa - como ela se envolve com as principais partes interessadas, incluindo funcionários, comunidades, investidores e clientes - determina o sucesso da empresa. Fundado em 1999 pelo ator e filantropo Paul Newman e outros líderes empresariais para criar um mundo melhor através dos negócios, o CECP cresceu para um movimento de mais de 200 das maiores empresas do mundo que representam US\$ 6,2 trilhões em receitas, US\$ 18,4 bilhões em investimento social, 13 milhões de funcionários e US\$ 15 trilhões em ativos sob gestão. O CECP ajuda as empresas a transformar sua estratégia social fornecendo conexões e networking personalizados, consultoria e suporte, benchmarking e tendências, além de conscientização e reconhecimento.

planejamento e a condução dos investimentos sociais privados. Entre as principais mudanças ocorridas nesta edição destacam-se: (a) o detalhamento das estratégias adotadas para a execução dos projetos sociais no campo da educação e da cultura; (b) uma avaliação das mudanças ocorridas nas parcerias com as organizações governamentais, nos anos recentes; e (c) a introdução de um capítulo sobre as interseções observadas na condução dos investimentos sociais e as políticas de sustentabilidade das empresas participantes.

Assim, em 2018, enfatizou-se o tema da sustentabilidade e a pesquisa buscou responder às seguintes questões: qual a importância atribuída pelas empresas ao tema da sustentabilidade? Qual a sua política de sustentabilidade? Como essa política é gerida internamente? Qual a relação estabelecida entre os investimentos sociais e as práticas de sustentabilidade corporativas? Como essas relações poderão ser fortalecidas? Como o alinhamento aos negócios influi nessas relações? Como os investimentos sociais são tratados nos relatórios de sustentabilidade elaborados pelas empresas? Como as práticas voltadas à promoção da sustentabilidade são conduzidas no entorno dos empreendimentos econômicos da empresa? Qual a relação estabelecida com a rede de clientes e fornecedores para estimular os compromissos com a sustentabilidade? Quais os avanços na direção da incorporação da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável? Para a introdução desse tema, foram consultadas outras organizações comprometidas com o estímulo às práticas de sustentabilidade, como a Global Reporting Initiative (GRI), o Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da Fundação Getulio Vargas, a B3 e o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS). Tais articulações visaram identificar as principais indagações sobre o tema, por parte dos especialistas, e reproduzir questões levantadas em outras pesquisas para permitir novas comparações.

Com a introdução desse tema no BISC, busca-se auxiliar os gestores sociais a refletirem sobre suas práticas à luz dos princípios da sustentabilidade e aproximar os investimentos sociais da estratégia geral da empresa. Nesse sentido, pretendeu-se integrar, na medida do possível, a ferramenta BISC a outras ferramentas de gestão que visam estimular as práticas de desenvolvimento sustentável, com ênfase nas diretrizes do GRI e do ISE. Para tanto, foram reproduzidas no BISC várias questões utilizadas nos relatórios do GRI e do ISE.

Vale ressaltar que as informações apresentadas neste relatório foram obtidas mediante um levantamento on-line com as instituições parceiras, que representam um universo de 259 empre-

sas e 17 fundações empresariais. A importância dos investimentos dessas organizações pode ser aferida pela dimensão dos valores destinados aos projetos sociais: R\$ 2,4 bilhões em 2017.

A análise das informações obtidas pela pesquisa é apresentada em três partes do presente relatório, cuja estrutura é similar à dos anos anteriores, de forma a facilitar o acompanhamento da série de publicações do BISC. Na primeira parte, analisa-se a evolução dos investimentos sociais privados e a influência da conjuntura econômica no comportamento das empresas. A seguir é apresentada uma análise da evolução e das mudanças recentes na condução dos investimentos sociais corporativos, especialmente no tocante à gestão dos projetos, no desenvolvimento dos programas de voluntariado, nas relações com organizações, públicas e privadas, nos avanços do alinhamento aos negócios e nos padrões de qualidade dos projetos sociais. A terceira parte é dedicada à análise das estratégias adotadas pelas empresas para integrar suas atividades sociais à política de sustentabilidade corporativa e à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável.



AS  
TENDÊNCIAS  
DO INVESTIMENTO  
SOCIAL CORPORATIVO

## 1.1 | SOBRE A INFLUÊNCIA DA CONJUNTURA ECONÔMICA NA EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS

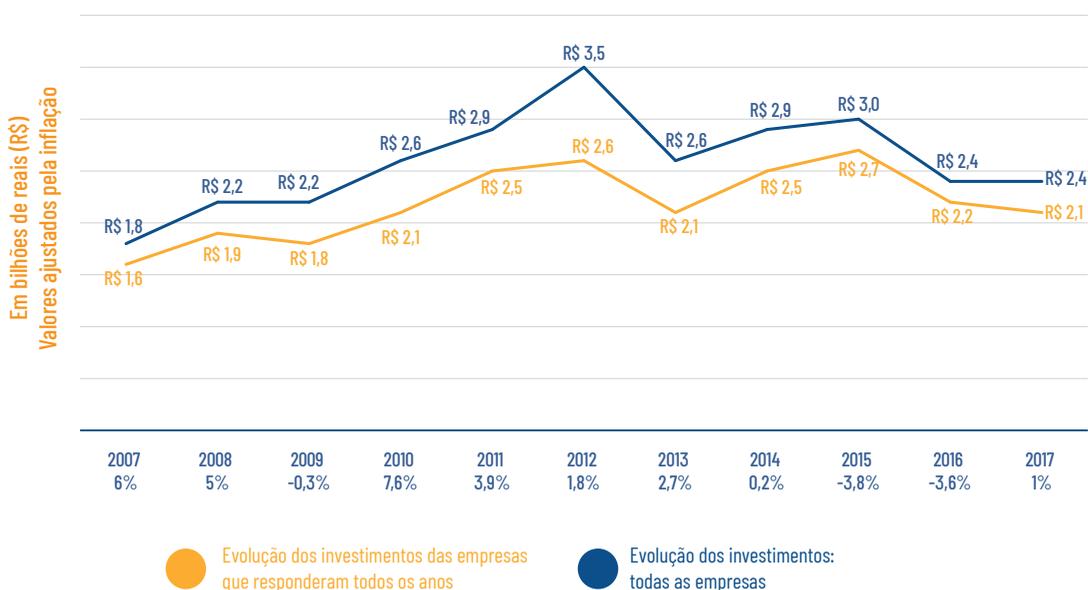
O que revelam os dados sobre a trajetória dos investimentos sociais?

*Resiliência, apesar das incertezas.*

Operando num ambiente adverso, marcado por retração nos negócios e incertezas decorrentes da antecipação do calendário eleitoral, os resultados do BISC apontam para a manutenção dos recursos aplicados em 2017, na comparação com o ocorrido no ano anterior. Assim, o montante investido permaneceu na casa dos R\$ 2,4 bilhões (Gráfico 1).

**Gráfico 1**

Como evoluíram os investimentos sociais do grupo BISC no período 2007 - 2017?

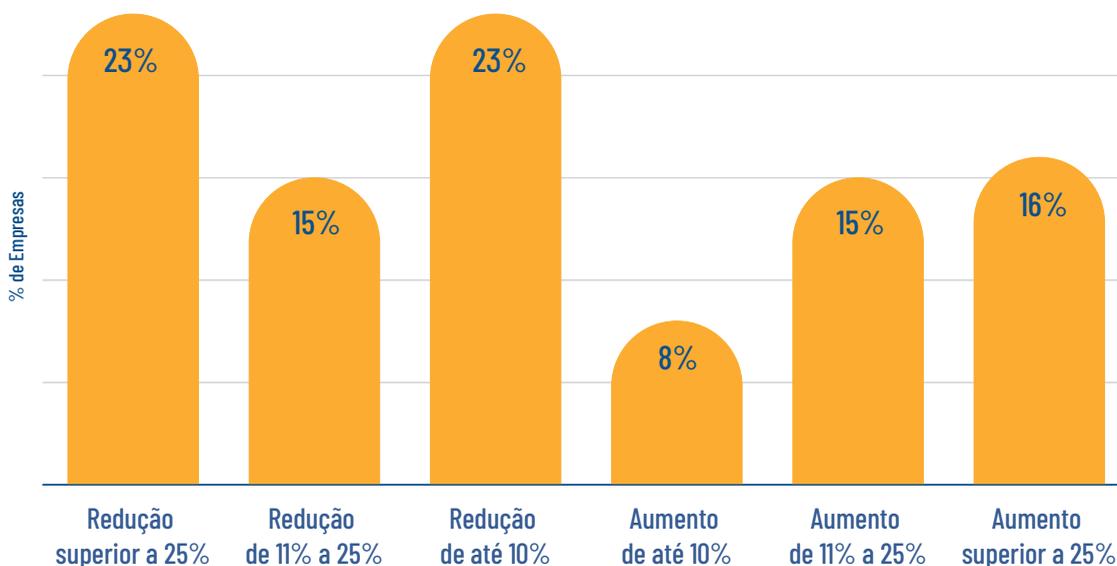


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

É claro que tal resultado reflete movimentos diferentes dentro do grupo, devido a efeitos diferenciados da conjuntura econômica nos distintos ramos de negócios. Cerca de 60% das empresas reduziram seus investimentos sociais, e em 23% delas a redução foi superior a 25%, na comparação com os valores aplicados em 2016. Contudo, o acréscimo ocorrido nos demais componentes do grupo compensou o decréscimo (Gráfico 2).

**Gráfico 2**

Em quanto o investimento social realizado pelas empresas em 2017 difere de 2016?

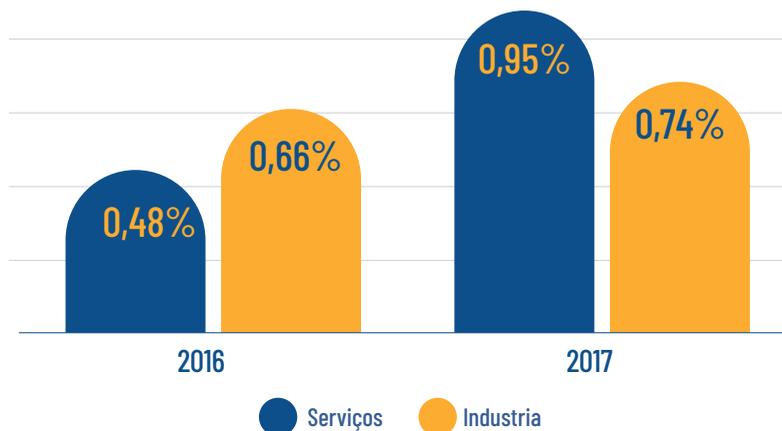


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

As medidas adotadas para combater a recessão e dar início a um processo de recuperação da economia evidenciam, de forma mais clara, o impacto diferenciado da economia no total dos investimentos sociais. As atividades abrigadas no setor de prestação de serviços encontraram condições mais favoráveis para sair na frente, ampliando o espaço para expandir o total das suas aplicações, como mostram os números reunidos no Gráfico 3.

**Gráfico 3**

Serviços e indústria: o que ocorreu com seus investimentos sociais no período 2016-2017?

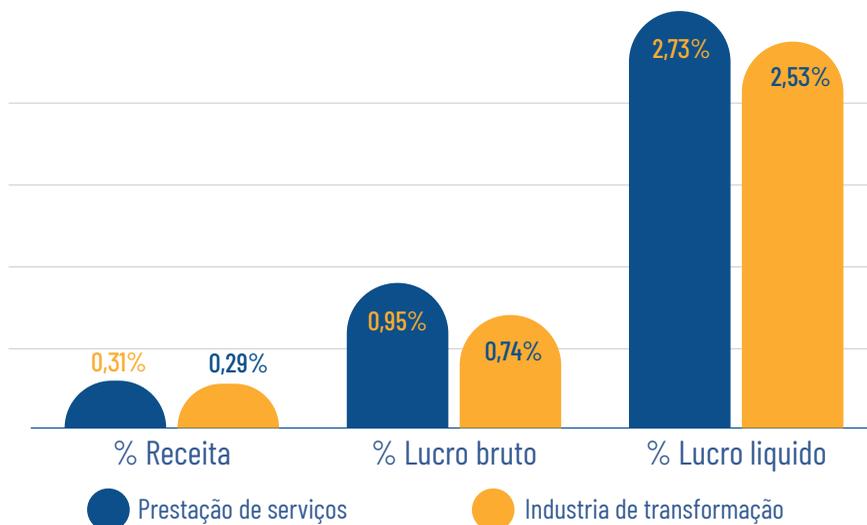


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Importante ressaltar, no entanto, que, mesmo operando em situações adversas, todas as empresas do grupo se esforçaram para preservar os programas que desenvolvem em benefício da sociedade, sinalizando seu compromisso com a causa social. A participação dos investimentos sociais na receita e no lucro bruto das empresas prestadoras de serviços superou o mesmo índice das empresas do ramo industrial, enquanto essas registraram um índice mais elevado no percentual dos recursos aplicados em relação ao lucro líquido (Gráfico 4).

**Gráfico 4**

Serviços e indústria: como se difere o comportamento das empresas?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

---

## *A complementaridade também reforça o compromisso.*

---

Todas as evidências acumuladas nos 10 anos em que esta pesquisa é realizada apontam para a formação de um padrão, decorrente da combinação de estratégias distintas no que se refere à atuação direta e indireta das empresas nessa área, isto é, as atividades gerenciadas internamente e as que ficam a cargo dos respectivos institutos. Estes operam com uma visão de médio e longo prazos e concentram sua atuação na prestação de serviços essenciais para a melhoria de oportunidades de ascensão social dos mais pobres, o que demanda continuidade e requer maior previsibilidade na programação orçamentária, com destaque para a educação, que responde por 87% dos recursos aplicados nessa área. Do outro lado, as empresas priorizam programas de desenvolvimento comunitário (territorial, no entorno dos empreendimentos econômicos) e voltados para a melhoria da infraestrutura e da economia local.

Esse padrão se reflete na forma como os recursos são repartidos. Os institutos são majoritariamente financiados pelas empresas, que precisam ter em conta a necessidade de, na medida do possível, proporcionar-lhes as condições necessárias para manter a gestão financeira de suas atividades. Isso torna a ação direta das empresas mais vulnerável a momentos de maior aperto financeiro, como mostram os números apresentados no Gráfico 5: enquanto o aumento dos recursos destinados aos projetos executados pelos institutos foi de 73%, entre 2007 e 2017, para aqueles apoiados diretamente pelas empresas foi de 11%.

**Gráfico 5**

Comparando empresas e institutos, como evoluíram os investimentos entre 2007 e 2017?



Obs.: No gráfico só estão computados os investimentos em recursos financeiros, com valores ajustados pelo IPCA médio. Não estão incluídos valores referentes a bens e serviços.

Fonte: BISC, 2018. Comunitas

À expressiva expansão dos investimentos realizados diretamente pelas empresas, entre 2010 e 2011, seguiu-se a queda ocorrida em 2013 e a nova escalada estimulada pela política macroeconômica de 2013 e 2014, que terminou em 2015, quando os lucros acumulados no ano anterior contribuíram para o pico alcançado nesse ano. A esperança de que o Brasil pudesse retomar uma trajetória razoável de crescimento econômico a partir de 2017 não foi suficiente para a retomada do crescimento dos investimentos sociais, que não pôde se sustentar em face da redução das expectativas para o desempenho da economia ao longo desse ano.

Notem que, ao longo de todo esse período, os investimentos realizados pelos institutos apresentaram oscilações suaves, corroborando a ideia de que o padrão que vem se conformando, com respeito a uma divisão de tarefas com repercussões favoráveis para a sociedade, é algo que merece ser destacado e ser objeto de maiores estudos nas próximas pesquisas.

## 1.2 | SOBRE A DIMENSÃO DOS INCENTIVOS FISCAIS NA COMPOSIÇÃO DOS ORÇAMENTOS

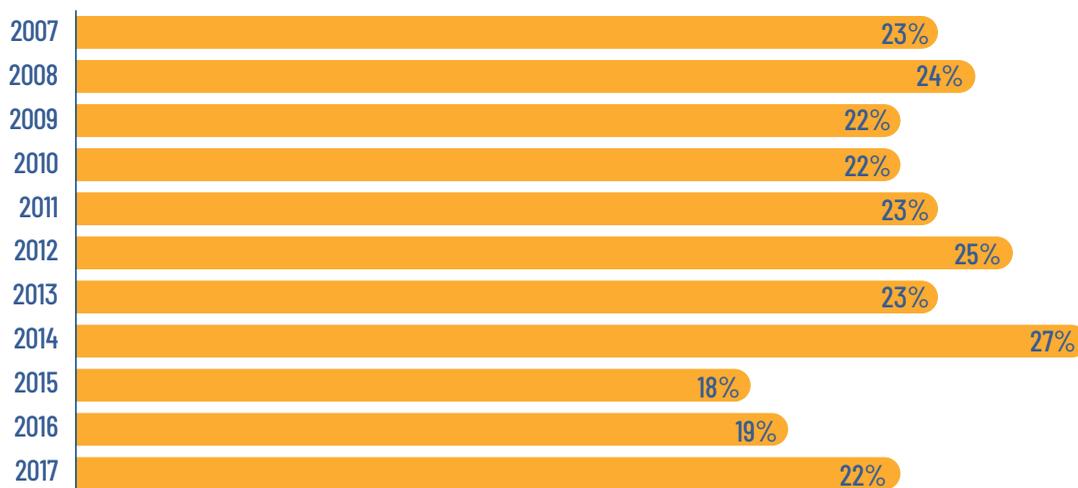
### Qual a importância dos incentivos fiscais para os investimentos sociais privados?

Os incentivos fiscais são importantes, mas não explicam o desempenho do grupo. Em 2017, o valor dos incentivos fiscais utilizados pelo grupo foi da ordem de R\$ 514 milhões, o que representa um aumento de aproximadamente 6% em relação ao volume captado no ano de 2016. Ademais, a elevação observada em 2017 decorre de mudanças na composição do grupo. Comparando o volume de recursos incentivados utilizados pela mesma composição de empresas, em 2016 e 2017, houve uma queda de 11% no total dos recursos incentivados.

Conforme pode ser observado no Gráfico 6, no último ano os incentivos fiscais representaram pouco mais de um quinto do total dos recursos investidos pelo grupo BISC na área social. Mais uma vez, os resultados da pesquisa confirmam a tese de que os investimentos sociais do grupo são financiados majoritariamente com recursos próprios.

**Gráfico 6**

Como evoluiu a participação dos incentivos fiscais no financiamento dos investimentos sociais? (2007-2017)

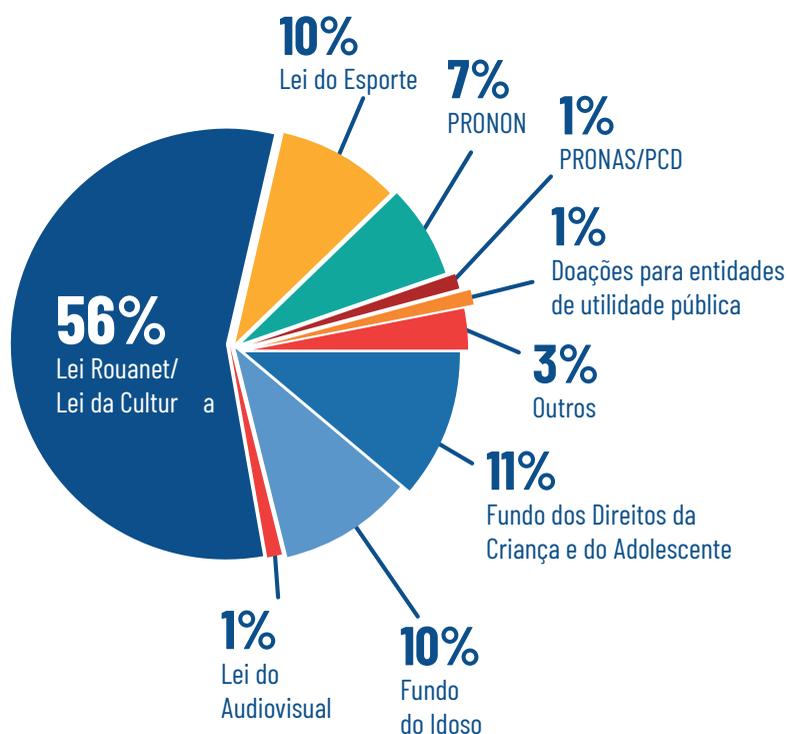


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Uma observação recorrente nas diversas edições do BISC é a de que os incentivos culturais são os mais utilizados pelas empresas e aqueles que estimulam de fato a sua atuação na área. Os resultados de 2017 não são diferentes. Conforme pode ser observado no Gráfico 7, por meio da Lei Rouanet, 56% do total dos recursos incentivados foram captados para projetos nessa área.

**Gráfico 7**

Como se distribuem os incentivos fiscais captados?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Afora os incentivos a projetos culturais, ganharam peso nos anos recentes os incentivos a ações na área da saúde, que aportaram 44 milhões de reais a investimentos privados no setor, um acréscimo de 33% na comparação com os recursos captados em 2016. Acréscimo este que se deve especialmente ao PRONON, que aumentou para 81% sua contribuição para os investimentos do grupo na saúde em 2017 em comparação com o percentual de 51% registrado em 2016.

As mudanças na composição da participação dos incentivos fiscais no investimento social decorrem da natureza das regras que regulam sua utilização. Incentivos a setores regulados por leis são menos vulneráveis a outros que não gozam dessa proteção. Num ambiente de crise fiscal e onde a necessidade de tomar medidas para combatê-la torna-se premente, é natural observar

alterações como as observadas em 2017, quando os incentivos concedidos ao amparo da Lei Rouanet aumentam sua participação no total dos incentivos que apoiam os investimentos sociais privados. Este resultado, que também reflete mudanças na composição do grupo, devolve os incentivos do setor aos patamares próximos aos mais elevados de toda a série.

## 1.3 | **SOBRE AS PREVISÕES PARA OS PRÓXIMOS ANOS**

### **O que se pode esperar com respeito à evolução dos investimentos sociais nos próximos anos?**

*Otimismo, apesar das incertezas.*

O cenário de incerteza, que foi se formando com as crescentes dificuldades para aprovar as reformas indispensáveis para corrigir os desequilíbrios estruturais das contas públicas, e seu impacto nas perspectivas de crescimento da economia, agravado, por sua vez, pelas indefinições do calendário eleitoral, ofuscou a visão dos responsáveis pela área de responsabilidade social das empresas, impedindo que um número considerável de empresas que compõem a amostra do BISC fizessem previsões com respeito a valores esperados para os investimentos sociais em 2018.

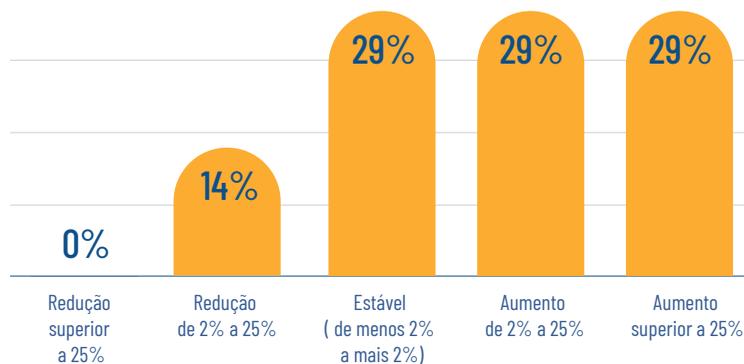
Pela primeira vez, nos últimos dez anos, dois terços das empresas que responderam à pergunta sobre o que esperar em 2018 não se sentiram à vontade para indicar números sobre o montante dos recursos a serem destinados a essa área.

Mas isso não ocorreu no caso dos institutos, devido à natureza de suas atividades e à maior previsibilidade dos seus orçamentos, em razão de executarem projetos que se estendem por alguns anos e que demandam continuidade para cumprirem o cronograma previamente estabelecido. Daí o fato de apenas 14% deles esperarem queda nos investimentos quando os resultados de 2018 forem apurados e, mesmo assim, uma queda não muito expressiva (Gráfico 8).

Isso explica por que os institutos acertaram quando apresentaram, em 2016, suas estimativas para os investimentos que seriam realizados em 2017. O grau de acerto com respeito ao volume dos investimentos esperados em 2017 foi de 99,7%.

**Gráfico 8**

Quais as mudanças nos investimentos sociais realizados em 2017 e os investimentos sociais previstos pelos institutos para 2018?

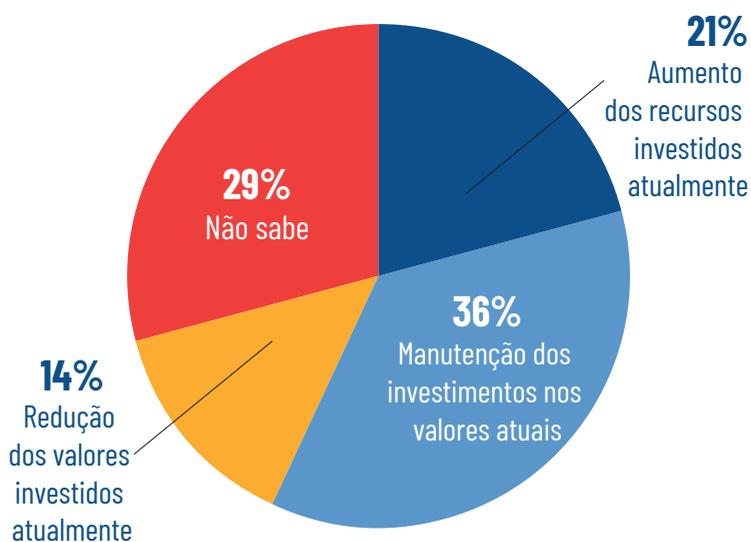


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

A combinação das ações a cargo das empresas e dos institutos também contribuiu para melhorar as expectativas do grupo para o futuro próximo. Assim, não obstante as dificuldades que as empresas encontraram para traduzir em números suas visões para os investimentos a serem realizados nos próximos dois anos (2019 e 2020), mais da metade delas esperam um aumento ou a manutenção dos recursos a serem aplicados (Gráfico 9).

**Gráfico 9**

Quais as previsões para os investimentos sociais dos próximos dois anos (2019-2020)?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## *O otimismo está ancorado na experiência acumulada no passado recente...*

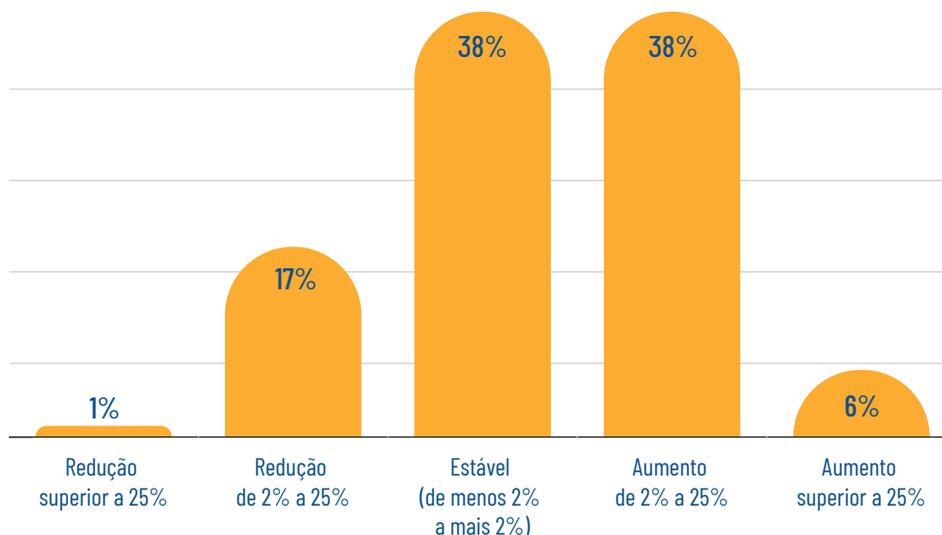
O comportamento dos investimentos sociais do BISC no período 2013 a 2017 é a âncora que mantém o barco seguro e evita que ele seja sacudido por oscilações bruscas na atmosfera. Nesse período, apesar das oscilações no comportamento da economia, os investimentos sociais do grupo mantiveram o padrão que vinha sendo observado anteriormente. Dois anos de recessão não impediram que os investimentos sociais se mantivessem no patamar que haviam alcançado em 2012, dando uma clara demonstração do compromisso das empresas com sua atuação no campo social.

## *E se reflete na comparação com as expectativas das empresas do CECP.*

Apesar de vivenciarem situações menos favoráveis no campo da economia, o suporte que as empresas do BISC fornecem à atuação dos institutos contribui para que estes se posicionem melhor do que o CECP no tocante a previsões para os resultados que deverão ser observados em 2018. Enquanto mais da metade deles (58%) estimam que os investimentos aumentarão, as estimativas do CECP indicam que apenas 44% esperam que isso aconteça (Gráfico 10).

**Gráfico 10**

**CECP: quais as mudanças nos investimentos sociais realizados em 2017 e os investimentos sociais previstos em 2018?**



Fonte: CECP, 2018.

É claro que tal resultado só se sustenta mediante a determinação das empresas brasileiras em aumentar a parcela dos lucros destinada ao financiamento dos investimentos sociais em 2018, voltando a superar o índice registrado pelo grupo de empresas que participa do CECP (Gráfico 11).

### Gráfico 11

#### BISC e CECP: qual a participação dos investimentos sociais nos lucros brutos das empresas (2007-2017)?

Ano	BISC	CECP*
2007	0,62%	0,92%
2008	0,90%	1,23%
2009	1,13%	1,12%
2010	0,92%	0,91%
2011	1,18%	0,95%
2012	1,37%	1,00%
2013	1,43%	1,01%
2014	0,70%	0,82%
2015	0,89%	0,84%
2016	0,66%	0,91%
2017	0,94%	0,87%

\* Padrão de investimentos sociais das empresas norte-americanas que participam da pesquisa do CECP.

Fonte: CECP & Comunitas, 2018

### *Os fatos apontados dão testemunho do compromisso das empresas com a sustentação dos investimentos sociais.*

O corolário dos fatos apontados é a consolidação da tendência de crescimento dos recursos aplicados pelas empresas que participam do BISC em investimentos sociais indicada no Gráfico 11, não obstante as dificuldades encontradas para sustentar essa trajetória, conforme já foi comentado.

Dois fatos concorrem de modo significativo para isso. Um trata do reconhecimento dos benefícios decorrentes do alinhamento dos investimentos sociais aos negócios. Conforme mencionado no item 2.4 deste relatório, praticamente todas as empresas do grupo já se posicionam nessa direção e cerca de 60% delas já direcionam mais da metade das aplicações para investimentos alinhados aos respectivos negócios, percebendo as vantagens que essa opção traz para fortalecer a imagem da empresa na sociedade, com retornos positivos para o desenvolvimento de suas atividades. Ao mesmo tempo, cresce a percepção das vantagens que resultam da inserção dos investimentos sociais na política de sustentabilidade corporativa, que se expressa tanto na formalização dos compromissos com o desenvolvimento sustentável, indicada por todas as empresas do BISC, quanto no crescente envolvimento delas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos na agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU).

Os dois movimentos captados pela pesquisa também ganham o reforço proporcionado pelo reflexo dessa atitude no mercado financeiro, captado pelo índice de sustentabilidade empresarial produzido pela B3. Desde a sua criação em 30 de novembro de 2005, o ISE apresentou valorização de 185,01% até 21 de novembro de 2017, enquanto o indicador mais conhecido da bolsa de valores (B3), o Ibovespa – que reúne os papéis mais negociados –, teve elevação de apenas 113,72%.<sup>2</sup>

Três palavras sintetizam a trajetória dos investimentos sociais do BISC na última década: compromisso, complementaridade e adaptação. Nesse período a dinâmica demográfica e socioeconômica da população, marcada pelo envelhecimento dos brasileiros, pela velocidade do processo de urbanização e pela concentração da pobreza em aglomerados urbanos em todas as regiões do país, ampliou os desafios para sustentar taxas de crescimento econômico suficientes para dar continuidade aos avanços da área social. O Estado sozinho não é capaz de dar conta desses grandes desafios. A atuação do setor privado se torna cada vez mais importante e os resultados do BISC demonstram que as lideranças empresariais estão cada vez mais cientes desse fato.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://www.isebvmf.com.br/o-que-e-o-ise?locale=pt-br>>. Acesso em: 07 nov. 2018.



2

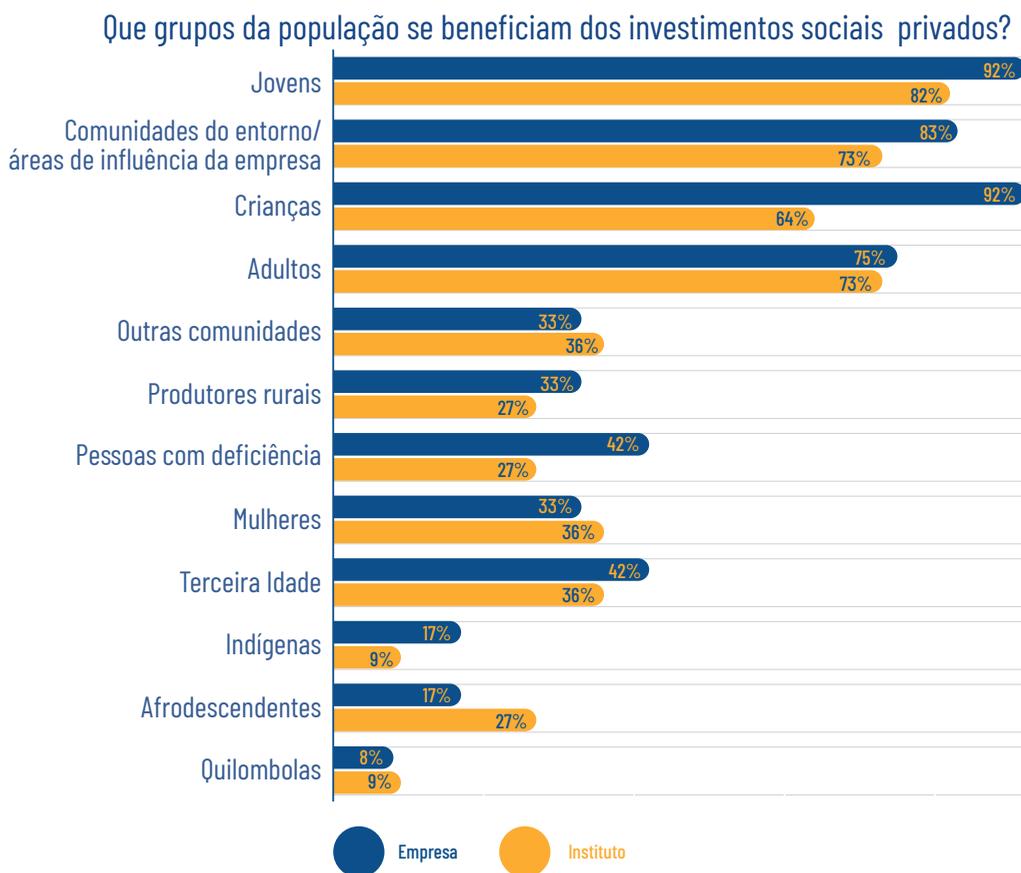
AS VÁRIAS FACES  
DA ATUAÇÃO SOCIAL  
DAS EMPRESAS

## 2.1 | SOBRE O FOCO DAS PRÁTICAS SOCIAIS

### A quem se destina os investimentos sociais privados?

As empresas e seus institutos privilegiam especialmente os jovens como alvo de sua atuação no campo social. Não obstante, ao se olhar apenas para a atuação direta das empresas, as crianças recebem atenção semelhante. Para além desses dois grupos de beneficiários, são as comunidades do entorno que se destacam entre os atendidos. Esse resultado é coerente com a preocupação crescente do grupo de contribuir para a melhoria das condições de vida das pessoas que vivem nas localidades onde estão sediados os seus empreendimentos econômicos, e para a obtenção da licença social para operar (Gráfico 12).

Gráficos 12



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Quais as atividades sociais desenvolvidas pelos participantes do BISC?

O campo de atuação do grupo BISC é diversificado, conforme pode ser observado nos resultados apresentados no Gráfico 13. A diversidade das demandas e a complexidade dos problemas sociais exigem, muitas vezes, o desenvolvimento de projetos multissetoriais, e isso se reflete na multiplicidade de ações elencadas pelos participantes. É importante ressaltar que essa flexibilidade para ampliar o leque de atividades desenvolvidas pode ser fundamental para garantir um atendimento compatível com as diversas necessidades das comunidades do entorno.

**Gráfico 13**

### Investimento social: o que fazem as empresas?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## O que se extrai da análise da distribuição dos recursos investidos nas diversas áreas de atuação social das empresas?

Quando se analisa o perfil da atuação do grupo, tomando por base o volume de recursos destinado para cada uma das áreas listadas no Gráfico 14, os resultados evidenciam que, no geral, algumas atividades recebem valores muito superiores às demais. É a educação e, num distante segundo lugar, a cultura que absorvem a maior parcela dos investimentos sociais das empresas. Esse comportamento manteve-se praticamente inalterado desde as primeiras edições da pesquisa (Gráfico 14).

**Gráfico 14**

Como se distribuíram os investimentos sociais do grupo BISC, em 2009 e 2017?

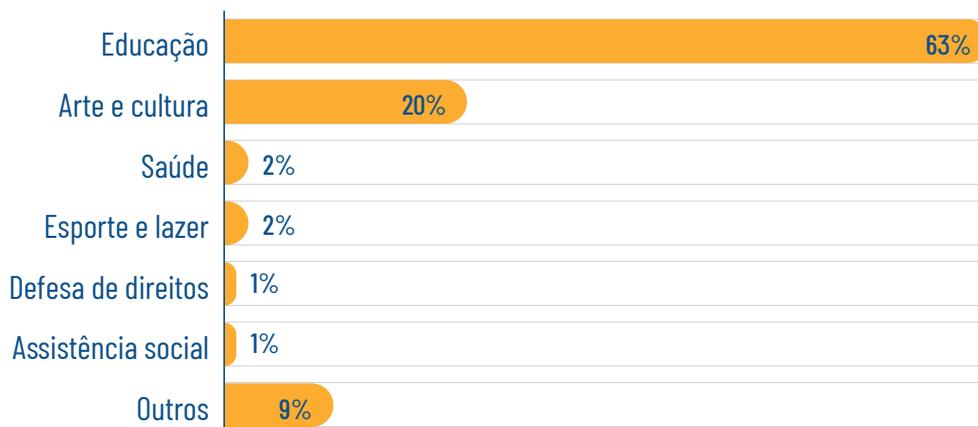


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

No entanto, quando o grupo é dividido em função da natureza da atividade exercida, os retratos revelados são muito distintos. A distribuição dos investimentos sociais indica diferenças significativas no perfil de atuação das empresas. Enquanto as organizações do setor de serviços concentram 63% dos seus investimentos na área da educação, as indústrias diversificam bastante o leque de suas atividades. Assim, nesse subgrupo, a área que recebe o maior volume de recursos – desenvolvimento comunitário e infraestrutura – não chega a absorver 30% do total investido (Gráficos 15 e 16).

**Gráfico 15**

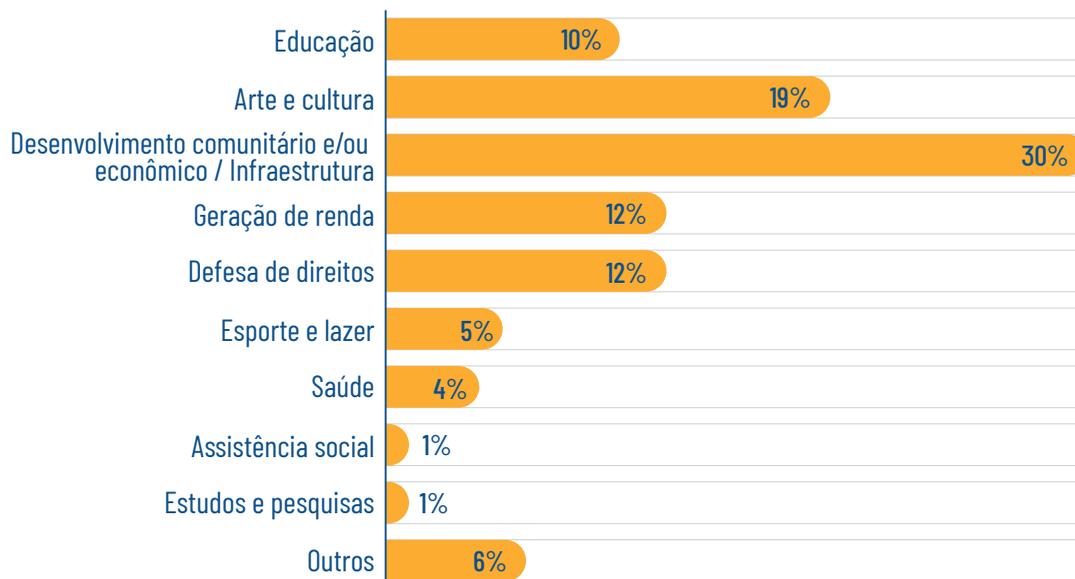
Como se distribuíram os recursos investidos pelas empresas do *setor de serviços* em 2017?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

**Gráfico 16**

Como se distribuíram os recursos investidos pelas empresas do *setor industrial* em 2017?

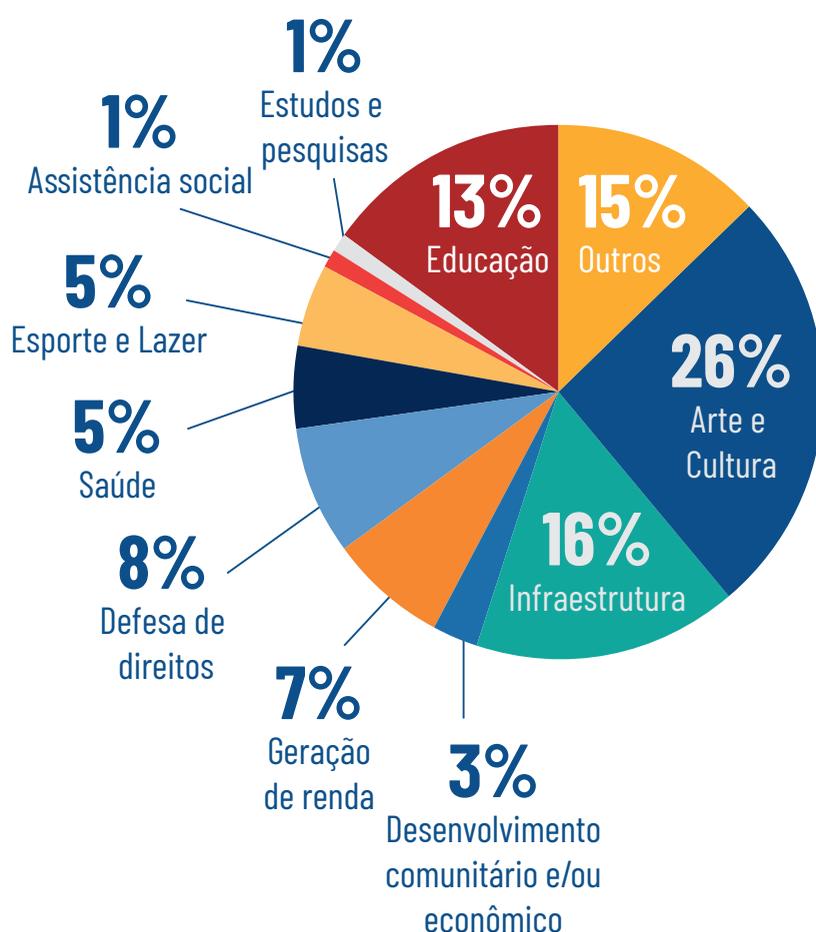


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Diferenças significativas também são observadas ao se analisar, separadamente, os recursos aplicados diretamente pelas empresas e aqueles que são aplicados por meio dos seus institutos ou fundações. Os dados dos Gráficos 17 e 18 ilustram bem essa afirmação e revelam que são as fundações, ou os institutos, que se responsabilizam pela condução dos projetos educacionais, aplicando 80% dos seus recursos nessa área.

**Gráfico 17**

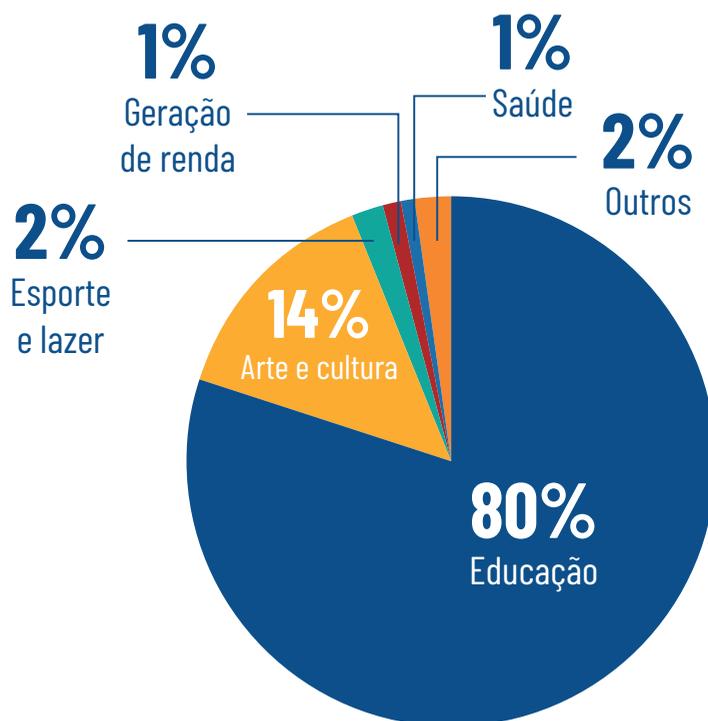
Como se distribuíram os investimentos sociais das *empresas* em 2017?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Gráfico 18

Como se distribuíram os investimentos sociais dos *institutos* em 2017?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

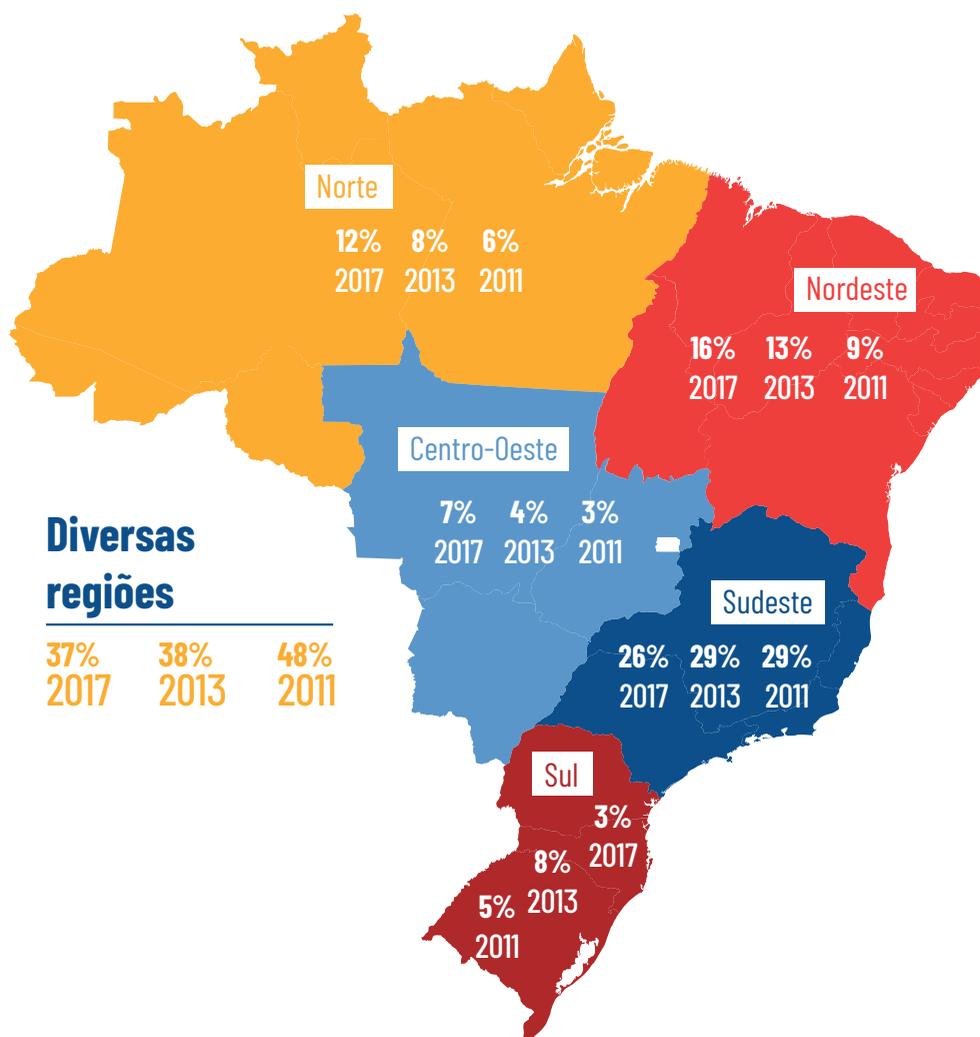
## O que há de novo em relação à distribuição espacial dos investimentos sociais do grupo BISC?

A tendência captada no BISC, ao longo dos últimos anos, é de uma distribuição espacial mais equilibrada dos investimentos sociais do grupo. Nas primeiras edições da pesquisa destacava-se a forte concentração dos recursos nas regiões mais desenvolvidas do país. Assim, em 2009, mais da metade dos recursos (52%) foram alocados, sobretudo, no Sudeste e no Sul. Em 2017, tal percentual se reduziu para 29%, ou seja, o equivalente àquele investido nas regiões Norte e Nordeste, conforme pode ser observado no Gráfico 19.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Vale ressaltar que os investimentos sociais do grupo BISC estão concentrados no Brasil. Menos de 30% das empresas declaram investir em projetos sociais no exterior e os volumes indicados se limitaram a R\$ 54 milhões em 2017.

**Gráfico 19**

Por região, como se distribuem os investimentos sociais?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

As mudanças observadas na distribuição dos investimentos sociais do grupo podem ser atribuídas, majoritariamente, ao desejo de 75% das empresas e 57% dos institutos de focarem o atendimento nas demandas das comunidades do entorno (Gráfico 20). Ademais, a metade das empresas tenciona acompanhar a expansão dos negócios para novas áreas.

Gráfico 20

O que motivou as mudanças observadas na distribuição espacial dos investimentos sociais?

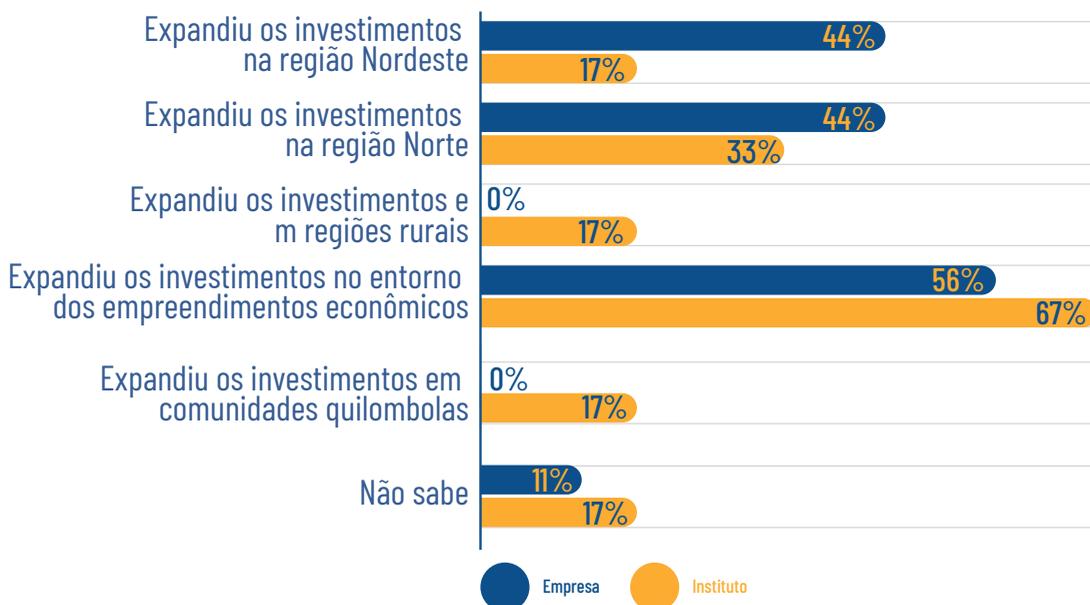


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Essas motivações explicam os resultados apresentados no Gráfico 21: 56% das empresas e 67% dos institutos indicam ter expandido, nos últimos 10 anos, seus investimentos para as regiões do entorno dos empreendimentos econômicos.

Gráfico 21

Como se deu a expansão dos investimentos sociais das empresas, na última década?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## 2.2 | SOBRE OS PROJETOS EDUCACIONAIS

### Quanto as empresas investem em educação?

Em 2017, o volume de recursos destinados à educação, pelo grupo BISC, foi da ordem de R\$ 920 milhões, mantendo-se, assim, o patamar do investimento observado ao longo desta década (Gráfico 22). Conforme anteriormente observado, a maior parte desses recursos (87%) foi aplicada diretamente pelas fundações ou institutos empresariais que apostam poderem contribuir para o enfrentamento dos problemas sociais por meio do apoio a projetos na área da educação.

Gráfico 22



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

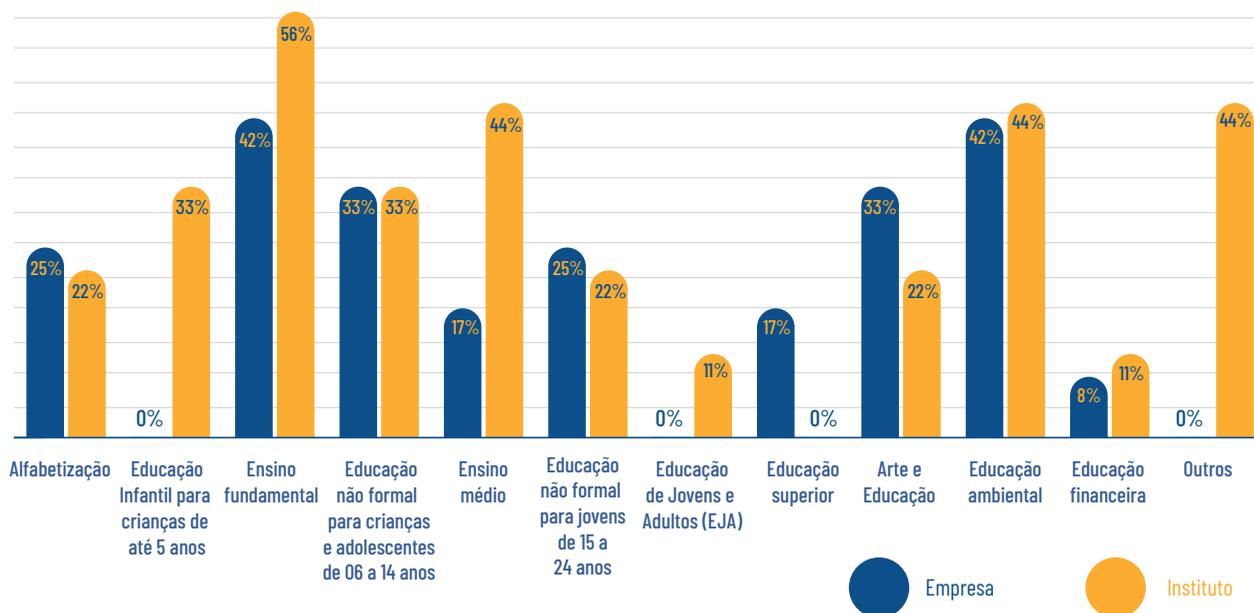
### Quais as prioridades eleitas pelas empresas e fundações na área de educação?

Os dados revelam, mais uma vez, que o perfil da atuação das empresas é bem distinto dos seus institutos ou fundações. Questionadas sobre as prioridades na área de educação, observa-se que 42% das empresas assinalam o ensino fundamental e/ou a educação ambiental (Gráfico 23). Do lado dos institutos, é bem mais elevado o percentual dos que apontam, entre suas prioridades, a educação formal – ensino fundamental e médio: 56% e 44%, respectivamente. Merece registro o fato de que 86% dos recursos investidos pelo grupo BISC em educação se

destinam a atividades relacionadas ao ensino formal (para diversas faixas etárias, incluindo o ensino universitário).

Gráfico 23

Quais as prioridades do grupo BISC na área de educação?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## O que dizem os indicadores BISC sobre a qualidade da gestão dos projetos educacionais?

A superação das deficiências nas políticas educacionais no país constitui um grande desafio e é sabido que os problemas não se limitam à falta de recursos, mas também à falta de qualidade na gestão. Considerando a preocupação dos participantes do BISC com essa questão, foram introduzidos na edição do BISC de 2011 os indicadores de benchmarking em qualidade de gestão dos investimentos privados em educação, de forma a provocar uma reflexão e uma autoavaliação do grupo sobre seus projetos e, ao mesmo tempo, apontar os requisitos necessários a uma boa gestão nessa área. Essa autoavaliação foi reproduzida nas edições de 2013, 2015 e agora em 2018.

Para a realização dessa tarefa foram selecionados cinco fatores importantes para a gestão dos investimentos educacionais: (a) desenho dos projetos; (b) estabelecimento de metas; (c) financiamento e custos; (d) administração dos projetos; e (e) controle e avaliação. Para aferir em que medida a condução dos projetos é compatível com um alto padrão de qualidade, foram estabelecidos, para cada uma dessas dimensões, cinco indicadores de qualidade comumente associados a boas práticas educacionais. Os gestores responsáveis por esses investimentos nas empresas são, então, solicitados a assinalar aqueles indicadores que foram integral ou parcialmente atendidos, assim como os que deixaram de sê-lo. Recomenda-se que as respostas se restrinjam aos projetos estruturados, para os quais é possível reunir as informações solicitadas.

Os resultados, apresentados a seguir, referem-se à avaliação de 21 projetos educacionais, que absorveram 17% do total dos investimentos alocados na área. A maior parte dos programas avaliados pelo grupo (52%) são focados no ensino fundamental e médio, monitorados, na maior parte das vezes, por meio de indicadores quantitativos – tais como número de alunos atendidos, professores capacitados, municípios abrangidos e material didático distribuído – e por indicadores qualitativos que procuram aferir a qualidade e o desempenho dos programas desenvolvidos. A avaliação leva em conta o Índice de Evasão Escolar, o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB)<sup>4</sup> e o Índice de Competências Matemáticas<sup>5</sup>, conforme assinalado pelos gestores.

As notas médias obtidas pelo grupo nas cinco dimensões analisadas estão apresentadas na Figura 1. O novo retrato do padrão de qualidade na gestão dos projetos educacionais é favorável, mas indica que há bastante espaço para avançar: a nota média foi de 7,5, numa escala de 0 a 10. Os índices de qualidade apresentados a seguir indicam que a maior dificuldade do grupo continua sendo a avaliação dos resultados. A nota obtida em 2018 (6,6) é a mesma obtida em 2013. O detalhamento das notas obtidas em cada um dos 25 quesitos submetidos à avaliação das empresas é exibido nas figuras subsequentes.

---

4 O Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB) foi criado em 2007 pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), e formulado para medir a qualidade do aprendizado nacional e estabelecer metas para a melhoria do ensino. Para saber mais, acesse: <<http://portal.mec.gov.br/conheca-o-ideb>>.

5 O Índice de Competências Matemáticas é um indicador estruturado a partir de perguntas que testam o entendimento dos alunos a respeito de conceitos da disciplina apropriados para o primeiro ciclo do Ensino Fundamental, como escalas numéricas, noção de espaço, habilidade de contar, dentre outros.

Figura 1

## Indicadores qualitativos de benchmarking dos projetos educacionais



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Cabe inicialmente ressaltar que a comparação dos resultados obtidos nesta edição do BISC com os anos anteriores revela uma redução das notas médias,<sup>6</sup> o que pode sinalizar, por um lado, que os programas aqui avaliados apresentaram uma queda na qualidade da gestão, ou que neste ano o grupo foi ainda mais crítico ao fazer a sua autoavaliação. É importante frisar que as respostas a esse exercício de aferição da qualidade dos projetos refletem não só diferentes percepções com respeito aos fatores envolvidos na apreciação de cada um dos indicadores contemplados, como também um maior ou menor rigor aplicado à valoração de cada um deles. Portanto, é preciso cautela no uso dos resultados apresentados. Mudanças nas equipes que fazem a autoavaliação, por exemplo, tendem a influenciar mudanças nos resultados obtidos. Nesse sentido, uma série mais longa de avaliações poderá ajudar a compreender melhor a trajetória na qualidade dos projetos educacionais do grupo BISC.

<sup>6</sup> Em 2011, a nota média foi de 8,3; em 2013, de 8,5; e em 2015, de 8,2.

## O que sobressai em relação ao desenho dos projetos educacionais?

Em geral, os projetos são bem desenhados, mas a maior parte das empresas assinala que eles atendem apenas parcialmente aos quesitos da participação das comunidades e da influência nas políticas públicas (Figura 2).

**Figura 2**

### Desenho dos projetos educacionais

#### NOTA MÉDIA

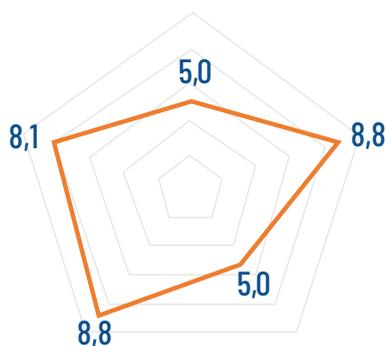
7,1

#### Participação da comunidade na elaboração do diagnóstico

O desenho do projeto é realizado a partir de consultas à comunidade e da incorporação de suas demandas e sugestões

#### Envolvimento dos atores relevantes

O desenho do projeto prevê mecanismos de diálogo e participação dos diversos atores envolvidos em todas as etapas da execução



#### Qualidade da metodologia adotada

O desenho do projeto incorpora métodos inovadores e passíveis de serem reproduzidos

#### Definição de indicadores e avaliação

O desenho do projeto estabelece indicadores e prevê metodologia de monitoramento e avaliação

#### Alinhamento com políticas públicas

O desenho do projeto se orienta por propósitos de apoiar e influenciar políticas públicas

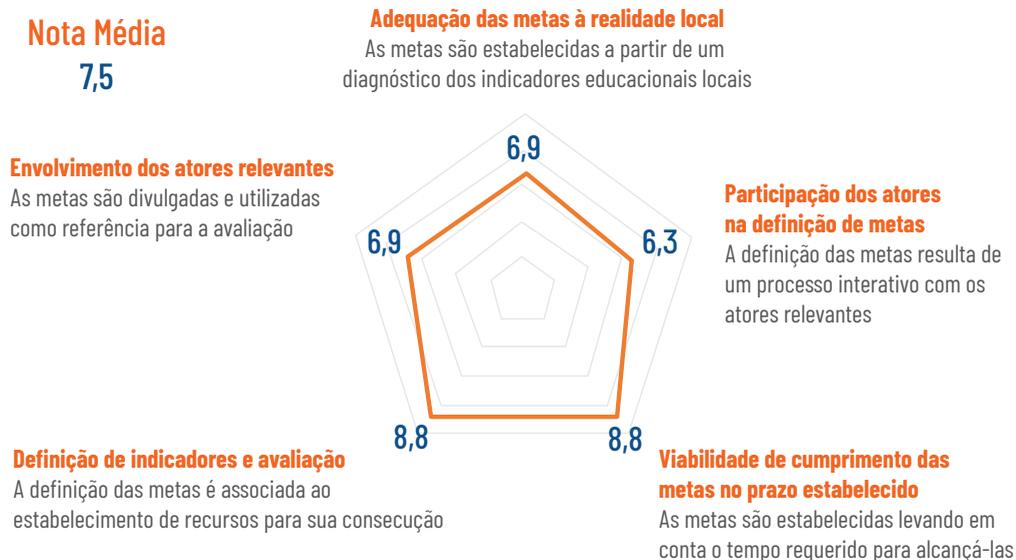
Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Em que medida o estabelecimento das metas atende aos quesitos recomendados?

No que tange à factibilidade das metas, o resultado é muito satisfatório. Cabe avançar na interação com a realidade local e na divulgação – quesitos que receberam notas inferiores a 7, numa escala de 0 a 10 (Figura 3).

**Figura 3**

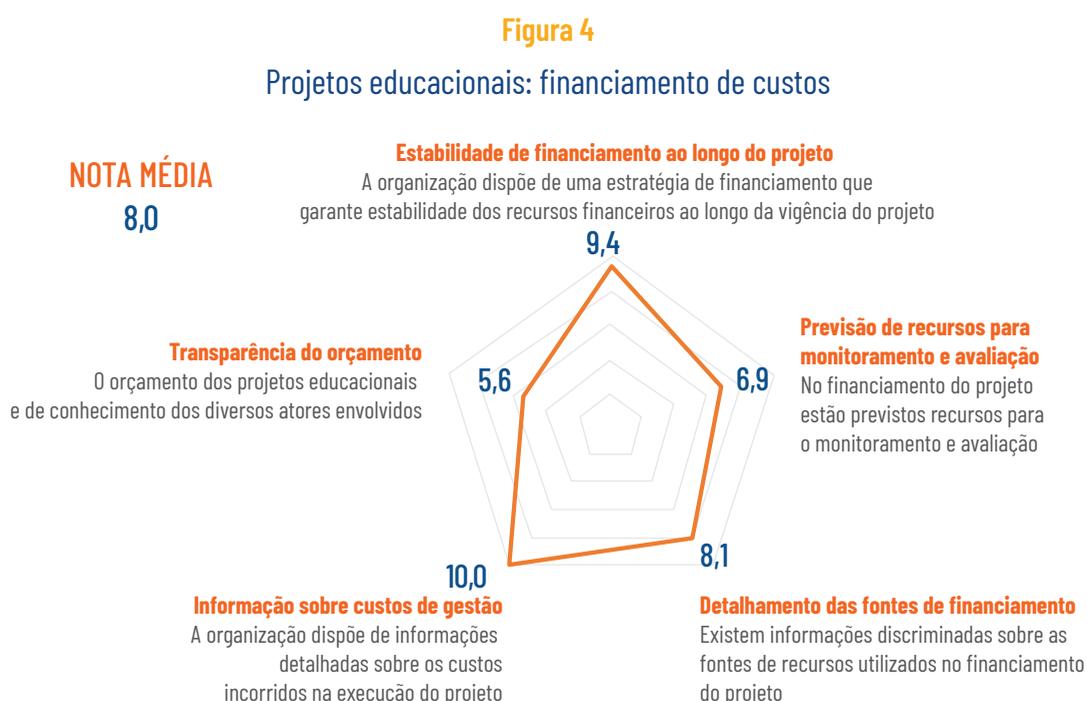
### Projetos educacionais: estabelecimento de metas



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Na questão financiamento dos projetos educacionais, o que revelam os indicadores BISC?

Os quesitos relacionados à estabilidade do financiamento e ao detalhamento dos custos estão muito bem atendidos. Cabe avançar na transparência das informações e na garantia de recursos para a avaliação dos projetos (Figura 4).



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Como se apresentam os indicadores que retratam a condução dos projetos educacionais?

Foi na administração dos projetos que as empresas apresentaram os melhores resultados em todas as edições do BISC. No entanto, a nota 6,9 no item “eficácia das metodologias de gestão” sinaliza que a maior parte dos gestores admite que esse quesito tem sido só parcialmente atendido (Figura 5).

**Figura 5**

### Projetos educacionais: administração

#### NOTA MÉDIA

8,1

#### Definição de atribuições dos responsáveis pela gestão

As responsabilidades pela gestão dos projetos estão claramente definidas

10,0

#### Relacionamento dos gestores com atores relevantes

Os gestores mantêm um relacionamento permanente com os atores relevantes

8,1

8,1

#### Qualidade do quadro de gestores

A gestão dos projetos utiliza profissionais qualificados que atuam em regime de dedicação exclusiva à área social

#### Um dos resultados das avaliações

Recomendações provenientes do monitoramento e da avaliação são incorporadas para aumentar a eficiência da gestão

7,5

6,9

#### Eficácia da metodologia de gestão

A gestão dos projetos é feita com base em metodologia e procedimentos formalmente estabelecidos pela organização e de eficácia reconhecida

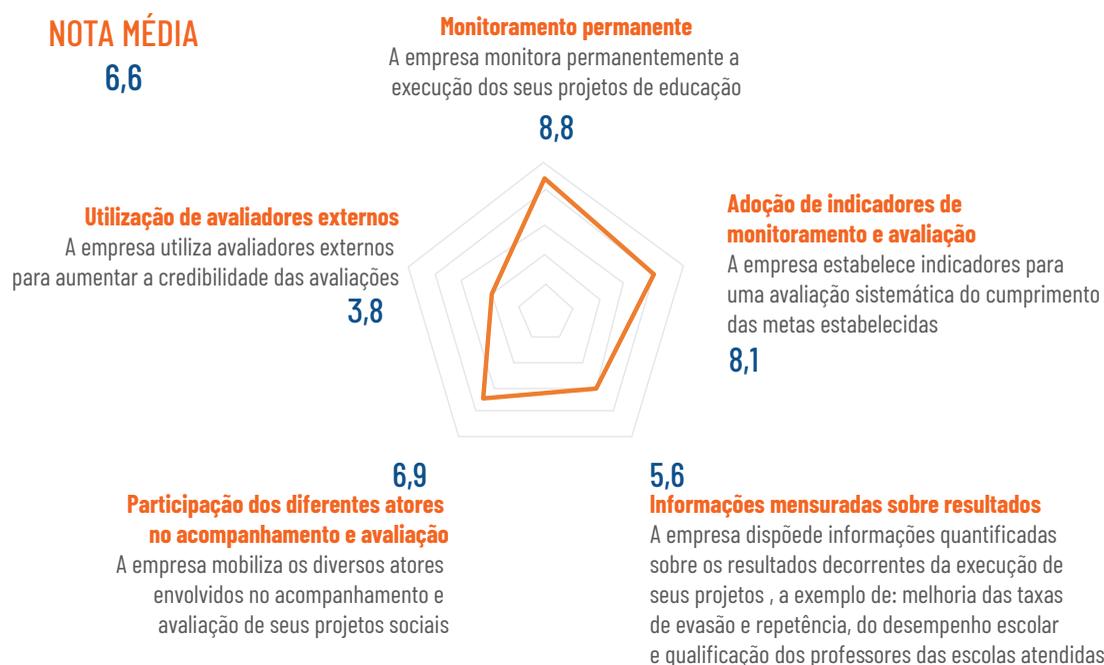
Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Quais os maiores desafios na avaliação dos projetos educacionais?

As dificuldades relacionadas à avaliação dos projetos se mantiveram em todas as edições do BISC. São vários os desafios nessa área, destacando-se o envolvimento dos diversos atores envolvidos e a produção de informações que permitam avaliar a evolução dos resultados obtidos pelos projetos educacionais. Ressalta-se que poucas empresas têm recorrido ao apoio de avaliadores externos para ajudá-las nessa tarefa (Figura 6).

**Figura 6**

### Projetos educacionais: controle e avaliação

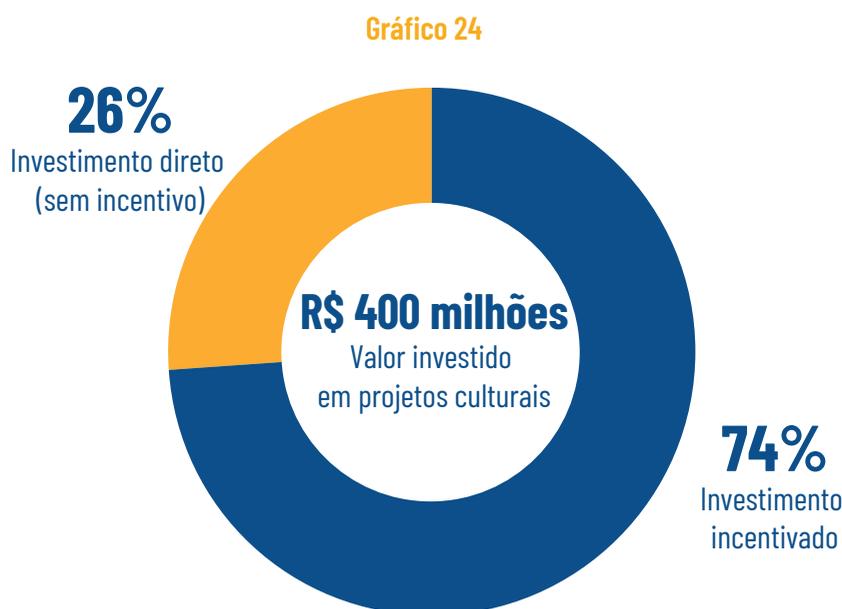


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## 2.3 | SOBRE OS PROGRAMAS DE APOIO À CULTURA

### Quanto as empresas investiram em cultura em 2017?

Em 2017 os investimentos em cultura foram da ordem de R\$ 400 milhões (Gráfico 24), o que equivale aos menores patamares observados nessa década. Surpreende o fato de que essa redução ocorreu a despeito de um aumento de 37% nos recursos captados por meio dos incentivos fiscais à cultura, entre 2016 e 2017,<sup>7</sup> elevando a participação dos incentivos fiscais no financiamento das atividades culturais de 46% para 75% do total aplicado pelas empresas do grupo, nesse período. Vale ressaltar, no entanto, que essa participação ainda é inferior à observada em alguns anos anteriores. Por exemplo, em 2010, os incentivos fiscais à cultura chegaram a representar 83% dos investimentos do grupo. Cabe, portanto, acompanhar como as empresas irão futuramente atuar na área, para verificar qual será a tendência que prevalecerá no tocante ao financiamento de projetos culturais.



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

<sup>7</sup> Mudanças na composição do grupo BISC explicam boa parte dessa ampliação. Comparando as mesmas empresas que responderam em 2016 e 2017, o aumento no volume de recursos captados cai para 8%.

## O que as empresas fazem em prol da cultura?

O campo de atuação das empresas e dos institutos na área da cultura é amplo e envolve as mais diferentes atividades. No entanto, os dados captados no BISC trazem resultados muito interessantes para a reflexão sobre a participação do setor privado nessa área. Em primeiro lugar, destaca-se o elevado percentual de empresas (50%) e, sobretudo, de institutos ou fundações empresariais (83%) que apoiam a realização de atividades culturais em comunidades pobres, indicando a importância que o grupo atribui à arte no combate à exclusão social (Gráfico 25). É interessante destacar que 56% dos recursos investidos em cultura foram destinados para projetos nessas comunidades. Mudanças nos critérios de aprovação dos projetos incentivados pela Lei Rouanet podem ter contribuído para esse resultado.

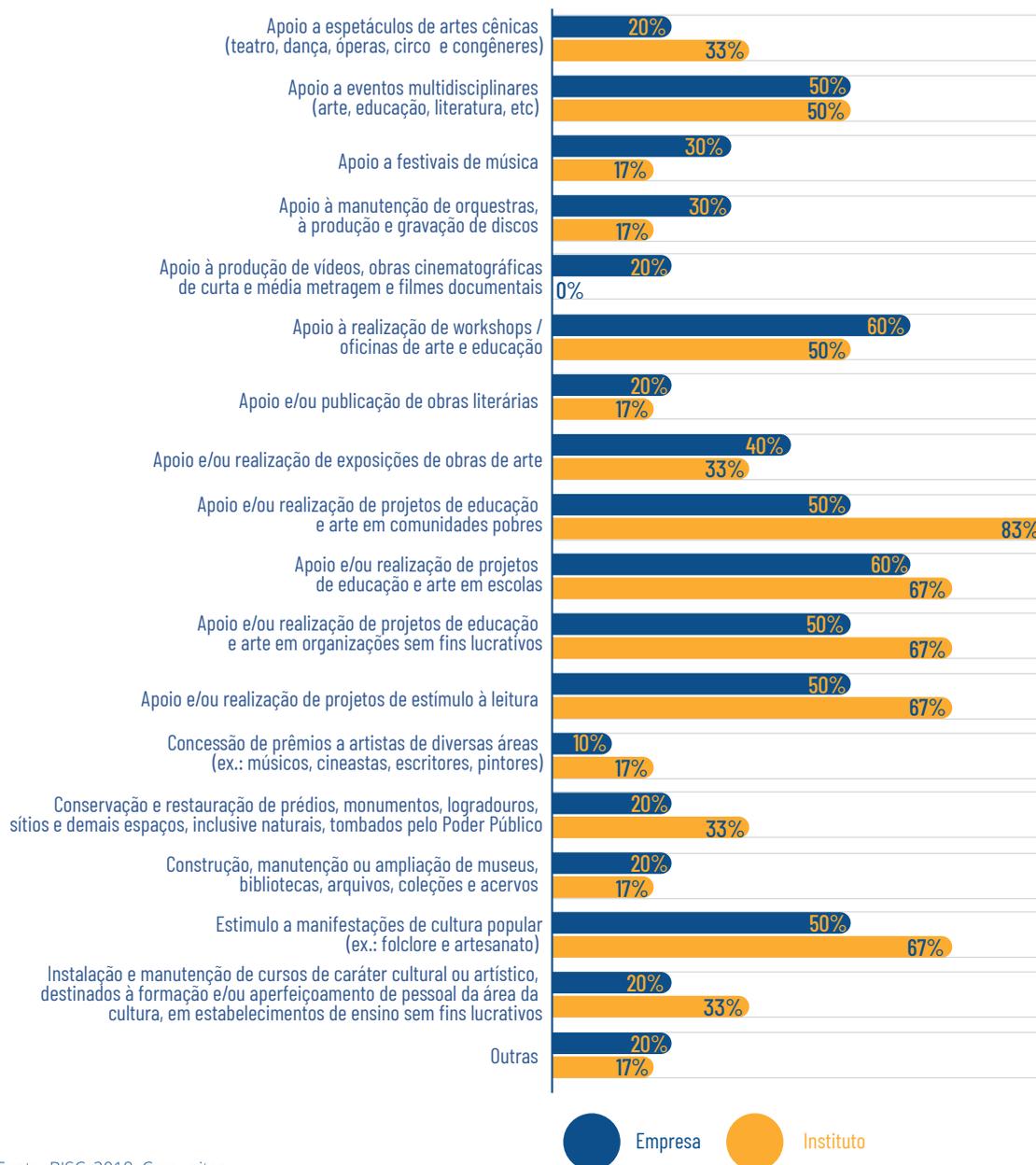
As atividades que integram arte e educação – a exemplo do estímulo à leitura, das oficinas de arte e educação e do apoio a projetos de educação e arte em escolas - também se destacam, sendo apoiadas por 60% das empresas e 67% dos institutos.

O estímulo a manifestações da cultura popular, como o folclore e o artesanato, também é frequente entre os participantes do BISC. Nesse campo atuam 50% das empresas e dois terços dos institutos.

Por outro lado, ao contrário do que se costuma supor, o percentual de empresas ou fundações/institutos que apoiam espetáculos de artes cênicas – teatro, dança, óperas, circo e congêneres –, assim como festivais de músicas, manutenção de orquestras e produção de obras cinematográficas, é relativamente pequeno. Em nenhum desses casos o percentual é superior a 33% dos participantes e, em alguns deles, reduz-se a apenas 17%. O mesmo ocorre em relação à construção, manutenção ou ampliação de museus, bibliotecas e monumentos tombados, dentre outros. Não obstante, os recursos destinados para essas atividades são relativamente elevados: 46% do total investido pelo grupo na área da cultura.

Gráfico 25

## Quais as atividades realizadas pela empresa na área cultural?

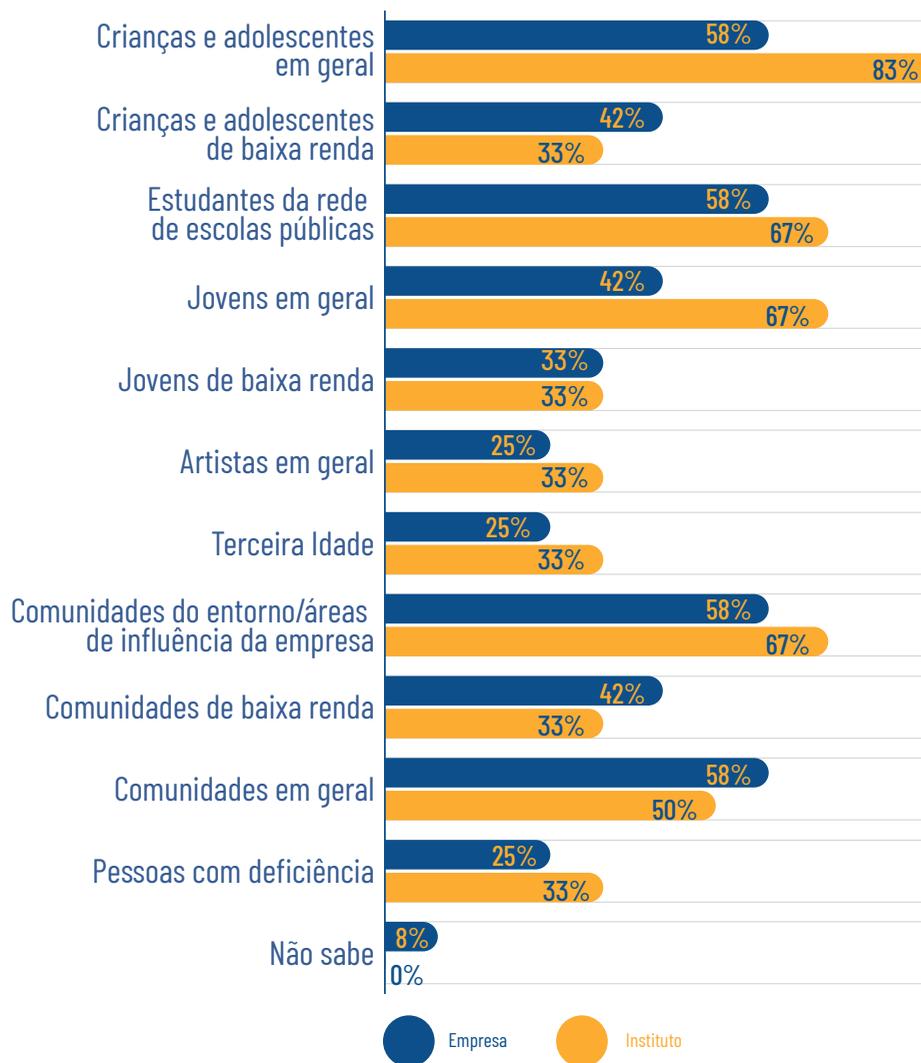


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

O elenco de atividades culturais priorizadas determina os grupos da população que são prioritariamente atendidos pelas empresas e suas fundações ou institutos. Os dados do Gráfico 26 são ilustrativos: crianças e adolescentes em geral, estudantes da rede de escolas públicas e as comunidades que vivem no entorno dos empreendimentos econômicos são os preferidos.

Gráfico 26

Quem se beneficia das atividades culturais desenvolvidas pelas empresas?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Como as empresas e os institutos conduzem os projetos culturais?

Quase todas as empresas (90%) atuam na área cultural por meio do financiamento de projetos de terceiros (Gráfico 27). Esse perfil se modifica quando a análise é voltada para os institutos: em mais da metade deles os recursos são majoritariamente aplicados em projetos próprios (43%), ou exclusivamente em projetos próprios (14%). Esse resultado é coerente com o perfil de atuação dessas organizações que se dedicam muito mais a executar diretamente os investimentos sociais, conforme mencionado em outras seções desse relatório.<sup>8</sup>



FONTE: BISC, 2018. Comunitas

Para selecionar os projetos culturais a serem apoiados, ou diretamente executados, o grupo privilegia, entre outros, dois critérios básicos: a valorização de conteúdos locais e a abrangência do público atendido (Gráfico 28). Tais critérios são compatíveis com os objetivos estabelecidos pelo Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), entre os quais se destacam o de facilitar o acesso à cultura e o de proteger as expressões culturais dos diversos segmentos da sociedade.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Ver o item 2.6 sobre a gestão dos investimentos sociais.

<sup>9</sup> O Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), instituído pela Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, foi criado com o objetivo de direcionar recursos para o desenvolvimento do setor cultural, representado pelas áreas de Artes Cênicas, Artes Visuais, Audiovisual, Música e Patrimônio Cultural. O Pronac se propõe "a facilitar o acesso às fontes de cultura, a promover a regionalização da produção cultural brasileira, a proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e do pluralismo nacional, salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da população, preservar o patrimônio cultural material e imaterial e, principalmente, estimular a produção e a difusão dos bens e serviços culturais". Disponível em: <<https://guiadefomentodacultura.es.gov.br/Media/guiadefomentodacultura/PDF/Manual%20do%20Proposante%20-%20Incentivo%20Fiscal%20a%20Projetos%20Culturais.PDF>>

Cabe ainda mencionar que 42% dos participantes do BISC realizam chamadas públicas para selecionar projetos realizados por terceiros, ainda que o percentual de recursos alocados nesses projetos seja inferior a 10% em mais de 90% dos casos.

Gráfico 28

Quais os principais critérios utilizados pelas empresas para selecionar os projetos culturais ?



FONTE: BISC, 2018. Comunitas

Não há um padrão predominante no que tange às unidades administrativas que decidem internamente sobre os projetos culturais a serem apoiados. Entre as empresas, essa responsabilidade pode ser de uma comissão de seleção interna, com representantes de diversas unidades da área de responsabilidade social ou de comunicação e marketing. Cada uma dessas alternativas ocorre em 30% delas.

A falta de padrão se repete entre os institutos: cerca de um terço deles imputa a seleção ao principal executivo; em outro terço é da área de responsabilidade social; e, em outro, de estruturas colegiadas, seja uma comissão interna ou um conselho (Gráfico 29).

Gráfico 29

Qual a área da empresa que é a principal responsável pela seleção dos projetos culturais?



FONTE: BISC, 2018. Comunitas

## 2.4 | SOBRE O ALINHAMENTO AOS NEGÓCIOS

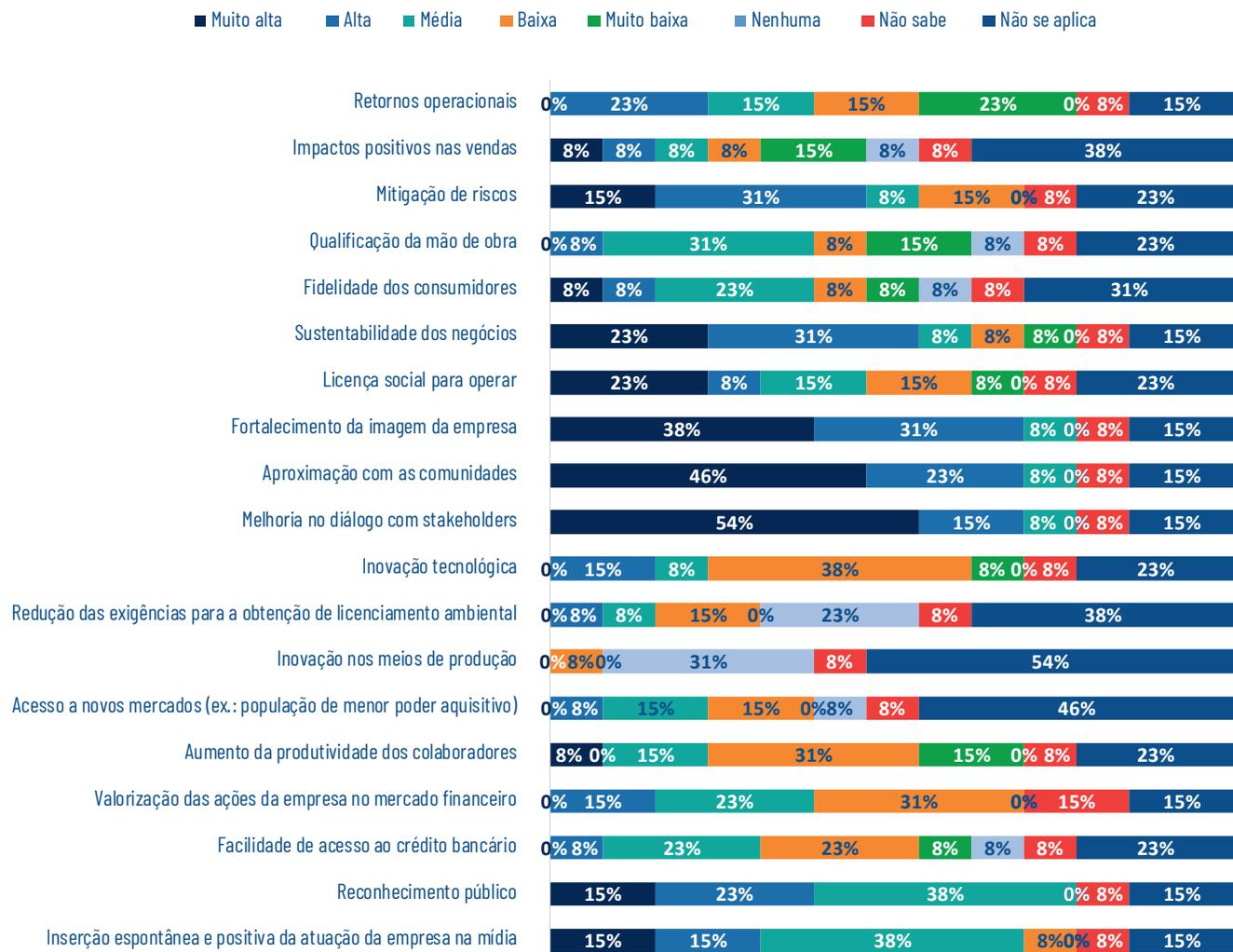
### O que as empresas almejam com o alinhamento dos investimentos sociais aos negócios?

Desde 2013, o BISC vem registrando mudanças no comportamento das empresas com vistas à adoção de práticas sociais relacionadas ao seu *core business* e que podem gerar, simultaneamente, benefícios para as comunidades e para os negócios. Tal estratégia de ganha-ganha nessa área é relativamente nova no país, visto que até alguns anos atrás predominava a visão de que as empresas não deveriam extrair benefícios desses investimentos e nem sequer divulgar a sua atuação no campo social.

O tempo passou e com ele vieram mudanças importantes no entendimento sobre as relações entre negócios e práticas sociais. Aposta-se, cada vez mais, que essa aproximação contribui para melhorar o diálogo com *stakeholders*, aproximar a empresa das comunidades, fortalecer a imagem institucional e promover a sustentabilidade dos negócios, entre outros retornos relevantes. Os resultados apresentados no Gráfico 30 ilustram essa afirmação: mais da metade das empresas têm uma expectativa alta, ou muito alta, em relação a tais benefícios.

Gráfico 30

## Qual a expectativa das empresas em relação ao retorno do alinhamento dos investimentos sociais aos negócios?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

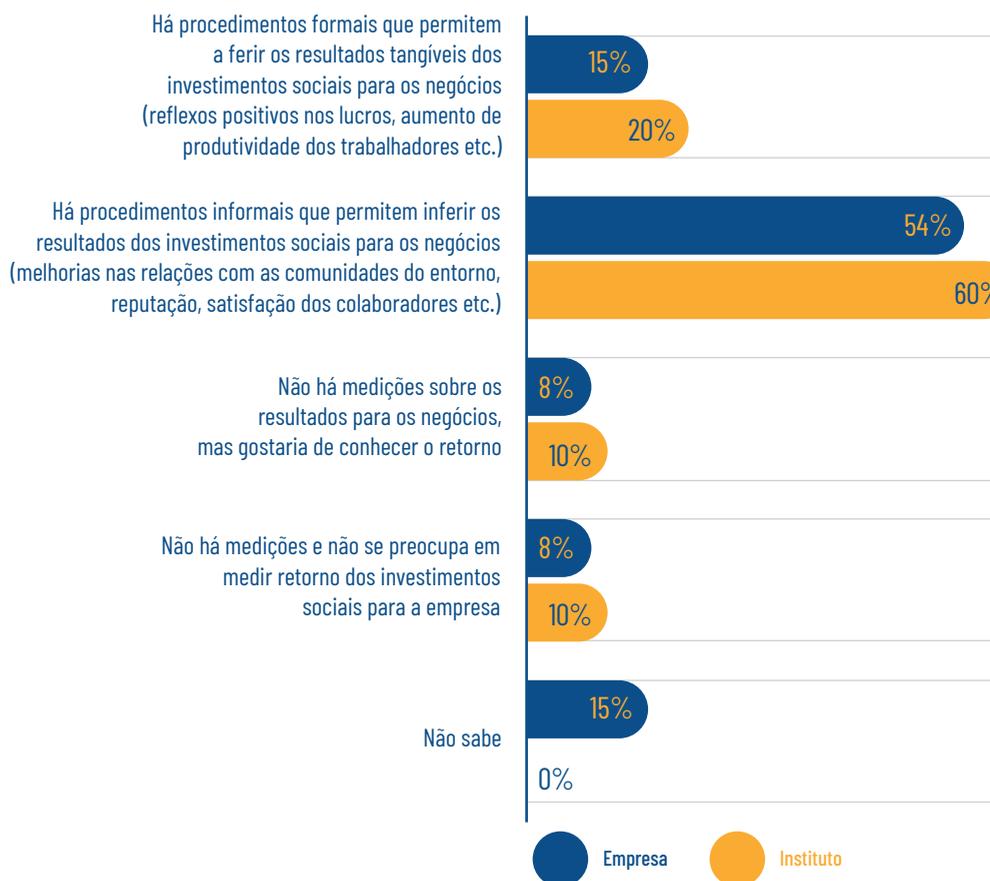
Não obstante essa aposta elevada nos benefícios que podem ser extraídos do alinhamento aos negócios e a crença generalizada de que eles estão sendo alcançados, apenas um quinto das empresas e 15% dos institutos já instituíram procedimentos formais que permitam aferir os resultados tangíveis dos investimentos sociais para os empreendimentos econômicos, tais como aumento dos lucros ou da produtividade dos colaboradores (Gráfico 31).

Até o momento, predomina a adoção de procedimentos informais que, no entanto, permitem aferir resultados às vezes menos tangíveis, tais como melhorias nas relações com as comunidades do entorno, satisfação dos colaboradores ou de outros parceiros, e ganhos de reputação. Assim é que 54% das empresas e 60% dos institutos estão buscando respostas para as indagações internas sobre o retorno do alinhamento aos negócios por meio de procedimentos informais, tais como visitas *in loco*, depoimentos dos beneficiários ou manutenção de canais de diálogos com os atores envolvidos.

O resultado da pesquisa em 2018 indica que cresceu de forma significativa o interesse do grupo em conhecer o retorno dos investimentos sociais, visto que, em 2013, apenas 32% das empresas e 40% dos institutos buscavam aferir tais resultados por meio desses procedimentos informais e mais de um terço delas não buscava sequer medir qualquer tipo de retorno para os próprios negócios.

Gráfico 31

### Como a empresa avalia o retorno dos investimentos sociais alinhados aos negócios?



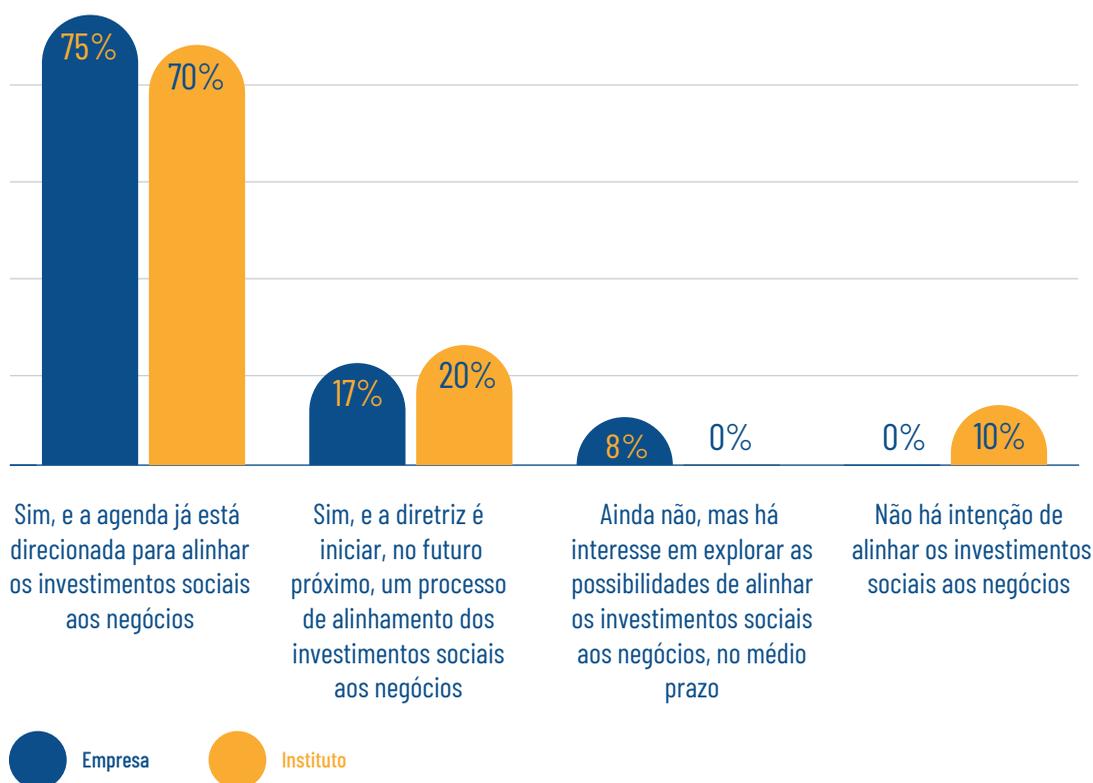
Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Como caminha o processo de alinhamento dos investimentos sociais aos negócios?

Atualmente, todas as empresas e 90% dos institutos já redirecionaram sua agenda para alinhar os investimentos sociais aos negócios, ou pretendem fazê-lo no futuro próximo, revelando o alto nível de adesão do grupo a essa nova forma de conduzir a atuação social privada (Gráfico 32). Cumpre ressaltar que, na esteira desse processo, diversas alterações vêm sendo observadas pelo BISC, e entre elas se destacam, por exemplo, a revisão dos conteúdos dos projetos em curso, o redirecionamento dos projetos para o entorno dos empreendimentos, reorientações nas parcerias com as organizações da sociedade, a inserção dos investimentos sociais na política de sustentabilidade corporativa e a articulação dos investimentos voluntários e obrigatórios.

**Gráfico 32**

As empresas buscam alinhar os investimentos sociais aos negócios?

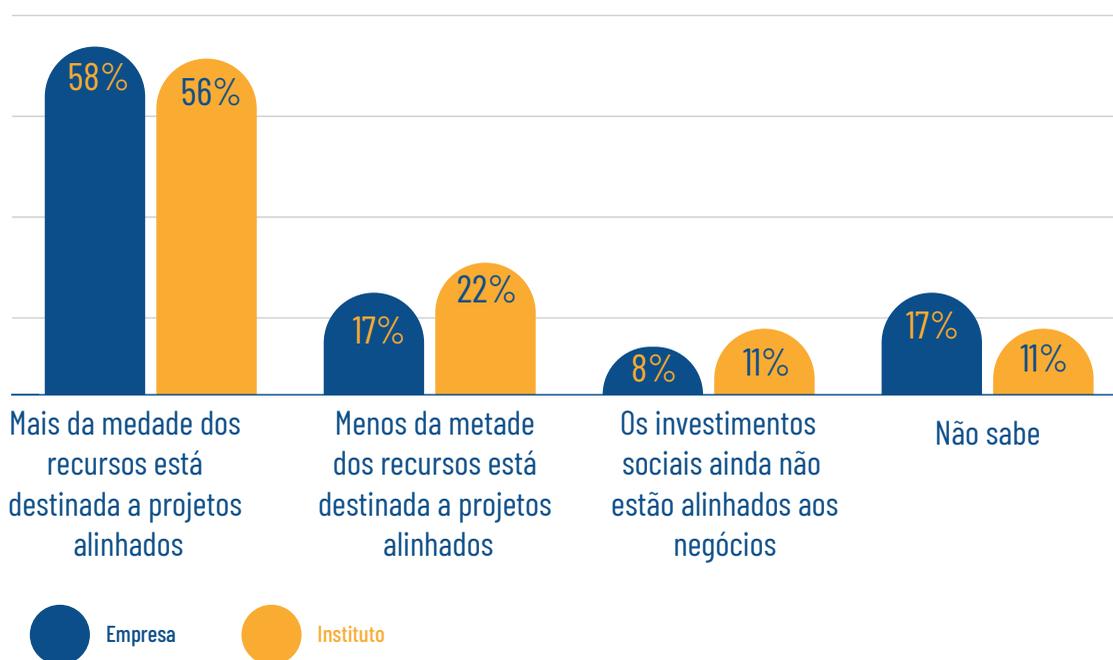


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

O volume de recursos destinados aos projetos alinhados aos negócios é um bom indicador do estágio em que se encontra esse movimento entre os participantes do BISC (Gráfico 33). Atualmente, quase 60% das organizações destinam mais da metade dos seus recursos para os projetos alinhados, sendo que em 42% das empresas e em 22% dos institutos o volume de recursos chega a representar mais de 80% do total investido na área social. O que se extrai dessa informação é que o processo de alinhamento continua se consolidando rapidamente no grupo.

**Gráfico 33**

Em que medida os investimentos sociais estão alinhados às estratégias de negócios?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

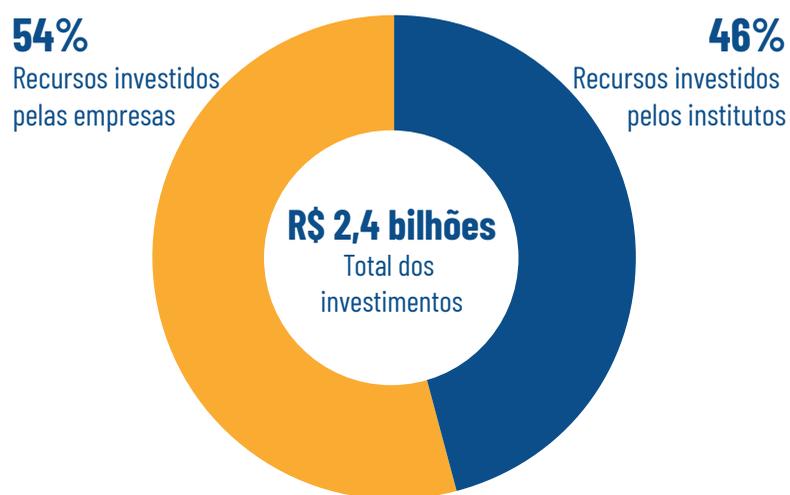
## 2.5 | SOBRE A GESTÃO E A AVALIAÇÃO DOS INVESTIMENTOS SOCIAIS CORPORATIVOS

### Quem gerencia os recursos destinados aos projetos sociais pelo grupo BISC?

Conforme anteriormente destacado, em 2017 os investimentos sociais do grupo BISC atingiram a casa dos R\$2,4 bilhões (Gráfico 34). A maior parte desses recursos (54%) é aplicada diretamente pelas empresas e isso pode surpreender na medida em que 86% delas criaram fundações ou institutos para responderem pela condução dos seus projetos sociais.

Gráfico 34

Como se repartem os investimentos sociais?

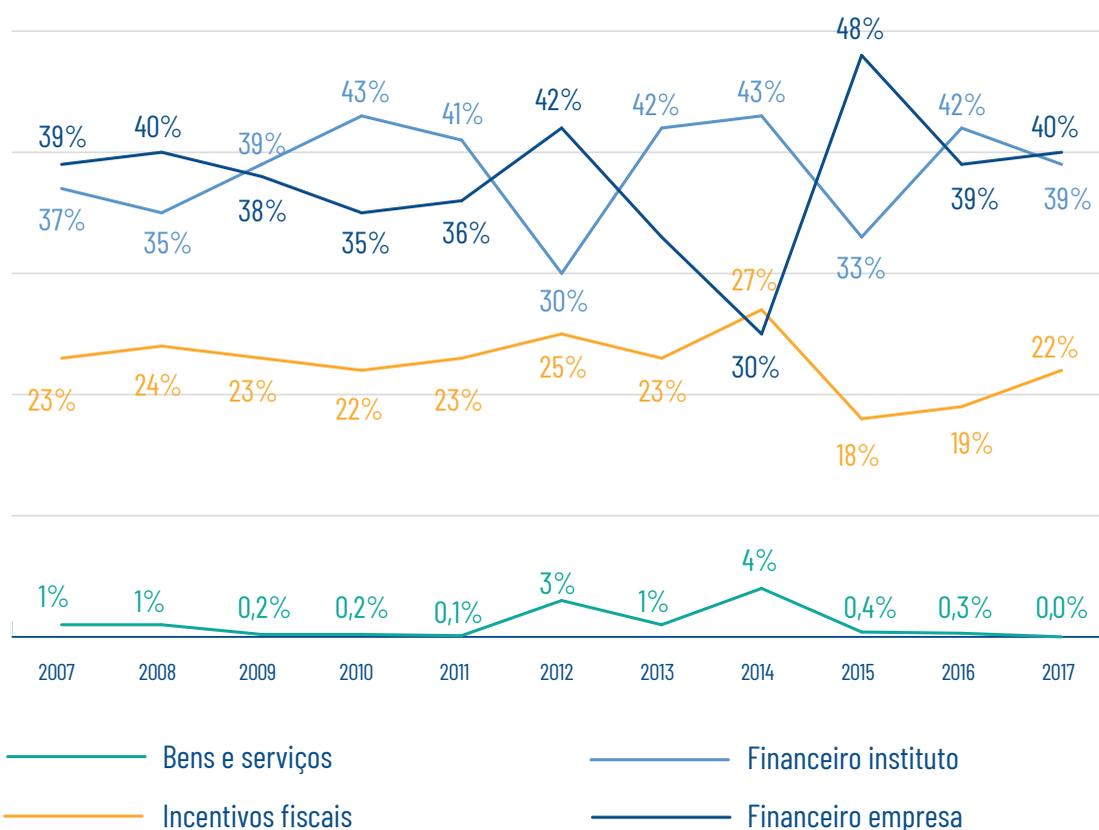


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Não obstante, esse resultado é parcialmente atribuído às diferenças no perfil da atuação desses dois grupos de instituições e ao fato de que são as empresas que respondem mais diretamente pela alocação dos recursos provenientes dos incentivos fiscais. Quando as informações sobre a composição dos investimentos sociais são desagregadas, separando-se o valor correspondente aos incentivos fiscais, observa-se que na maioria dos anos, entre 2007 e 2017, os valores investidos diretamente pelos institutos foram superiores àqueles investidos diretamente pelas empresas.

Gráfico 35

Qual a composição dos investimentos sociais do grupo BISC? (2007-2017)

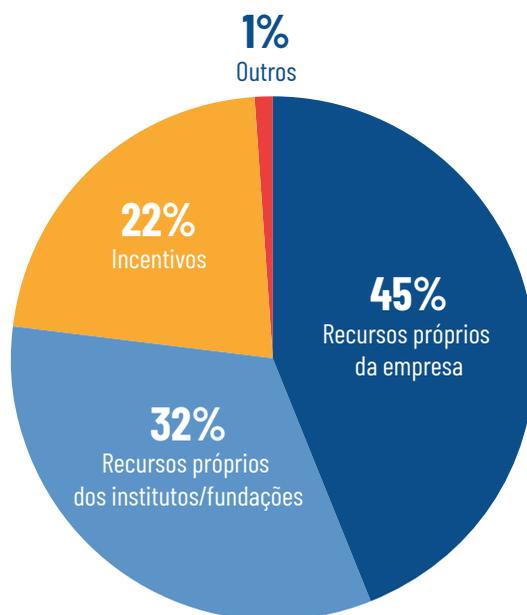


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

A importância dos institutos na gerência dos investimentos sociais não significa, entretanto, que haja uma independência financeira dessas organizações em relação a suas empresas mantenedoras. Do total investido pelo grupo BISC, menos de um terço é proveniente de fontes próprias das fundações/institutos, conforme observado no Gráfico 36.

**Gráfico 36**

Como se compôs o financiamento dos investimentos sociais das empresas em 2017?



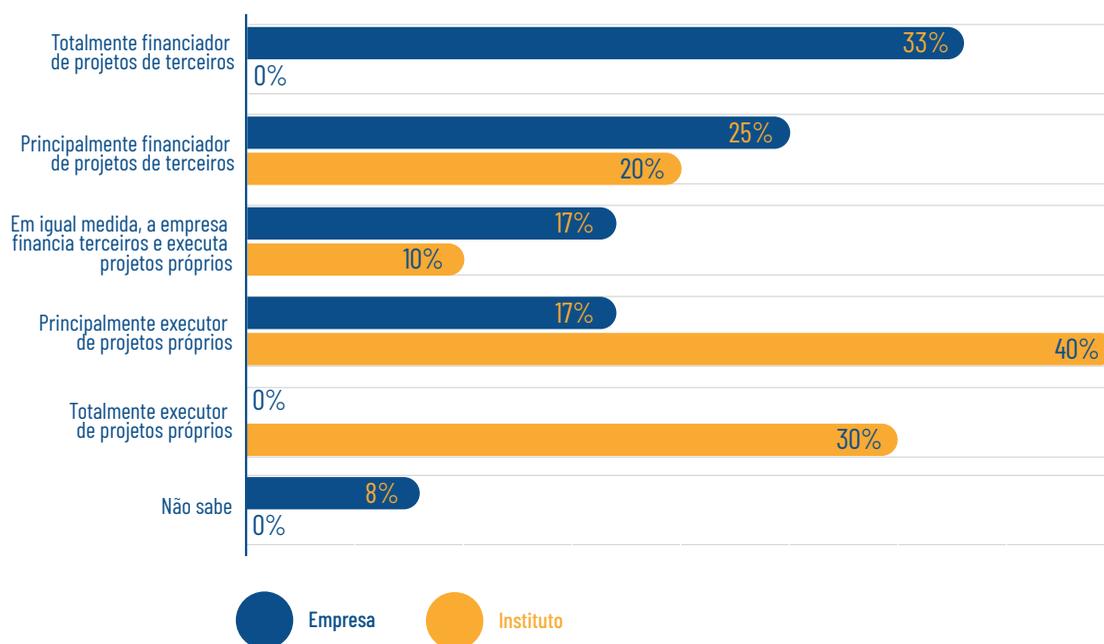
Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Em que medida as empresas e os institutos/fundações se envolvem na execução de projetos sociais?

Empresas e institutos diferem bastante na forma como gerem os investimentos sociais. As primeiras se declaram majoritariamente financiadoras de projetos de terceiros e os institutos assinalam a predominância da execução direta dos seus projetos sociais (Gráfico 37). Esse resultado é esperado, na medida em que institutos e fundações foram criados para responder pela gestão dos projetos sociais das corporações, conforme anteriormente mencionado.

**Gráfico 37**

Qual a estratégia adotada pelas empresas e institutos para conduzirem os seus projetos sociais?

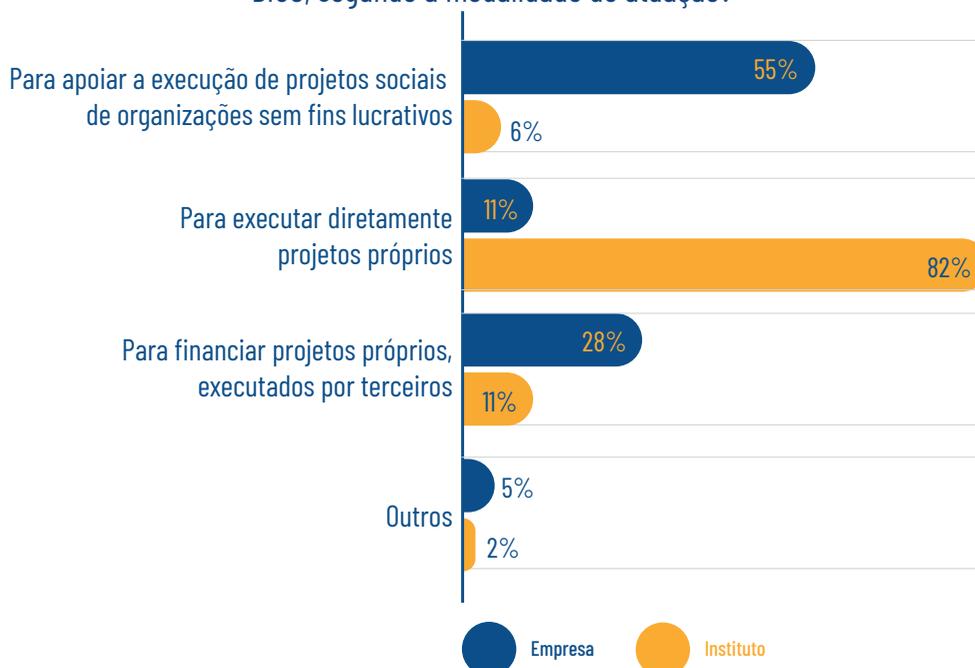


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Os dados sobre a distribuição dos recursos investidos pelo grupo BISC corroboram essas informações. Mais de 80% dos investimentos realizados pelas empresas ficaram a cargo de projetos executados por terceiros, enquanto nos institutos um percentual semelhante (82%) foi destinado para a execução dos seus próprios projetos (Gráfico 38).

**Gráfico 38**

Como se repartem os recursos investidos pelo grupo BISC, segundo a modalidade de atuação?

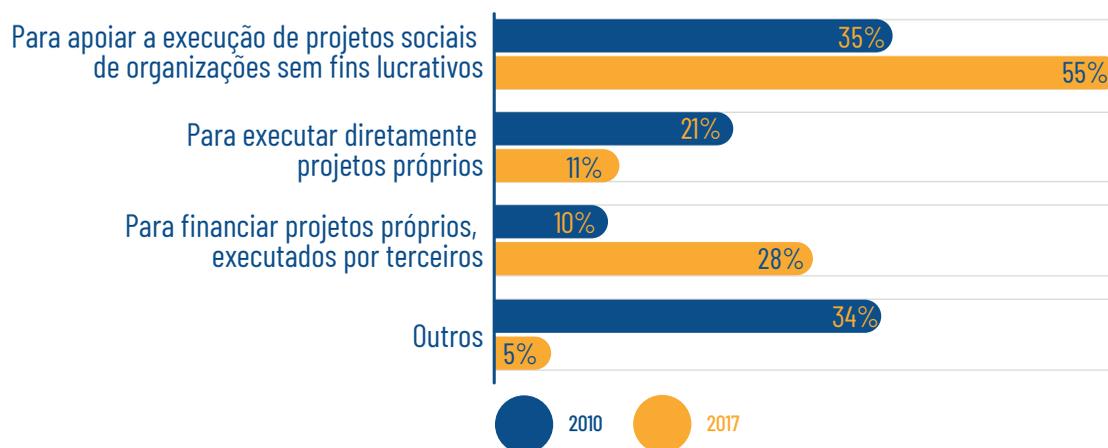


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

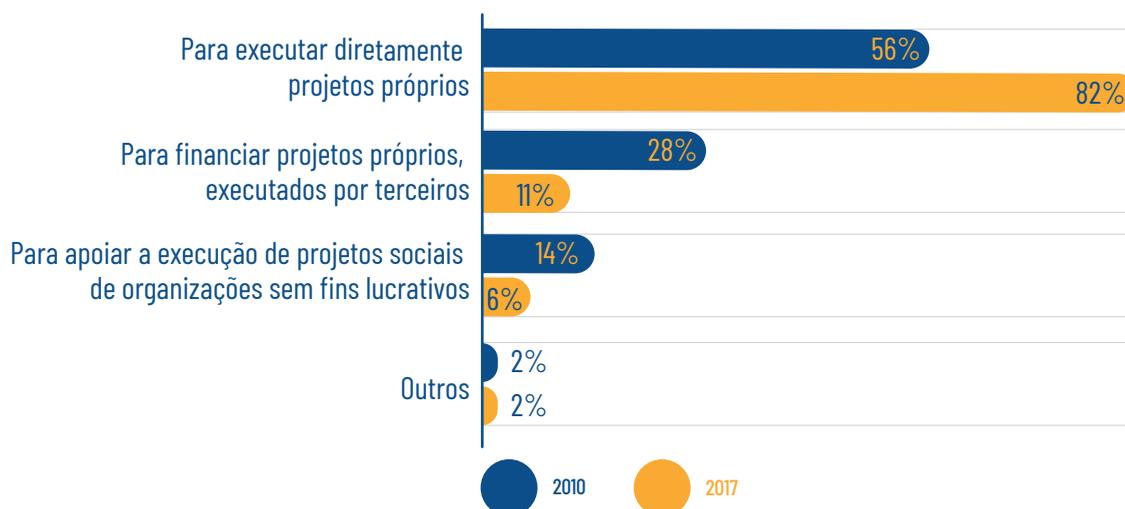
Vale observar as mudanças verificadas na forma de conduzir os investimentos sociais privados nos últimos anos. Os dados dos Gráficos 39 e 40 sinalizam que o movimento das empresas foi inverso ao dos institutos. Enquanto as primeiras reduziram significativamente o percentual de recursos destinado à execução direta dos seus projetos sociais (de 21% para 11%), os institutos ampliaram esse percentual de 56% para 82%, respectivamente. Assim, o resultado revela que essas organizações, ao contrário das empresas, foram se estruturando, gradativamente, para absorver a responsabilidade de executar diretamente seus projetos sociais.

**Gráfico 39**

Como se repartem os recursos investidos pelas *empresas* segundo a modalidade de atuação?

**Gráfico 40**

Como se repartem os recursos investidos pelos *institutos* segundo a modalidade de atuação?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Quanto as empresas despendem na gestão dos investimentos sociais?

Poucas empresas dispõem de informações sobre os custos envolvidos na gestão dos seus investimentos sociais. Essa limitação tem sido observada ao longo das diversas edições do BISC e reflete a dificuldade, sobretudo das empresas, em reunir os dados e dimensionar as despesas operacionais, uma vez que parte dos custos (e não se sabe que parte) está, geralmente, embutida nos custos administrativos da organização como um todo. Em 2017 apenas 18% das empresas e 30% dos institutos informaram seus custos de gestão. Desta forma, em virtude do baixo número de respostas nesse tópico, não é possível uma extrapolação do resultado que represente o perfil dos custos de gestão do grupo.

É relevante mencionar que, mesmo naqueles anos em que as informações foram mais abrangentes, observou-se que as diferenças nos valores entre as empresas eram tão significativas que não permitiram identificar qual seria o percentual adequado para se despendem na gestão dos investimentos sociais. O mesmo acontece em relação ao número de profissionais dedicados à condução dos investimentos sociais. Nas empresas, o número de colaboradores dedicados exclusivamente aos projetos sociais variou de 1 a 64. Nos institutos a variação foi ainda muito mais expressiva, não permitindo extrair o que seria mais próximo de um comportamento padrão.

Isso porque há uma diferença muito grande na forma como o grupo atua e, como é sabido, custos administrativos e operacionais, bem como o número e o perfil de qualificação dos recursos humanos envolvidos, dependem: (a) do tipo de atendimento prestado e das atividades desenvolvidas; (b) do nível de envolvimento institucional (execução direta ou delegação para terceiros); (c) da proporção de colaboradores contratados diretamente para executar os projetos sociais ou de consultores externos; (d) da localização dos projetos (em regiões vizinhas ou dispersa no território nacional), dentre outras variáveis.

Dessa forma, coube às empresas do BISC debaterem, conjuntamente, a relevância e a pertinência de se continuar em busca dessas informações sobre os custos de gestão dos investimentos sociais. Esse tema foi preliminarmente discutido em reunião do Grupo de Debates,<sup>10</sup> realizada em outubro de 2018. Por um lado, o grupo destacou a importância do BISC enquanto

---

<sup>10</sup> O Grupo de Debates BISC foi instituído pela Comunitas, em 2015, com o objetivo de explorar e aprofundar a reflexão sobre temas selecionados pelos parceiros e de contribuir para o intercâmbio de experiências e aprimoramentos na condução dos investimentos sociais privados.

“instrumento de educação” para a condução do investimento social, e que, nesse sentido, deveria continuar a estimular o dimensionamento desses custos administrativos. Por outro lado, dadas as limitações para a comparação dos resultados e as dificuldades inerentes à reunião dos dados solicitados, o grupo acordou, a princípio, que o levantamento de tais informações será provisoriamente suspenso, até que se proceda a uma nova rodada de discussões.

## **O que fazem as empresas para avaliar seus investimentos sociais? E qual a utilidade das avaliações realizadas?**

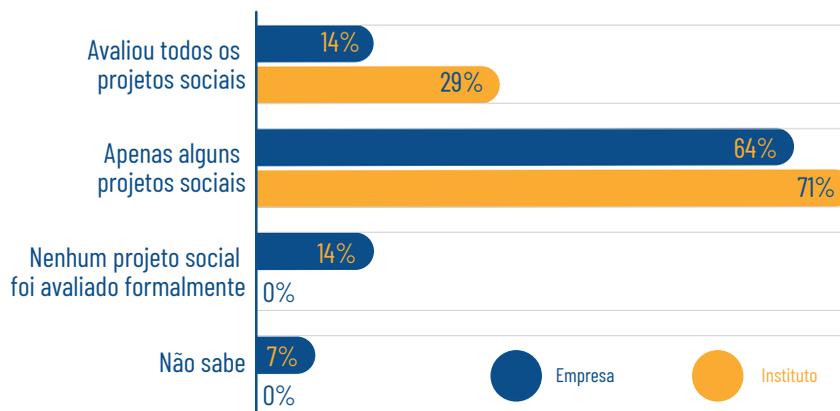
Nos últimos três anos, praticamente todas as empresas avaliaram diretamente, ou por meio de seus institutos, seus projetos sociais.<sup>11</sup> No entanto, nem todos os projetos foram avaliados: 64% das empresas e 71% dos institutos avaliaram apenas alguns deles (Gráfico 41). Conforme já observado em anos anteriores, os institutos avaliam mais sua atuação e isso pode ser atribuído ao fato de que essas organizações se envolvem mais diretamente na execução dos projetos sociais. Já as empresas tendem a apoiar iniciativas de terceiros e nem sempre é possível avaliar projetos nos quais teve uma participação menos efetiva.

---

<sup>11</sup> No guia da pesquisa que orienta o preenchimento do questionário foi recomendado que o grupo considerasse como avaliação formal: a existência de um processo de aquisição sistemático de informações que permitem qualificar, com base na aplicação de critérios publicamente defensáveis, o alcance das metas e resultados preestabelecidos para os projetos da empresa, ou da sua fundação. Não se confunde com monitoramento, que se restringe ao acompanhamento sistemático da execução dos projetos.

Gráfico 41

Em que medida as empresas avaliaram formalmente os seus projetos sociais nos últimos três anos?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Da análise do Gráfico 42 pode-se extrair que as empresas e institutos buscam controlar o que está acontecendo em todo o processo de implementação dos projetos sociais, uma vez que cerca de 90% deles declaram monitorar sua execução. Por meio do monitoramento é possível manter um olhar interno e permanente sobre a gestão das ações desenvolvidas e reunir informações sistematizadas sobre os produtos gerados pelas ações desenvolvidas (ex.: número de atendimentos prestados e de pessoas atendidas).

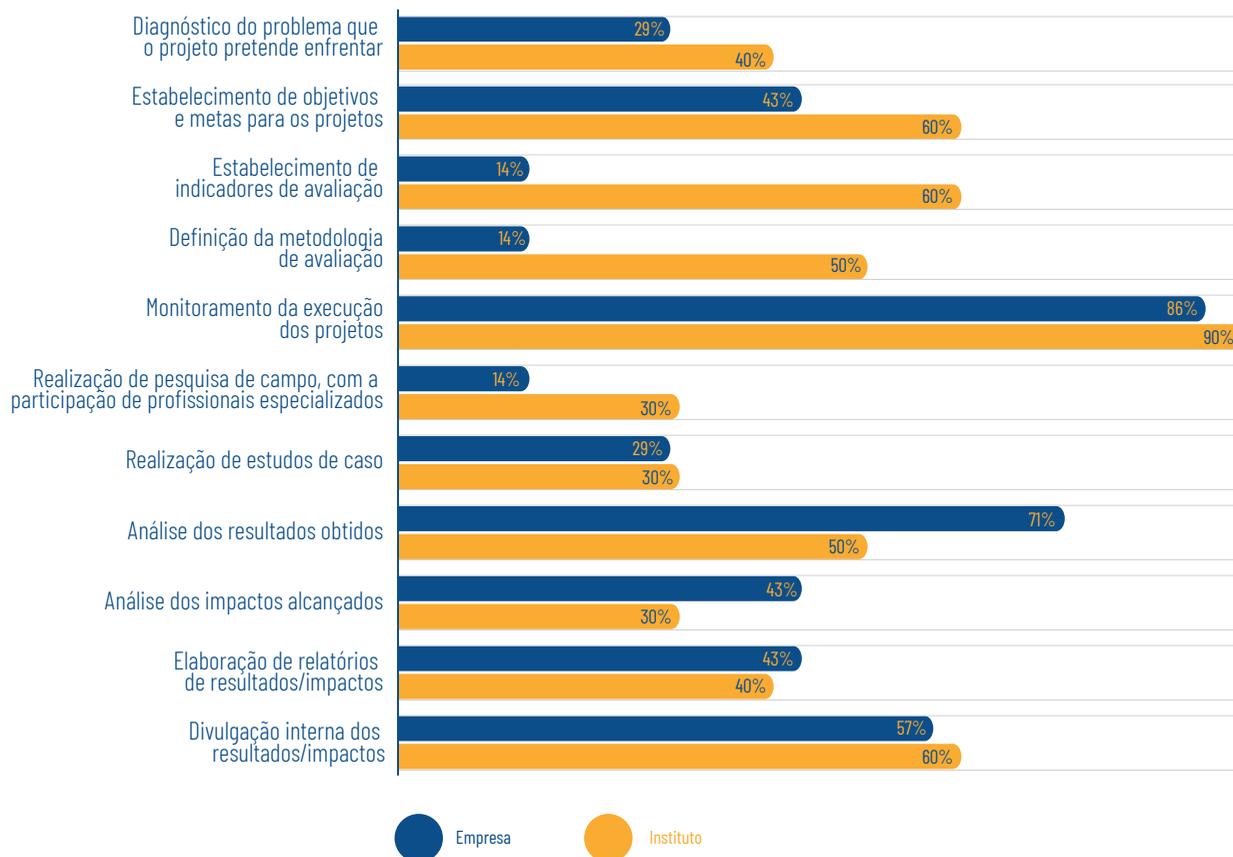
Quanto à avaliação dos resultados e, sobretudo, dos impactos gerados pelos investimentos sociais, os desafios são maiores. Na última edição do BISC foi destacado que “as empresas ainda não estão satisfeitas com a qualidade das informações obtidas nas avaliações e apenas 33% delas concordam totalmente com a afirmação de que as avaliações realizadas permitem mensurar satisfatoriamente os resultados de seus projetos sociais”.<sup>12</sup>

Os dados ora lançados reforçam que há muito o que avançar no que tange à adoção de alguns procedimentos essenciais a uma boa avaliação. Por exemplo, menos de um terço dos participantes realiza estudos de caso que permitem analisar *in loco* as mudanças produzidas na qualidade de vida dos beneficiários; apenas 14% das empresas estabeleceram metodologias e indicadores de avaliação; e menos da metade dos participantes dispõem de análises dos impactos alcançados.

<sup>12</sup> Ver: Relatório Benchmarking do Investimento Social Corporativo – BISC 2017. Comunitas. São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://comunitas.org/bisc/publicacoes>>

Gráfico 42

Quais os procedimentos adotados pela empresa para avaliar os seus projetos sociais?

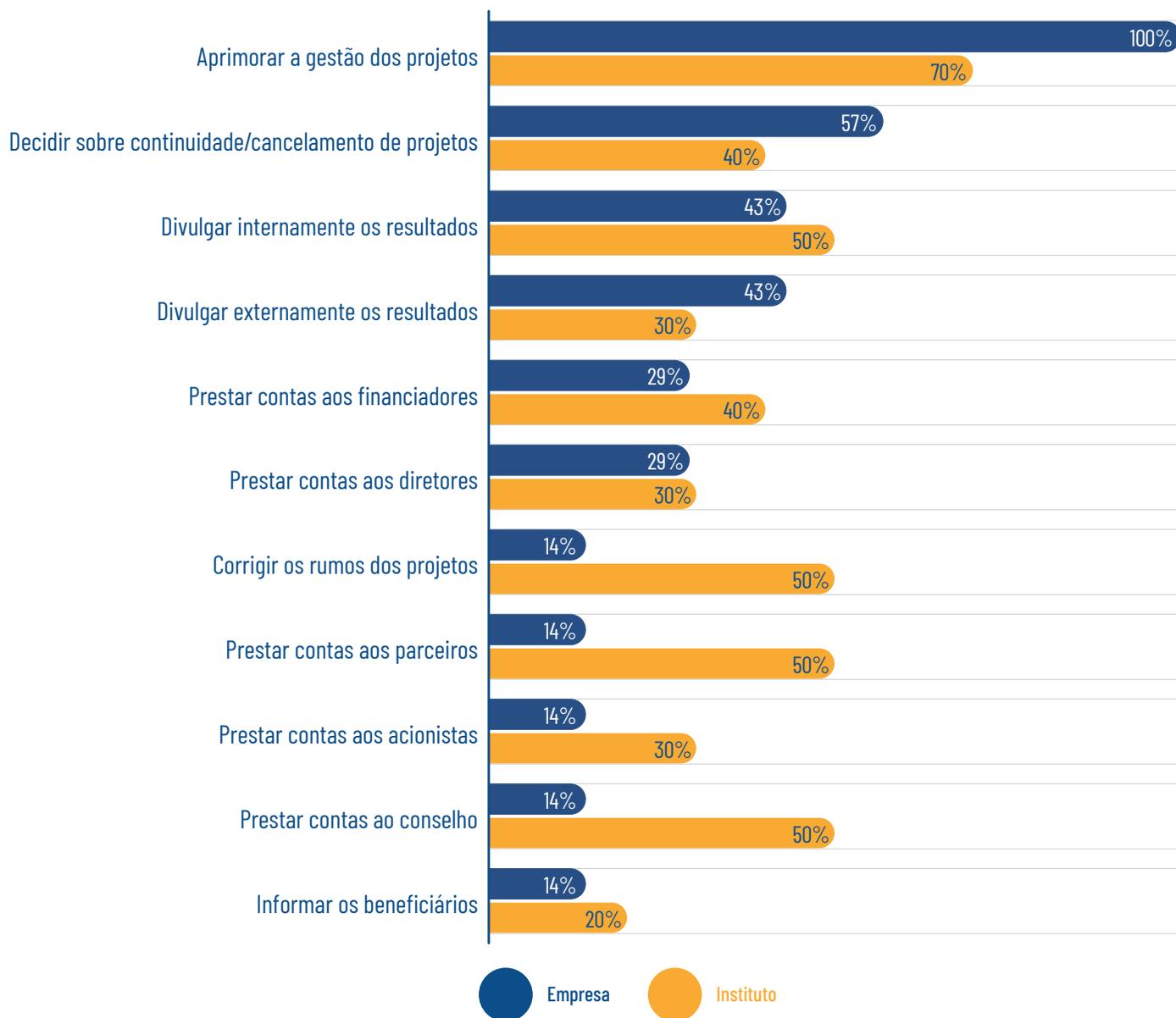


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

É recorrente na literatura sobre o tema que as avaliações só fazem sentido se forem úteis e capazes de indicar caminhos, melhorar a qualidade das ações e subsidiar a tomada de decisões. Não obstante as dificuldades, o interesse na avaliação é grande, pois os dados apresentados no Gráfico 43 indicam que 100% das empresas e 70% dos institutos declaram usar as avaliações para o aprimoramento dos seus projetos. Ademais, as avaliações estão sendo úteis para os institutos prestarem contas aos parceiros, aos conselhos e aos acionistas, conforme informação fornecida por 50% deles. Entre as empresas, destaca-se o uso para a divulgação interna e externa, o que é feito por 43% delas.

**Gráfico 43**

Que uso as empresas/os institutos fazem dos resultados obtidos nas avaliações dos projetos sociais?

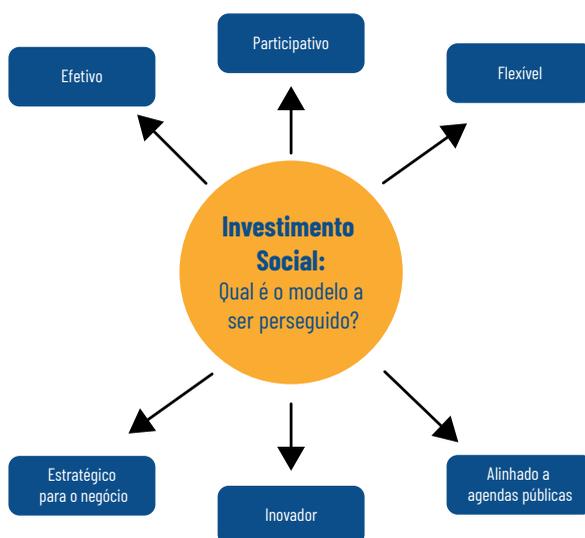


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## 2.6 | SOBRE O PADRÃO DE QUALIDADE DOS INVESTIMENTOS SOCIAIS

Dentre as conclusões extraídas do balanço dos investimentos sociais da última década, realizado pelo BISC em 2017, destacam-se os desafios apontados pelas empresas para a garantia do sucesso das práticas sociais. Conforme assinalado no Relatório daquele ano,<sup>13</sup> cada vez mais os projetos serão avaliados pela sua aderência aos seguintes predicados: participativo, efetivo, flexível, inovador, estratégico para o negócio e alinhado a agendas públicas (Figura 7).

Figura 7



Fonte: BISC, 2017. Comunitas

Em que medida os investimentos sociais das empresas estão atendendo a esses quesitos? O retrato da autoavaliação realizada pelo grupo em 2018 é revelado nesta seção. Entre os 25 indicadores de uma boa gestão apresentados no questionário da pesquisa, destacam-se os resultados observados em relação a diversos aspectos com respeito à flexibilidade para mudanças e incorporação de novas tecnologias sociais, à garantia de condições objetivas para a execução dos projetos, à aproximação dos investimentos sociais às demandas dos negócios e ao alinhamento às políticas públicas. Não obstante, merece atenção o fato de que, em vários itens, é elevado o percentual de empresas que adotam as práticas recomendadas em apenas uma pequena parte, ou em nenhum, dos seus projetos. Em geral, o grupo foi criterioso ao analisar o comportamento da sua organização, e os dados revelam que há necessidade de aprimoramentos em vários aspectos analisados, conforme destacado a seguir.

<sup>13</sup> Ver: Relatório BISC de 2017: retrospectiva da atuação social corporativa nos últimos dez anos. Comunitas, São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://www.comunitas.org/portal/publicacoes/>>.

## Qual o grau de PARTICIPAÇÃO dos atores envolvidos?

Metade das empresas e dos institutos está bem avançada no que tange ao diálogo com as comunidades. Não obstante, há espaços para aprimoramentos, sobretudo nas questões relativas à participação dos atores envolvidos nos processos decisórios e na gestão dos investimentos sociais. Os resultados apresentados nos Gráficos 44 a 48 ilustram os esforços empreendidos pelo grupo em relação a diversos quesitos necessários a um alto padrão de participação.

**Gráfico 44**

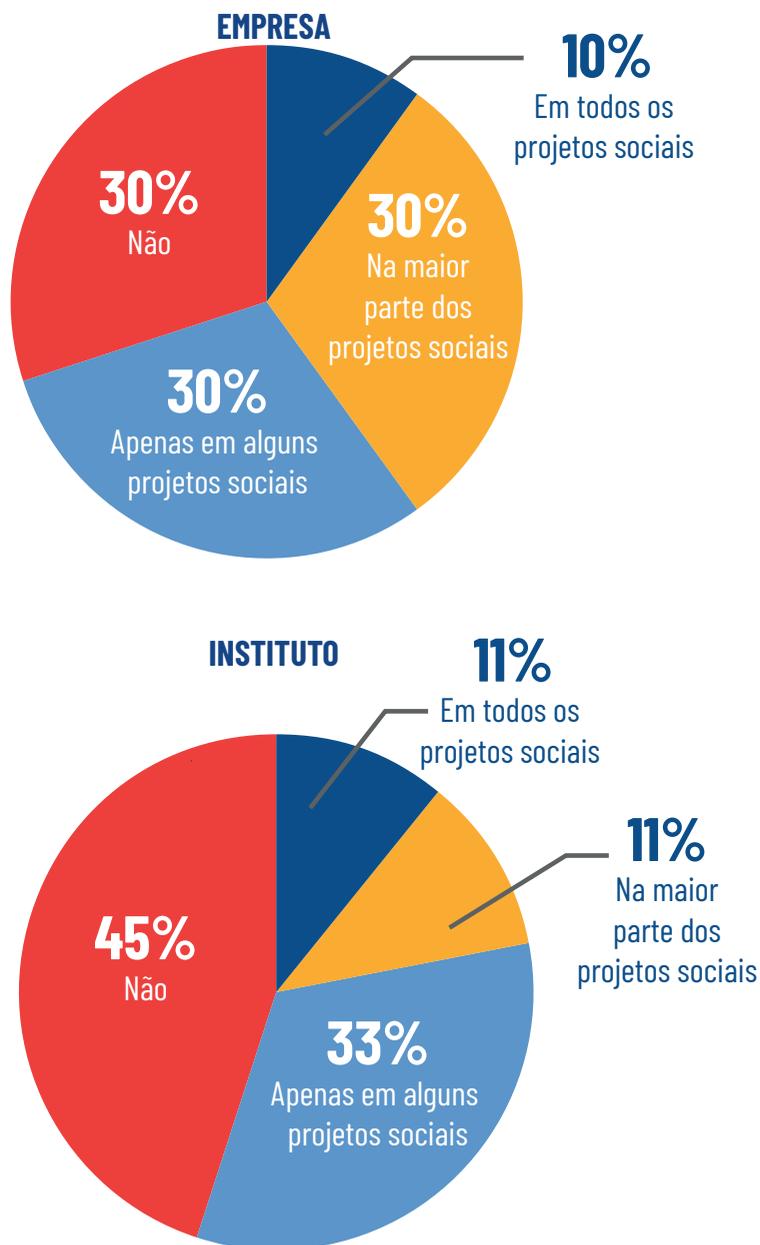
### Alianças estratégicas



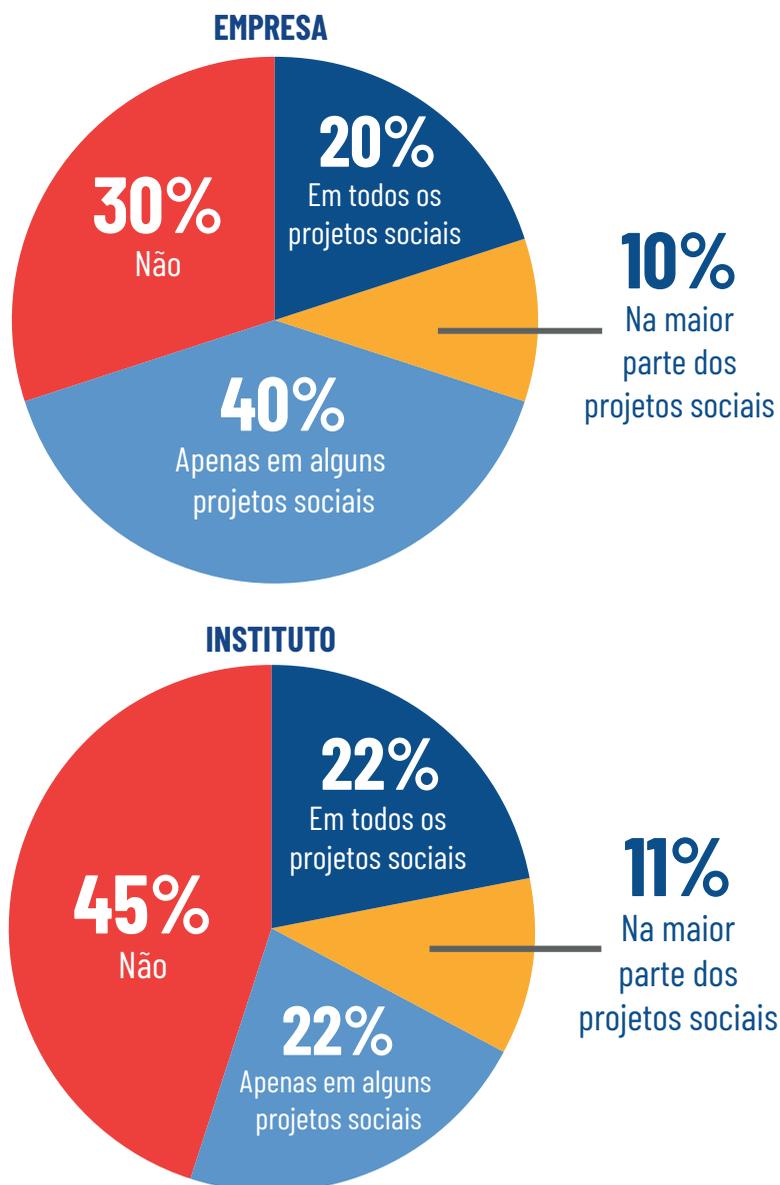
Quarenta por cento das empresas e 62% dos institutos articulam alianças com atores sociais relevantes e envolvem organizações comunitárias na definição do desenho e na condução de todos ou da maior parte dos seus projetos sociais (Gráfico 44)

**Gráfico 45****Diálogo com as comunidades****EMPRESA****INSTITUTO**

Metade das empresas e dos institutos mantém mecanismos permanentes de consulta e diálogo com os diversos atores envolvidos para a condução de todos ou da maior parte dos projetos que compõem a sua carteira de investimentos sociais (Gráfico 45).

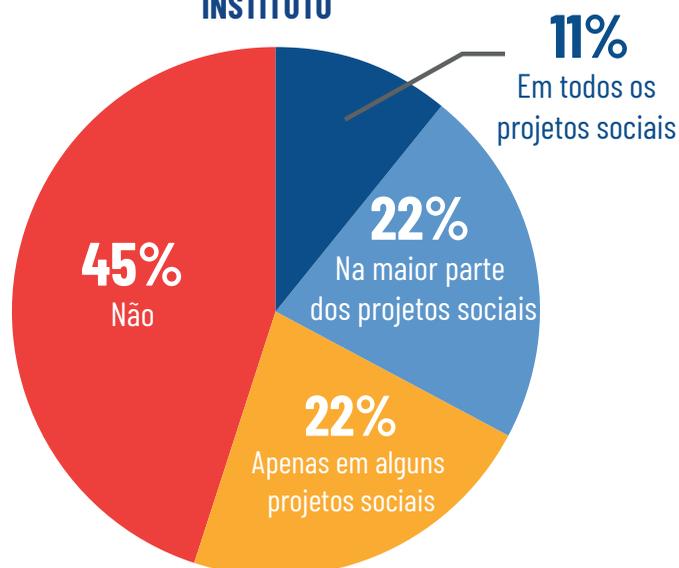
**Gráfico 46****Instâncias colegiadas**

Para a condução de todos ou da maior parte dos projetos sociais, 40% das empresas e apenas 22% dos institutos, estabelecem mecanismos formais de interação com os representantes das comunidades atendidas e estabelecem com eles compromissos públicos (Gráfico 46).

**Gráfico 47****Engajamento dos colaboradores**

Cerca de um terço das empresas e dos institutos possui mecanismos formais que permitem a participação dos colaboradores na condução de todos ou da maior parte dos seus projetos

sociais. Entre esses mecanismos se destacam, por exemplo, os programas participativos de voluntariado ou a instituição de comitês de colaboradores para a gestão dos projetos (Gráfico 47).

**Gráfico 48****Comunicação e mobilização****EMPRESA****INSTITUTO**

Metade das empresas e um terço dos institutos estabelecem estratégias de comunicação e mobilização, tais como a realização de eventos, campanhas de divulgação e premiações, para obter a adesão das comunidades a todos ou à maior parte dos seus projetos sociais (Gráfico 48).

## As condições para garantir a EFETIVIDADE dos investimentos sociais estão estabelecidas?

No geral, estão garantidas as condições para o bom desempenho da maior parte dos projetos sociais do grupo, conforme pode ser observado nos resultados apresentados nos Gráficos 49 a 53. Não obstante, em um terço das organizações a avaliação dos resultados foi aplicada em apenas alguns projetos sociais, ou não foi realizada.

**Gráfico 49**

Objetivos e metas

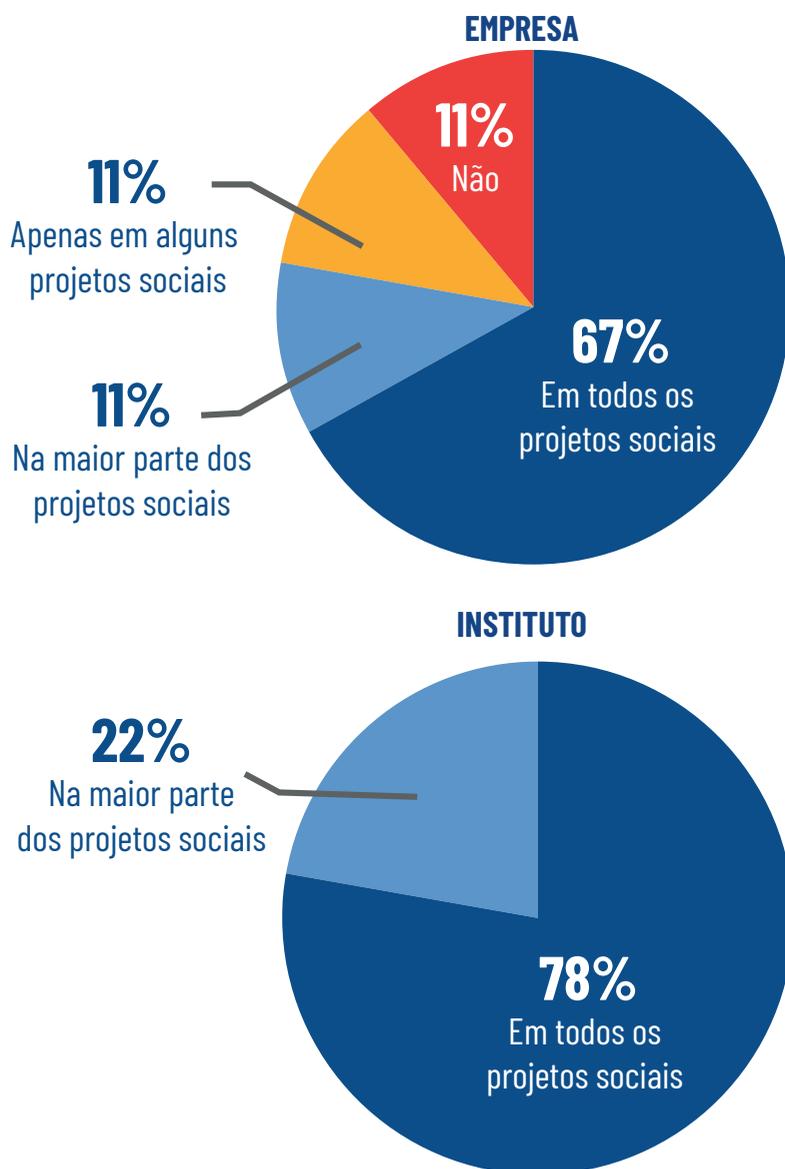
**EMPRESA**



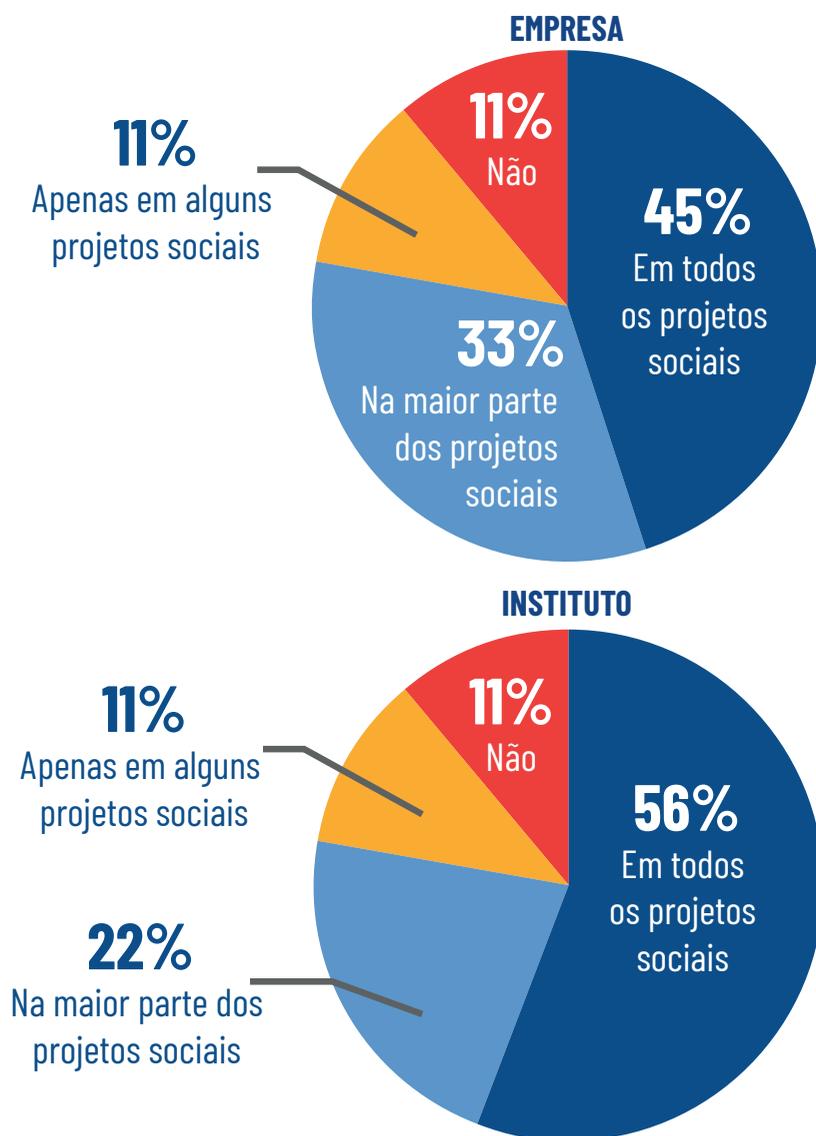
**INSTITUTO**



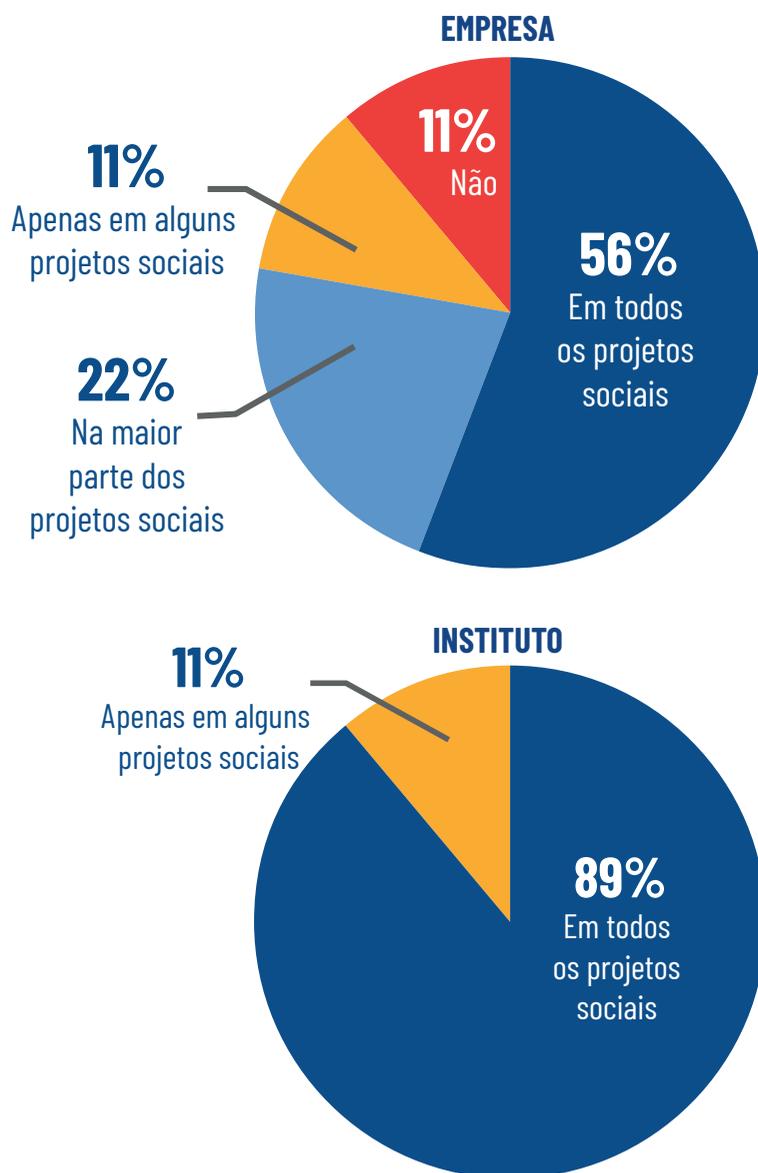
Praticamente todas as organizações estabelecem claramente objetivos, metas e indicadores de acompanhamento dos seus projetos sociais, ainda que tal procedimento não esteja universalizado: em um terço das empresas e em 22% dos institutos eles são adotados apenas em alguns projetos (Gráfico 49).

**Gráfico 50****Viabilidade operacional**

Os recursos humanos e financeiros, bem como os meios necessários ao cumprimento dos objetivos e metas estabelecidos, são antecipadamente garantidos, para todos os projetos, em 67% das empresas e 78% dos institutos (Gráfico 50).

**Gráfico 51****Desenho e execução dos projetos**

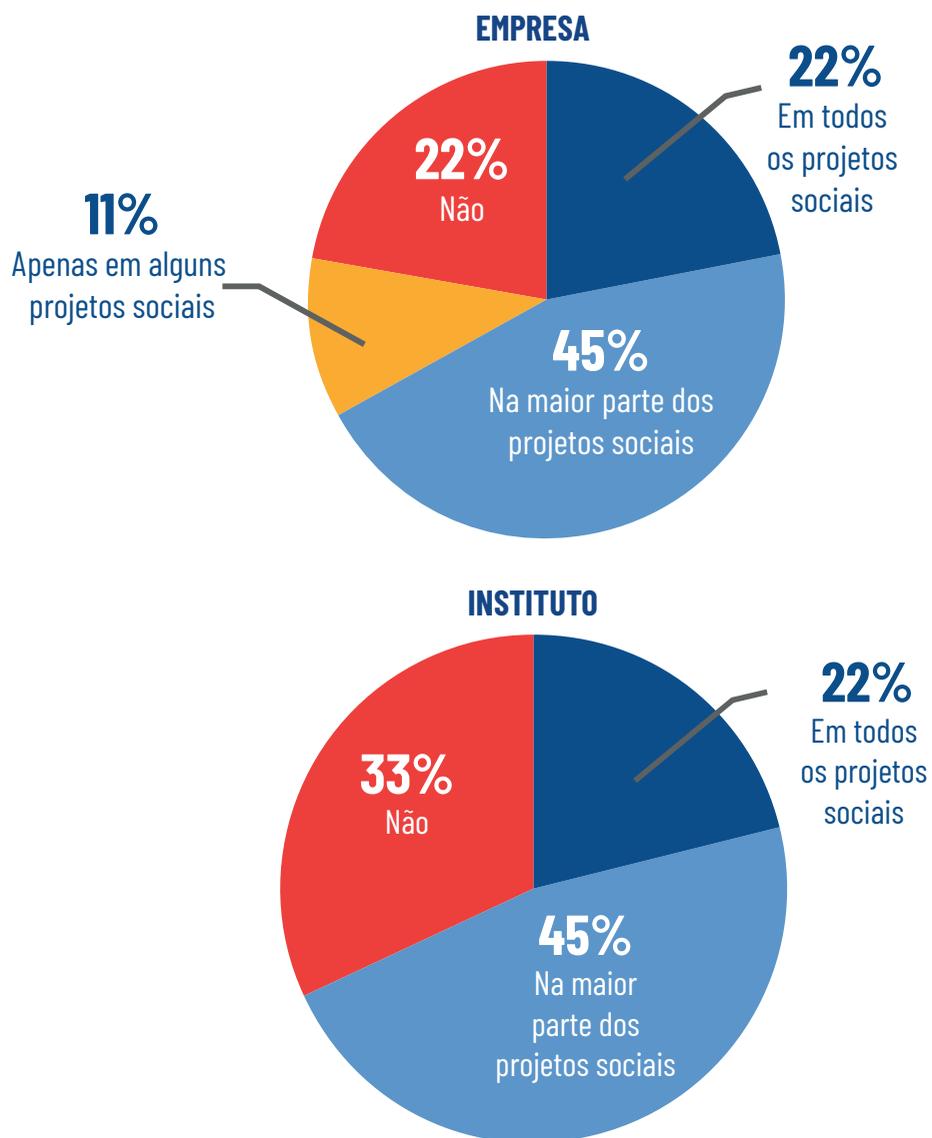
Setenta e oito por cento das organizações consideram que as atividades desenvolvidas são adequadas e potentes para garantir o alcance dos resultados e os impactos almejados em todos ou na maior parte dos seus projetos sociais (Gráfico 51).

**Gráfico 52****Controle e monitoramento**

Quase a totalidade das organizações monitora, permanentemente, a execução de todos ou de grande parte dos seus projetos sociais (Gráfico 52).

**Gráfico 53**

Avaliação



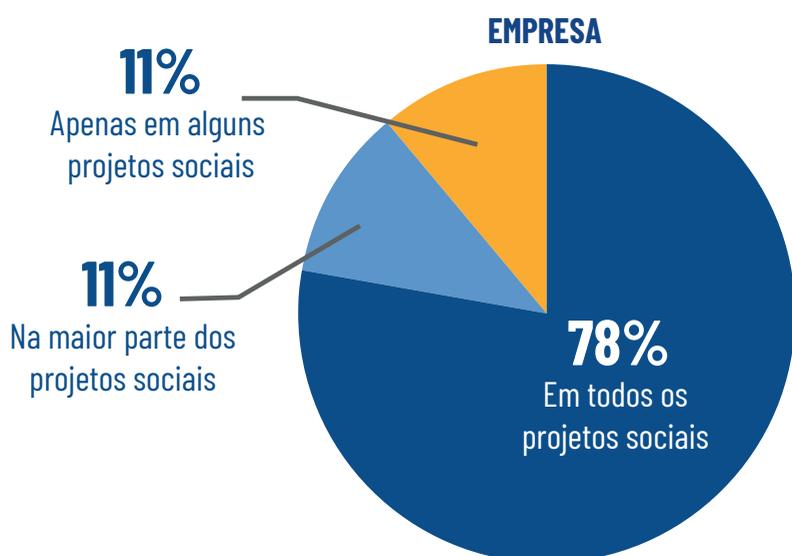
Dois terços das organizações dispõem de informações mensuradas sobre os benefícios gerados para as comunidades atendidas por meio da maior parte dos seus projetos sociais. No entanto, 22% das empresas e 33% dos institutos não avaliaram os impactos de nenhum de seus projetos sociais (Gráfico 53).

## Em que medida as empresas estão abertas à INOVAÇÃO?

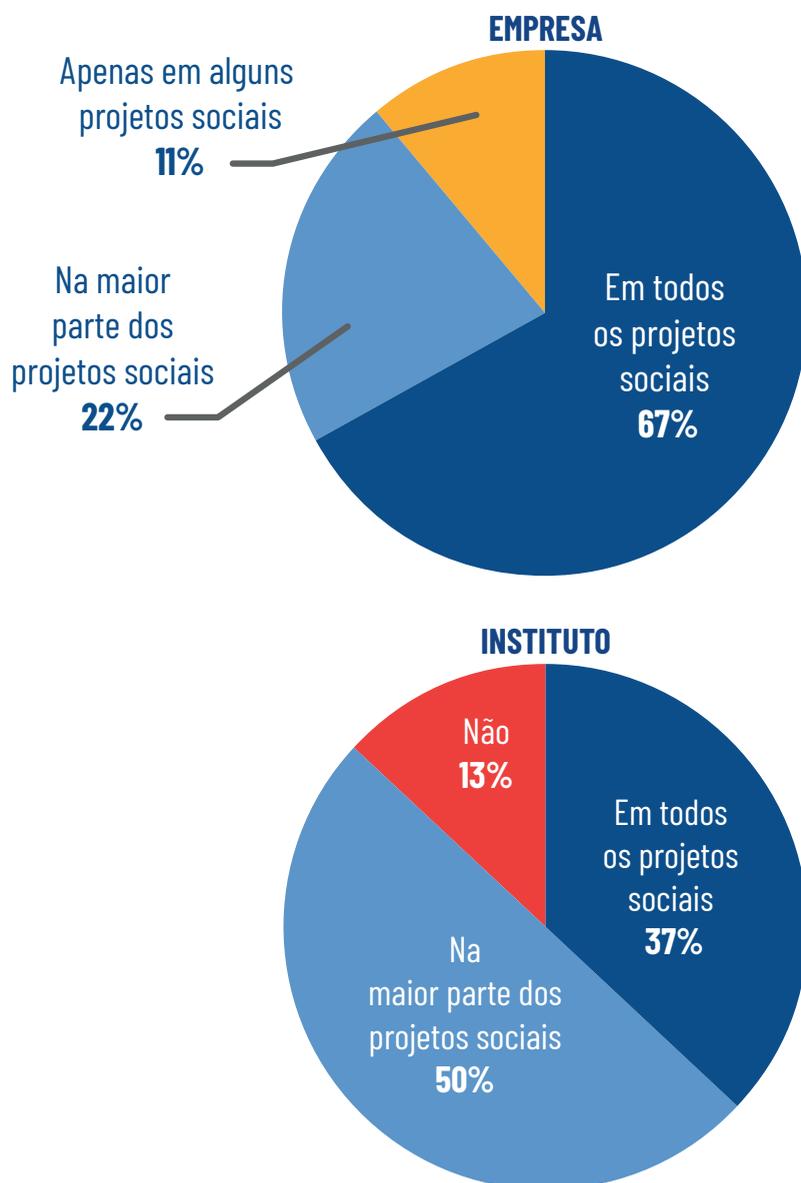
Os resultados apresentados nos Gráficos 54 a 58 revelam que flexibilidade e inovação são quesitos valorizados pelo grupo. Praticamente todos os participantes consideraram adaptar suas metodologias de trabalho para atender às especificidades locais e introduzir inovações na condução da maior parte dos seus projetos. Cabe registrar, no entanto, um certo receio com relação aos riscos inerentes à adoção de novas práticas sociais, não testadas anteriormente, presente em cerca de um quarto dos respondentes, conforme apresentado a seguir.

**Gráfico 54**

### Adaptação às particularidades locais



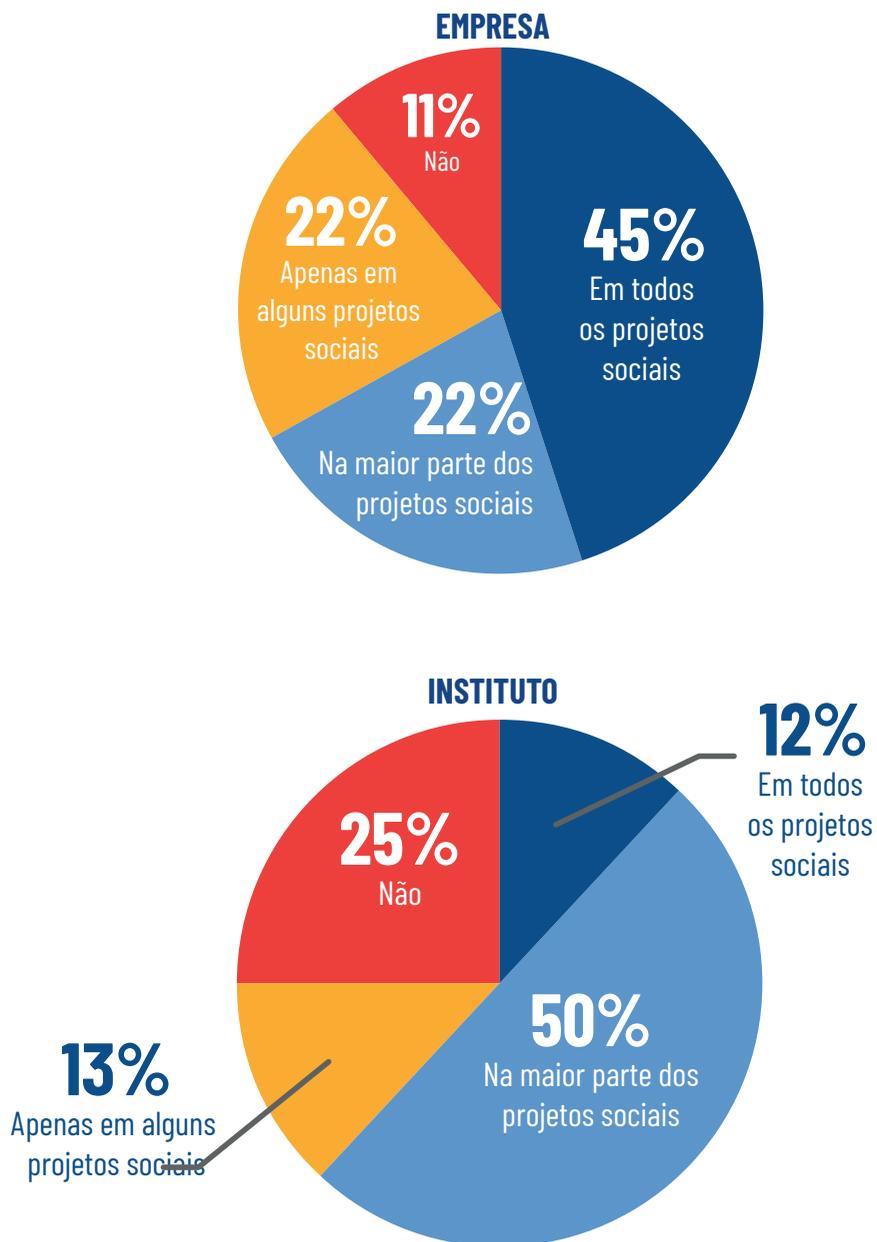
O grupo busca adaptar todos ou a maior parte dos seus projetos sociais às particularidades de cada caso, e para tanto se dedica a obter uma compreensão clara dos problemas e das vocações locais (Gráfico 54).

**Gráfico 55****Revisão e correção de agendas**

Quase a totalidade do grupo está aberta para promover, sempre que necessário, revisão de agendas e correção de rumos na condução dos seus investimentos sociais (Gráfico 55).

**Gráfico 56**

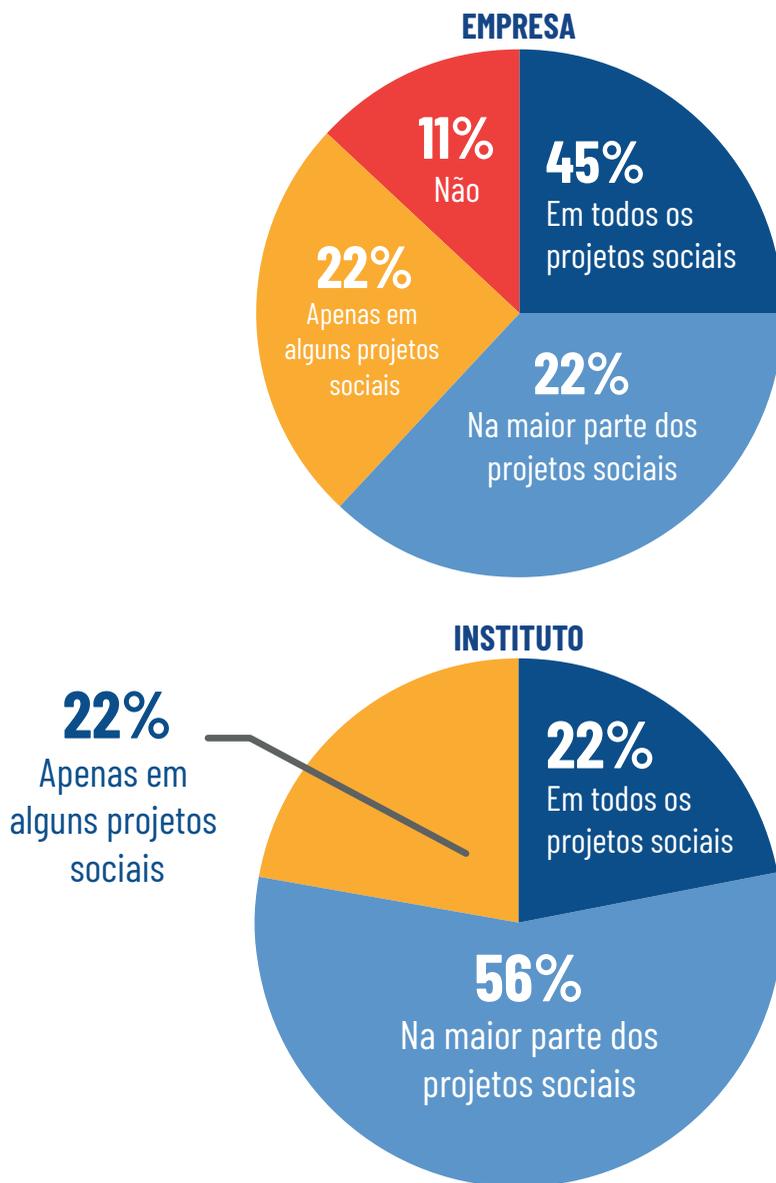
## Incentivo à criatividade



Cerca de dois terços das empresas e institutos buscam incentivar a criatividade e a experimentação na condução da maior parte dos seus projetos, e proporcionam aos gestores dos investimentos sociais um ambiente favorável ao desenvolvimento e ao intercâmbio de novas ideias (gráfico 56).

**Gráfico 57**

**Métodos de gestão inovadores**



Para aprimorar a qualidade de todos ou da maior parte dos projetos sociais, 63% das empresas e 78% dos institutos buscam adotar, de forma sistemática e generalizada, métodos, sistemas e tecnologias inovadoras (Gráfico 57).

**Gráfico 58**

## Disposição a riscos



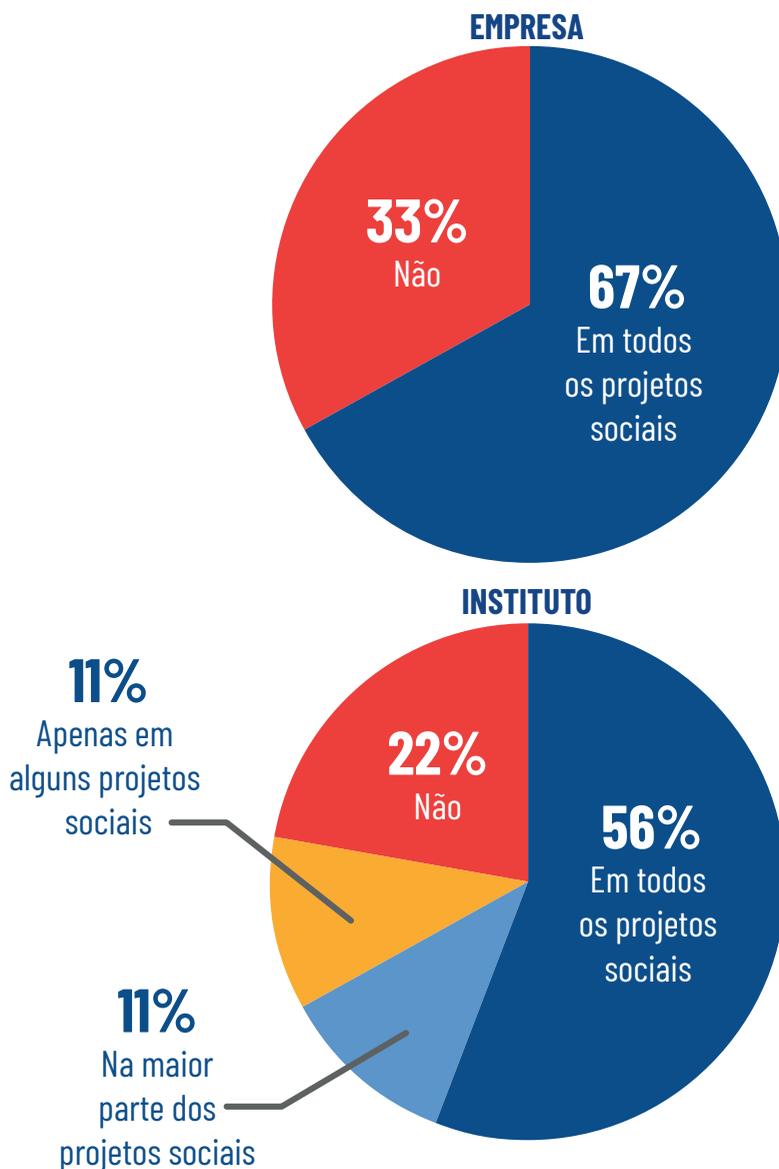
Cinquenta e seis por cento das empresas e metade dos institutos estão abertos a correr riscos com a adoção de novas práticas sociais, não testadas anteriormente, na condução da maior parte dos seus projetos sociais. Por outro lado, cerca de um quarto dos participantes ainda não se reconhece dentro desse grupo (Gráfico 58).

## Até que ponto os investimentos sociais são ESTRATÉGICOS PARA OS NEGÓCIOS?

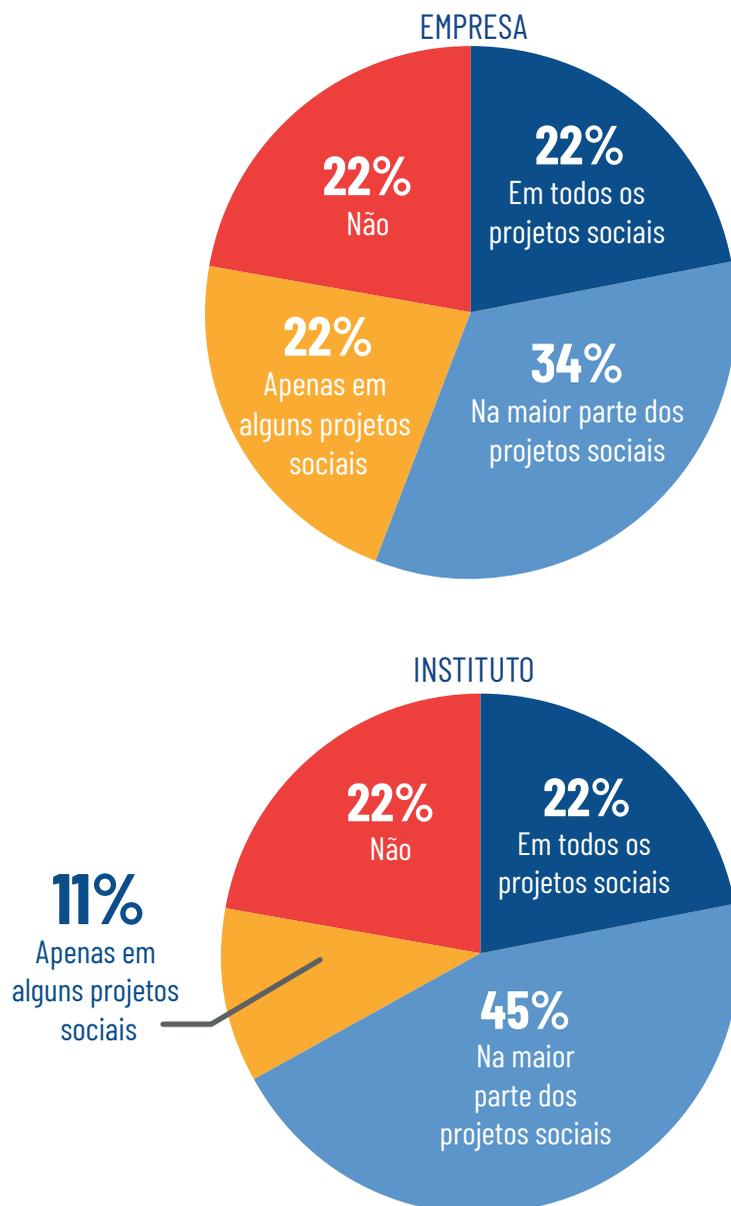
Os maiores avanços em relação ao alinhamento aos negócios são observados na articulação interna das equipes, no direcionamento dos projetos para o entorno dos empreendimentos e no acompanhamento dos resultados por parte da alta direção. Por outro lado, em um terço das empresas os investimentos ainda não estão inseridos na estratégia dos negócios, e em 22% das organizações (empresas e institutos) os projetos sociais não são alinhados ao *core business* dos negócios. Os dados apresentados a seguir, nos Gráficos 59 a 63, ilustram em que medida o grupo está avançando nesse processo de alinhamento.

Gráfico 59

### Inserção na estratégia dos negócios



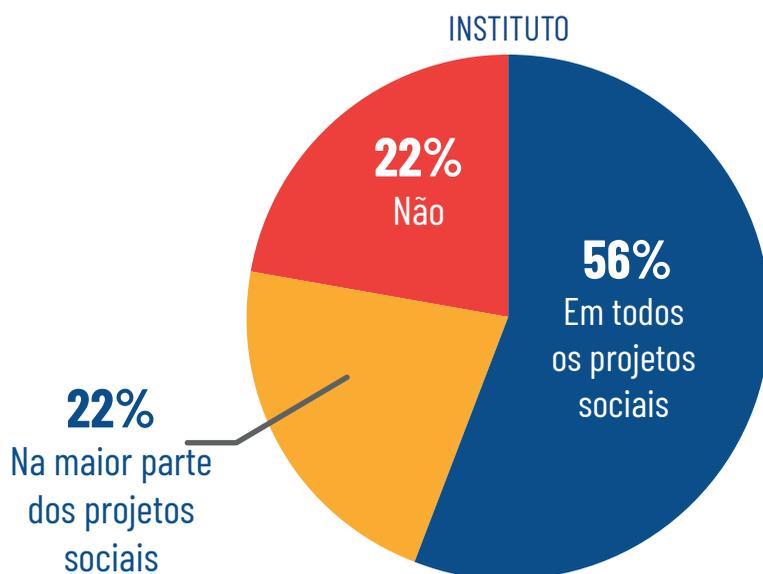
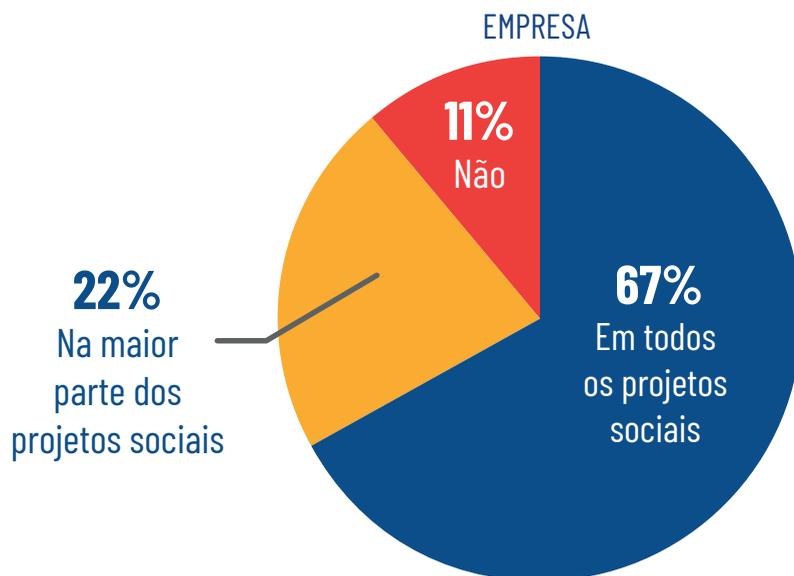
Em dois terços das organizações, todos ou a maior parte dos projetos sociais estão formalmente inseridos na estratégia geral dos negócios e são aprovados por instâncias colegiadas que envolvem a alta direção da empresa (Gráfico 59).

**Gráfico 60****Alinhamento ao *core business***

Em 67% dos institutos e 56% das empresas, todos ou a maior parte dos projetos sociais estão alinhados ao *core business* da empresa e/ou voltados para a solução de problemas sociais que se refletem na sustentabilidade dos negócios (Gráfico 60).

**Gráfico 61**

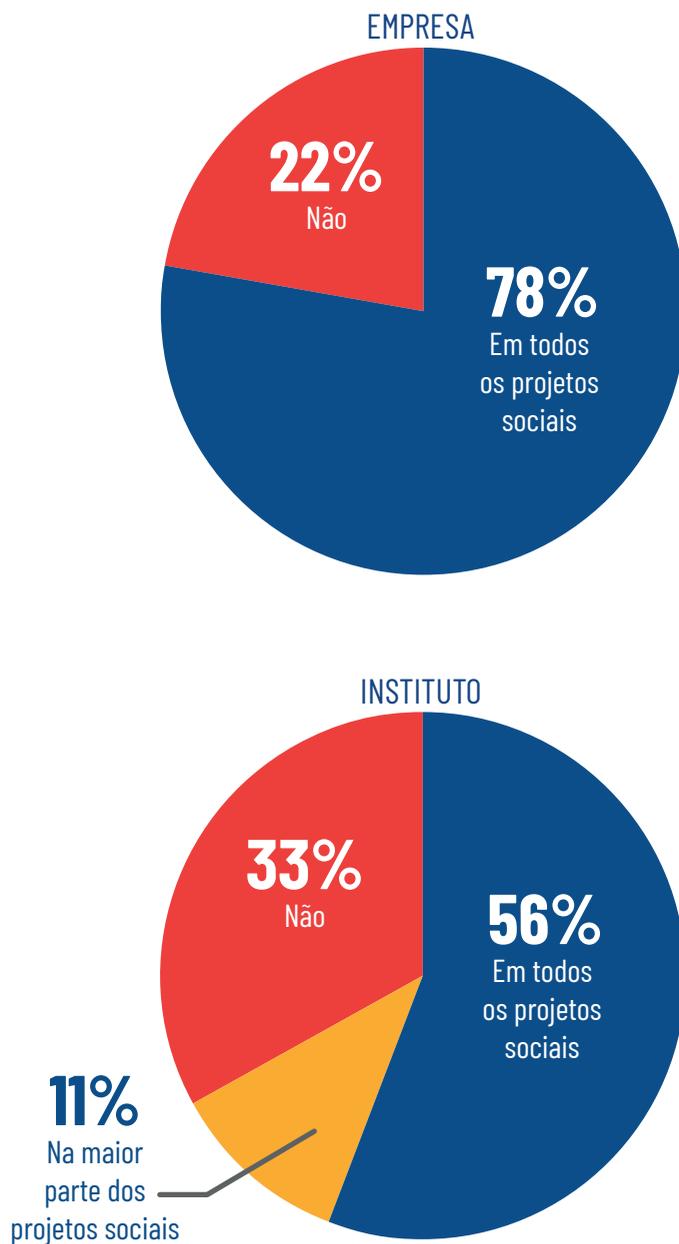
Articulação interna



Na maior das empresas (89%) e dos institutos (78%) já são adotados mecanismos e procedimentos de gestão que buscam promover a articulação das equipes que cuidam dos investimentos sociais com as demais unidades administrativas da corporação (Gráfico 61).

Gráfico 62

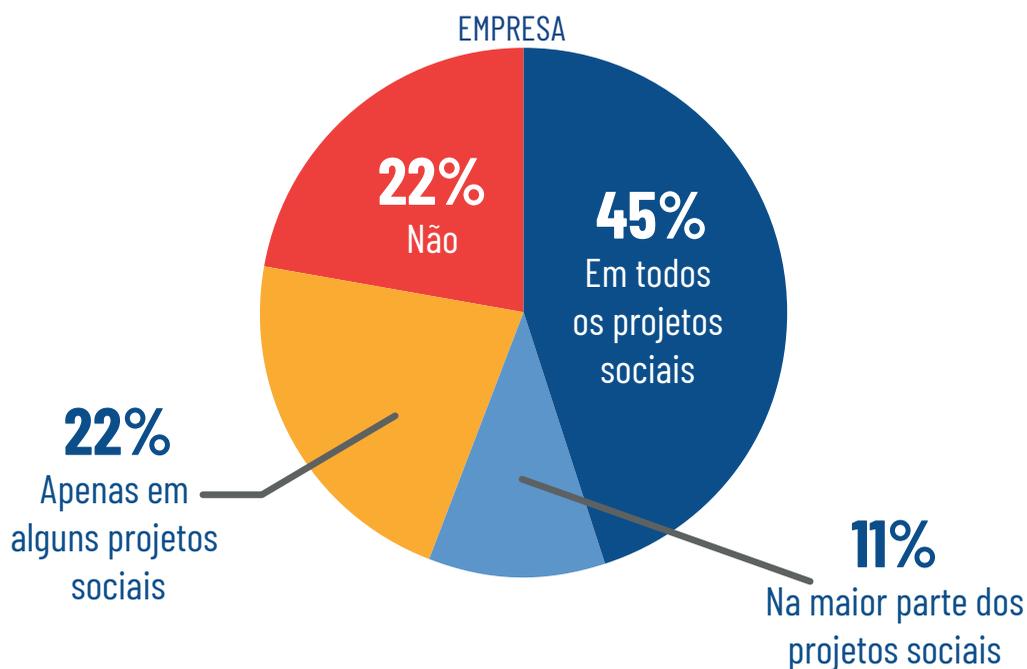
## Atuação no entorno



Como forma de aproximar os investimentos sociais aos negócios, 78% das empresas e dois terços dos institutos concentram seus projetos sociais nas regiões do entorno, ou áreas de influência, dos empreendimentos econômicos (Gráfico 62).

**Gráfico 63**

Envolvimento das lideranças empresariais



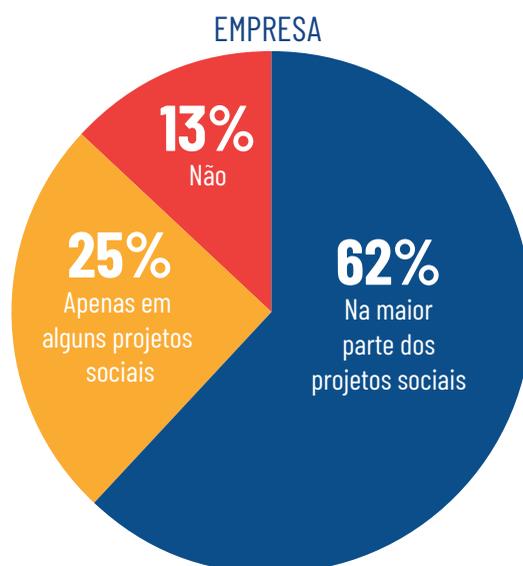
A alta liderança acompanha permanentemente os resultados de todos ou da maior parte dos projetos sociais em 56% das empresas e 78% dos institutos (Gráfico 63).

## Em que medida os investimentos sociais estão ALINHADOS A AGENDAS PÚBLICAS, nacionais e internacionais?

O reconhecimento do grupo BISC de que os investimentos sociais adquirem uma dimensão mais relevante, se alinhados a agendas públicas nacionais e internacionais, se reflete nos resultados apresentados nos Gráficos 64 a 68. A maioria das empresas busca dialogar e fazer parcerias com organizações governamentais e alinhar a maior parte dos seus projetos às políticas públicas e às diretrizes estabelecidas em acordos internacionais. Cabe avançar no intercâmbio de experiências: em cerca de 40% das organizações não há intenção explícita de desenvolver conhecimento e tecnologias que possam ser incorporadas às políticas públicas.

**Gráfico 64**

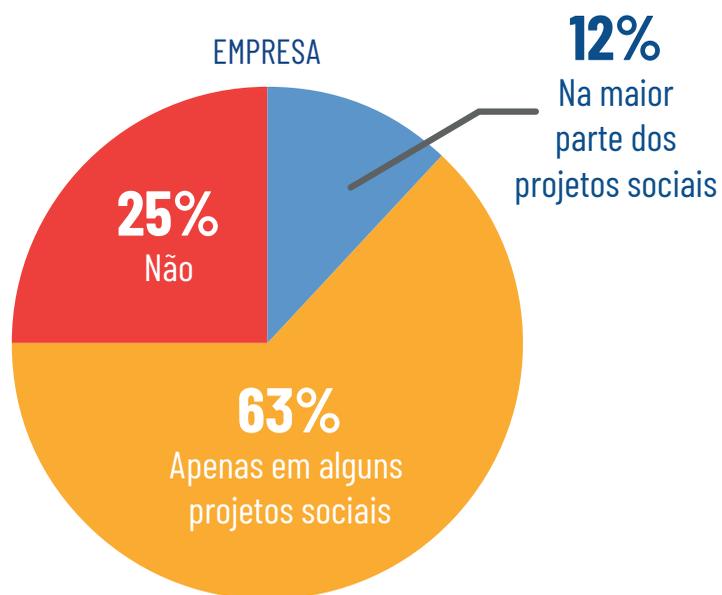
### Diálogo com governos



Oitenta e sete por cento das empresas e 78% dos institutos buscam dialogar diretamente com gestores de organizações governamentais para a condução de pelo menos uma parte de seus projetos sociais (Gráfico 64).

**Gráfico 65****Alinhamento a políticas públicas**

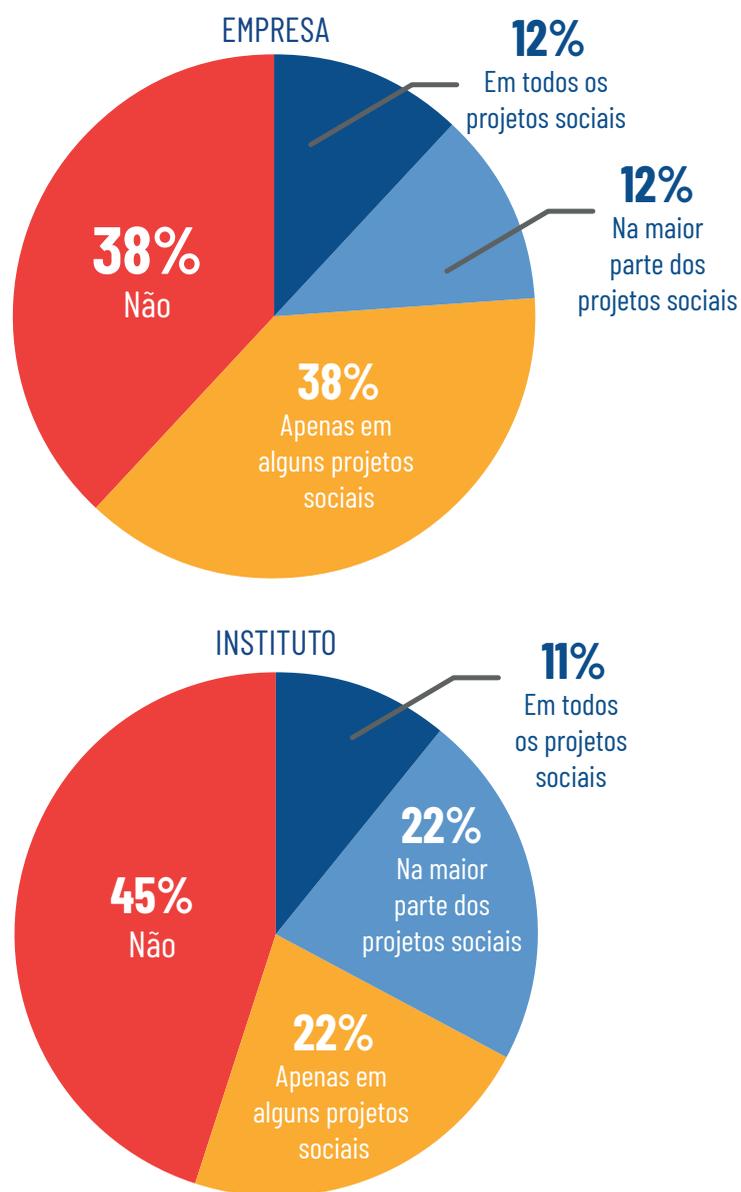
Todas as empresas e 89% dos institutos buscam alinhar pelo menos uma parte dos seus projetos sociais às diretrizes estabelecidas em políticas públicas (Gráfico 65).

**Gráfico 66****Parcerias público-privadas**

Cerca de dois terços das organizações fazem parcerias com órgãos governamentais para a execução de projetos sociais, mas esse trabalho conjunto é realizado apenas em uma pequena parte desses projetos (Gráfico 66).

**Gráfico 67****Alinhamento a agendas globais****INSTITUTO**

Todas as empresas e 78% dos institutos buscam alinhar a maior parte dos seus projetos sociais às diretrizes estabelecidas em agendas globais de garantia de direitos humanos e/ou de desenvolvimento sustentável, a exemplo da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável lançada pelas Nações Unidas em 2016 (Gráfico 67).

**Gráfico 68****Tecnologias sociais**

Um quarto das empresas e um terço dos institutos buscam associar a experiência adquirida na execução da maior parte dos seus projetos sociais à produção de conhecimento e tecnologias que possam ser incorporadas às políticas públicas (Gráfico 68).

## 2.7 | SOBRE OS PROGRAMAS DE VOLUNTARIADO

### O que revela o BISC de 2018 sobre os programas de voluntariado?

Os resultados captados no BISC surpreenderam. Contrariando a tendência de fortalecimento dos programas de voluntariado, observada nas últimas edições da pesquisa, em 2017 o trabalho voluntário sofreu um significativo recuo. Alguns números ilustram essa afirmação:

- ▶ Nos dois últimos anos, o número de colaboradores envolvidos nos programas de voluntariado caiu de 62.842 para 36.316 – uma queda de 42%. É importante destacar que a redução foi generalizada entre as empresas do grupo. Mais de um terço delas indicou reduções acima de 80%.
- ▶ A proporção de colaboradores das empresas que participam dos programas de voluntariado caiu de 10% para 7%.
- ▶ O volume de recursos investidos em programas de voluntariado, em 2017, foi da ordem de R\$ 10 milhões, uma queda de 19% em relação a 2016.

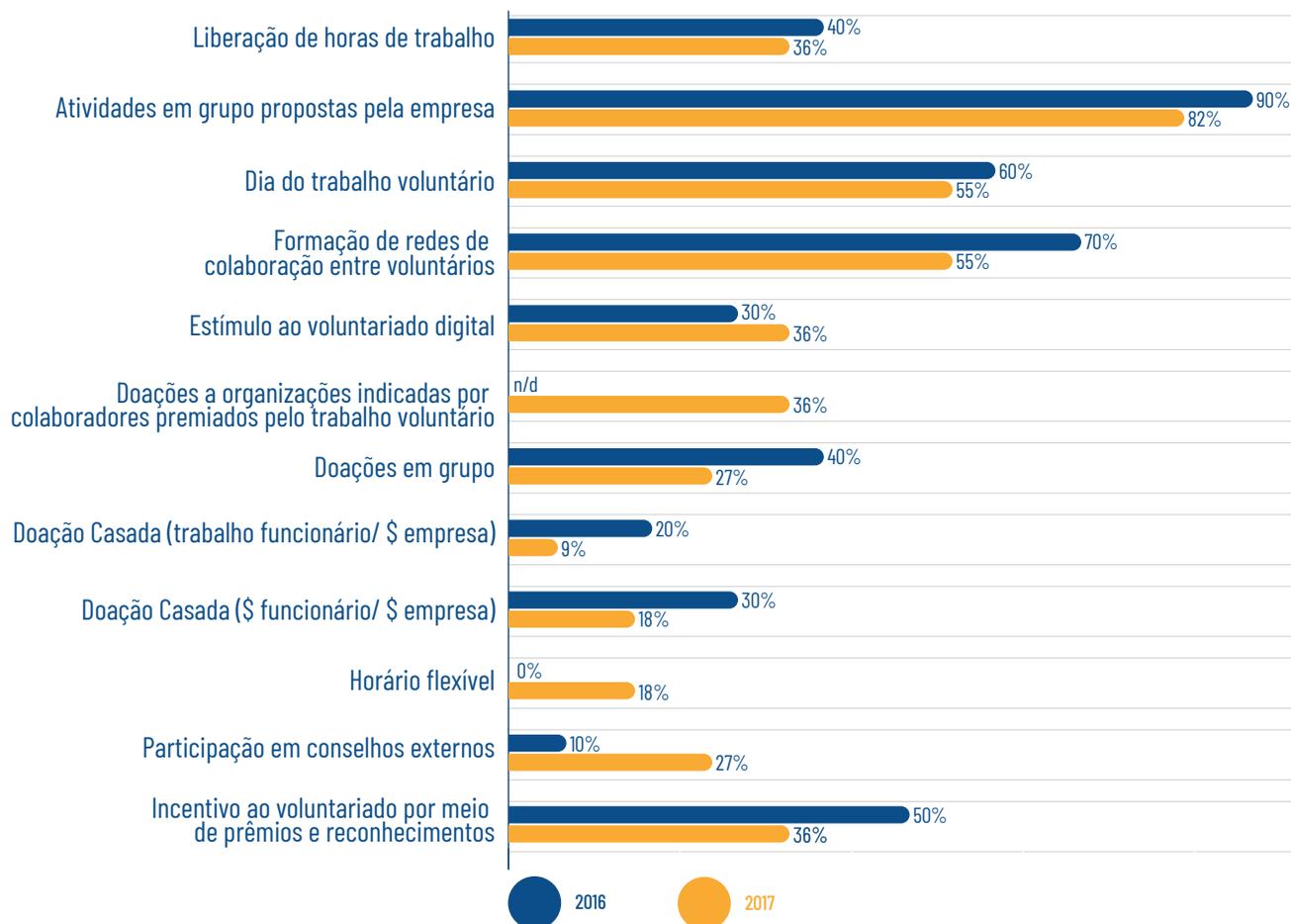
Vale ressaltar que o percentual de empresas que desenvolvem programas de voluntariado permanece elevado (79%) e que os benefícios gerados por eles são amplamente reconhecidos pelo grupo, conforme explorado na edição do BISC de 2017. Não por acaso, todas as empresas que ainda não promovem internamente atividades voluntárias assinalam a intenção de fazê-lo mais adiante.

### O que mudou no perfil dos programas de voluntariado?

As mudanças constatadas no perfil dos programas de voluntariado reforçam a observação anterior de que esses programas perderam fôlego em 2017. Conforme ilustrado no Gráfico 69, salvo raras exceções, caiu a frequência das atividades tradicionalmente desenvolvidas pela maioria das empresas para envolver seus colaboradores em trabalhos voluntários. Por exemplo, houve uma redução de 15 pontos percentuais na proporção de empresas que desencadearam atividades em rede; em 13 pontos percentuais as doações em grupo; e em 12 pontos percentuais as doações casadas empresas e colaboradores.

Gráfico 69

Quais as iniciativas de voluntariado realizadas pela empresa?

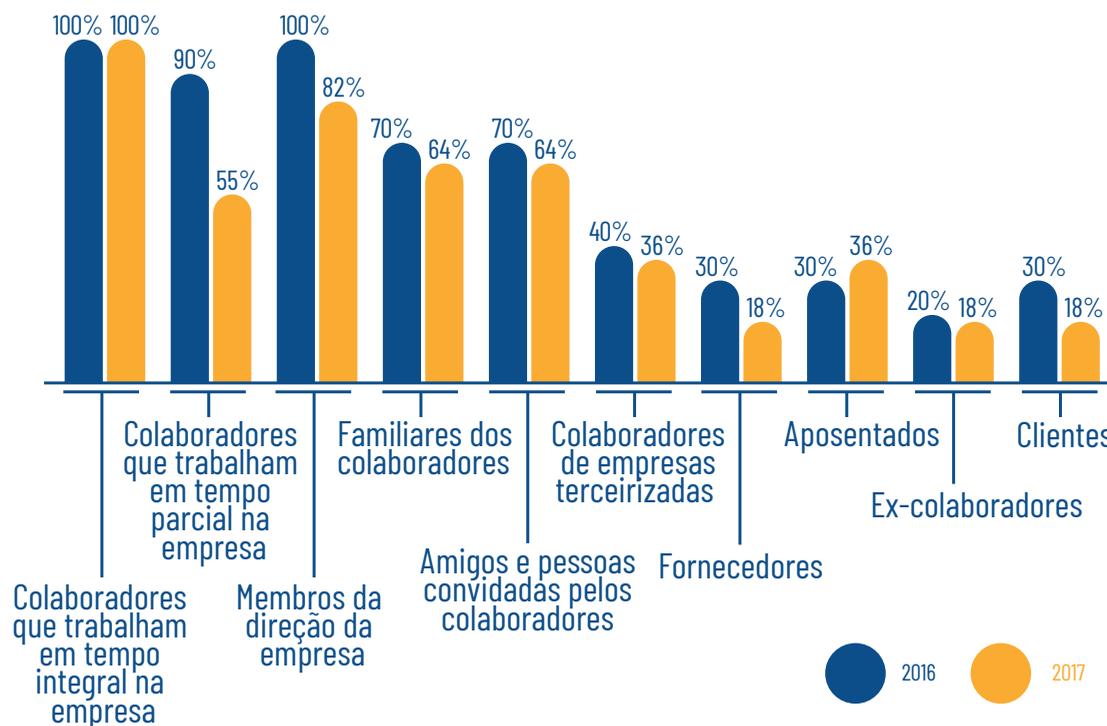


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Na mesma direção, entre 2016 e 2017 encolheu o leque de atores envolvidos nos programas de voluntariado corporativo. Chama especial atenção no Gráfico 70, por exemplo, uma queda de 35 pontos no percentual de empresas que envolveram os seus colaboradores contratados por tempo parcial. Como agravante, caiu em 18 pontos percentuais a proporção daquelas que garantiram a participação de membros da direção nas atividades voluntárias.

Gráfico 70

## Quem participa dos programas de voluntariado?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Novamente, a menor participação dos dirigentes reforça o recuo observado nesses programas (Gráfico 71). A importância do apoio e do engajamento dos executivos dos altos escalões para o sucesso e o fortalecimento do voluntariado corporativo é amplamente reconhecida<sup>14</sup> em estudos que evidenciam correlação direta entre a participação dos diretores em trabalhos voluntários e o nível de participação dos colaboradores.

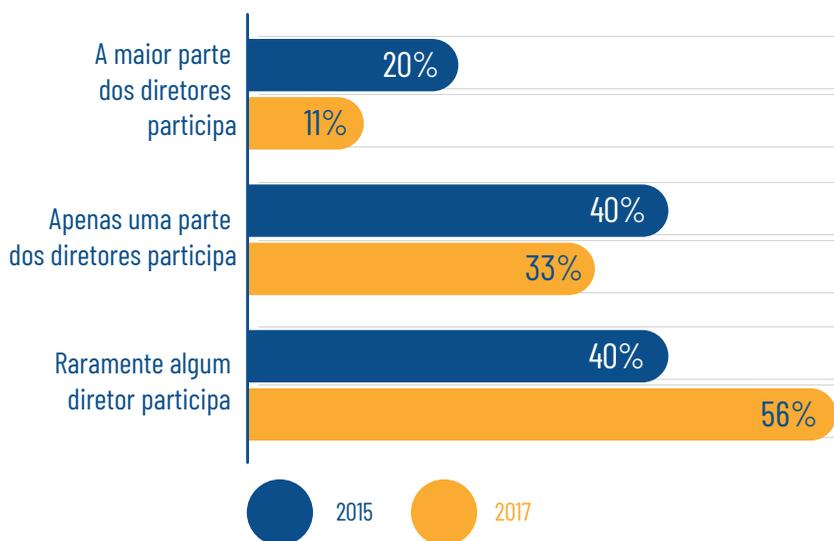
Ainda não é possível afirmar em que medida a queda na participação da direção influenciou os novos resultados da pesquisa. No momento, além da queda na participação dos dirigentes, cabe registrar também uma queda na frequência com que eles participam dos trabalhos voluntários. Os últimos dados revelam que caiu quase para a metade o percentual de empresas em

<sup>14</sup> Ver: Empresas globais e o trabalho voluntário no mundo: Relatório Final do Projeto de Pesquisa sobre Voluntariado Empresarial Global. Kenn Allen; Mónica Galiano e Sarah Hayes. Disponível em: <[https://grupodevoluntariadoempresarial.files.wordpress.com/2013/04/2013-team-reportgvcv\\_port.pdf](https://grupodevoluntariadoempresarial.files.wordpress.com/2013/04/2013-team-reportgvcv_port.pdf)>

que a participação dos dirigentes foi maciça: de 20% em 2015 para 11% em 2017. Por outro lado, aumentou o percentual de empresas em que foi rara a participação de algum dirigente: de 40% em 2015, subiu para 56% em 2017.

Gráfico 71

Em que medida as lideranças participam dos trabalhos voluntários realizados pela empresa?



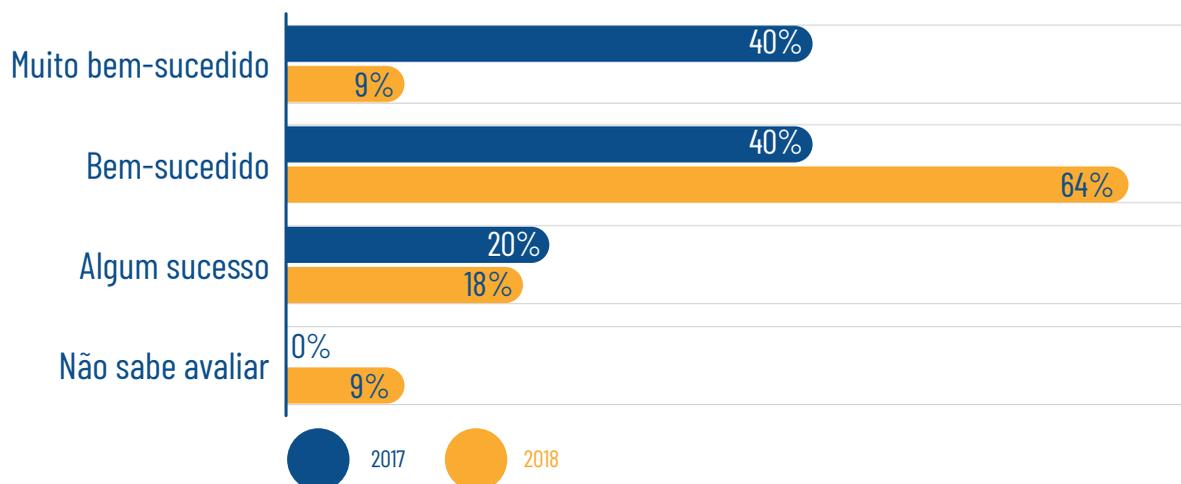
Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Outra mudança observada em relação aos programas de voluntariado diz respeito à autoavaliação realizada pelo grupo nesta edição do BISC. Ela também confirma o reconhecimento das dificuldades enfrentadas: apenas 9% registraram que os programas foram muito bem-sucedidos, enquanto no ano anterior 40% fizeram a mesma avaliação, conforme consta do Gráfico 72.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Para avaliar a qualidade dos programas de voluntariado foi solicitado no BISC que as empresas observassem a definição adotada pela HandsOn Network: "Programas de voluntariado de sucesso são aqueles que: (a) são apoiados e conhecidos por toda a organização; (b) são planejados para além do curto prazo; (c) têm metas específicas e mensuráveis que são monitoradas; (d) asseguram que o trabalho voluntário é coordenado por um membro da empresa e tem ligação com o desempenho profissional; e (e) criam caminhos para aprofundar o engajamento de voluntários ao longo do tempo." Para consulta: <[www.handsonnetwork.org/files/resources/Build\\_a\\_Successful\\_Volunteer\\_Program\\_to\\_Drive\\_Growth\\_and\\_Recovery.pdf](http://www.handsonnetwork.org/files/resources/Build_a_Successful_Volunteer_Program_to_Drive_Growth_and_Recovery.pdf)>

Gráfico 72

Qual a avaliação da empresa sobre o desempenho do programa de voluntariado?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## O que pode explicar o recuo observado nos programas de voluntariado?

Esse tema foi explorado no Grupo de Debates BISC reunido na Comunitas em outubro de 2018. Na percepção dos participantes, o resultado ora captado não representa uma deliberação explícita de reduzir os programas de voluntariado. Entre as explicações apresentadas, destacam-se: a crise econômica, que se reflete na redução de quadros de profissionais e, portanto, em demissões que geram um clima de insegurança interna, desestimulando o voluntariado; a queda na participação das lideranças, que em momentos de crise passam a se dedicar muito mais à solução de problemas emergenciais e de natureza econômica, gerando um desestímulo ao engajamento da organização como um todo nos programas de voluntariado; a ocorrência de fusões ou de reestruturações internas, registrada em várias organizações, o que provoca, momentaneamente, certa paralisação das ações; finalmente, mas não menos importante, mudanças na forma de dimensionar o número de participantes dos programas de voluntariado, reduzindo a contagem para aqueles que podem ser considerados efetivamente como voluntários. Assim, o que se extraiu dessa reflexão conjunta é que os programas de voluntariado das empresas do BISC sofreram o impacto da crise e das mudanças internas, o que expõe sua vulnerabilidade à conjuntura global e a essas mudanças, mas que esses fenômenos não são permanentes. Espera-se que, passado este momento, a prioridade anterior seja recuperada.

## Quais as perspectivas dos programas de voluntariado?

Nesta edição do BISC foi solicitado aos participantes que indicassem, em uma lista de 10 itens, os principais motivos que levaram a empresa a instituir um programa formal de voluntariado. O grupo concentrou suas respostas em dois itens principais: engajar os colaboradores nos compromissos sociais da empresa e apoiar a mobilização espontânea observada entre os colaboradores (Gráfico 73). Nenhum respondente assinalou, por exemplo, ampliar o atendimento dos próprios projetos, atender orientações dos dirigentes ou solicitações de outras organizações.

O que se pode extrair dessas informações? Uma hipótese a ser explorada futuramente é a de que os benefícios que podem ser gerados para os próprios colaboradores e, em decorrência, para o ambiente interno de trabalho estão no cerne dos programas de voluntariado e que esses têm, portanto, uma grande afinidade com as políticas de recursos humanos das corporações. Informações captadas em edições anteriores do BISC embasam essa hipótese. Entre os maiores benefícios gerados pelos programas de voluntariado o grupo destaca: os colaboradores desenvolvem sua criatividade, adquirem consciência social, ficam mais satisfeitos com a empresa, desenvolvem competências técnicas úteis à carreira profissional e adquirem experiência no trato com situações adversas.<sup>16</sup>

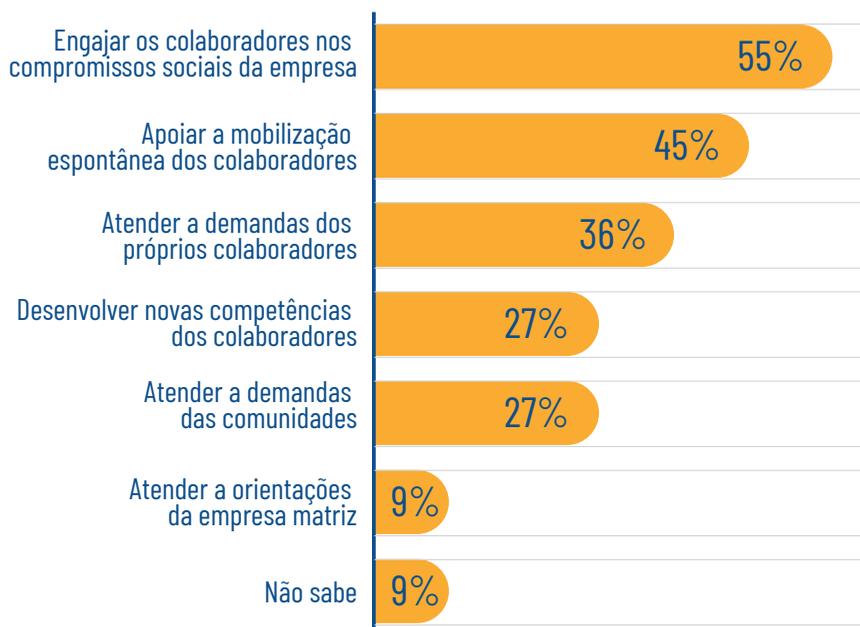
A esses resultados soma-se o fato de que a prática do voluntariado contribui para a formação de cidadãos mais conscientes e mais solidários, com efeitos benéficos para toda a sociedade. Cabe, pois, repensar os programas de voluntariado como uma clara estratégia de ganha-ganha, que não se restringe à responsabilidade da área social e que merece ser fortalecida e apoiada pelos quadros dirigentes das diversas unidades da empresa.

---

<sup>16</sup> Ver: Relatório BISC de 2017: retrospectiva da atuação social corporativa nos últimos dez anos. Comunitas, São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://www.comunitas.org/portal/publicacoes/>>.

**Gráfico 73**

O que levou a empresa a instituir um programa formal de voluntariado?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

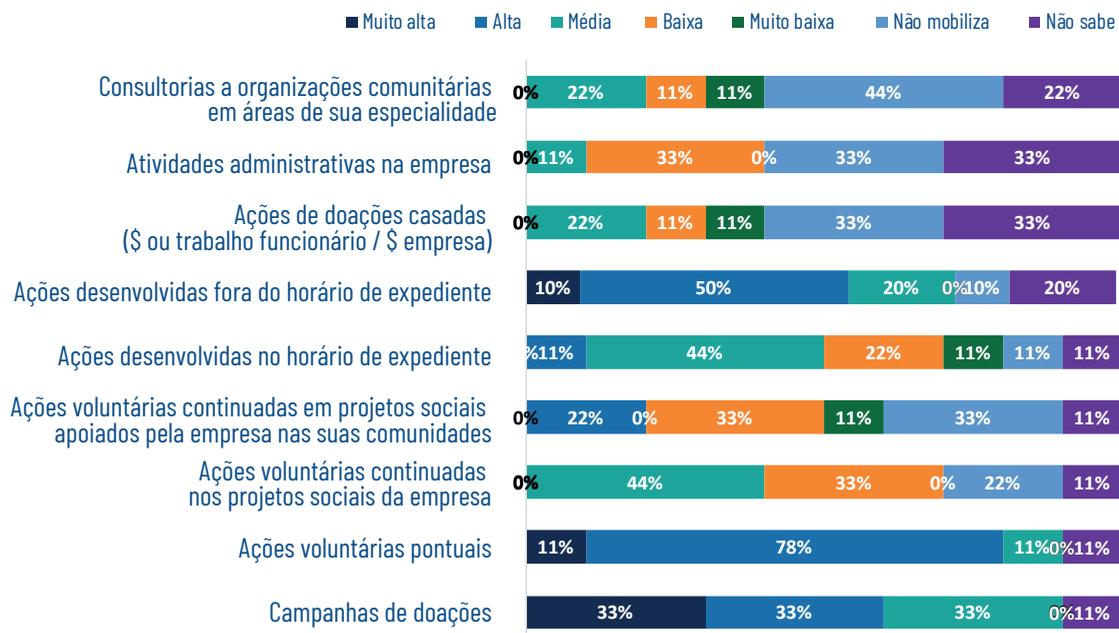
Uma vez ampliado o entendimento sobre o alcance dos programas de voluntariado, cabe re-pensá-los à luz de novos critérios. Além das dificuldades conjunturais e externas à gestão dos programas, mencionadas anteriormente, os gestores também destacam que, mesmo em tempos de normalidade, não é trivial manter a mobilização dos colaboradores e garantir a prestação dos serviços voluntários. O que fazer para superar esses desafios? Conforme pode ser observado no Gráfico 74, o grupo destaca ações pontuais, incluindo as campanhas de doações, e as atividades desenvolvidas fora do horário do expediente dentre aquelas que possuem o maior potencial de promover o engajamento interno. Tal resultado pode restringir o voluntariado a atendimentos emergenciais, o que não é o objetivo central do grupo BISC. Sendo assim, é preciso pensar, por exemplo, em como conciliar a realização de ações pontuais com o oferecimento de serviços que tragam resultados mais efetivos para as comunidades atendidas.

Na reunião do Grupo de Debates BISC, destacou-se ainda a necessidade de construir alianças internas com a direção de diversas áreas da administração da empresa para ampliar o envolvimento da organização como um todo, visto que esses programas não devem ser restritos à área social. Também foi considerada relevante a adequação das atividades a serem desenvolvi-

das aos propósitos dos colaboradores, especialmente dos mais jovens, de modo a ampliar seu engajamento, bem como a garantia de flexibilidade dos programas para atenderem as novas realidades e expectativas internas.

### Gráfico 74

Em que medida as ações voluntárias mobilizam o engajamento dos colaboradores da empresa?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## 2.8 | SOBRE AS RELAÇÕES COM ATORES EXTERNOS

### Como caminham as relações das empresas com as organizações governamentais?

Já nos primeiros anos da pesquisa BISC, 85% das empresas se articulavam com órgãos governamentais para o desenvolvimento dos seus projetos sociais. No entanto, os dados mais recentes revelaram uma tendência de recuo nessas relações. Em 2016, observou-se uma queda de 10 pontos no percentual de empresas que trabalharam em parceria com organizações públicas (75%) e,

naquele momento, levantou-se a hipótese de que essa redução decorria da crise na conjuntura política do país, que poderia estar prejudicando esse trabalho conjunto. Essa hipótese foi corroborada por depoimentos colhidos nas entrevistas realizadas naquele ano, conforme apresentado a seguir:<sup>17</sup>



“ Mas desde o ano passado, o avanço, ou seja, a expansão das relações com a política pública não foi prevista por uma série de questões relativas ao próprio momento que o país está vivendo. Então isso gerou um estado de alerta e eu diria que hoje a gente mais observa e espera como vamos caminhar no sentido das parcerias, de como estabelecer um relacionamento.”

**(Empresa do setor de serviços)**



“ No nosso caso, houve uma maior aproximação com as organizações governamentais. (...) No entanto, no último ano isso mudou um pouco. De certa forma a gente abandonou a esfera federal e focamos muito mais no município. Por conta das confusões e das mudanças de equipe na esfera federal, a gente acaba, naturalmente, concentrando naquilo que dá resultados mais palpáveis no médio prazo.”

**(Empresa do setor industrial)**



“ De modo geral, no meu entendimento, diminuíram as resistências do setor público. (...) No entanto, eu acho que houve uma modificação, e o que nós estamos vivenciando hoje é um outro fenômeno. Eu acho que nós estamos impactados pelas crises recentes e isso gera um imobilismo. A situação está tão turbulenta envolvendo a classe política que eu tenho que tomar muito cuidado de quem eu me aproximo.”

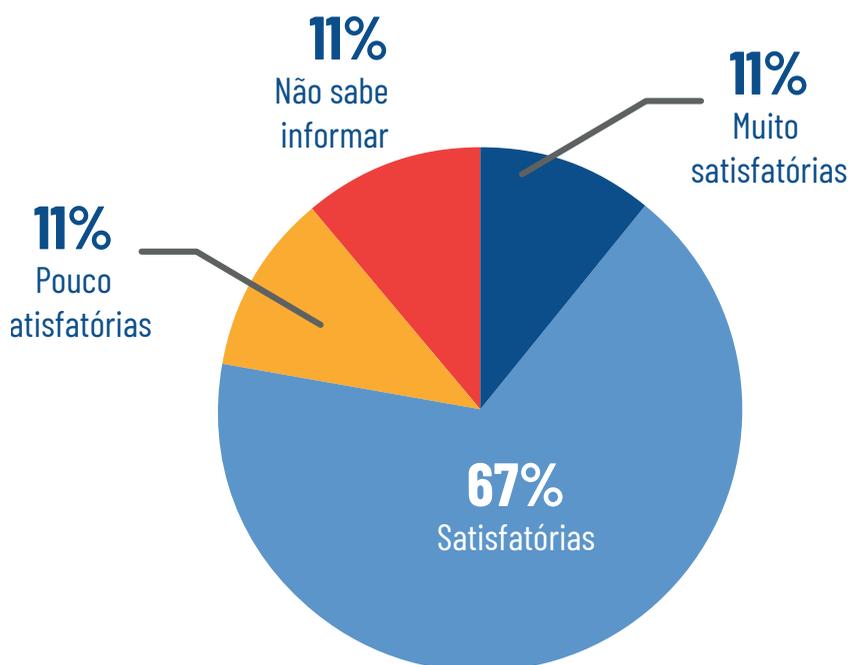
**(Empresa do setor industrial)**

<sup>17</sup> Ver: Relatório BISC de 2017: retrospectiva da atuação social corporativa nos últimos dez anos. Comunitas, São Paulo. 2017. Disponível em: <<http://www.comunitas.org/porta/publicacoes/>>.

Os dados colhidos nesta edição do BISC reafirmam os resultados do ano anterior: manteve-se o percentual de empresas que atuaram em parcerias com o setor público: 75%. Em que medida os resultados desses dois últimos anos refletem uma tendência de recuo nas parcerias público-privadas no campo social? O que pode estar influenciando as mudanças detectadas nessas relações? Ainda é cedo para fazer qualquer afirmativa, mas os novos dados sinalizam que os problemas não podem ser relacionados a frustrações quanto aos objetivos inicialmente almejados. O grau de satisfação das empresas em relação aos resultados das parcerias realizadas com o setor público é alto: 78% delas avaliam que eles são satisfatórios (67%) ou muito satisfatórios (11%) (Gráfico 75). Em 2015, nenhuma empresa havia avaliado como muito satisfatórios, enquanto 82% avaliavam como satisfatórios. Ou seja, não se observam mudanças significativas na percepção do grupo em relação aos resultados obtidos.

**Gráfico 75**

Qual a avaliação das empresas a respeito das parcerias com organizações governamentais, nos anos recentes

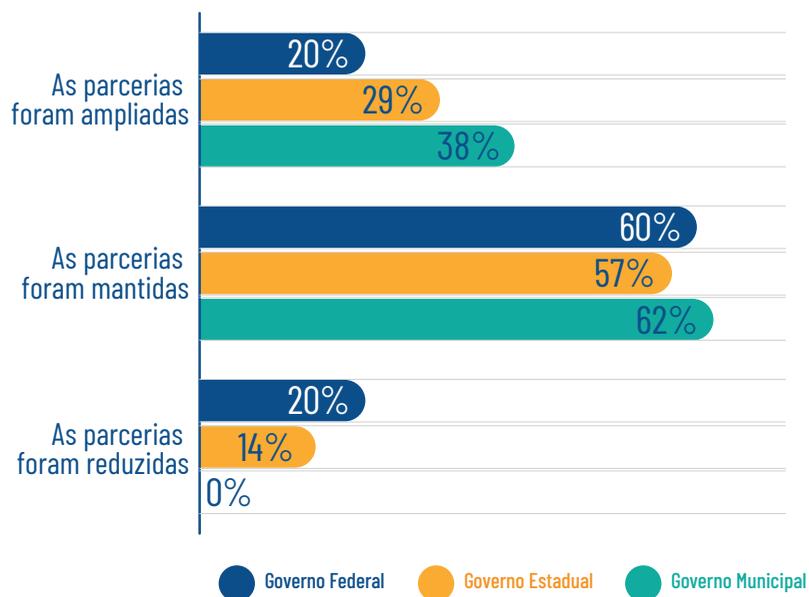


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

A análise das informações relativas à evolução das parcerias, no período 2015-2017, revela que as mudanças ocorridas ficaram centradas no âmbito do governo federal. Conforme pode ser observado no Gráfico 76, cerca de 60% das empresas que hoje trabalham em conjunto com os órgãos governamentais declaram ter mantido parcerias com organizações das três esferas de governo, mas um quinto delas admite recuos em relação aos órgãos no Governo Federal, onde ocorreram fortes turbulências no campo político e institucional. Além das mudanças do governo, cortes de orçamento e descontinuidade de parte das equipes dos órgãos federais, ocorreram também mudanças no marco regulatório das parcerias com as organizações da sociedade, gerando inseguranças jurídicas tanto por parte das empresas, quanto por parte das administrações públicas.

Gráfico 76

Como evoluíram as relações das empresas com as organizações governamentais nos últimos três anos?

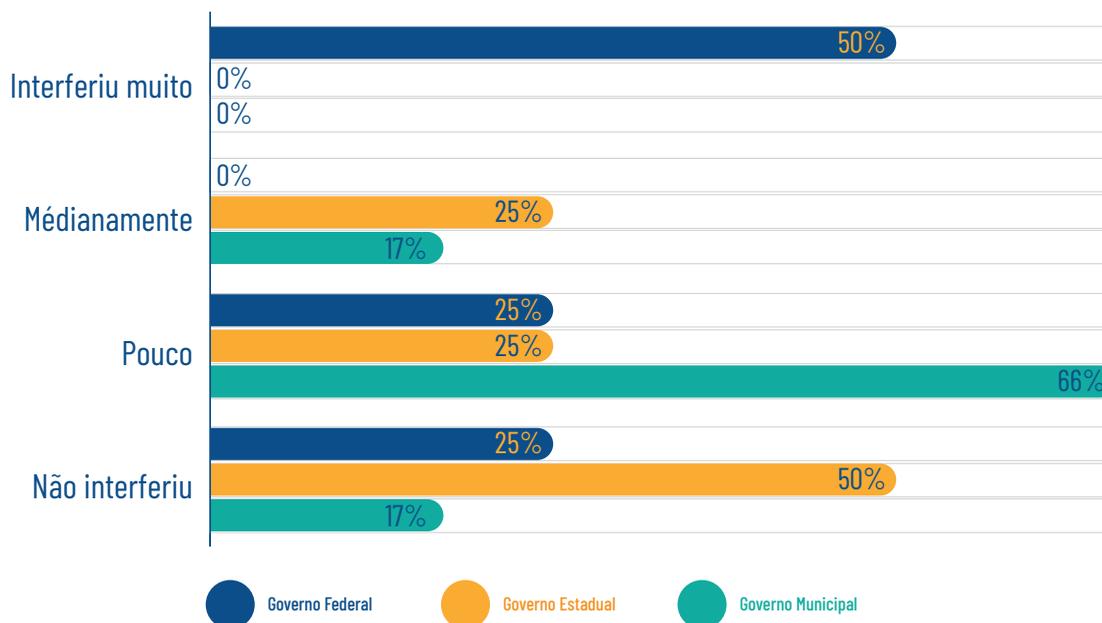


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Os dados apresentados no Gráfico 77 ilustram, de forma mais clara, os efeitos da conjuntura econômica nas parcerias público-privadas no campo social: 50% das empresas assumem a ocorrência de fortes interferências especialmente nas relações com as organizações federais. Nas demais instâncias os reflexos foram menores, sobretudo no âmbito estadual, onde metade das empresas declara que não houve qualquer interferência.

Gráfico 77

Em que medida a conjuntura política recente interferiu nas mudanças observadas nas relações da empresa com as organizações governamentais?

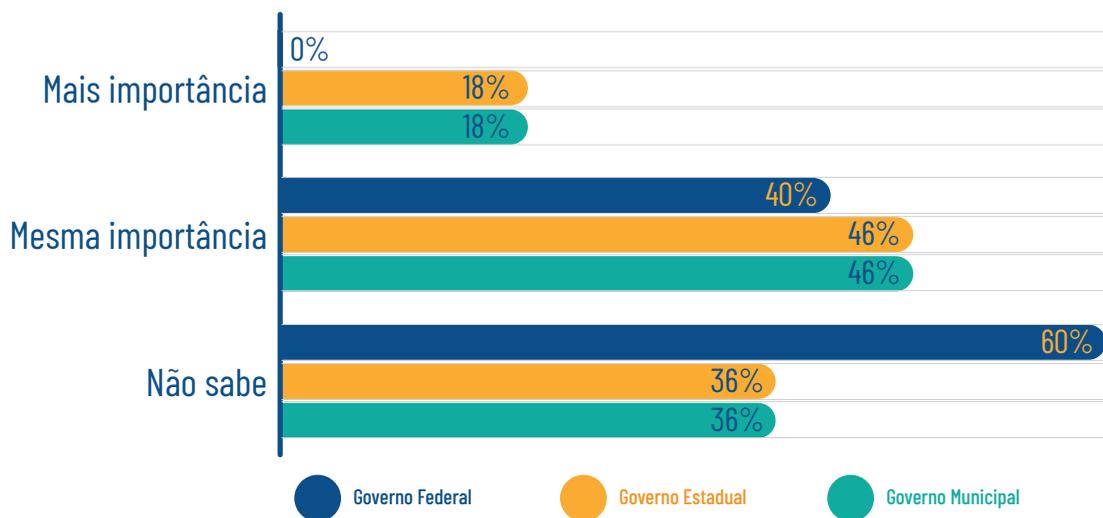


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

O que pode ocorrer com essas parcerias daqui para a frente? Menos de um quarto das empresas está prevendo que elas serão fortalecidas nos níveis municipal e estadual, e nenhuma assinalou a possibilidade de avanços em relação aos órgãos federais (Gráfico 78). Especialmente nesse caso, o que predomina é a incerteza: 60% dos participantes da pesquisa não se dispuseram a fazer previsões para o futuro próximo. Esse resultado é coerente com o momento de incerteza política vivido no país. O que ele traz de novo é a confirmação da hipótese levantada no BISC de 2017 de que o problema se situa, basicamente, no campo político. Assim sendo, as parcerias público-privadas podem voltar a crescer, uma vez passadas as indefinições do presente. Tal aposta se fundamenta na percepção do grupo BISC de que o alinhamento às políticas públicas e um trabalho conjunto com os órgãos do governo ampliam a capilaridade, o alcance, a visibilidade e a qualidade dos próprios projetos. Falta agora identificar as prioridades do novo governo para trabalhar em articulação com o setor privado; ampliar o diálogo entre organizações privadas e públicas, nas diversas instâncias da administração pública; e garantir regras claras e transparentes para regular esse trabalho conjunto.

Gráfico 78

Qual o grau de importância que as empresas deverão atribuir às parcerias com organizações governamentais no futuro próximo?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Como caminham as relações das empresas com as organizações sem fins lucrativos?

Na condução dos investimentos sociais, 92% das empresas envolvem organizações sem fins lucrativos e reconhecem que esse trabalho em parceria contribui para melhorar as relações com as comunidades e com outros parceiros importantes, para fortalecer as organizações da sociedade e aprimorar a qualidade dos próprios projetos. A dimensão dessas parcerias, em 2017, se expressa no apoio a 1.163 organizações sem fins lucrativos sediadas nas diversas regiões do país, para as quais as empresas destinaram recursos da ordem de R\$ 453 milhões. Comparando com 2014, por exemplo, observa-se um aumento de 15% em relação ao número de organizações apoiadas, e de 9% em relação aos recursos transferidos.<sup>18</sup>

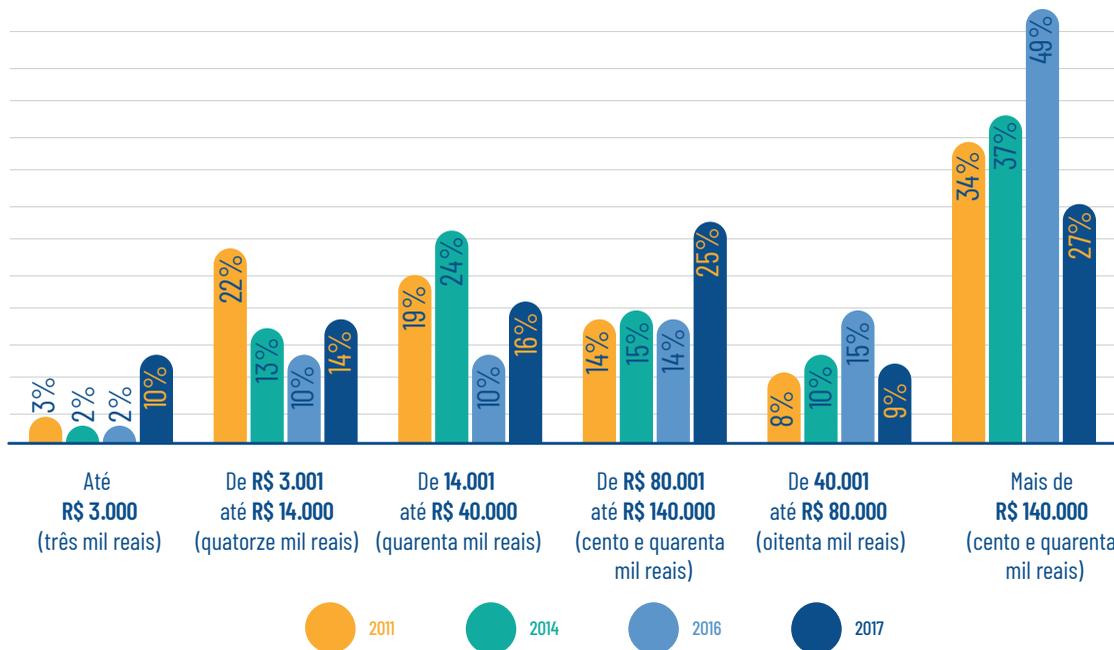
O aumento do número de organizações apoiadas, inferior ao aumento dos recursos a elas destinados, pode ser em parte explicado pelas mudanças ocorridas no perfil das transferências. Os dados apresentados no Gráfico 79 sinalizam que em 2017 houve uma ampliação do número

<sup>18</sup> Os resultados de 2017 referentes ao número de organizações apoiadas e aos valores transferidos estão subestimados, uma vez que nem todas as empresas forneceram tais informações.

de pequenos repasses, inferiores a R\$ 3 mil/ano, em contrapartida a uma redução daqueles de maior porte, ou seja, superiores a R\$ 140 mil/ano. Esses novos resultados merecem ser futuramente acompanhados, porque podem também refletir mudanças no perfil das organizações apoiadas. Uma hipótese a ser explorada é a de que as empresas estão redirecionando seu apoio para pequenas organizações presentes no entorno dos empreendimentos econômicos, em consonância com o movimento de concentração do atendimento nessas regiões, conforme já mencionado neste relatório.<sup>19</sup>

Gráfico 79

Qual a dimensão dos recursos repassados a organizações sem fins lucrativos?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas.

Foi no campo da educação, da cultura e dos esportes que se destacaram as atividades desenvolvidas conjuntamente pelas empresas e organizações sem fins lucrativos. Já os institutos se concentraram na educação e nas atividades voltadas para o desenvolvimento dos territórios. Duas observações interessantes merecem ser destacadas, na análise dos dados do Gráfico 80: as inúmeras possibilidades de atuação conjunta e a complementaridade entre os apoios fornecidos pelas empresas e por seus institutos, uma vez que os percentuais de frequência são geralmente inversos, isto é, onde predomina o apoio das empresas, os institutos são menos presentes, e vice-versa.

<sup>19</sup> Ver item 2.1: "Sobre o foco das práticas sociais".

Gráfico 80

Em que áreas as empresas atuam em parceria com as organizações sem fins lucrativos?



## 2.9 | SOBRE A IMPORTÂNCIA DAS APLICAÇÕES SOCIAIS OBRIGATÓRIAS

### O que fazem as empresas na área social em decorrência de obrigações legais?

Desde 2010, o BISC acompanha o perfil dos investimentos socioambientais realizados pelas empresas em função de imposições legais, atos administrativos ou decisões judiciais, incluindo os Termos de Ajustamento de Conduta (TAC) e as exigências impostas para a obtenção de licenciamento ambiental. O volume de recursos aplicados nessas modalidades sinaliza a importância dessa opção. Em diversos anos eles foram superiores aos volumes aplicados voluntariamente pelo grupo. Ademais, essa é uma forma de atuação que envolve a maioria das empresas pesquisadas (79%).

Os dados apresentados no Gráfico 81 são eloquentes: em 2017, os valores investidos pelas empresas do BISC quase dobraram, quando são incluídos os valores aplicados em caráter compulsório. No total eles somam R\$ 4,7 bilhões, dos quais 49% referentes às aplicações obrigatórias.

Gráfico 81

Como se comparam as aplicações obrigatórias e os investimentos voluntários?

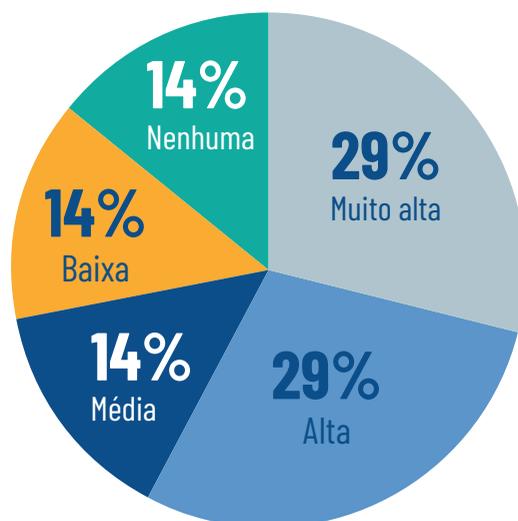


FONTE: BISC, 2018. Comunitas

Em que pese esse volume tão significativo, pode-se afirmar que ele ainda está subestimado, visto que a maioria das empresas reconhece a possibilidade de que outros recursos aplicados, em caráter obrigatório, não estejam contabilizados nos montantes informados à pesquisa. Esse fato decorre da dificuldade que as equipes têm encontrado em dimensionar a totalidade desses valores, pois as informações estão dispersas nas organizações e não costumam estar internamente sistematizadas (Gráfico 82).

**Gráfico 82**

**Qual o grau de dificuldade para dimensionar o volume de recursos aplicados obrigatoriamente em projetos socioambientais?**

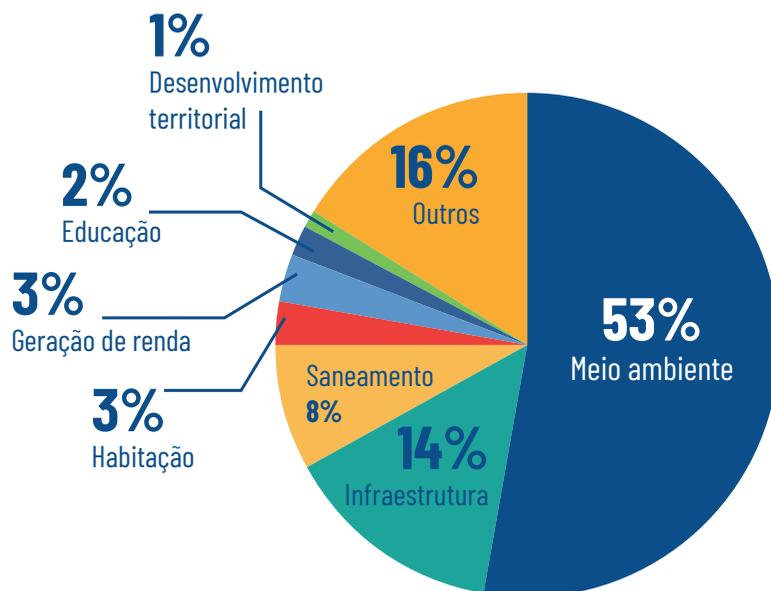


FONTE: BISC, 2018. Comunitas

Conforme observado nos anos anteriores, a maior parte das aplicações obrigatórias destina-se a ações ambientais que beneficiam as comunidades, cabendo citar as seguintes: preservação de reservas florestais, tratamento de mananciais, educação ambiental, campanhas de conscientização/mobilização, reciclagem, recuperação de áreas degradadas, gestão e controle de resíduos sólidos, manejo florestal/reflorestamento, preservação de flora e fauna, redução de emissão de gases de efeito estufa, ecoturismo, monitoramento ambiental e preparação das comunidades para enfrentar os eventos climáticos extremos (Gráfico 83).

**Gráfico 83**

Como se repartem os recursos aplicados em ações sociais obrigatórias?



FONTE: BISC, 2018. Comunitas

Quando se trata da alocação espacial dos recursos aplicados em caráter compulsório, os resultados captados na pesquisa sinalizam uma distribuição muito diferente daquela observada nos investimentos voluntários. Conforme se observa no Gráfico 84, 61% das aplicações sociais obrigatórias destinam-se às regiões Norte e Nordeste, em contraposição aos 28% dos recursos alocados voluntariamente. É a presença dos empreendimentos econômicos das empresas do grupo nessas duas regiões que pode explicar tais resultados.

Gráfico 84

Por região, como se distribuem as aplicações sociais das empresas?



FONTE: BISC, 2018. Comunitas

## Em que medida as aplicações sociais obrigatórias complementam os investimentos voluntários?

Pelos dados captados no BISC, 64% das empresas desenvolvem, simultaneamente, ações socioambientais voluntárias e obrigatórias para as mesmas comunidades, buscando promover a complementaridade dessas ações. Vale registrar que é no âmbito dos programas de desenvolvimento territorial que essa integração ocorre de forma mais efetiva: em 2014, ela foi assinalada por 62% das empresas, e esse percentual subiu para 71%, em 2017 (Gráfico 85). Da comparação dos resultados desses dois anos, extrai-se que as empresas estão ampliando o leque de atividades voluntárias que podem ampliar o impacto das aplicações obrigatórias.

**Gráfico 85**

O que as empresas têm feito para promover a complementaridade entre a atuação social obrigatória e voluntária?

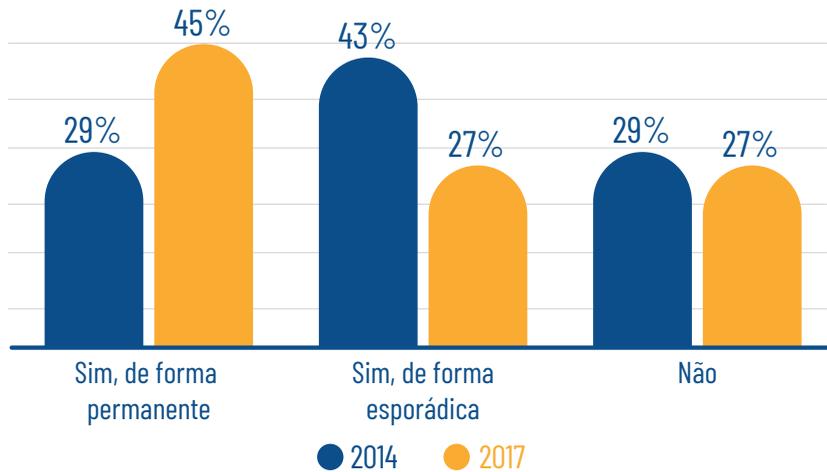


FONTE: BISC, 2018. Comunitas

Tal resultado reflete o esforço interno de envolver, cada vez mais, as equipes que cuidam dos projetos sociais voluntários na gestão das atividades obrigatórias. Entre 2014 e 2017, passou de 29 para 45 o percentual de empresas em que essa articulação é feita de forma permanente (Gráfico 86). É no diálogo com as comunidades e no acompanhamento das ações sociais obrigatórias que essas equipes têm uma participação mais significativa, conforme pode ser observado no Gráfico 87.

**Gráfico 86**

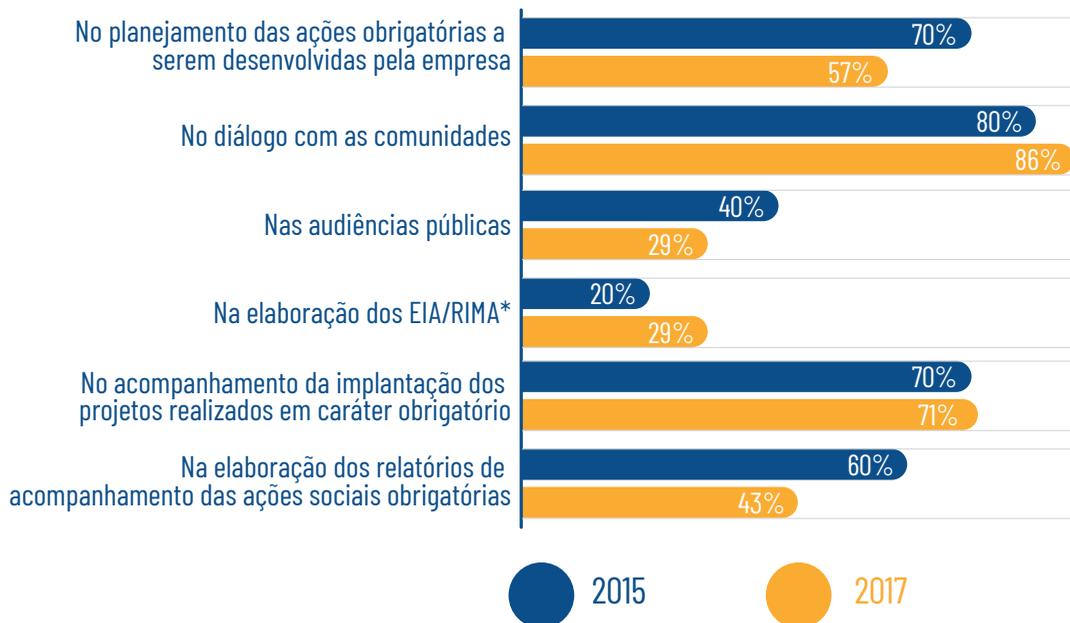
As equipes responsáveis pelas ações sociais voluntárias se envolvem na gestão das ações sociais obrigatórias?



FONTE: BISC, 2018. Comunitas

**Gráfico 87**

Em quais atividades as equipes da área social se envolvem na gestão das ações obrigatórias?



\* Estudo e Relatório de Impacto Ambiental.

FONTE: BISC, 2018. Comunitas



TÓPICO ESPECIAL:  
OS INVESTIMENTOS  
SOCIAIS NO ÂMBITO  
DA POLÍTICA DE  
SUSTENTABILIDADE  
DAS EMPRESAS



Nas últimas duas décadas, assistiu-se no planeta o desenrolar de uma ampla mobilização em busca de soluções que pudessem melhorar a relação do ser humano com o meio ambiente. Nesse contexto, a questão da sustentabilidade entrou na agenda global, e nacional, como uma estratégia de desenvolvimento que procura conciliar os interesses econômicos da geração atual com a busca de maior igualdade nas condições de vida de ricos e pobres, e com o dever de garantir que a satisfação das necessidades das gerações futuras não seja comprometida pela satisfação das necessidades da geração atual. De uma forma simplificada, a Comissão Brundtland estabeleceu, em 1987, que o objetivo do desenvolvimento sustentável é “satisfazer às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”. Trata-se, portanto, de um desafio ousado, que só será superado por meio de um amplo engajamento de governos, sociedade civil e setor privado.

A partir desse entendimento cabe indagar, no âmbito do BISC, em que medida as empresas do grupo estão comprometidas com a promoção de um desenvolvimento sustentável. Como estão conduzindo sua política de sustentabilidade e quais as relações estabelecidas entre os investimentos sociais e as práticas de sustentabilidade corporativas. Qual a importância do alinhamento dos investimentos sociais aos negócios para o fortalecimento dessas relações e quais as estratégias adotadas para a promoção do desenvolvimento sustentável das comunidades que vivem no entorno dos seus empreendimentos econômicos. Como se dão as relações com as partes interessadas para estimular os compromissos com a sustentabilidade e quais os avanços na direção da incorporação da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável.

Foi para responder a questões dessa natureza que se optou, em 2018, por introduzir o tema na pesquisa. Com essa iniciativa, espera-se estimular as empresas a ampliar as conexões dos investimentos sociais e alinhar sua atuação aos novos desafios relacionados ao campo da sustentabilidade dos negócios. Busca-se, assim, auxiliar os gestores sociais a refletirem sobre suas práticas à luz dos princípios da sustentabilidade e aproximar os investimentos sociais da estratégia geral da empresa.

Para o desenvolvimento desse tema, a Comunitas procurou dialogar com outras organizações comprometidas com o estímulo às práticas de sustentabilidade empresarial, como o Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da Fundação Getúlio Vargas, do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), da B3 (que implantou o Índice de Sustentabilidade Ambiental – ISE) e do Ponto Focal Brasil para a Global Reporting Initiative (GRI).<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> As funções do Ponto Focal Brasil da GRI é exercido por Gláucia Térreo, e fica sediado no Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

O objetivo desses diálogos foi o de levantar subsídios para a elaboração do questionário BISC, bem como identificar as questões hoje trabalhadas em outras pesquisas para permitir futuras comparações. Nesse sentido, cuidou-se de integrar, na medida do possível, a ferramenta BISC a outras ferramentas de gestão que visam estimular as práticas de desenvolvimento sustentável, com ênfase nas diretrizes do GRI e do ISE.

## 2.10 | SOBRE OS COMPROMISSOS COM A AGENDA DE SUSTENTABILIDADE

### Como as empresas expressam os seus compromissos com a agenda de sustentabilidade?

Todas as empresas do grupo indicam que os compromissos com o desenvolvimento sustentável estão formalmente inseridos na cultura e na estratégia da organização e, conforme pode ser observado nos dados apresentados no Gráfico 88, em 77% delas eles estão formalmente expressos nos objetivos e metas de desempenho socioambiental.

Gráfico 88

Onde estão expressos os compromissos da empresa com o desenvolvimento sustentável?\*



\* Esta questão consta do questionário ISE 2017.  
Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Outrossim, entre os temas expressamente contemplados nos compromissos com o desenvolvimento sustentável, mais de dois terços das empresas destacam o apoio ao desenvolvimento comunitário (77%), as relações com clientes e consumidores (69%) e o respeito ao meio ambiente (69%). Esses temas recebem atenção especial do mesmo percentual de empresas que destacam o combate à corrupção (69%), sinalizando o entendimento do grupo da importância dessa questão para um desenvolvimento socialmente justo (Gráfico 89). Os dados revelam, por outro lado, que a redução das desigualdades, essencial para o desenvolvimento sustentável, ainda não foi expressamente inserida nos compromissos das empresas. Dada a relevância do tema, o Grupo de Debates BISC deverá promover, futuramente, uma reflexão mais aprofundada sobre essa questão.

Gráfico 89

Quais os temas expressamente contemplados nos compromissos da empresa com o desenvolvimento sustentável?\*



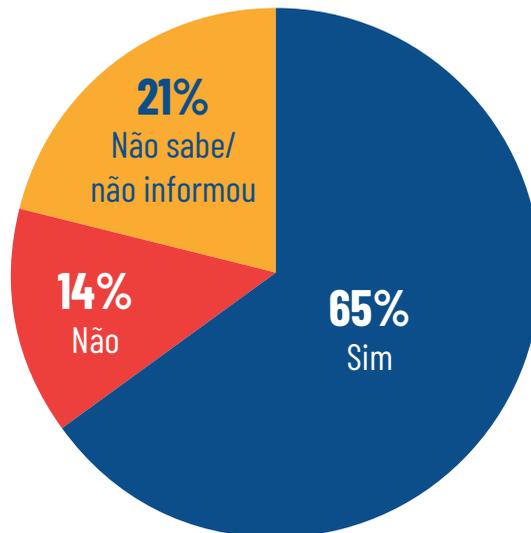
\* Esta questão consta do questionário ISE 2017.

Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Disseminar e divulgar o conhecimento a respeito da forma de promover internamente a sustentabilidade e os benefícios que ela pode gerar são práticas altamente recomendadas para as organizações comprometidas com o tema. Dois terços das empresas reconhecem a importância de tais iniciativas e desenvolvem programas de educação e sensibilização com esse objetivo (Gráfico 90). As lideranças internas e o público interno são os alvos principais das ações educativas, mas o que até certo ponto surpreende é que metade das empresas já busca expandir os conhecimentos sobre o desenvolvimento sustentável também para seus fornecedores (Gráfico 91).

**Gráfico 90**

A empresa mantém programas de educação sobre o tema do desenvolvimento sustentável?\*



\* Esta questão consta do questionário ISE 2017.

Fonte: BISC, 2018. Comunitas

**Gráfico 91**

A quem se destinam os programas da empresa de sensibilização e de educação sobre o tema do desenvolvimento sustentável?\*



\* Esta questão consta do questionário ISE 2017.

Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Como as empresas conduzem a sua política de sustentabilidade?

Para conduzir sua política de sustentabilidade, 83% das empresas criaram formalmente um comitê de sustentabilidade, ou estrutura similar, e a maior parte deles (70%) se reporta ao conselho de administração da empresa. É relevante destacar que os responsáveis pelos investimentos sociais, da empresa ou do instituto, participam desses comitês de sustentabilidade em 70% dos casos. Tal fato sinaliza que na governança das práticas de sustentabilidade há espaço para a integração dos investimentos sociais.

Ademais, todas as empresas que responderam a essa parte do questionário informaram que a organização possui uma diretoria, ou estrutura similar, que se reporta diretamente à alta direção (primeiro escalão), e que tem como atribuição cuidar das questões relativas à sustentabilidade. No entanto, as estruturas indicadas pelo grupo são bem distintas e revelam que o tema é tratado junto às mais variadas áreas da empresa – como planejamento e orçamento, inovação, comunicação, meio ambiente, relações institucionais, controle e risco, marketing e negócios inclusivos.<sup>21</sup>

Tal resultado pode ser atribuído ao fato de que as empresas consideram que o tema é essencialmente transversal aos negócios, cabendo, portanto, ser tratado nas mais variadas instâncias. Essa hipótese merece ser futuramente explorada. De imediato, o que se extrai da pesquisa é que todas as empresas declaram possuir um instrumento formal estabelecendo que sua política e procedimentos relativos à sustentabilidade sejam observados em todas as suas unidades.

Ainda em relação à condução da política de sustentabilidade, merece ser destacado que todos os respondentes informaram que suas empresas buscam identificar os temas mais relevantes do ponto de vista da sustentabilidade por meio de um processo estruturado de identificação de seus impactos econômicos, ambientais e sociais. Esse processo é conduzido com a participação das principais partes interessadas e, em 50% das empresas, busca-se identificar e quantificar as externalidades negativas geradas para a sociedade pelas atividades, produtos ou serviços da empresa (Gráfico 92).

<sup>21</sup> Entre as unidades administrativas que cuidam do tema da sustentabilidade as empresas indicaram, por exemplo: Diretoria de Sustentabilidade; Superintendência de Inovação, Sustentabilidade e Qualidade e Meio Ambiente; Diretoria de Relações Institucionais, Comunicação Corporativa e Sustentabilidade e Negócios Inclusivos; comitê de estratégia e comitê deliberativo com as empresas; Diretoria de Planejamento, Orçamento e Controle; Gerência de Sustentabilidade; Comitê de Controle e Risco; Diretoria de Comunicação e Sustentabilidade; e Vice-presidência de Comunicação, Marketing, Relações Institucionais e Sustentabilidade.

## Gráfico 92

## A empresa busca identificar, em conjunto com as partes interessadas, os seus impactos mais relevantes do ponto de vista da sustentabilidade?\*



\* Esta questão consta do questionário ISE 2017.

Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Da mesma forma, todos os respondentes declararam acompanhar sistematicamente seus indicadores socioambientais, independentemente de demandas específicas, ainda que apenas um terço tenha declarado verificar periodicamente a relevância e a eficácia das políticas e diretrizes adotadas. Esse resultado é compatível com resultados dos trabalhos realizados pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável, que destaca que “a grande dificuldade em relação ao tema costuma estar na justificativa, na análise de resultados de medidas sustentáveis e no impacto social e ambiental das operações no dia a dia da empresa”.<sup>22</sup>

A Global Reporting Initiative (GRI) constitui-se na principal referência do grupo BISC para orientar a gestão da sua agenda de sustentabilidade.<sup>23</sup> Sessenta e nove por cento das empresas par-

<sup>22</sup> Disponível em: <<http://cebds.org/blog/o-que-e-gri/#.W50QGBuWy14>>

<sup>23</sup> A Global Reporting Initiative (GRI), criada em 1997 a partir da reunião de ambientalistas, ativistas sociais e representantes de fundos socialmente responsáveis, é uma organização multistakeholder, sem fins lucrativos, que desenvolve uma estrutura de Relatórios de Sustentabilidade que ajuda empresas, governos e outras organizações a entender e comunicar seus impactos em questões como mudanças climáticas, direitos humanos e corrupção.

Os Princípios do Pacto Global das Nações Unidas – foram desenvolvidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) e objetivam mobilizar o empresariado na adoção de práticas internacionalmente aceitas na área de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Os princípios referentes ao conceito de sustentabilidade são: apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais; promover a responsabilidade ambiental; encorajar tecnologias que não agridam ao meio ambiente.

A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável foi lançada pela Cúpula das Nações Unidas, em setembro de 2015. Essa agenda mundial passou a ser implementada a partir de 2016, e se configura como um plano de ação que estabelece 17 objetivos e 169 metas a serem alcançadas até 2030. Para esses objetivos e metas são previstas ações nas áreas de erradicação da pobreza, segurança alimentar, agricultura, saúde, educação, igualdade de gênero, redução das desigualdades, energia, água e saneamento, padrões sustentáveis de produção e de consumo, mudança do clima, cidades sustentáveis, proteção e uso sustentável dos oceanos e dos ecossistemas terrestres, crescimento econômico inclusivo, infraestrutura, industrialização, entre outros.

ticipantes destacam a adoção das diretrizes estabelecidas pela GRI para avaliarem os impactos econômicos, sociais e ambientais das suas operações e para tomarem decisões mais embasadas sobre as suas práticas cotidianas.

Mas é interessante também observar que as empresas diversificam e ampliam as suas fontes de referência e, conforme os dados do Gráfico 93, cerca de dois terços delas adotam o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), os Princípios do Pacto Global das Nações Unidas, e/ou, as diretrizes da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Esse resultado sinaliza uma compreensão do grupo sobre a complexidade e abrangência dos compromissos com a sustentabilidade do planeta.

### Gráfico 93

Quais os referenciais utilizados pela empresa para a gestão da sua agenda de sustentabilidade?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Como as empresas buscam promover a sustentabilidade na sua cadeia de valor?

A gestão da política de sustentabilidade não se limita ao ambiente interno. Mais de 90% das empresas adotam práticas voltadas ao envolvimento das organizações que fazem parte da sua cadeia de valor, destacando pela maior frequência: o monitoramento das práticas realizadas pelas organizações para evitar que elas coloquem em risco os compromissos da empresa com a sustentabilidade

O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), criado pela BM&FBovespa, visa motivar a sustentabilidade empresarial pautada pela eficiência econômica, equilíbrio ambiental e justiça social. Essas entidades são selecionadas ao cumprirem alguns requisitos e ao responderem a um questionário com questões gerais e de cunho ambiental e social.

Os Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis foram criados pelo Instituto Ethos, em 1998, como uma ferramenta de gestão que visa apoiar as empresas na incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial em suas estratégias de negócio, para que esse venha a ser sustentável e responsável.

O Diagnóstico Base ISE (DBI) foi criado pela B3 em parceria com o Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV (GVces), e se configura como um instrumento para que empresas – especialmente aquelas não listadas na Bolsa – possam conhecer melhor seu desempenho em termos de sustentabilidade, tendo como referência algumas das companhias que mais se destacam nesse campo no país.

(60%); a adaptação da estratégia de suprimentos bem como das práticas de compras e gestão de fornecedores, de forma a considerar riscos e oportunidades socioambientais (60%); e o engajamento e a capacitação dos atores internos que têm interface com parceiros comerciais, para que incorporem aspectos socioambientais nesse relacionamento (50%) (Gráfico 94). No entanto, poucas empresas informaram adotar práticas voltadas para promover o envolvimento dos fornecedores com os investimentos sociais e, nesses casos, elas promovem a realização de encontros para debater o assunto, a formação de parcerias em projetos sociais e a divulgação de material informativo.

### Gráfico 94

Quais as práticas utilizadas pela empresa para promover a sustentabilidade na sua cadeia de valor?\*



\* Esta questão consta do questionário ISE 2017 e do GRI G4.

Fonte: BISC, 2018. Comunitas

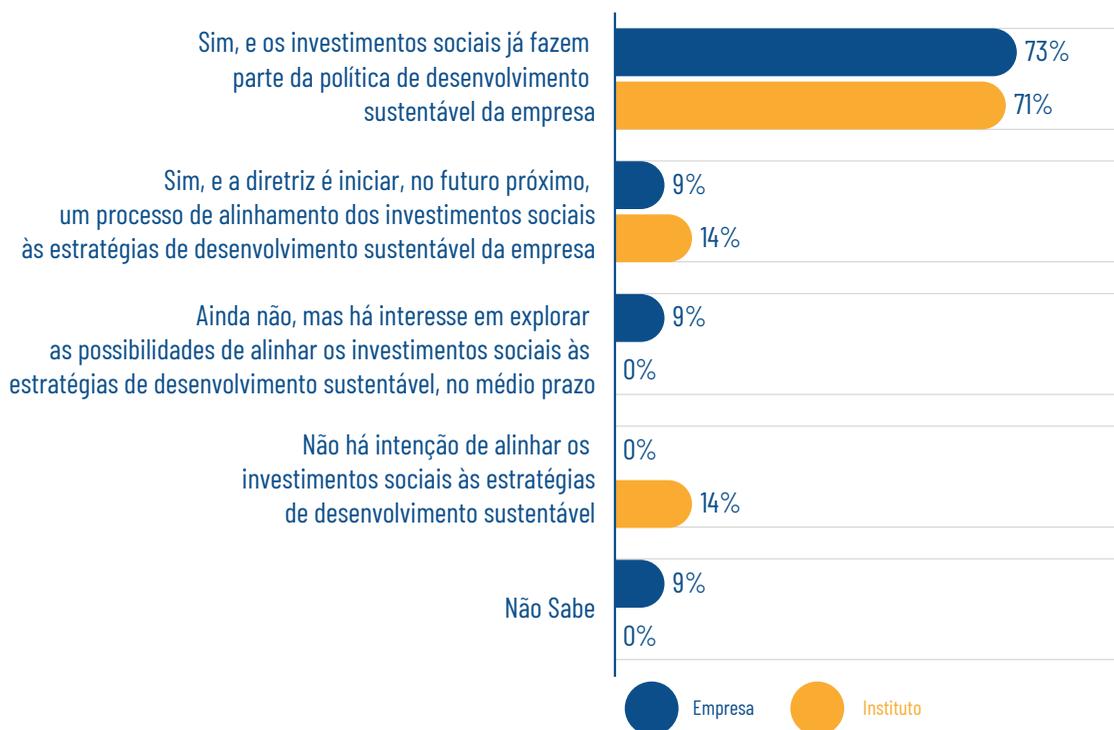
## Como se dá a integração dos investimentos sociais às estratégias de sustentabilidade das empresas?

Entre os diversos resultados positivos captados no BISC de 2018, destaca-se o alinhamento dos investimentos sociais à agenda de sustentabilidade das empresas, hoje presente em mais de 70% das organizações participantes (Gráfico 95). Isso significa que as políticas de sustentabilidade do grupo vão além das questões econômicas e ambientais e buscam incorporar a dimensão da qualidade de vida da população. Segundo a percepção de 92% dos respondentes, o processo de alinhamento

dos investimentos sociais aos negócios, que vem ocorrendo nos últimos anos, contribuiu para fortalecer as relações entre as práticas sociais e a estratégia de sustentabilidade das empresas.

### Gráfico 95

#### A empresa busca alinhar os investimentos sociais voluntários a suas estratégias de desenvolvimento sustentável?

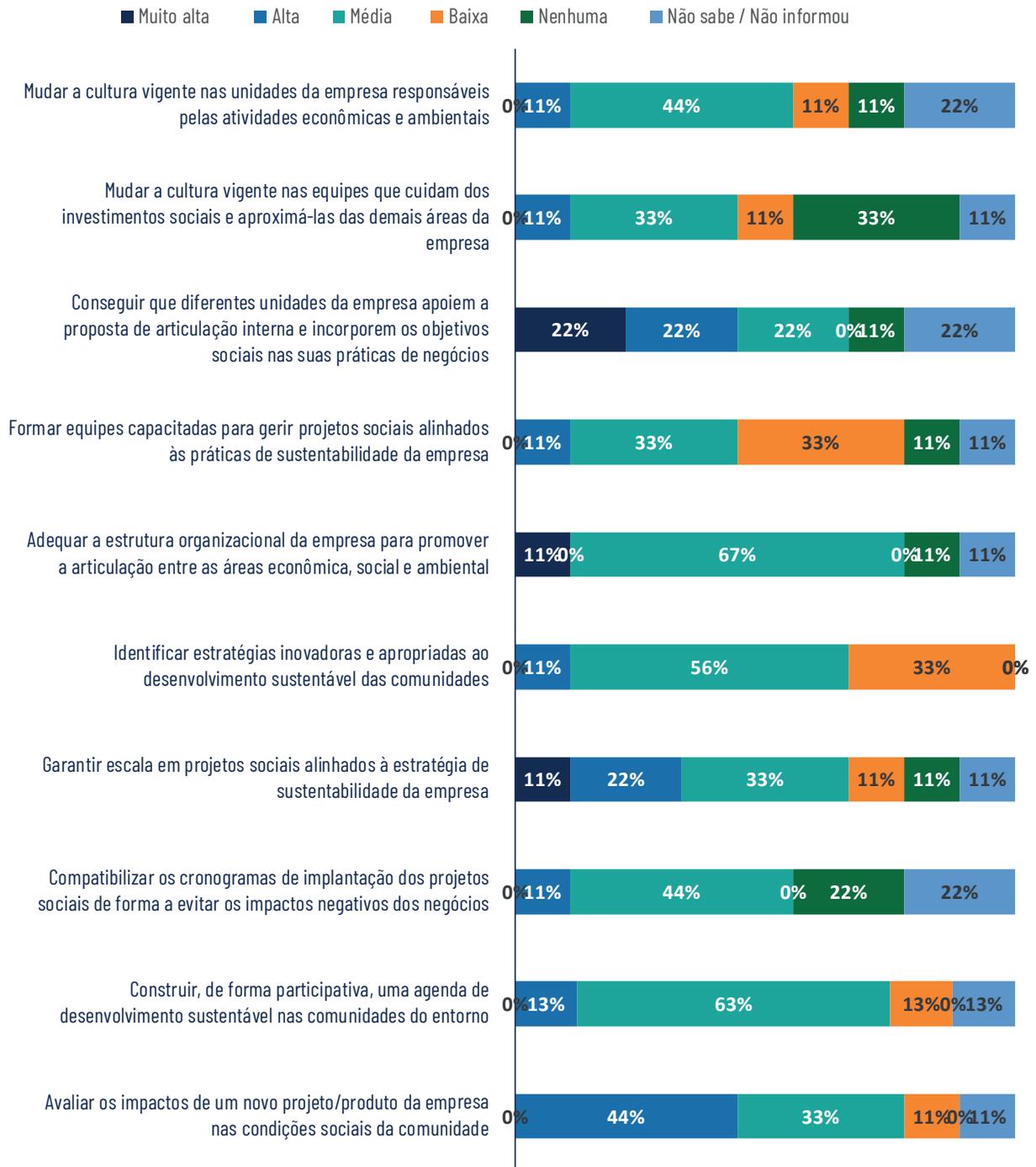


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

De modo geral, o grupo BISC não reconhece grandes empecilhos para articular os projetos sociais à estratégia de sustentabilidade da empresa. Entre um elenco extenso de possibilidades, menos de um quarto das organizações (22%) assinalam como muito alta as dificuldades para conseguir que diferentes unidades da empresa apoiem a proposta de articulação interna e incorporem os objetivos sociais nas suas práticas de negócios. Não obstante, 44% delas confirmam como de “nível alto” a dificuldade para avaliar os impactos de um novo projeto/produto da empresa nas condições sociais da comunidade (Gráfico 96). No padrão de dificuldade média se destacam a adequação da estrutura organizacional da empresa para promover a articulação entre as áreas econômica, social e ambiental (assinada por 67% das empresas); a construção, de forma coletiva, de uma agenda de desenvolvimento sustentável nas comunidades do entorno (63%); e a identificação de estratégias inovadoras e apropriadas ao desenvolvimento sustentável das comunidades (56%).

**Gráfico 96**

**Quais as maiores dificuldades para articular os projetos sociais à estratégia de sustentabilidade da empresa?**



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Para contornar as eventuais dificuldades e aproximar os investimentos sociais das práticas de sustentabilidade corporativas, os gestores da área social apresentam, entre outras, as seguintes sugestões:

“*promover e ampliar programas de educação sobre o tema; realizar o controle e o monitoramento dos projetos apoiados; identificar casos de benchmarking do mercado; valorizar o uso dos resultados dos estudos e das avaliações realizadas pela empresa; fortalecer ações de sensibilização e formação dos profissionais das diversas áreas envolvidas na atuação social; garantir o engajamento da alta direção e dos Conselhos na promoção do alinhamento dos investimentos sociais à estratégia central da empresa; promover encontros e publicações que demonstrem casos de sucesso que conseguiram grandes conquistas para a empresa ao realizar ações de alinhamento dos projetos sociais à estratégia de sustentabilidade e/ou à estratégia do negócio; e investir em um modelo de governança que facilite o trânsito e a articulação com outras áreas, contribuindo com o alinhamento ao negócio de forma a preservar a essência das iniciativas de cunho social”.*

## 2.11 | SOBRE OS IMPACTOS DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS

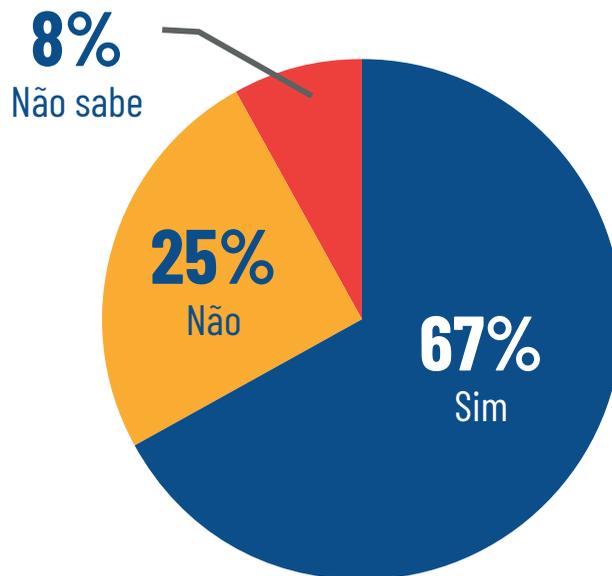
### Quais os impactos gerados pelas empresas nos territórios do entorno?

A maior parte das empresas reconhece que os negócios geram impactos ambientais e sociais significativos nas comunidades que vivem no entorno dos seus empreendimentos, ou em áreas mais distantes, afetadas por suas operações<sup>24</sup> (Gráfico 97). Nem sempre os impactos são negativos, mas a pesquisa se concentrou nesse grupo por querer identificar o que as empresas fazem pelas comunidades, seja para melhorar suas condições ambientais e sociais, seja para mitigar os efeitos eventualmente maléficos de seus empreendimentos.

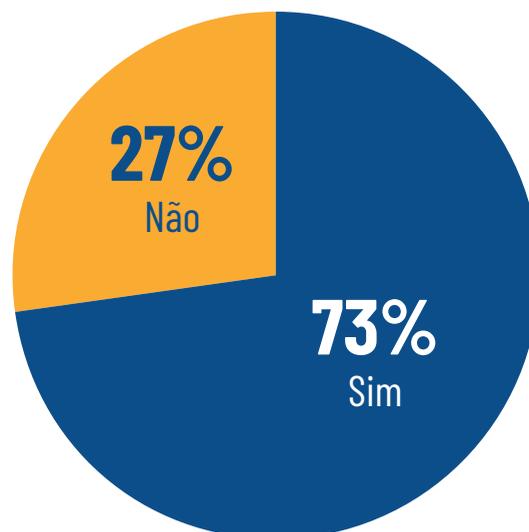
<sup>24</sup> Foi esclarecido aos respondentes que os “impactos significativos” fossem considerados em relação ao contexto em que ocorrem: o impacto pode ser considerado menos significativo quando ocorre num contexto em que outros impactos de magnitude semelhante já estejam ocorrendo.

Gráfico 97

As operações da empresa geram *impactos ambientais* significativos - reais e potenciais - na comunidade local?\*



As operações da empresa geram *impactos sociais* significativos - reais e potenciais - na comunidade local?\*



\* Estas questões constam do questionário ISE 2017 e do GRI Standards.  
Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Entre os *impactos ambientais* negativos para as comunidades mais vulneráveis, a poluição atmosférica (ex.: emissão de fuligem, póis/poeiras, fumaça, odores) foi a mais citada e chegou a

ser assinalada por 71% das empresas. No entanto, observa-se que os impactos são diversos e podem ser divididos em três grupos, de acordo com a frequência em que foram assinalados.

- ▶ Em primeiro lugar, citado por 43% das empresas, se destacam: a emissão de gases de efeito estufa; a geração de resíduos sólidos; a geração de rejeitos líquidos; e a poluição sonora (ex.: ruídos e vibrações).
- ▶ Em um segundo bloco estão a produção de efluentes industriais, ainda que tratados, e a alteração da flora e fauna, que foram assinaladas por 29% das organizações.
- ▶ Finalmente, poucas empresas (14%) indicaram a poluição de lençóis freáticos, a geração de rejeitos gasosos e os riscos de acidentes com produtos perigosos.

Em relação aos *impactos sociais* que afetam diretamente as comunidades mais vulneráveis, a lista foi ainda mais extensa e também pode ser dividida em grupos, de acordo com a sua frequência:

- ▶ Dois terços das empresas assinalaram os seguintes problemas: (a) pressão sobre os serviços de saúde e educação, sobre o acesso a moradia adequada e sobre os serviços de infraestrutura urbana (ex.: pavimentação, iluminação, áreas de lazer); (b) aumento do tráfego de veículos pesados; e (c) conflitos no uso e na ocupação da terra.
- ▶ Cai para um terço o percentual de empresas que destacaram: (a) a pressão sobre os serviços de transporte; (b) o aumento de acidentes de trânsito; (c) a desorganização espacial das comunidades, devido a desapropriações e reassentamentos; (d) a desestruturação da economia tradicional (ex.: agricultura familiar, pesca); (e) a alta dependência local das atividades econômicas e dos empregos gerados pela empresa; e (f) o aumento dos preços locais, a exemplo da alimentação, moradia ou transporte.
- ▶ Menos de um quinto das empresas (17%) aponta para o seguinte conjunto de problemas: (a) crescimento desorganizado da população local; (b) aumento do alcoolismo e do uso de drogas; e (c) aumento da violência, da criminalidade e de práticas de exploração sexual de crianças e adolescentes.

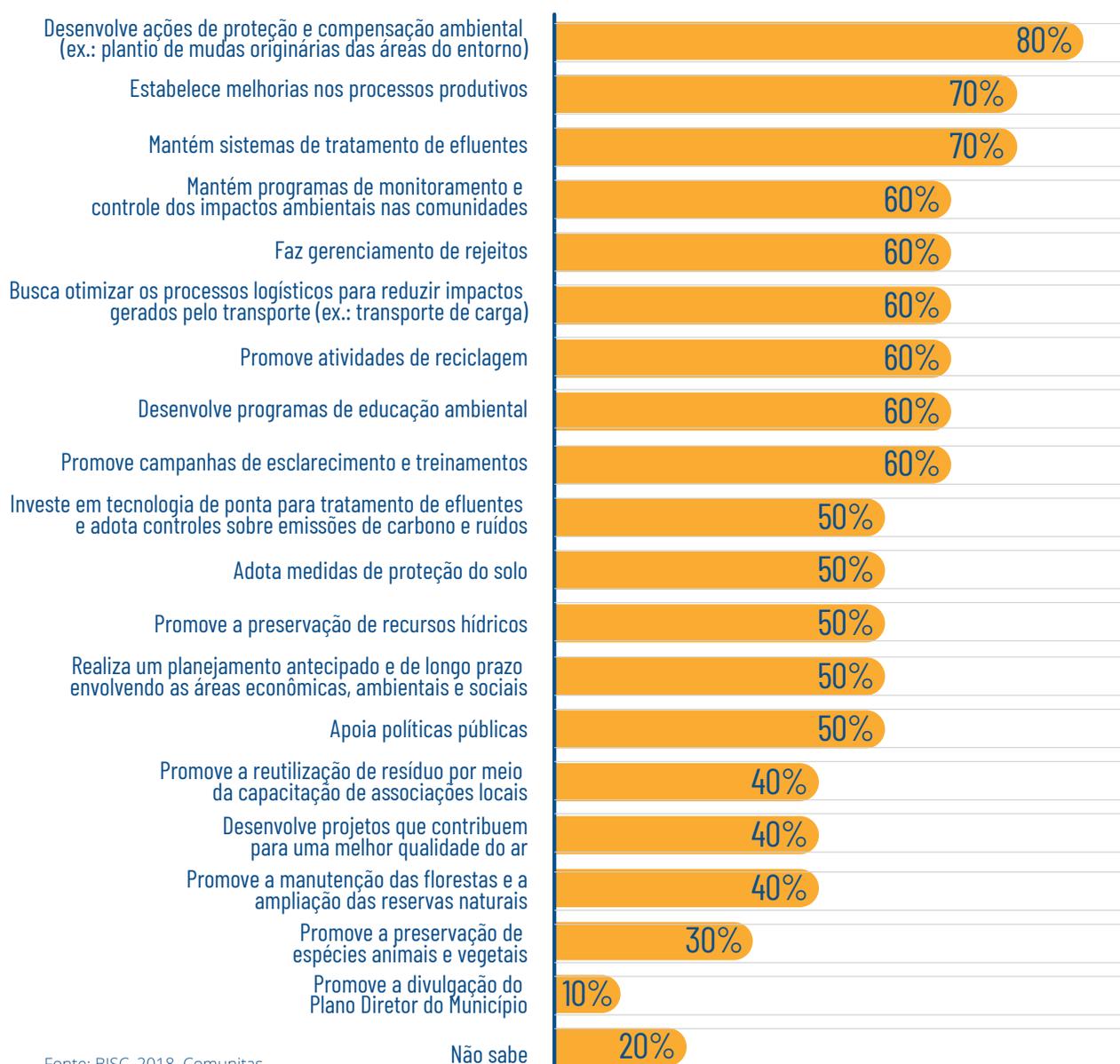
## O que as empresas fazem para evitar ou mitigar os impactos negativos gerados por suas operações nos territórios do entorno?

Os resultados captados no BISC indicam que o que as empresas fazem no entorno não se restringe à mitigação ou compensação dos impactos negativos gerados por suas operações. Elas buscam ir além e desenvolvem atividades que podem prevenir desgastes futuros. Na área

ambiental, por exemplo, o maior impacto (citado por 71% dos respondentes) diz respeito à poluição atmosférica. Nesse campo, as atividades mais desenvolvidas são de proteção e compensação ambiental, realizadas por 80% das empresas, e de melhorias no processo produtivo e no tratamento de efluentes (70%). No entanto, metade ou mais das organizações do grupo desenvolvem quase todas as atividades de melhorias ambientais listadas na pesquisa (Gráfico 98).

Gráfico 98

### O que a faz a empresa para melhorar as condições ambientais no entorno de seus empreendimentos?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

No campo social, o percentual de empresas que promovem, por exemplo, atividades de educação, de assistência social, de apoio ao empreendedorismo ou de construção de obras de infraestrutura (86%) é bem superior ao percentual de empresas que reconhecem gerar impactos negativos nessas áreas, conforme apresentado no item anterior deste relatório (Gráfico 99). Ademais, a maior parte das empresas desenvolve um elenco grande de atividades sinalizando que sua atuação no campo social se relaciona às diversas dimensões dos problemas que afetam as comunidades mais vulneráveis, independentemente dos impactos gerados diretamente por seus negócios.

Gráfico 99

### O que faz a empresa para melhorar as condições sociais das comunidades que vivem no entorno de seus empreendimentos?

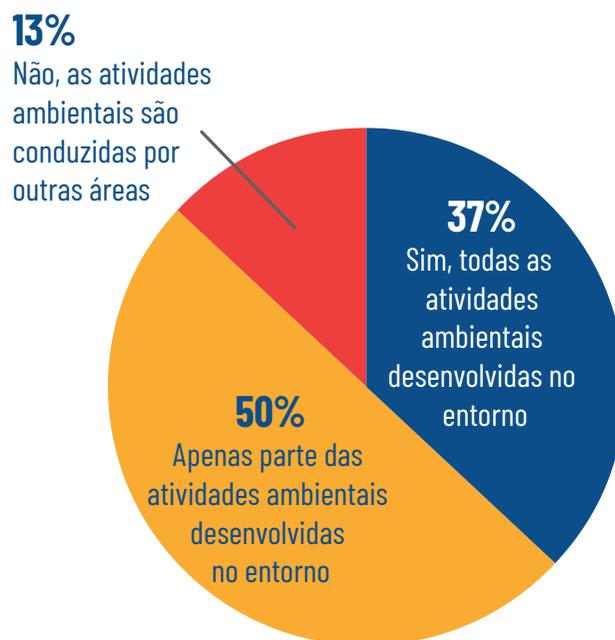


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Duas observações merecem ser destacadas na análise dos resultados apontados nos Gráficos 100 e 101: a primeira delas é que as equipes responsáveis pelos investimentos sociais assumem a *condução das atividades sociais* no entorno dos empreendimentos econômicos em 87% das empresas, o que significa que muito se avançou na articulação interna entre as áreas sociais e operacionais. A segunda é que há espaços para ampliar a *integração das atividades sociais e ambientais* dirigidas às comunidades vulneráveis, visto que em apenas 37% das empresas essas últimas são consideradas como parte integrante da política de investimentos sociais. Cabe registrar a importância da preservação ou das melhorias ambientais para as comunidades pobres, que são as mais afetadas pela deterioração do meio ambiente.

### Gráfico 100

As *atividades ambientais* desenvolvidas pela empresa no entorno de seus empreendimentos fazem parte da sua política de investimento social?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Gráfico 101

As atividades sociais desenvolvidas pela empresa no entorno de seus empreendimentos fazem parte da sua política de investimento social?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## 2.12 | SOBRE A ATUAÇÃO DAS EMPRESAS NO TERRITÓRIO

### Como as empresas cuidam das relações com as comunidades?

Sob diferentes perspectivas, as relações das empresas com as comunidades do entorno têm sido pesquisadas em diversas edições do BISC. Em 2018, buscou-se identificar como se dá esse relacionamento quando o foco é desenvolvimento local sustentável. Os resultados apontam que 80% delas possuem uma política corporativa que busca formalizar esse relacionamento, e na maioria dos casos essa política foi aprovada pela alta direção (Gráfico 102).

Gráfico 102

A empresa possui uma política corporativa que busque construir um relacionamento com a comunidade, visando o desenvolvimento local sustentável?



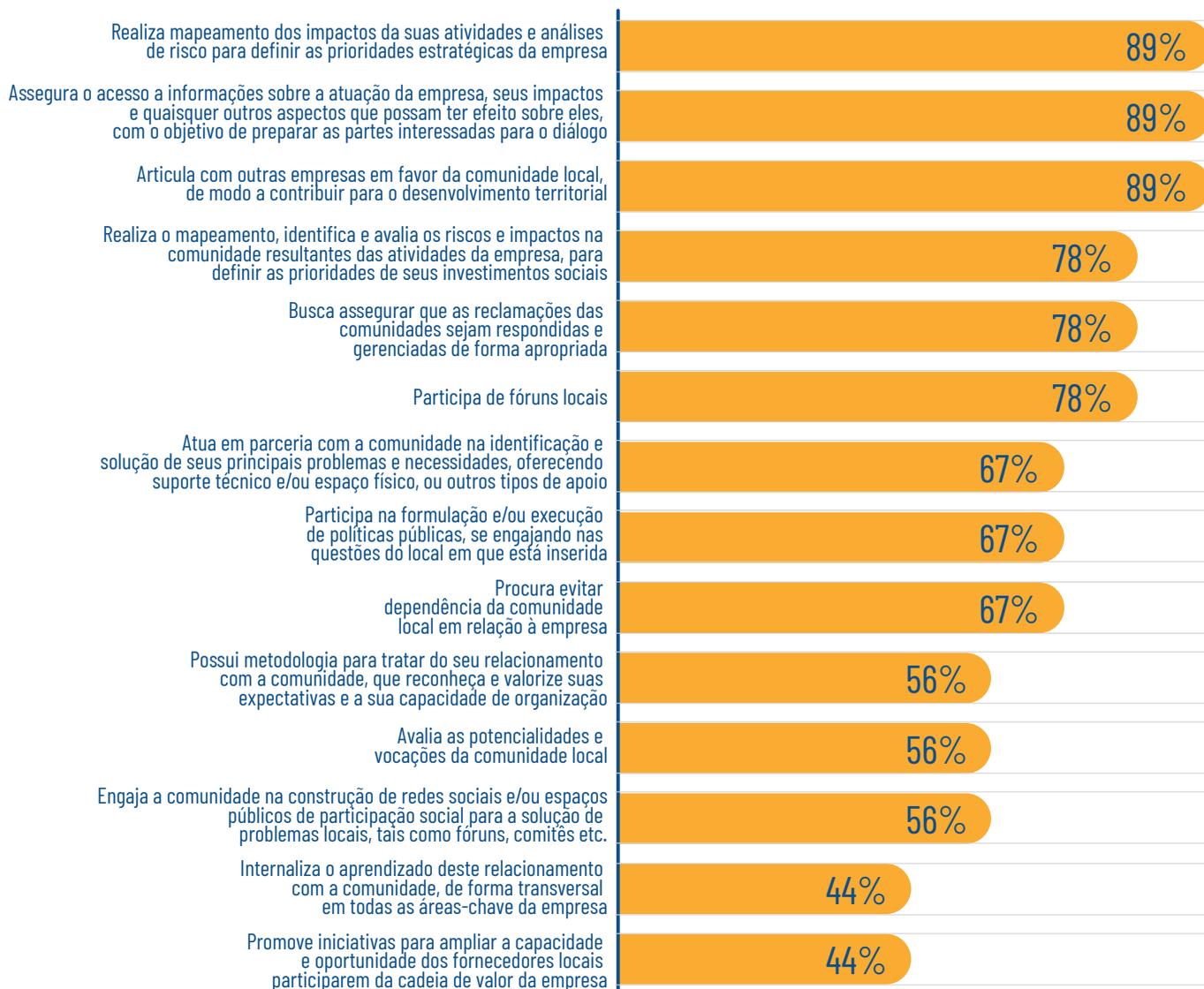
Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Praticamente, todas essas empresas declaram possuir uma diretoria específica, ou unidade similar, para conduzir a política de relacionamento com as comunidades e que os responsáveis se reportam diretamente à alta direção. A única exceção se justifica com o argumento de que o tema é tratado transversalmente, e está formalmente incluído nas responsabilidades atribuídas aos diversos órgãos diretivos da empresa. Foi interessante identificar que não há um padrão estabelecido para a alocação de tal responsabilidade. Em cerca de um terço das empresas, a política de relacionamento com as comunidades está na Diretoria de Sustentabilidade, mas nas demais organizações ela pode estar na área de responsabilidade social, de comunicação e marketing, de relações com as comunidades, de relações institucionais, ou, ainda, nos institutos/fundações.

Dentre as inúmeras atribuições a cargo dessas unidades, elas se dedicam, majoritariamente: (a) a mapear os impactos das atividades da empresa e analisar seus riscos para subsidiar a definição de suas prioridades estratégicas; (b) a articular com outras empresas em favor da comunidade local, de modo a contribuir para o desenvolvimento territorial; e (c) a assegurar o acesso a informações sobre a atuação da empresa e os seus impactos, com o objetivo de preparar as partes interessadas para o diálogo. Todas essas práticas são realizadas em 89% das empresas (Gráfico 103)

## Gráfico 103

## O que faz a empresa para melhorar as condições sociais das comunidades que vivem no entorno de seus empreendimentos?\*



\* Esta questão consta do questionário ISE 2017 e do GRI G4.  
Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## 2.13 | **SOBRE O ALINHAMENTO DOS INVESTIMENTOS SOCIAIS AOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

A partir de 2016, o BISC passou a acompanhar o processo de integração dos investimentos sociais privados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A relevância do tema se deve aos desafios lançados na Cúpula das Nações Unidas, em setembro de 2015, na qual os 193 Estados-Membros da Organização das Nações Unidas (ONU) aprovaram o documento “Transformando Nosso Mundo: Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável”. Esta Agenda, proposta para ser implementada a partir de 2016, é um plano de ação que parte do reconhecimento de que a erradicação da pobreza, em todas as suas formas e dimensões, é o maior desafio global ao desenvolvimento sustentável. Nela foram estabelecidos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, associados a 169 metas, cujo alcance requererá uma parceria global com o engajamento de todos – governos, sociedade civil, setor privado, academia, mídia e Nações Unidas.

Já em 2016, foi identificado no BISC o interesse das empresas em aderir à Agenda 2030, pela percepção dos impactos positivos dos ODS para o planeta, pelo reconhecimento de que o setor privado pode contribuir para esse desafio global, e pela importância atribuída pela sociedade ao tema. Cabe, pois, a esta pesquisa, acompanhar em que medida o grupo está internalizando as perspectivas dos ODS nas suas práticas sociais, visto que tal estratégia representa uma oportunidade para conferir aos investimentos sociais uma dimensão mais abrangente e mais conectada a uma agenda global.

### **Qual o nível de comprometimento das empresas com a Agenda 2030?**

Surpreende o ritmo com que as empresas estão aderindo à Agenda 2030 e assumindo, formalmente, seus compromissos com o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. No período entre 2016 e 2018, mais do que dobrou o percentual daquelas que declaram ter se

comprometido publicamente com os ODS, incluindo a referência a esse comprometimento em manifestações ou documentos oficiais da empresa (Gráfico 104).

Gráfico 104

### A empresa já se comprometeu publicamente com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável?

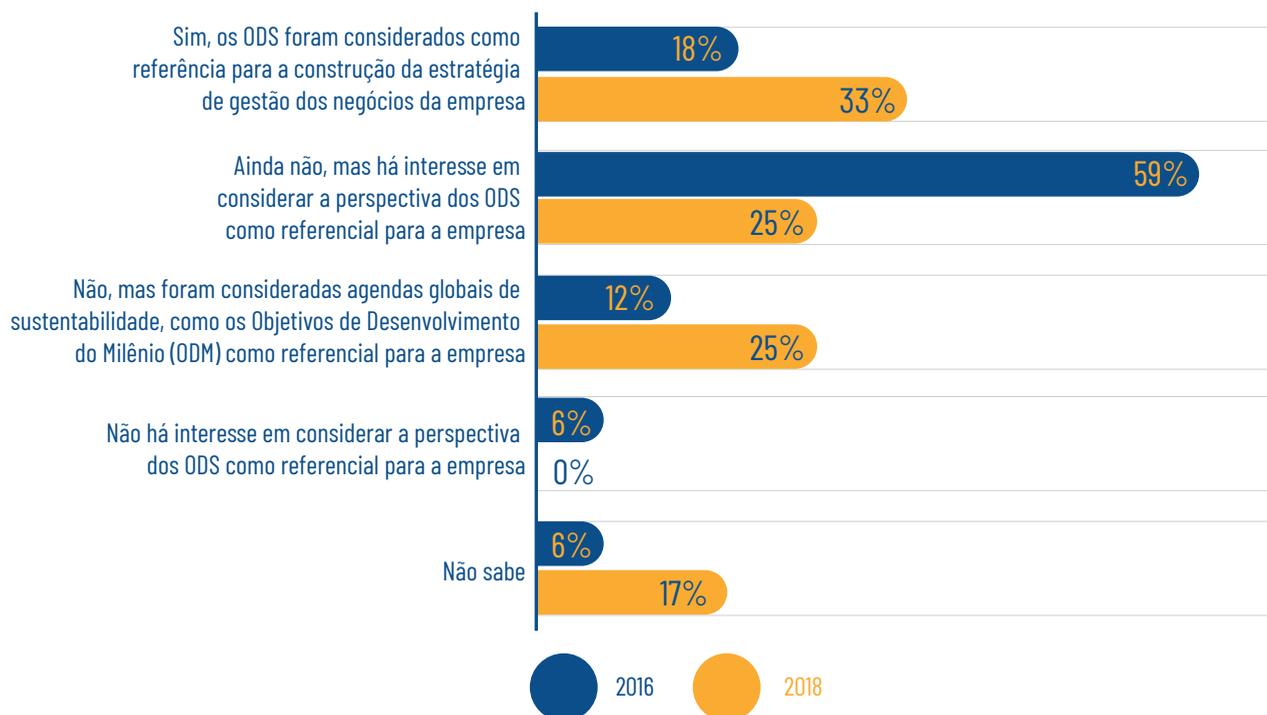


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Avanços também foram observados em relação à internalização do tema na *condução dos negócios* da empresa. Em 2016, 18% das empresas informaram que os ODS foram considerados como referência para a construção da sua estratégia de gestão de negócios. Em 2018, esse percentual subiu para 33% (Gráfico 105). Neste caso, há espaço para avanços mais amplos, já que 59% das empresas declararam que ainda não adotaram as perspectivas dos ODS, mas têm interesse em considerá-las futuramente. Resta acompanhar em que medida esse interesse será concretizado.

Gráfico 105

A perspectiva dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável foi considerada como referência na *estratégia de gestão dos negócios* da empresa?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

É sobretudo na *condução dos investimentos sociais* que se destaca a adoção das perspectivas da Agenda 2030 por parte do grupo BISC. Conforme pode ser observado no Gráfico 106, 60% das empresas e 66% dos institutos já consideram os ODS como referência para definir sua estratégia de atuação, ainda que parte deles tenha iniciado esse processo muito recentemente (em 2018).

Gráfico 106

A perspectiva dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável é considerada como referência na *agenda de atuação social* da empresa?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

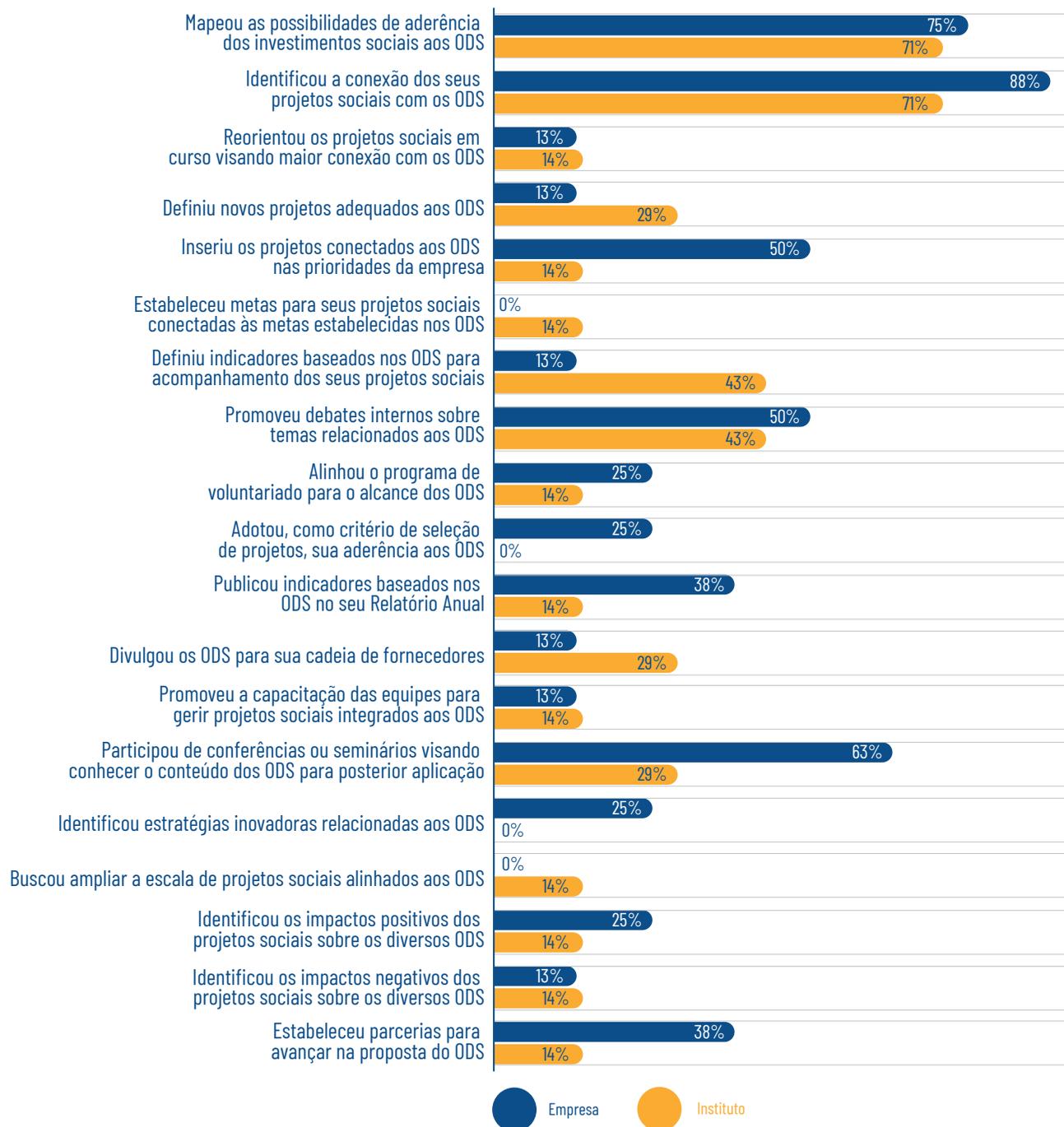
## O que as empresas estão fazendo para alinhar os seus investimentos sociais aos ODS?

De uma lista de 19 iniciativas voltadas para promover a incorporação das perspectivas dos ODS na condução dos investimentos sociais, destaca-se o esforço empreendido por mais de 70% das empresas e dos institutos para mapear os projetos em curso e identificar suas possíveis conexões com os objetivos estabelecidos na Agenda 2030 (Gráfico 107).

Vale também observar que as empresas estão buscando conhecer e difundir os ODS, uma vez que 63% delas participaram de conferências ou seminários visando conhecer o seu conteúdo, para posterior aplicação, e 50% promoveram debates internos sobre o tema. Por outro lado, algumas iniciativas importantes não foram adotadas por nenhuma empresa (ex.: definição de metas para os projetos sociais conectados aos ODS ou ampliação da escala dos projetos em curso) nem por nenhum instituto (ex.: adoção de estratégias inovadoras para alcançar os ODS e adoção dos critérios de aderência à Agenda 2030 no processo de seleção dos projetos sociais).

Gráfico 107

O que a empresa já fez para incorporar a perspectiva dos ODS nos seus investimentos sociais?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Duas observações merecem ser destacadas na análise dos resultados apresentados no Gráfico 108: a primeira delas é que em todos os 17 ODS são identificados projetos que incorporam a perspectiva dos ODS; a segunda é que, em vários casos, por exemplo, igualdade de gênero (ODS 5), redução das desigualdades (ODS 10) e paz e justiça (ODS 16), tais projetos ocorrem em um percentual relativamente pequeno de empresas (25%).

É na área da educação (ODS 4) e das parcerias (ODS 17) que se observa a maior presença de projetos alinhados aos ODS, entre as empresas que já incorporaram as perspectivas da Agenda 2030: eles são desenvolvidos por 75% e 63% delas, respectivamente. Esses resultados representam um avanço significativo em relação àqueles captados no BISC de 2016. Naquele momento, apenas 36% das empresas indicavam a presença de projetos educacionais alinhados aos ODS, e 45% delas, projetos voltados para a promoção de parcerias.<sup>25</sup>

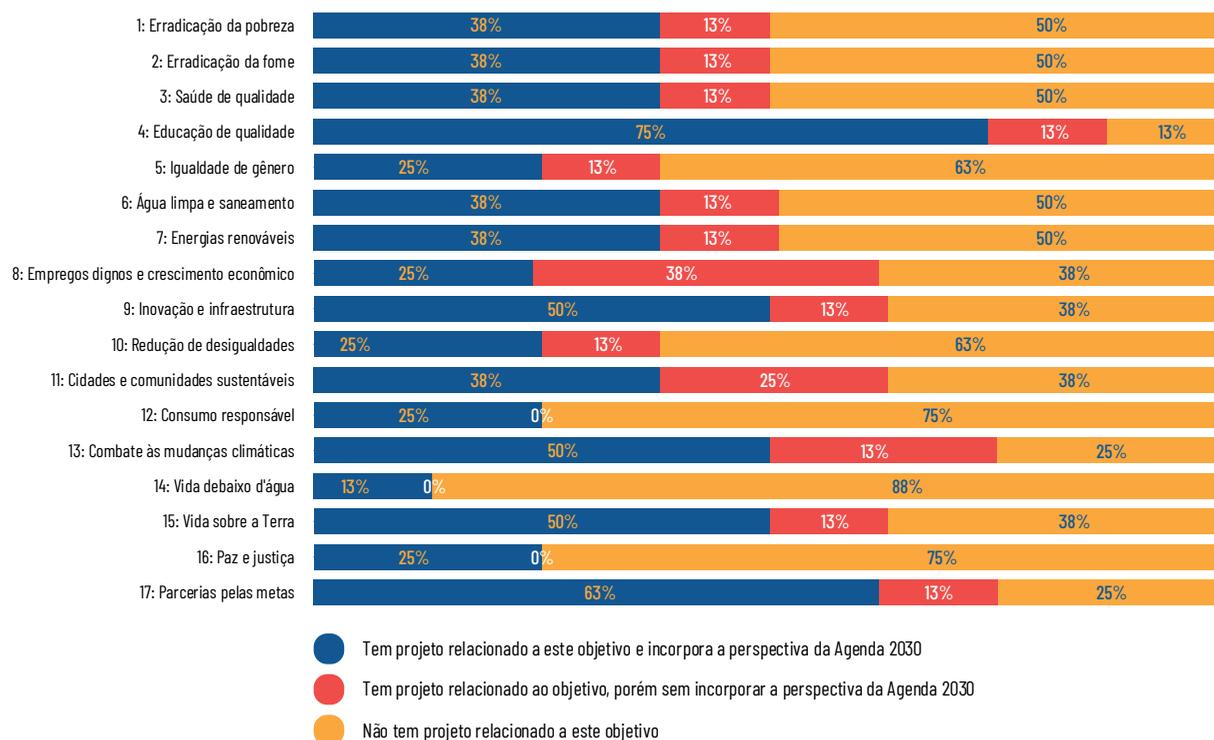
Uma questão que merece ser aprofundada posteriormente pelo Grupo de Debates BISC diz respeito aos critérios que as empresas estão utilizando para indicar que os projetos incorporam a perspectiva dos ODS. Para identificar se o projeto está *“conectado à perspectiva dos ODS”*, os participantes foram orientados a considerar se os objetivos e metas dos seus projetos sociais se coadunam com os objetivos e as metas previstas na Agenda 2030, e se eles estão sendo planejados e geridos a partir das referências globais. Recomendou-se, ainda, que fosse observado: (a) se na implementação dos projetos são considerados os impactos (positivos e negativos) nos demais ODS (ex.: o aumento na oferta de alimentos ou de energia pode implicar maior consumo de água e maiores emissões de gases de efeito estufa); e (b) se a empresa se preocupa em estimular parcerias para a realização desses projetos. Isso porque tais requisitos são considerados importantes para a implementação dos ODS. Resta agora examinar coletivamente a adequação desses critérios e a forma como eles estão sendo observados.

---

<sup>25</sup> Esses dados referem-se às empresas que participam do Comitê Brasileiro do Pacto Global (CBPG), incluindo aquelas do BISC que também fazem parte desse comitê. Ver: Relatório BISC de 2016. Comunitas, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://www.comunitas.org/portal/publicacoes/>>

Gráfico 108

## Em que medida os projetos sociais das empresas incorporam a perspectiva dos ODS?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Plataforma Filantropia ODS Brasil

A fim de intensificar a colaboração, alavancar recursos e promover a contribuição de institutos e fundações com a Agenda 2030, o PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) edificou a iniciativa global SDG Philanthropy Platform (SDGPP). A plataforma foi desenhada para otimizar a atuação do investimento social privado nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), facilitando uma colaboração mais efetiva entre os *stakeholders* públicos, privados e da sociedade civil.

Ao redor do globo, existem outras iniciativas correlatas que se apropriaram da iniciativa e inseriram o piloto na lógica local de outros sete países, além do Brasil: Quênia, Gana, Zâmbia, Indonésia, Colômbia, Estados Unidos e Índia. Em cada um dos países onde está presente, a SDGPP busca combinar o conhecimento e os ativos das organizações filantrópicas com governos nacionais e subnacionais. Assim, a plataforma visa ampliar o acesso a dados, fortalecer os meios de implementação e conectar redes de atores capazes de potencializar soluções conjuntas.

No Brasil, contando com a participação da Comunitas no conselho curador, a SDGPP assumiu a identidade de Plataforma Filantropia ODS Brasil. Até o momento, foram realizadas sete oficinas de trabalho, que abordaram desde a identificação dos ODS aceleradores de desenvolvimento no Brasil (Educação de qualidade [ODS4]; Redução das desigualdades [ODS10]; Paz, justiça e instituições fortes [ODS16]; e Parcerias e meios de implementação [ODS17]), até a edificação de ações concretas que coadunassem estes ODS aceleradores e as intencionalidades da plataforma com o desenvolvimento de protótipos de iniciativas coletivas de intervenção. Durante estas oficinas houve o esforço de detalhar e refinar as propostas dos grupos de trabalho.

## 2.14 | **SOBRE A DIVULGAÇÃO DOS COMPROMISSOS SOCIAIS**

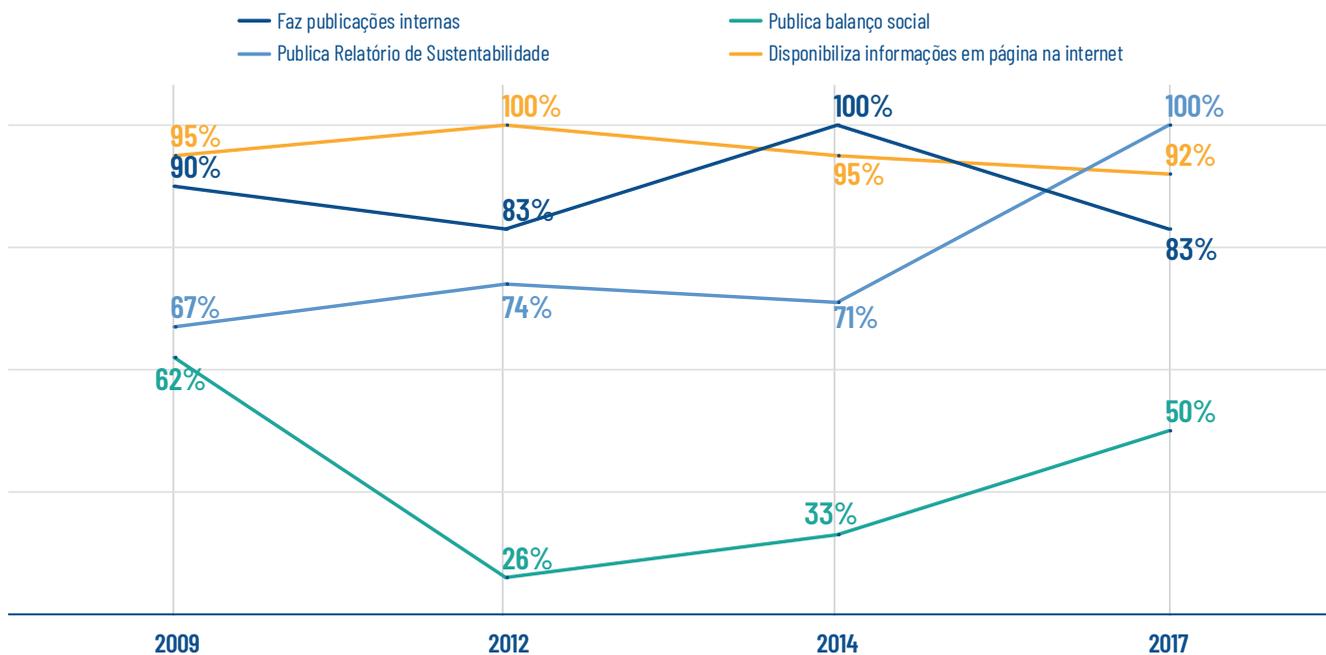
### **Como as empresas divulgam os seus investimentos sociais?**

Até alguns anos atrás, a divulgação dos investimentos sociais privados era vista com reservas, sob a alegação de que não se deviam obter ganhos, mesmo de imagem, com ações de cunho social. No entanto, nos anos recentes ela passa a ser percebida como uma estratégia importante para ampliar a transparência, tornar públicos os compromissos sociais da empresa e engajar, pelo exemplo, diversos setores da sociedade. É a partir desse entendimento que se busca, no BISC, identificar o que é feito pelas empresas para divulgar suas próprias atividades sociais, para promover causas sociais consideradas relevantes e/ou para associar sua marca a questões sociais.

No primeiro caso, os resultados apontam que, além das informações disponibilizadas na internet, cada vez mais o grupo utiliza seu Relatório de Sustentabilidade como veículo de exposição das práticas sociais desenvolvidas pela empresa, sinalizando o entendimento de que a atuação social é parte integrante da sua estratégia de sustentabilidade (Gráfico 109).

Gráfico 109

## Como as empresas divulgam a sua atuação social?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

É muito interessante constatar que nos últimos anos as empresas estão ampliando o alcance dos seus instrumentos de divulgação, atingindo um leque bem mais diversificado de atores envolvidos nas suas práticas sociais. Os resultados apresentados no Gráfico 110 ilustram bem esse movimento. Em 2017, por exemplo, todas, ou quase todas, as empresas (89%) buscaram atingir o público-alvo de seus projetos sociais, seus colaboradores e comunidades do entorno dos projetos. Cinco anos antes esses percentuais eram bem menores. A disseminação dos avanços registrados nessa área se relaciona à importância do engajamento dos diversos atores para a garantia do sucesso das práticas sociais, e isto só ocorre se houver acesso a informações fidedignas sobre os seus propósitos, mecanismos operacionais, e resultados obtidos, dentre outros.

Gráfico 110

Que atores envolvidos nas práticas sociais da estratégia de comunicação da empresa visa atingir?



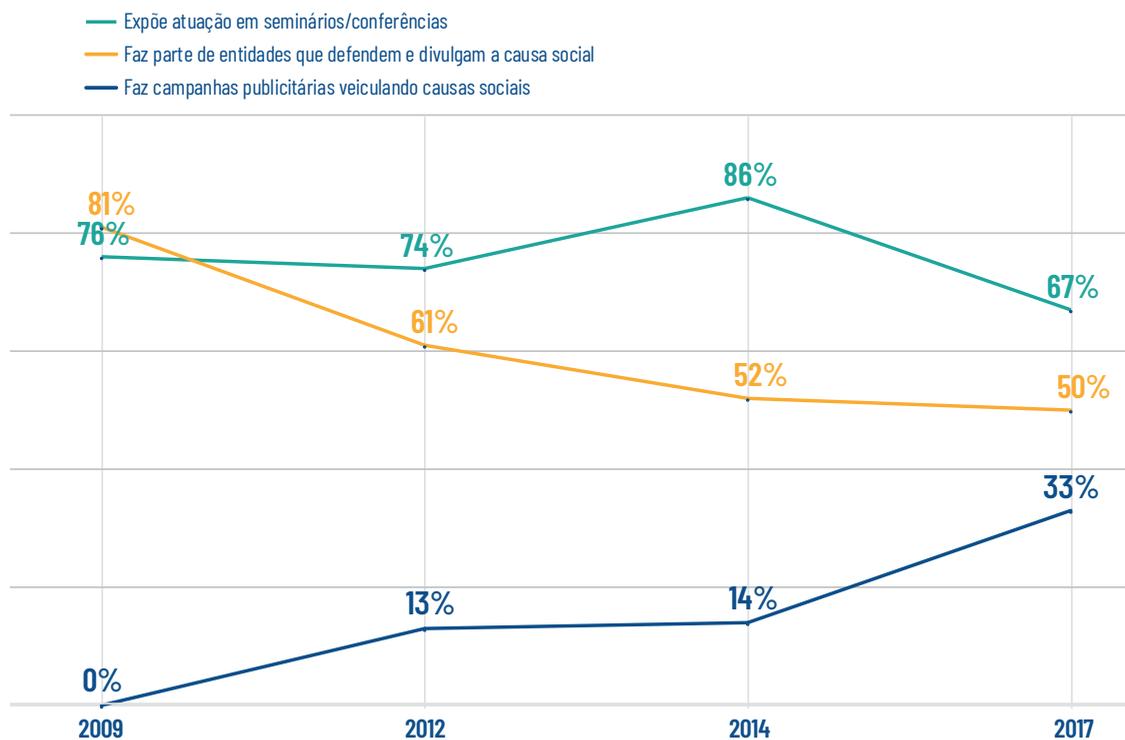
Fonte: BISC, 2018. Comunitas

## Como as empresas divulgam os seus compromissos com causas sociais?

Divulgar causas sociais com vistas a mobilizar o engajamento de diversos setores da sociedade também faz parte de uma política de responsabilidade social, e 86% das empresas declaram atuar nessa direção. As iniciativas nessa área podem ser as mais variadas, incluindo, por exemplo, a promoção de campanhas de doação, a divulgação de mensagens voltadas para promover mudanças de comportamento (como preservação de água ou redução de desperdícios) e a promoção de trabalhos voluntários. Entre as estratégias utilizadas pelo grupo nessa direção se destacam: a exposição de temas sociais em seminários e conferências e o apoio a entidades que defendem e divulgam causas sociais (Gráfico 111).

Gráfico 111

## O que a empresa faz para disseminar os seus compromissos sociais?

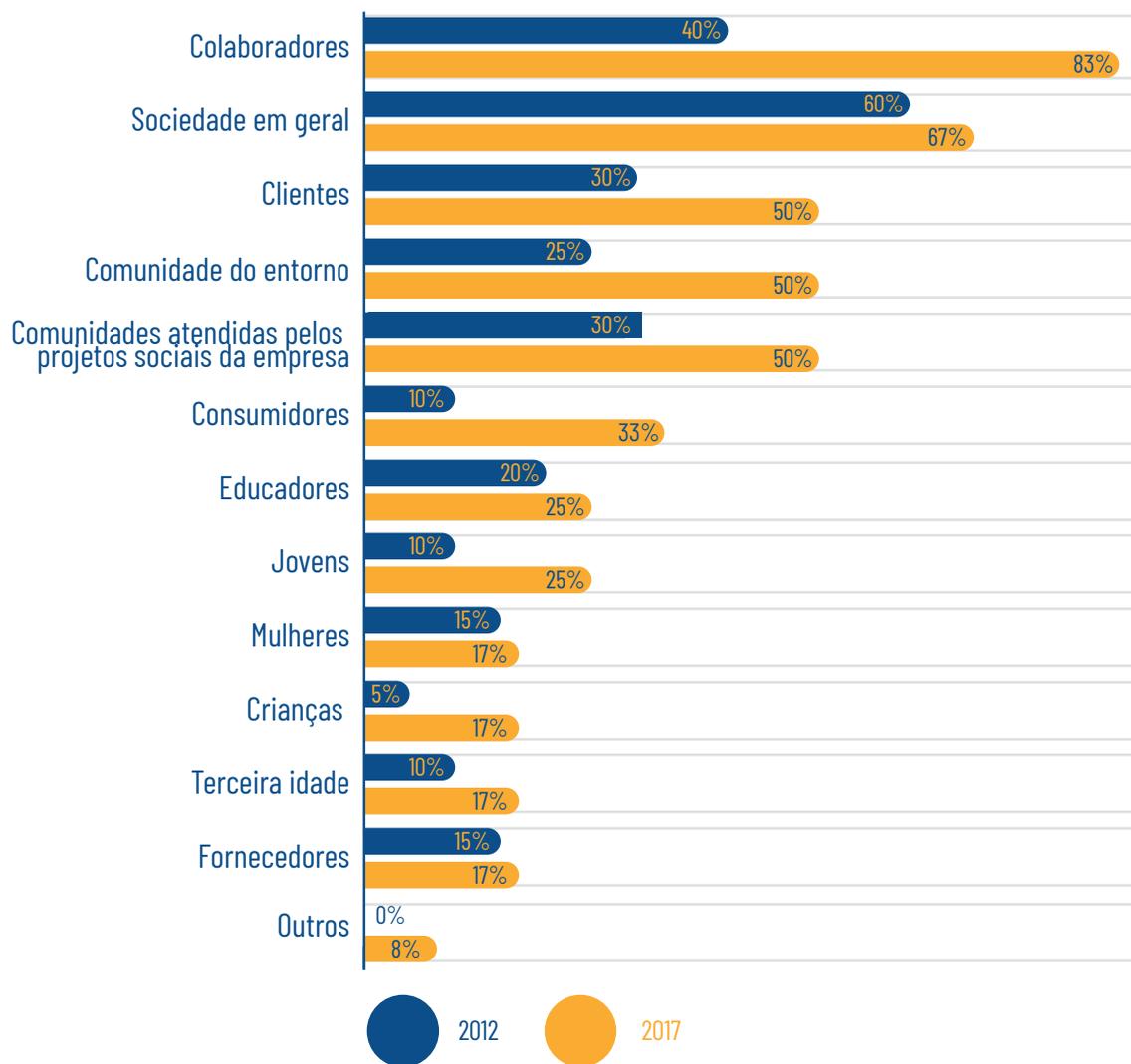


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Pelas informações do Gráfico 112, observa-se que os colaboradores e a sociedade, em geral, são os alvos prioritários quando se trata de divulgar as causas sociais. No entanto, metade das empresas também assinala a intenção de levar sua mensagem aos clientes, às comunidades do entorno e àquelas atendidas pelos seus próprios projetos. Mais uma vez, os dados de 2017, quando comparados com 2012, revelam a preocupação do grupo em ampliar o leque de atores que desejam atingir e mobilizar.

Gráfico 112

Para quem se volta a estratégia de divulgação de causas sociais?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

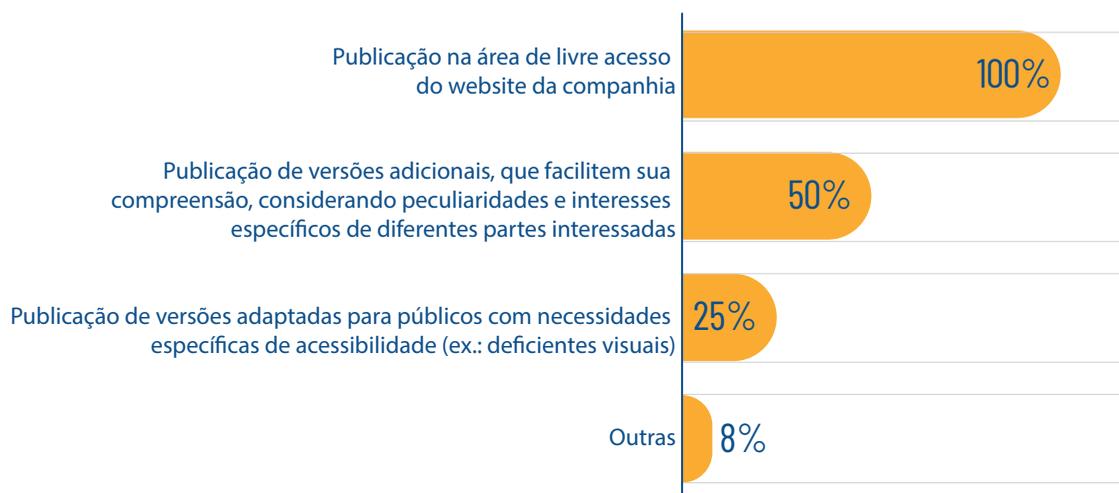
Em uma terceira frente, as informações captadas no BISC de 2018 revelam que 86% das empresas declaram possuir estratégias de comunicação que, de alguma forma, visam associar sua marca aos investimentos sociais que realizam. Até o momento não se explorou na pesquisa o tipo de estratégia utilizada pelas empresas nessa área, mas uma iniciativa conhecida no país é a de vincular a venda de um determinado produto ao apoio a uma causa social (crianças com câncer, desastres naturais etc.) ou a determinadas organizações sem fins lucrativos.

## Quais os meios adotados pelas empresas para divulgar os seus compromissos com o desenvolvimento sustentável?

Na esteira das informações sobre a política de sustentabilidade das empresas do grupo, buscou-se explorar nesta edição do BISC os meios adotados pelas organizações para divulgação dos seus compromissos com o desenvolvimento sustentável. Entre as opções apresentadas, todas as empresas assinalaram a publicação em área de livre acesso do website da organização (Gráfico 113). Nesse caso, o desafio é ampliar a divulgação de versões adaptadas para públicos com necessidades específicas de acessibilidade, como os deficientes visuais. Esse meio de divulgação é utilizado por apenas um quarto das empresas pesquisadas. Tal necessidade fica muito evidente quando se analisa o amplo leque de atores a quem as empresas buscam dirigir os Relatórios de Sustentabilidade, de acordo com os resultados apresentados mais adiante.

**Gráfico 113**

Quais os meios adotados pela empresa para divulgar os seus compromissos com o desenvolvimento sustentável?\*



\* Esta questão consta do questionário ISE 2017.

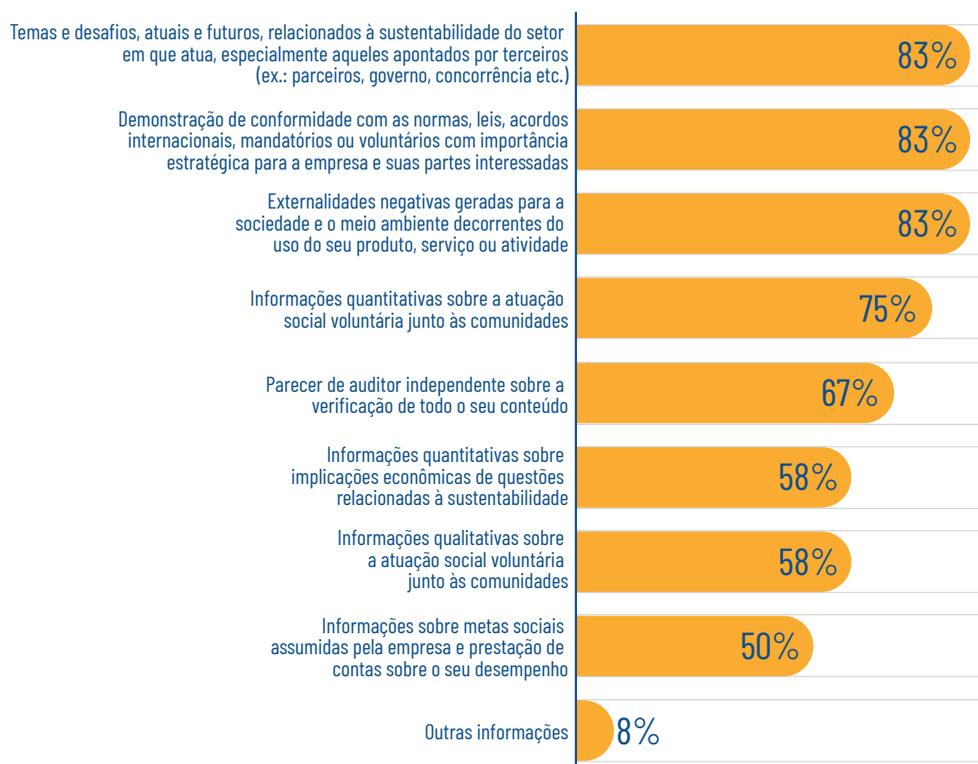
Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Conforme mencionado, todas as empresas respondentes publicam Relatórios de Sustentabilidade ou similar, e, em mais de 90% delas, os relatórios integram informações econômicas, sociais, ambientais e de governança. Para a sua elaboração, 92% das organizações utilizam como referência as diretrizes estabelecidas na Global Reporting Initiative (GRI).

No Gráfico 114, pode-se verificar que as principais informações, disponibilizadas por 83% das empresas, referem-se: (a) a temas e desafios, atuais e futuros, relacionados à sustentabilidade do setor em que atua, especialmente aqueles apontados por terceiros; (b) à demonstração de conformidade com as normas, leis, acordos internacionais, mandatórios ou voluntários, com importância estratégica para a empresa e suas partes interessadas; e (c) às externalidades negativas geradas para a sociedade e o meio ambiente decorrentes do uso do seu produto, serviço ou atividade. Ademais, em 75% das empresas são disponibilizadas informações quantitativas sobre sua atuação social voluntária, e em 58% delas, além de dados quantitativos, são apresentadas também informações qualitativas sobre essa atuação.

### Gráfico 114

#### Quais as informações que a empresa disponibiliza no seu Relatório de Sustentabilidade?\*



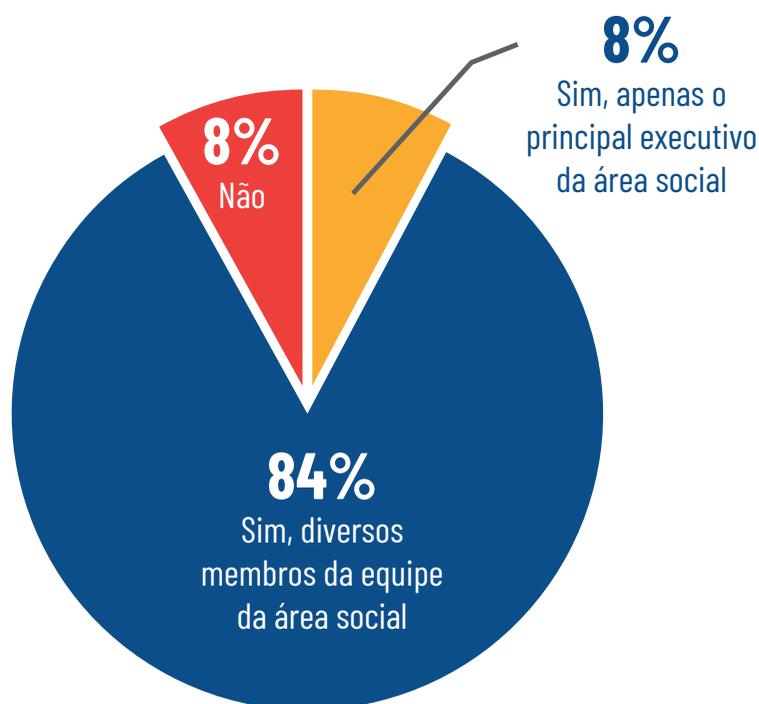
\* Esta questão consta do questionário ISE 2017.

Fonte: BISC, 2018. Comunitas

A frequência expressiva de menções sobre temas sociais nos Relatórios de Sustentabilidade pode ser relacionada ao fato de que em 84% das empresas as equipes que cuidam da gestão dos investimentos sociais participam da sua elaboração (Gráfico 115).

**Gráfico 115**

As equipes que cuidam da gestão dos investimentos sociais da empresa participam da elaboração do Relatório de Sustentabilidade?

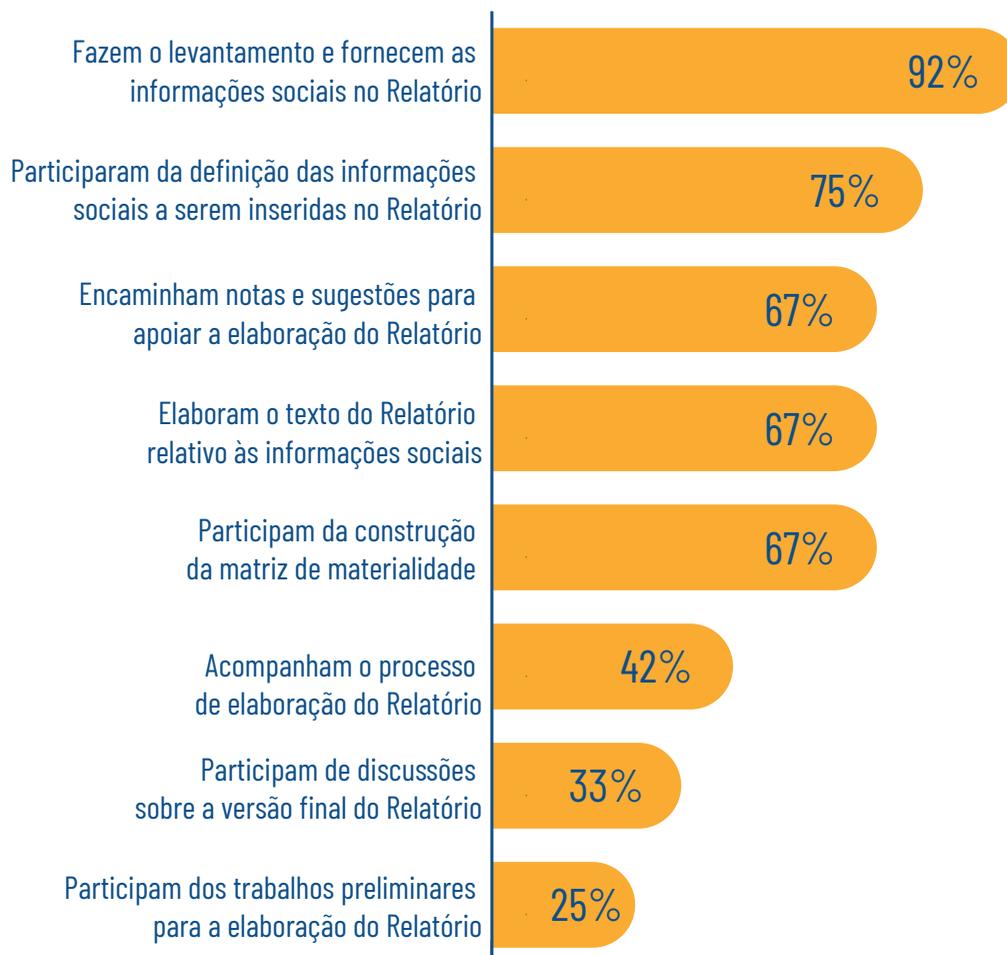


Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Entre as contribuições aportadas pelos gestores sociais na elaboração do Relatório de Sustentabilidade se destacam aquelas atividades relacionadas diretamente aos projetos sociais, mas é importante ressaltar que, em dois terços das empresas, eles vão além e participam também por meio do encaminhamento de sugestões mais gerais e da construção da matriz de materialidade (Gráfico 116).

Gráfico 116

Como os gestores sociais se envolvem na elaboração do Relatório de Sustentabilidade (ou similar)?



Fonte: BISC, 2018. Comunitas

Impressiona o fato de que as empresas estão buscando dirigir as informações sobre suas práticas de sustentabilidade a quase todos os setores da sociedade, conforme indicado a seguir. Entre os diversos atores listados na pesquisa, todas assinalaram os seus conselheiros e quase todas (92%) indicaram também os próprios colaboradores, clientes, parceiros e a mídia. Aliás, nenhum dos atores listados foi assinalado por menos de dois terços das empresas. O que se pode extrair desse resultado é que o grupo está consciente de que a sustentabilidade é hoje valorizada por amplos segmentos da sociedade, desde os investidores até as comunidades que vivem no seu entorno.

## Principais destinatários dos Relatórios de Sustentabilidade Corporativa:

Colaboradores  
Clientes  
Parceiros  
Mídia

Assinalados por 92% das empresas

Acionistas  
Financiadores  
Pares (outras empresas privadas)  
Consumidores  
Comunidade  
Governos  
Fornecedores

Assinalados por 83% das empresas

ONGs  
Investidores  
Analistas de mercado  
Profissionais que mantêm relacionamento com a empresa

Assinalados por 75% das empresas

Academia  
Sindicatos

Assinalados por 67% das empresas

Fonte: BISC, 2018. Comunitas.





# CONCLUSÕES

## Quais as tendências e perspectivas do investimento social reveladas pelo BISC de 2018?

### 1. A trajetória do grupo BISC sinaliza que os investimentos sociais estão consolidados.

Numa década marcada por fortes oscilações na economia brasileira, o volume de recursos destinados aos investimentos sociais manteve uma tendência de crescimento. Ainda que apenas uma minoria de empresas (38%) tenha ampliado os recursos aplicados, em 2017 isso permitiu compensar a redução observada nas demais. O valor investido se manteve na casa de R\$ 2,4 bilhões.

Os esforços empreendidos por parte das empresas para manter ou evitar cortes nos recursos se revelam no crescimento da parcela da receita e dos lucros (bruto e líquido) destinada aos investimentos sociais. Tal comportamento fez com que os resultados obtidos pelas empresas que participam do BISC retornassem a um padrão superior ao benchmarking norte-americano, com referência à participação dos investimentos nos lucros brutos. Enquanto no Brasil a mediana dos percentuais dos investimentos no lucro bruto, em 2017, foi da ordem de 0,94%, nas empresas pesquisadas pelo CECP esse valor foi de 0,87%.

As perspectivas futuras também são boas. Não obstante as incertezas no campo econômico, que impediram que quase um terço das empresas fizesse previsões, 57% dos respondentes da pesquisa apostam na manutenção, ou no aumento, dos recursos a serem investidos nos dois próximos anos.

### 2. Nos anos recentes, os incentivos fiscais perderam fôlego, mas se mantêm relevantes para garantir os investimentos na área da cultura.

A consolidação dos investimentos sociais também se revela na disposição das empresas em aportar mais recursos próprios para sustentar os seus projetos, em momentos de redução dos incentivos fiscais. Nos últimos três anos, os incentivos fiscais giram em torno de um quinto do total dos recursos investidos pelo grupo BISC na área social, confirmando a tese de que os investimentos sociais dessas empresas são majoritariamente financiados com recursos próprios.

Em 2017, o valor dos incentivos fiscais foi da ordem de R\$ 514 milhões, e mais da metade deles se destinaram a projetos culturais.

Portanto, cabe registrar que na área da cultura os incentivos fiscais são de fato relevantes e representaram 74% do total investido pelo grupo, em 2017. Ademais, contrariando afirmações frequentes de que esses incentivos se destinam apenas ao patrocínio de eventos de grande visibilidade, os dados apontam que 56% destes foram investidos em projetos desenvolvidos em comunidades mais pobres, e que, num elenco diversificado de atividades apoiadas pelas empresas, sobressaem aquelas que buscam associar arte e educação, desenvolvidas especialmente em escolas e em organizações sem fins lucrativos.

### **3. Uma análise mais detalhada dos investimentos sociais revela que o perfil de atuação do grupo BISC não é homogêneo e que vem se modificando nos últimos anos.**

Quando se analisa o perfil geral da atuação dos participantes do BISC, pela ótica da distribuição dos recursos, os resultados evidenciam que a educação é a grande prioridade e absorve, tradicionalmente, cerca de 40% do total investido pelo grupo. Em 2017, o valor desse investimento foi da ordem de R\$ 920 milhões, mantendo-se, assim, o patamar observado ao longo da última década.

Não obstante, essa concentração de recursos na área educacional não ocorre de forma homogênea entre os diversos grupos de organizações que participam da pesquisa. Quando os investimentos realizados diretamente pelas empresas são separados daqueles aplicados por meio dos institutos, o resultado revela que a maior parte dos recursos da educação (87%) é aplicada diretamente pelas fundações ou pelos institutos, que se dedicam, majoritariamente, a executar projetos nessa área. Aliás, empresas e institutos diferem bastante na forma como gerem os investimentos sociais. As primeiras se declaram majoritariamente financiadoras de projetos de terceiros e os institutos assinalam a predominância da execução direta dos seus projetos sociais.

Quando o grupo é dividido em função da natureza da atividade exercida, os retratos revelados também são muito distintos. Enquanto as organizações do setor de serviços concentram 63%

dos seus investimentos na área da educação, as indústrias diversificam bastante o leque de suas atividades. Neste subgrupo, as áreas que recebem o maior volume de recursos são as de desenvolvimento comunitário e infraestrutura, que, mesmo assim, não chegam a absorver 30% do total investido.

Em relação a mudanças no perfil de atuação do grupo, registradas neste relatório, merecem destaque, dentre outras: a redistribuição espacial dos investimentos sociais para as regiões mais pobres do país, especialmente o Norte e o Nordeste; o redirecionamento dos projetos sociais para priorizar a atuação no entorno dos empreendimentos econômicos; a aceleração do processo de alinhamento dos projetos sociais aos negócios, com base no reconhecimento de que essa aproximação contribui para melhorar o diálogo com *stakeholders*, aproximar a empresa das comunidades, fortalecer a imagem institucional e promover a sustentabilidade dos negócios, entre outros retornos relevantes; e a ampliação das parcerias com as organizações sem fins lucrativos, revelada pelo aumento do número de organizações apoiadas, ainda que em um ambiente de redução do volume de recursos destinados a cada uma delas.

#### **4. Os programas de voluntariado sofreram um recuo, mas isso não configura uma tendência cristalizada.**

Contrariando a tendência de fortalecimento dos programas de voluntariado, observada nas últimas edições da pesquisa, em 2017 eles sofreram um significativo recuo. Os novos resultados são ilustrativos. Para citar apenas alguns: houve uma queda de 42% no número de voluntários e, com isso, a proporção de colaboradores que participam dos programas caiu de 10% para 7%; o volume de recursos investidos nos programas de voluntariado foi da ordem de R\$ 10 milhões, uma queda de 19% em relação a 2016; o leque de atores engajados se estreitou; reduziu-se a frequência com que diversas atividades foram desenvolvidas; e caiu quase para a metade o percentual de empresas em que a participação dos dirigentes em ações voluntárias foi relevante.

Não obstante, na percepção das empresas, os resultados ora captados não representam uma deliberação explícita de reduzir os programas de voluntariado. Eles basicamente sinalizam reflexos internos da crise econômica, tais como insegurança em relação aos riscos de desemprego; maior demanda do tempo das lideranças para equacionar os problemas econômicos; fusões

ou reestruturações internas, ocorridas em várias organizações, que implicam certa paralisação do trabalho voluntário; finalmente, mas não menos importante, mudanças na forma de dimensionar o número de participantes dos programas de voluntariado, reduzindo a contagem para aqueles que podem ser considerados efetivamente como voluntários. Em suma, os programas de voluntariado sofreram o impacto da crise e das mudanças internas, mas esses fenômenos não são permanentes, e espera-se que, passado esse momento mais conturbado, eles possam recuperar a prioridade anterior.

## **5. As parcerias com as organizações públicas estão em compasso de espera, aguardando definições nos campos político e institucional.**

Já nos primeiros anos da pesquisa BISC, 85% das empresas do grupo se articulavam com órgãos governamentais para desenvolver seus projetos sociais, e o movimento então registrado era de ampliação desse trabalho conjunto. Atualmente, esse quadro se modificou: nos últimos anos caiu para 75% o percentual de empresas que fazem parcerias com organizações governamentais, e, ainda assim, a maioria delas admite que, nos últimos três anos, apenas manteve as parcerias anteriores e não está prevendo uma reversão imediata do patamar atual.

É importante ressaltar que tais resultados ainda não permitem concluir que essa “paralisação” das parcerias público-privadas no campo social constitui uma nova tendência. Outras informações colhidas na pesquisa sinalizam que os maiores problemas se situam nas relações com órgãos do Governo Federal, em face de incertezas nos campos político, jurídico e institucional. Além das mudanças no governo e das restrições orçamentárias, com todas as implicações decorrentes, ocorreram também mudanças no marco regulatório das parcerias, gerando inseguranças jurídicas tanto por parte das empresas quanto por parte das administrações públicas.

Ademais, o grau de satisfação das empresas com respeito aos resultados das parcerias realizadas com o setor público permanece alto: 78% delas avaliam, ainda hoje, que eles são satisfatórios (67%) ou muito satisfatórios (11%).

## 6. Os investimentos sociais no entorno dos empreendimentos não se limitam à mitigação ou compensação dos impactos gerados.

As empresas reconhecem os impactos negativos gerados por suas operações no campo ambiental e social. Em relação a esse último, por exemplo, dois terços delas destacaram os impactos da demanda por serviços de saúde, educação, moradia e infraestrutura urbana. No entanto, questionadas sobre o que fazem para melhorar as condições sociais nas comunidades que vivem no entorno, o percentual que promove atividades de educação, de assistência social, de apoio ao empreendedorismo ou de construção de obras de infraestrutura (86%) é bem superior ao percentual daquelas que reconhecem gerar impactos negativos nessas áreas. Ademais, a maior parte delas desenvolve um elenco grande de atividades, sinalizando que a sua atuação no campo social se relaciona às diversas dimensões dos problemas que afetam as comunidades mais vulneráveis, independentemente dos impactos diretos dos seus negócios. Resultado similar foi captado em relação às questões ambientais: mais da metade das organizações do grupo desenvolve quase todas as 19 atividades de melhorias ambientais listadas na pesquisa.

Merece ser destacado que, na maior parte das empresas, as equipes responsáveis pelos investimentos sociais assumem a condução das atividades sociais no entorno dos empreendimentos econômicos, revelando avanços na articulação interna entre as áreas sociais e operacionais. No entanto, o mesmo não se verifica quando as atividades são no campo ambiental. Em apenas um terço das empresas elas são consideradas como parte integrante da política de investimentos sociais, não obstante o fato de serem as comunidades pobres as mais afetadas pela deterioração do meio ambiente.

## 7. As aplicações sociais obrigatórias e os investimentos voluntários se complementam no âmbito local.

Além dos investimentos sociais voluntários, 79% das empresas desenvolvem outras atividades sociais e ambientais, em decorrência de exigências legais. A relevância dessas aplicações se reflete nos valores aplicados: R\$ 2,3 bilhões em 2017. Somados aos valores investidos voluntariamente, o total de recursos alocados pelo grupo quase dobra. Em aproximadamente dois terços das empresas, as ações voluntárias e obrigatórias são realizadas nas mesmas comunidades e,

nestes casos, todas elas buscam promover complementaridade entre as ações desenvolvidas, visando, sobretudo, fortalecer os programas de desenvolvimento territorial.

Tal resultado reflete parte das mudanças recentes observadas na atuação das empresas do grupo. Até recentemente, as atividades sociais obrigatórias eram conduzidas de forma deliberadamente paralela, sem nenhuma articulação com os investimentos voluntários. No entanto, no bojo do alinhamento aos negócios, observou-se uma preocupação crescente em articular tais ações sociais com vistas a ampliar o impacto da atuação das empresas e garantir a licença social para operar (com reflexos diretos nas operações das empresas). Para tanto, busca-se envolver, cada vez mais, as equipes que cuidam dos projetos sociais voluntários na gestão das atividades obrigatórias. Entre 2014 e 2017, subiu em 16 pontos o percentual de empresas em que essa articulação é feita de forma permanente.

## **8. Os investimentos sociais voluntários estão articulados às políticas de sustentabilidade das empresas.**

Todas as empresas do grupo indicam que os compromissos com o desenvolvimento sustentável estão formalmente inseridos na cultura e na estratégia da organização e usam o Relatório de Sustentabilidade, ou similar, para divulgar suas ações nessa área. Para a elaboração desse relatório, 92% das organizações utilizam como referência as diretrizes estabelecidas no Global Reporting Initiative (GRI).

Ademais, 83% das empresas criaram formalmente um Comitê de Sustentabilidade, ou estrutura similar, para conduzir sua política de sustentabilidade. É importante destacar que, na maioria dos casos (70%), os responsáveis pelos investimentos sociais da empresa, ou do instituto, participam dessas instâncias, revelando a existência de espaços formais para a integração dos investimentos sociais. Segundo a percepção de quase a totalidade dos respondentes, o processo de alinhamento dos investimentos sociais aos negócios contribuiu para fortalecer as relações entre as práticas sociais e a estratégia de sustentabilidade da empresa.

Outro ponto a destacar é que a gestão da política de sustentabilidade não se limita ao ambiente interno. Mais de 90% das empresas tomam providências para envolver as organizações que fazem parte da sua cadeia de valor, entre as quais se destacam: o monitoramento das práticas

realizadas pelas organizações para evitar que coloquem em risco os compromissos da empresa com a sustentabilidade; a adaptação da estratégia de suprimentos, bem como das práticas de compras e gestão de fornecedores, de forma a considerar riscos e oportunidades socioambientais; e o engajamento e a capacitação dos atores internos que têm interface com parceiros comerciais, para que incorporem aspectos socioambientais nesse relacionamento. Não obstante, o mesmo não ocorre quando se trata dos investimentos sociais. Poucas empresas declaram adotar práticas voltadas para promover o envolvimento dos fornecedores com questões sociais que se inter-relacionam com a política de sustentabilidade da empresa.

De modo geral, o grupo BISC não reconhece grandes empecilhos para articular os projetos sociais à estratégia de sustentabilidade. Em particular, o grupo assinala a dificuldade de promover o engajamento das diferentes unidades da empresa; de avaliar os impactos de um novo projeto/produto da empresa nas condições sociais da comunidade; e de construir, de forma coletiva, uma agenda de desenvolvimento sustentável nas comunidades do entorno. Para contornar as eventuais dificuldades e aproximar mais os investimentos sociais das práticas de sustentabilidade corporativas, os gestores da área social apresentaram, dentre outras, as seguintes sugestões: ampliar os programas de educação interna sobre o tema; garantir o engajamento da alta direção e dos conselhos na promoção do alinhamento dos investimentos sociais à estratégia da empresa; e promover encontros e publicações que demonstrem casos de sucesso que trouxeram conquistas para empresas que realizaram essas ações de alinhamento dos projetos sociais à estratégia de sustentabilidade e/ou à estratégia do negócio.

## **9. Cresce o percentual de empresas que se comprometem com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).**

O reconhecimento dos impactos positivos da Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável, a crença de que os investimentos sociais podem contribuir para o alcance das metas globais e a importância atribuída pela sociedade ao tema são os principais motores para a adesão das empresas aos desafios lançados pelas Nações Unidas em 2016. Não por acaso, cresce aceleradamente o ritmo com que as empresas estão assumindo, formalmente, os compromissos com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. No período entre 2016 e 2018, mais que dobrou o percentual daquelas que declaram publicamente terem se comprometido com os ODS, incluín-

do referências a este comprometimento em manifestações ou documentos oficiais da empresa. Neste primeiro momento, as empresas estão privilegiando a ampliação do conhecimento sobre o tema, o mapeamento dos projetos em curso e a identificação de suas possíveis conexões com os objetivos estabelecidos na Agenda 2030.

Vale destacar que o grupo BISC desenvolve projetos alinhados a todos os 17 ODS, ainda que, em alguns casos, eles sejam desenvolvidos por apenas um quarto das empresas, a exemplo do ODS 5 (igualdade de gênero), ODS 10 (redução das desigualdades) e ODS 16 (paz e justiça). É na área da educação (ODS 4) e das parcerias (ODS 17), todavia, que se observa a maior presença de projetos alinhados aos ODS: eles são desenvolvidos por 75% e 63% das empresas, respectivamente. Esses resultados representam um avanço significativo em relação àqueles captados no BISC de 2016, quando apenas 36% das empresas indicavam a presença de projetos educacionais alinhados aos ODS, e 45% delas, de projetos voltados para a promoção de parcerias.

Em resumo, a consolidação do compromisso das empresas com a atuação social, expressada nos resultados da pesquisa, é motivo para comemoração, mas não para arrefecimento. A cada momento novos desafios se impõem e novas estratégias são necessárias para manter a solidez desse compromisso e continuar avançando. À medida que fortalece o reconhecimento da sociedade com respeito à importância da atuação do setor privado em benefício de todos, importa estar sempre atento para renovar atitudes, reforçar o relacionamento com outras instituições e manter o foco no aperfeiçoamento. Nesse caminho, aumenta a responsabilidade e a importância do BISC para amparar o debate sobre as novas tendências, iluminar rotas alternativas e propiciar a base para as escolhas a serem feitas.



ANEXO I  
NOTA TÉCNICA

Na pesquisa BISC de 2018, foi mantida toda a parte dos indicadores quantitativos de Benchmarking em Investimentos Sociais Corporativos que permitem comparações com os resultados dos anos anteriores e com a pesquisa realizada anualmente pelo The CEO Force For Good (CECP). Manteve-se também dentro dos padrões do CECP parte das questões referentes ao voluntariado.

A análise do perfil da atuação das empresas e das fundações/institutos foi parcialmente mantida, tendo sido aprimorada e ampliada para captar outras dimensões dos investimentos sociais privados. Nesse perfil destacam-se os seguintes temas: composição do financiamento; modalidade de atuação; previsões de recursos; incentivos fiscais; áreas programáticas das diversas unidades da empresa; público-alvo; distribuição espacial dos recursos; parcerias com organizações sem fins lucrativos; custos de gestão dos investimentos; estratégias de divulgação e comunicação; avanços no alinhamento aos negócios; relações com organizações governamentais; características das aplicações sociais obrigatórias; e integração dos investimentos sociais à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável.

Paralelamente, foram retomados os Indicadores de Qualidade de Gestão dos Projetos Educacionais aplicados nas edições da pesquisa BISC de 2011, 2013 e 2015. Essa opção deveu-se ao fato de que a maior parte dos investimentos das empresas parceiras concentra-se nas atividades de educação. Os indicadores refletem o desempenho das empresas em cinco dimensões, a saber: (a) desenho dos projetos; (b) estabelecimento de metas; (c) financiamento e custos; (d) administração dos projetos; e (e) controle e avaliação. Para verificar o grau em que cada um desses requisitos é atendido, foram estabelecidos 25 indicadores apresentados nas páginas 44 à 68. Foi recomendado que a análise se ativesse aos projetos estruturados, para os quais seria possível reunir as informações solicitadas, e que fossem dimensionados os recursos neles investidos. Solicitou-se também que esses projetos fossem acompanhados da informação sobre o seu foco de atuação e sobre os indicadores utilizados para medir os resultados obtidos.

As informações que o BISC reproduz anualmente permitem fazer um acompanhamento sistemático da evolução dos investimentos sociais privados de empresas de maior porte e que são hoje referência nessa área. Ainda que ao longo dos anos tenham ocorrido alterações na composição do grupo, isso não invalida as comparações, porque o que se busca na pesquisa não é

analisar o comportamento individual das empresas e, sim, o comportamento de um grupo de organizações que se destacam no Brasil pela sua atuação no campo social.

A cada ano a pesquisa BISC introduz novos temas para ampliar a reflexão e os debates sobre os investimentos sociais privados. Em 2018, a ênfase do levantamento foi buscar informações que permitissem explorar o tema da sustentabilidade. Para tanto, buscou-se analisar, entre outros aspectos, em que medida as empresas do grupo estão comprometidas com a promoção de um desenvolvimento sustentável; quais as relações estabelecidas entre os investimentos sociais e as práticas de sustentabilidade corporativas; e quais as estratégias adotadas para a promoção do desenvolvimento sustentável das comunidades que vivem no entorno dos seus empreendimentos econômicos.

Para o desenvolvimento desse tema, a Comunitas procurou dialogar com outras organizações não governamentais que atuam nessa área, a saber: o Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getulio Vargas (GVces), o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), a B3 – que implantou o Índice de Sustentabilidade Ambiental (ISE)  $\square$ , e o Ponto Focal Brasil para o Global Reporting Initiative (GRI). O objetivo desses contatos foi buscar subsídios para a elaboração do questionário BISC e identificar questões inseridas em outros levantamentos que pudessem ser incorporadas a esta pesquisa. Neste sentido, foram reproduzidas questões contidas no GRI e no ISE de 2017. Dessa forma busca-se aproveitar os esforços que as empresas já realizaram para preencher aqueles questionários e produzir informações que poderão ser futuramente comparadas com os resultados de tais levantamentos.

Foram ainda introduzidos novos Indicadores Qualitativos de Benchmarking em Investimentos Sociais, elaborados a partir dos resultados extraídos do balanço de 10 anos do BISC, realizado em 2017. O propósito principal da instituição desses indicadores foi oferecer às empresas e fundações uma ferramenta de avaliação de suas práticas de investimentos sociais corporativos. Os indicadores refletem a aderência dos projetos sociais aos seguintes predicados: (a) participativo; (b) efetivo; (c) flexível e inovador; (d) estratégico para os negócios; e (e) alinhado a agendas públicas. Para verificar o grau em que cada um desses requisitos é atendido, foram estabelecidos 25 indicadores, apresentados nos Gráficos X a Y. Os gestores responsáveis pelas práticas sociais das empresas foram solicitados a analisar cada um deles e assinalar em que medida

eles foram atendidos na totalidade dos seus projetos sociais, na maior parte deles, em apenas alguns projetos ou não foram atendidos.

Da mesma forma que nas edições anteriores, os parceiros responderam a um questionário on-line, a partir do sistema eletrônico instituído pela Comunitas e que foi aperfeiçoado para esta edição da pesquisa. Para facilitar o seu preenchimento e garantir a qualidade das informações, foi elaborado um Manual de Orientações, realizadas vistas às empresas para prestar os devidos esclarecimentos aos gestores que respondem ao questionário e um assessoramento individual durante todo o período da pesquisa. Os respondentes forneceram informações sobre um universo de 259 empresas e 17 fundações empresariais.

Vale ressaltar que a pesquisa é baseada exclusivamente nas informações fornecidas pelas empresas participantes. As informações são confidenciais, e a Comunitas só divulga os dados agregados.

Para aprofundar o conhecimento sobre os temas tratados na pesquisa, promover o intercâmbio de experiências entre os parceiros e aprimorar as práticas sociais, a Comunitas promoveu, em 2018, dois encontros do Grupo de Debates BISC. Participaram dos trabalhos os gestores das empresas e institutos e representantes do Sistema Firjan. Os debates foram centrados no desenho de uma pesquisa junto aos colaboradores para identificar o nível de conhecimento e aprovação em relação às atividades sociais das empresas e em uma reflexão e análise conjunta de alguns resultados preliminares do BISC sobre os programas de voluntariado, parcerias público-privadas e custos de gestão dos investimentos sociais. Os resultados desses debates foram incorporados neste relatório.

## **DEFINIÇÕES E CONCEITOS**

O BISC busca dimensionar todos os recursos financeiros, em bens e em serviços, aplicados pela empresa em projetos e atividades *de interesse social*, incluindo: (a) o apoio a projetos sociais, ambientais e culturais; (b) a construção de infraestrutura social, inclusive aquela realizada em decorrência da instalação e do funcionamento da empresa; e (c) os apoios permanentes ou eventuais a organizações formalmente constituídas.

É importante destacar que não são incluídas: (a) as ações que beneficiam exclusivamente os colaboradores da empresa e suas famílias; (b) as doações a comitês políticos e a indivíduos; e (c) as ações realizadas com recursos doados por terceiros.

A pesquisa abrange tanto as aplicações obrigatórias quanto as voluntárias: as **obrigatórias** referem-se a aplicações socioambientais impostas por lei, por ato administrativo ou decisão judicial, incluindo obrigações decorrentes de licenciamento ambiental e Termos de Ajustamento de Conduta; as **voluntárias**, *denominadas investimentos sociais*, resultam de iniciativas espontâneas da empresa. Para efeito da pesquisa, as ações desenvolvidas em função de acordos entre partes (por exemplo, compromissos com instituições financeiras) são consideradas voluntárias.

## **INDICADORES**

Mediana: a mediana refere-se ao valor que está situado no meio de uma lista de valores ordenados conforme as respectivas magnitudes. Se a lista é formada por um número ímpar, a mediana corresponde ao valor que se situa exatamente no meio da distribuição. Se a lista é formada por um número par, a mediana é a média dos dois valores do meio. Em relação à média, a mediana tem a vantagem de ser menos sensível a valores extremos, o que é especialmente importante numa amostra de empresas que apresentam comportamentos muito distintos.



ANEXO II  
RELAÇÃO DAS QUESTÕES  
RESPONDIDAS NESTE  
RELATÓRIO

## 1. AS TENDÊNCIAS DO INVESTIMENTO SOCIAL CORPORATIVO

### 1.1. SOBRE A INFLUÊNCIA DA CONJUNTURA ECONÔMICA NA EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS:

- ▶ *O que revelam os dados sobre a trajetória dos investimentos sociais?*

### 1.2. SOBRE A DIMENSÃO DOS INCENTIVOS FISCAIS NA COMPOSIÇÃO DOS ORÇAMENTOS:

- ▶ *Qual a importância dos incentivos fiscais para os investimentos sociais privados?*

### 1.3. SOBRE AS PREVISÕES PARA OS PRÓXIMOS ANOS:

- ▶ *O que se pode esperar com respeito à evolução dos investimentos sociais nos próximos anos?*

## 2. AS VÁRIAS FACES DA ATUAÇÃO SOCIAL DAS EMPRESAS

### 2.1. SOBRE O FOCO DAS PRÁTICAS SOCIAIS:

- ▶ *A quem se destinam os investimentos sociais privados?*
- ▶ *Quais as atividades sociais desenvolvidas pelos participantes do BISC?*
- ▶ *O que se extrai da análise da distribuição dos recursos investidos nas diversas áreas de atuação social das empresas?*
- ▶ *O que há de novo em relação à distribuição espacial dos investimentos sociais do grupo BISC?*

### 2.2. SOBRE OS PROJETOS EDUCACIONAIS:

- ▶ *Quanto as empresas investem em educação?*
- ▶ *Quais as prioridades eleitas pelas empresas e fundações na área de educação?*
- ▶ *O que dizem os indicadores BISC sobre a qualidade da gestão dos projetos educacionais?*

### 2.3. SOBRE OS PROGRAMAS DE APOIO À CULTURA:

- ▶ *Quanto as empresas investiram em cultura em 2017?*

- ▶ *O que as empresas fazem em prol da cultura?*
- ▶ *Como as empresas e os institutos conduzem os projetos culturais?*

## **2.4. SOBRE O ALINHAMENTO AOS NEGÓCIOS:**

- ▶ *O que as empresas almejam com o alinhamento dos investimentos sociais aos negócios?*
- ▶ *Como caminha o processo de alinhamento dos investimentos sociais aos negócios?*

## **2.5. SOBRE A GESTÃO E AVALIAÇÃO DOS INVESTIMENTOS SOCIAIS CORPORATIVOS:**

- ▶ *Quem gerencia os recursos destinados aos projetos sociais pelo grupo BISC?*
- ▶ *Em que medida as empresas e os institutos/fundações se envolvem na execução de projetos sociais?*
- ▶ *Quanto as empresas despendem na gestão dos investimentos sociais?*
- ▶ *O que fazem as empresas para avaliar seus investimentos sociais? E qual a utilidade das avaliações realizadas?*

## **2.6. SOBRE O PADRÃO DE QUALIDADE DOS INVESTIMENTOS SOCIAIS:**

- ▶ *Qual o grau de PARTICIPAÇÃO dos atores envolvidos?*
- ▶ *As condições para garantir a EFETIVIDADE dos investimentos sociais estão estabelecidas?*
- ▶ *Em que medida as empresas estão abertas à INOVAÇÃO?*
- ▶ *Até que ponto os investimentos sociais são ESTRATÉGICOS PARA OS NEGÓCIOS?*
- ▶ *Em que medida os investimentos sociais estão ALINHADOS A AGENDAS PÚBLICAS, nacionais e internacionais?*

## **2.7. SOBRE OS PROGRAMAS DE VOLUNTARIADO:**

- ▶ *O que revela o BISC de 2018 sobre os programas de voluntariado?*
- ▶ *O que mudou no perfil dos programas de voluntariado?*
- ▶ *O que pode explicar o recuo observado nos programas de voluntariado?*
- ▶ *Quais as perspectivas dos programas de voluntariado?*

## **2.8. SOBRE AS RELAÇÕES COM ATORES EXTERNOS:**

- ▶ *Como caminham as relações das empresas com as organizações governamentais?*
- ▶ *Como caminham as relações das empresas com as organizações sem fins lucrativos?*

## **2.9. SOBRE A IMPORTÂNCIA DAS APLICAÇÕES SOCIAIS OBRIGATÓRIAS:**

- ▶ *O que fazem as empresas na área social em decorrência de obrigações legais?*
- ▶ *Em que medida as aplicações sociais obrigatórias complementam os investimentos voluntários?*

# **3. TÓPICO ESPECIAL: OS INVESTIMENTOS SOCIAIS NO ÂMBITO DA POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS**

## **3.1. SOBRE OS COMPROMISSOS COM A AGENDA DE SUSTENTABILIDADE:**

- ▶ *Como as empresas expressam os seus compromissos com a agenda de sustentabilidade?*
- ▶ *Como as empresas conduzem a sua política de sustentabilidade?*
- ▶ *Como as empresas buscam promover a sustentabilidade na sua cadeia de valor?*
- ▶ *Como se dá a integração dos investimentos sociais às estratégias de sustentabilidade das empresas?*

## **3.2. SOBRE OS IMPACTOS DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS:**

- ▶ *Quais os impactos gerados pelas empresas nos territórios do entorno?*
- ▶ *O que as empresas fazem para evitar ou mitigar os impactos negativos gerados por suas operações nos territórios do entorno?*

## **3.3. SOBRE A ATUAÇÃO DAS EMPRESAS NO TERRITÓRIO:**

- ▶ *Como as empresas cuidam das relações com as comunidades?*

### **3.4. SOBRE O ALINHAMENTO DOS INVESTIMENTOS SOCIAIS AOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL:**

- ▶ *Qual o nível de comprometimento das empresas com a Agenda 2030?*
- ▶ *O que as empresas estão fazendo para alinhar os seus investimentos sociais aos ODS?*

### **3.5. SOBRE A DIVULGAÇÃO DOS COMPROMISSOS SOCIAIS:**

- ▶ *Como as empresas divulgam os seus investimentos sociais?*
- ▶ *Como as empresas divulgam os seus compromissos com causas sociais?*
- ▶ *Quais os meios adotados pelas empresas para divulgar os seus compromissos com o desenvolvimento sustentável?*

## **CONCLUSÕES**

- ▶ *Quais as tendências e perspectivas do investimento social reveladas pelo BISC de 2018?*





#### **DIRETORA – PRESIDENTE**

Regina Esteves

#### **COORDENAÇÃO GERAL DA PESQUISA BISC**

Anna Maria Medeiros Peliano

#### **EQUIPE DA PESQUISA**

Bruna M. Celestino Palhuzi, Bruna Santos, Hugo Pedro Guornik e Patricia Loyola

#### **EDIÇÃO / REVISÃO**

Ana Paula Baltazar, Hugo Pedro Guornik e Dayane Reis

#### **PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO**

Thiago Planchart

#### **PARCERIA ESTRATÉGICA**



#### **PARCEIROS BISC 2018**



REALIZAÇÃO:



**Comunitas**