



BISC

RELATÓRIO 2019



BISC

RELATÓRIO 2019



APRESENTAÇÃO

O acompanhamento anual dos investimentos sociais privados, que ora divulgamos, permite aferir a consolidação dos compromissos sociais das empresas que participam da pesquisa de Benchmarking do Investimento Social Corporativo – BISC. Em um período no qual a conjuntura econômica foi pouco favorável, o volume de recursos aplicados pelo grupo se manteve no patamar de R\$ 2,1 bilhões registrados nos primeiros anos da série, quando o PIB cresceu a taxas de 5% ao ano. É importante ressaltar que esses recursos são majoritariamente privados, já que os incentivos fiscais se limitam a cerca de 20% do total investido pelas empresas.

Comparando com o padrão internacional, captado pela pesquisa *Giving in Numbers*, do CECF – *The CEO Force For Good*, o desempenho do Grupo BISC não destoa: a parcela do lucro bruto destinada aos investimentos sociais das empresas brasileiras em vários anos esteve na frente do índice norte-americano. O mesmo não ocorreu em 2018, mas as diferenças não foram significativas. Ademais, as empresas estão otimistas em relação ao futuro próximo, e dois terços delas estão prevendo manter ou mesmo aumentar o volume de recursos destinados aos projetos sociais nos próximos dois anos.

Mas a pesquisa BISC não se limita a observar o comportamento dos recursos investidos. Ela busca extrair a percepção dos gestores com respeito aos avanços, desafios e tendências na condução dos seus investimentos sociais. Assim, captou-se nesta edição a recuperação dos **programas de voluntariado**, os avanços acelerados no processo de **alinhamento aos negócios**, o passo a passo seguido pelas em-

presas para avaliarem seus projetos sociais, a crescente adesão do grupo à pauta da **Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**, as mudanças nas relações com organizações governamentais e não governamentais, bem como o padrão de qualidade da gestão dessas parcerias. Neste caso, por exemplo, segundo a autoavaliação dos gestores, numa escala de 0 a 10, a nota média atribuída à condução das parcerias foi de 7,7, indicando a necessidade de aprimoramentos, especialmente nos quesitos interação com as organizações parceiras e avaliação dos resultados.

Outra marca distintiva do BISC é a preocupação em abordar novos temas, que visam subsidiar o debate sobre as contribuições do setor privado para o enfrentamento dos problemas sociais do País. Em 2019, o **papel das empresas na promoção dos direitos humanos** foi o tema escolhido como tópico especial. A ocasião foi particularmente oportuna, porque em dezembro de 2018 foram comemorados os 70 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos, e isso estimulou diversas organizações, nacionais e internacionais, a fazerem balanços das conquistas e dos desafios enfrentados pela humanidade para combater a exclusão e as desigualdades sociais. Os resultados apresentados neste relatório apontam que a pauta de direitos humanos está mais presente na política interna e na gestão dos negócios do que na política de investimentos sociais das empresas. Ainda que grande parte das ações sociais desenvolvidas se relacione com a promoção dos direitos humanos, o grupo reconhece que essa agenda não está devidamente explicitada como um eixo condutor dos seus projetos so-

ciais. Merece registro, no entanto, a disposição generalizada em avançar nessa direção.

Por meio do BISC temos buscado, ao longo dos anos, estimular e disseminar boas práticas sociais realizadas pelo setor privado e, neste ano, consultamos as empresas sobre o retorno que elas obtêm a partir da sua participação nessa iniciativa conduzida pela Comunitas.

A maioria absoluta das empresas registrou que os objetivos da pesquisa têm sido adequadamente cumpridos e são importantes, ou muito importantes, para a condução e o aprimoramento dos seus investimentos sociais, bem como para a produção e a divulgação do conhecimento acumulado.

Gostaríamos de agradecer ao grupo por esse reconhecimento e manifestar o nosso empenho não só em dar continuidade ao que vem sendo feito, mas investir cada vez mais em novos aperfeiçoamentos.

Para realizar o seu trabalho, a Comunitas tem estendido os laços de parcerias, tanto com as organizações nacionais quanto internacionais, cabendo destacar sua participação na rede *Global Exchange*, uma coalizão que une corporações localizadas em diversos países e que tem contribuído para ampliar o intercâmbio de experiências, pesquisas, estudos e ferramentas sobre o investimento social corporativo ao redor do mundo.

Internamente temos nos articulado com diversas organizações comprometidas com o estí-

mulo às práticas de responsabilidade social e à produção de conhecimento a respeito do tema, a exemplo da *Global Reporting Initiative (GRI)*, do Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da Fundação Getúlio Vargas, da B3 e do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE). Tais articulações visaram identificar as principais indagações sobre o tema por parte dos especialistas e reproduzir questões levantadas em outras pesquisas para permitir comparações. A todas essas organizações, nossos profundos agradecimentos.

Novamente, reiteramos o nosso muito obrigado aos parceiros que viabilizaram 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 trocar informações que nos ajudaram a desenhar essa pesquisa que hoje se constitui em uma referência nacional na área.



Regina Esteves
Diretora-presidente
da Comunitas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	06
-------------------	-----------

01

AS TENDÊNCIAS DO INVESTIMENTO SOCIAL CORPORATIVO	10
---	-----------

1.1 Como estão evoluindo os investimentos sociais?	11
1.2 Qual a importância dos incentivos fiscais na atuação social das empresas?	15
1.3 Perspectivas – O que temos à frente?	22

02

O NOVO RETRATO DA ATUAÇÃO SOCIAL DO GRUPO BISC	24
---	-----------

2.1 A que se destinam os investimentos sociais privados?	25
2.2 Como avança o processo de alinhamento dos investimentos sociais aos negócios?	31
2.3 O que fazem as empresas para avaliar seus projetos sociais?	37
2.4 Quais as tendências na gestão dos investimentos sociais?	45
2.5 Como caminham os programas de voluntariado?	48
2.6 O que há de novo nas parcerias com as organizações públicas e privadas?	63

03

TÓPICO ESPECIAL: INVESTIMENTOS SOCIAIS E DIREITOS HUMANOS NA AGENDA DE SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA 78

- 3.1 Como os direitos humanos se inserem na gestão das políticas corporativas de sustentabilidade? 80
- 3.2 Como as empresas atuam nas comunidades do entorno, em caráter voluntário e obrigatório? 82
- 3.3 Em que medida os investimentos sociais estão inseridos na política corporativa de direitos humanos? 91
- 3.4 Como a pauta dos direitos humanos se insere na condução dos investimentos sociais? 92
- 3.5 Como os investimentos sociais estão sintonizados com as políticas públicas voltadas para a defesa dos direitos humanos? 97
- 3.6 Quais os maiores desafios para ampliar a dimensão dos direitos humanos nos investimentos sociais e alinhá-los à gestão dos negócios? 101
- 3.7 Como avança a adesão das empresas em relação à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável? 104
- 3.8 Como as empresas divulgam os seus compromissos sociais? 111

BISC 2019: HIGHLIGHTS 116

ANEXO I: NOTA TÉCNICA 121

Iniciada em 2008, a pesquisa BISC – Benchmarking do Investimento Social Corporativo foi inspirada na experiência pioneira do CCEP, organização parceira da Comunitas sediada em Nova York e que congrega o mais expressivo fórum internacional de CEOs dedicados ao investimento social privado¹. O objetivo inicial era o de instituir padrões de referência que pudessem ser comparados nacional e internacionalmente. Sem perder de vista essa proposta, a pesquisa vem, a cada ano, incorporando inovações para constituir-se em uma ferramenta de apoio à gestão social. Isso porque hoje o objetivo do BISC vai além da produção de dados estatísticos e de conhecimento. Busca-se, cada vez mais, orientar o seu desenho de forma a provocar a reflexão sobre como as empresas devem conduzir, aprimorar e consolidar as suas práticas sociais e, ao mesmo tempo, estimular a multiplicação dos investimentos sociais privados no Brasil. Para tanto, a construção dos instrumentos utilizados para a coleta de dados (questionário e manual de preenchimento) tem sido pautada pela preocupação permanente de explorar temas novos, de fornecer aos gestores um guia para a sua atuação, bem como para a sistematização das informações necessárias ao controle e ao monitoramento dos investimentos sociais realizados.

Os resultados desse esforço se refletem na avaliação do grupo sobre as contribuições que a pesquisa tem oferecido, não só aos participantes, mas à academia e à sociedade em geral. A maioria absoluta das empresas considera que praticamente todos os objetivos do BISC têm

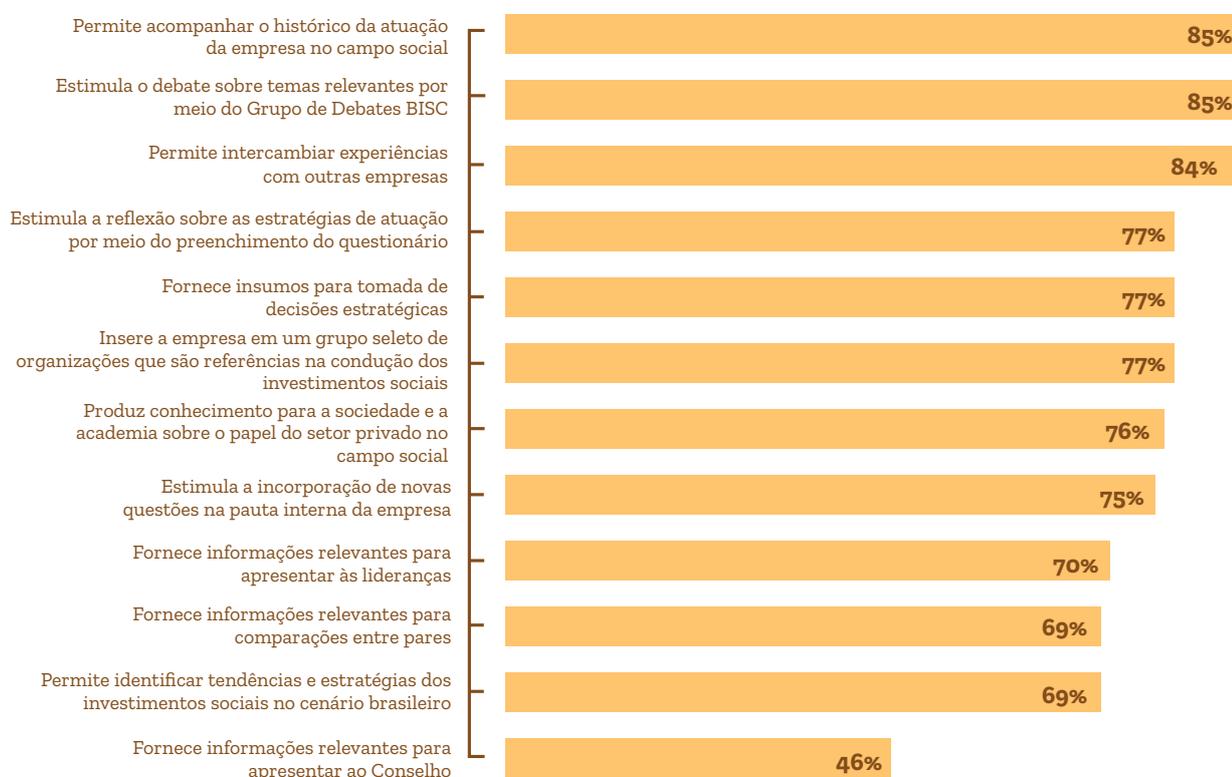
sido cumpridos e são importantes, ou muito importantes, tanto para a condução e o aprimoramento dos investimentos sociais quanto para a produção e a divulgação do conhecimento produzido. Não obstante, a equipe da Comunitas reconhece que não há espaço para acomodação. Os resultados estimulam a continuar investindo no seu aperfeiçoamento, com atenção especial para o fornecimento de informações que possam ser mais utilizadas pelos gestores, para atender as demandas de suas lideranças e de seus conselheiros (Gráfico 1).

Cabe ressaltar que parte das questões exploradas na pesquisa é reproduzida anualmente, a fim de viabilizar o acompanhamento dos investimentos sociais; parte delas acompanha a metodologia utilizada nos Estados Unidos pelo CCEP, para permitir comparações internacionais; e outra parte busca captar informações sobre novos temas ou novas abordagens de temas anteriormente tratados. Entre as informações que se repetem nas diversas edições da pesquisa, destacam-se: (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 seus institutos/fundações, acompanhados de uma análise diferenciada da atuação destes

¹ Chief Executives for Corporate Purpose (CECP) is a CEO-led coalition that believes that a company's social strategy — how it engages with key stakeholders including employees, CECP's Giving in Numbers is the unrivaled leader in benchmarking on corporate social investments, in partnership with companies. It is the premier industry survey and research, providing standard-setting criteria in a go-to guide that has defined the field and advanced the movement. CECP has the largest and most historical data set on trends in the industry, shared by more than 500 multi-billion-dollar companies over nearly 15 years, representing more than \$250 billion in corporate social investments over that time span. The report is embraced by professionals across all sectors globally to understand how corporations invest in society, with topics ranging from cash and in-kind/product, employee volunteerism and giving, and impact measurement. From quick questions, to presentations to company teams, boards, and CEOs, CECP is a trusted advisor to companies, analyzing Giving in Numbers data to provide customized insights to advance strategy and measure the business value.

GRÁFICO 1

Quais as principais contribuições do BISC para a condução dos investimentos sociais?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

dois grupos de organizações; (f) investimentos sociais desagregados por área de atuação e por região geográfica; (g) perfil e evolução dos programas de voluntariado; (h) análise das relações das empresas com as organizações governamentais e não governamentais; (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.

Entre as novas informações apresentadas nesta edição da pesquisa, destacam-se: (a) o detalhamento do passo a passo percorrido pelas empresas para avaliar os seus projetos sociais; (b) as estratégias adotadas pelo grupo para alinhar os investimentos sociais aos negócios; e (c) a introdução de um capítulo sobre investimentos sociais e direitos humanos nas políticas

de sustentabilidade corporativa. Isso porque ganha força, nas últimas décadas, o reconhecimento de que a proteção dos direitos humanos deve ser parte integrante das políticas corporativas voltadas à promoção do desenvolvimento sustentável e, além disso, há uma grande sinergia entre o ideário da pauta dos direitos humanos e os preceitos que devem orientar as práticas sociais. Ademais, a ocasião foi particularmente oportuna porque no dia 10 de dezembro de 2018 foram comemorados os 70 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos, o que estimula a reflexão sobre os avanços e desafios a serem enfrentados pelos diversos segmentos da sociedade para eliminar as violações aos direitos básicos de cidadania.

Com a incorporação do tema dos direitos humanos buscou-se responder, entre outras, as seguintes questões: qual a importância atribuída pelas empresas ao tema da sustentabilidade

de? Como os direitos humanos se inserem na gestão das políticas corporativas de sustentabilidade? Como as empresas atuam nas comunidades do entorno, em caráter voluntário e obrigatório? Em que medida os investimentos sociais estão inseridos na política corporativa de direitos humanos? Como a pauta dos direitos humanos se insere na condução dos investimentos sociais? Como os investimentos sociais estão sintonizados com as políticas públicas voltadas para a defesa dos direitos humanos? Quais os maiores desafios para ampliar a dimensão dos direitos humanos nos investimentos sociais e alinhá-los à gestão dos negócios? Como avança a adesão das empresas em relação à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável?

Com vistas a auxiliar os gestores sociais a organizarem e sistematizarem as suas informações sobre os investimentos sociais e atenderem às demandas de outros levantamentos relacionados ao tema, buscou-se incorporar, na medida do possível, questões presentes no ISE, na GRI e no Censo GIFE². Neste último caso, as equipes da Comunitas e do GIFE cuidaram de compatibilizar conceitos e dados obtidos nas duas pesquisas, e, futuramente, serão divulgadas análises complementares sobre os resultados obtidos³. De imediato, pode-se antecipar

que, somados os investimentos captados pelo BISC e pelo Censo GIFE 2018⁴, os valores aplicados na área social atingiram a casa dos R\$ 3,59 bilhões (as organizações que responderam às duas pesquisas foram contabilizadas apenas uma vez).

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 e à avaliação 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 possíveis interseções entre a pauta dos investimentos sociais e a pauta dos direitos humanos, bem como o seu alinhamento à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável e à política de sustentabilidade corporativa.

² **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 a responderem um questionário com questões gerais e de cunho ambiental e social.

- **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.
- **O Censo GIFE** é uma pesquisa quantitativa que visa estimular a ampliação dos investimentos sociais privados no País. Realizado a cada dois anos, o levantamento das informações é autodeclaratório e voluntário, e respondido pelos associados GIFE.

³ Pelo GIFE participaram desse trabalho: Graziela Santiago, organizadora do CENSO GIFE 2018, e Carolina Magosso.

⁴ Disponível em: <<https://sinapse.gife.org.br/download/censo-gife-2018>>.

01

**As tendências do
investimento social
corporativo**

1.1 COMO ESTÃO EVOLUINDO OS INVESTIMENTOS SOCIAIS?



A influência da conjuntura econômica é atenuada

Assim como em outros anos, as oscilações na conjuntura econômica repercutem no volume dos recursos aplicados pelas empresas em investimentos sociais, mas a intensidade com que esse efeito se manifesta vem sendo afetada por mudanças importantes no comportamento dos dirigentes, em decorrência do avanço do processo de integração desses investimentos aos negócios e por uma reação positiva a pressões da sociedade.

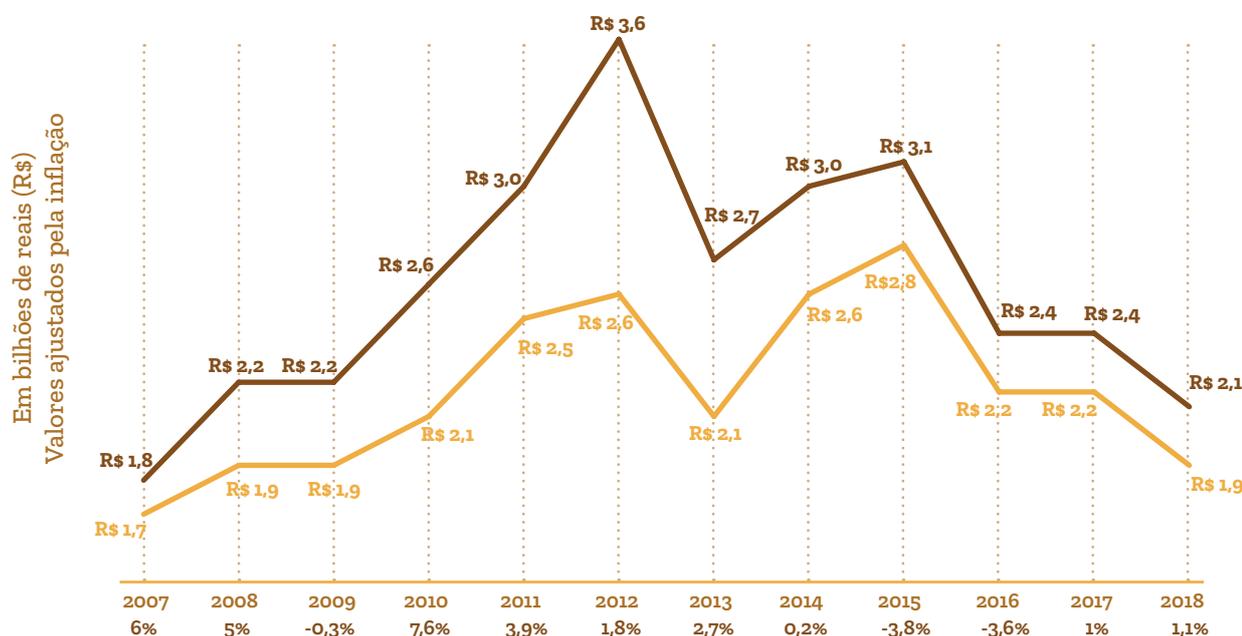
Esse fenômeno foi destacado em matéria de capa da revista *The Economist*, edição de 24 de agosto deste ano, que explora a controvérsia sobre o papel das empresas no mundo moderno com respeito aos interesses dos acionistas e da sociedade, destacando que a preocupação com as mudanças climáticas e as desigualdades se dissemina em diferentes partes do mundo dos negócios, visto que na última década as questões sociais e ambientais assumem importância crescente nas decisões sobre a alocação dos investimentos financeiros. Para isso também contribui o fato de que os jovens talentos que ingressam nesse mundo esperam trabalhar em lugares que refletem seus valores, o que não era comum em gerações precedentes.

Essa é uma realidade que está cada vez mais presente no Brasil, como têm mostrado os resultados colhidos ao longo das edições em que a pesquisa BISC explora esse tema entre nós. A cada ano que passa, os números sobre o volume de recursos que as empresas aplicam em ações, que visam beneficiar as populações mais pobres, melhorar as oportunidades dos jovens e incorporar as preocupações com os problemas ambientais, demonstram a solidez desse compromisso mesmo em momentos em que a conjuntura econômica não lhes é favorável.

Os números apresentados no Gráfico 2 são ilustrativos do fato apontado. Em 2018, embora tenha ocorrido uma redução de 13% no volume de recursos aplicados pelas empresas do Grupo BISC em projetos sociais, eles se mantiveram no patamar de R\$ 2,1 bilhões registrado nos primeiros anos da série, quando o PIB crescia a taxas muitas vezes maiores do que no final da série. Cabe ressaltar que esse comportamento não difere em razão de mudanças no grupo, pois neste caso ele acompanha o que se observa para o conjunto das empresas que forneceram informações em todos os anos.

GRÁFICO 2

Como evoluíram os investimentos sociais do Grupo BISC no período 2007-2018?



Evolução dos investimentos: todas as empresas do grupo

Evolução dos investimentos das empresas que responderam todos os anos

Fonte: BISC, 2019. Comunitas

O relacionamento com a comunidade é outro pilar desse compromisso, que se traduz na forma do que é conhecido como a obtenção da licença social para operar. O professor Ian Thomson, que estuda esse tipo de licença, assim se refere a esse pilar:

“Além de obter licença legal para operar, é preciso conseguir no mínimo a anuência da comunidade, que deve estar ‘de acordo’ para a empresa praticar atividades nas vizinhanças. O ideal é que as pessoas vejam a operação como vantajosa. A partir desse momento, elas começam a se referir ao projeto como ‘nossa mina’ ou ‘nossa fábrica’. Elas se sentem donas também”.⁵

No capítulo dos Direitos Humanos deste relatório está escrito: “dois terços das empresas

estabeleceram uma política corporativa que contempla o relacionamento com a comunidade local”. Ademais, os dados captados em diversas edições do BISC sinalizam que as empresas estão buscando ampliar a sua participação na vida das comunidades situadas no entorno dos seus empreendimentos.

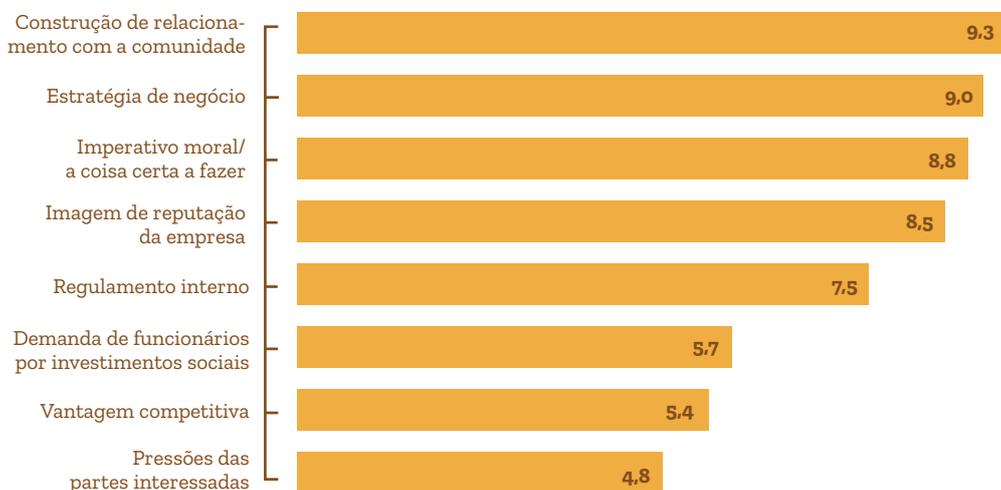
Não por acaso, portanto, esse fato ocupa o primeiro lugar nas respostas fornecidas à pergunta sobre os principais fatores que são considerados pelas empresas quando definem as estratégias para atuação na área social. Os quatro itens que mereceram maior destaque foram o relacionamento com as comunidades, a afinidade com os negócios, o imperativo moral e a imagem da empresa na sociedade (Gráfico 3).

⁵ Disponível em:

<https://www.ethos.org.br/cedoc/ethos-gestao_licenca-social-para-operar-temor-ou-valor/#.XefG9HJYal4>.

GRÁFICO 3

O que leva a empresa a definir as estratégias e os recursos para o investimento social?
(Nota média de uma escala de 1 a 10)



Obs.: essa questão consta no questionário da pesquisa internacional desenvolvida em 2019 pela coalizção Global Exchange, na qual a Comunitas é a representante brasileira. Disponível em: <<https://bisc.org.br/wp-content/uploads/2019/11/2019GlobalCorporateSocialInvestmentInsights.pdf>>.

Fonte: BISC, 2019. Comunitas

A crescente associação do ambiental ao social, destacada na matéria mencionada no início deste texto, é outro fator a considerar, embora ainda não seja objeto central do BISC. Nela, o foco na tríade Environment, Social and Governance (ESG) ganha espaço nas decisões das empresas sobre a alocação dos investimentos financeiros.

A divisão de tarefas sofre mudanças

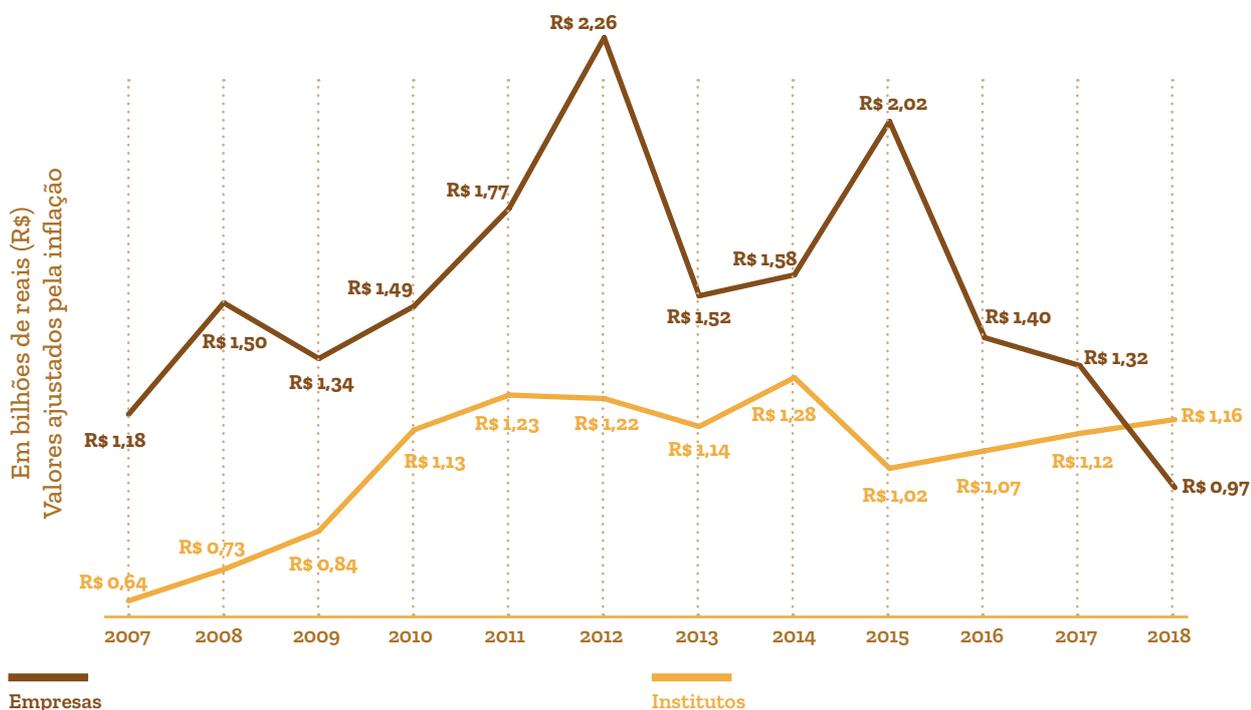
Conforme mencionado acima, os resultados de 2018 reforçam a tendência em curso de avançar no processo de alinhamento dos investimentos sociais aos negócios, modificando modelo

adotado no passado em que os institutos foram criados para executar projetos sociais desvinculados do *core business*, mesmo que financiados voluntariamente pelas empresas, que não queriam se envolver diretamente nessa área. Ainda assim, elas mantiveram uma atuação expressiva na área social, por meio de repasses diretos para as organizações sem fins lucrativos.

Isso ajuda a explicar o comportamento do volume de recursos aplicados por ambas as entidades que participam do BISC. Conforme mostram os dados sobre o total de investimentos exibidos no Gráfico 4.

GRÁFICO 4

Comparando empresas e institutos, como evoluíram os investimentos entre 2007 e 2018?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

A redução no volume global de recursos aplicados resulta da combinação de comportamentos distintos. De um lado, os números de 2018 mostram a continuidade da recuperação do papel dos institutos, cuja participação no total dos investimentos compensou as perdas observadas em 2015, retornando aos patamares registrados no início desta década. Essa mudança reflete a determinação das empresas de manter o repasse de recursos próprios a seus institutos, para sustentar programas que demandam continuidade das ações por um prazo mais longo, tendo em vista alcançar os resultados deles

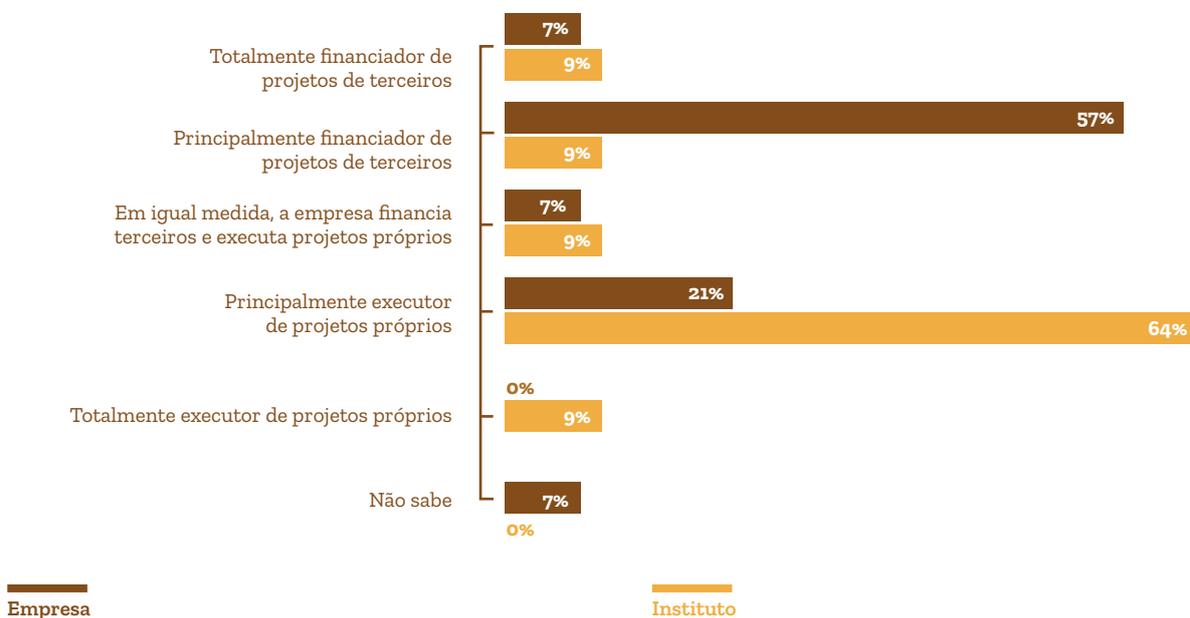
esperados, como é o caso daqueles que tratam da prestação de serviços essenciais à melhoria das condições de vida dos mais pobres, especialmente os projetos educacionais.

Perfil da atuação ilustra essa afirmação

Isso também fica claro nas diferenças captadas na pesquisa com respeito ao perfil da atuação de cada um. Enquanto os institutos se dedicam majoritariamente a executar projetos próprios, as empresas se concentram no financiamento de projetos executados por terceiros (Gráfico 5).

GRÁFICO 5

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



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

1.2 QUAL A IMPORTÂNCIA DOS INCENTIVOS FISCAIS NA ATUAÇÃO SOCIAL DAS EMPRESAS?

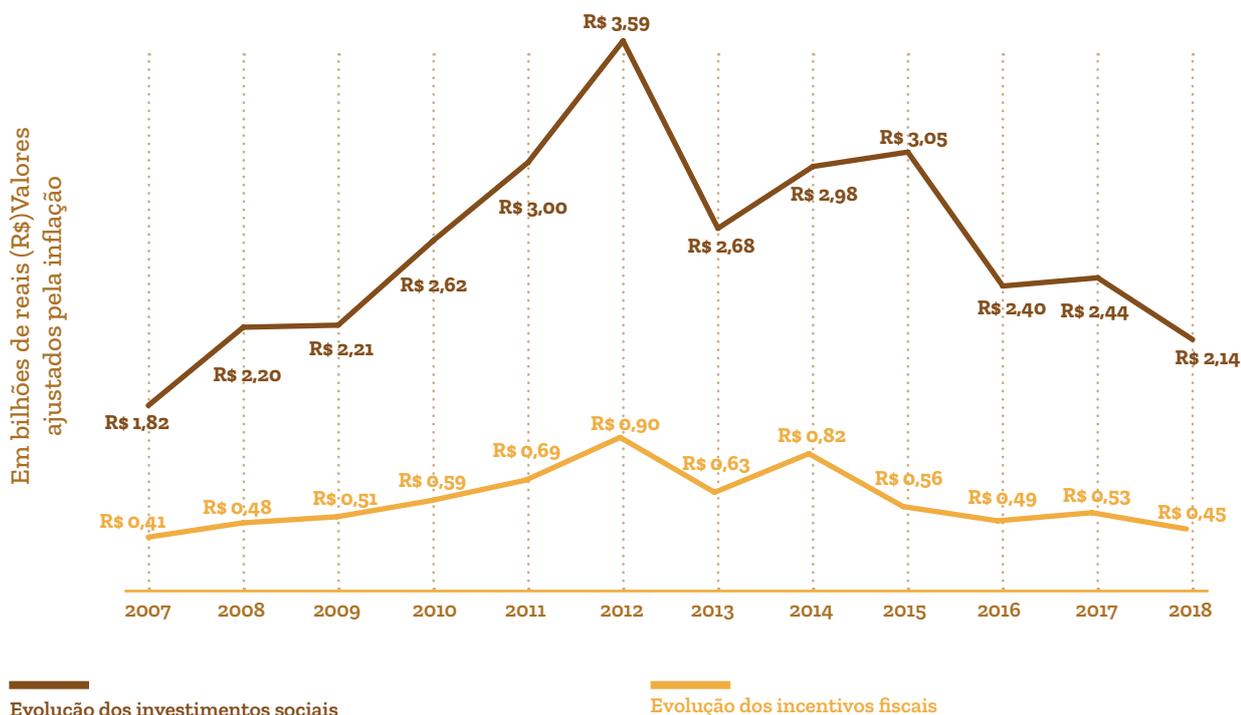


A redução dos incentivos fiscais repercute nas estratégias de atuação

Em 2018, o valor dos incentivos fiscais captados foi da ordem de R\$ 453 milhões, representando 21% do total investido pelas empresas. Esse valor reflete uma queda de 14% em relação ao ano anterior, não muito distante da queda no total dos investimentos. Isso não é novidade, pois ao longo dos anos os valores dos incentivos captados seguem uma trajetória similar à trajetória do volume total de investimentos. Numa conjuntura adversa eles não compensam a redução dos investimentos voluntários, mas evitam perdas maiores no total investido (Gráfico 6).

GRÁFICO 6

Como evoluíram os investimentos sociais e os incentivos fiscais no período 2007-2018?



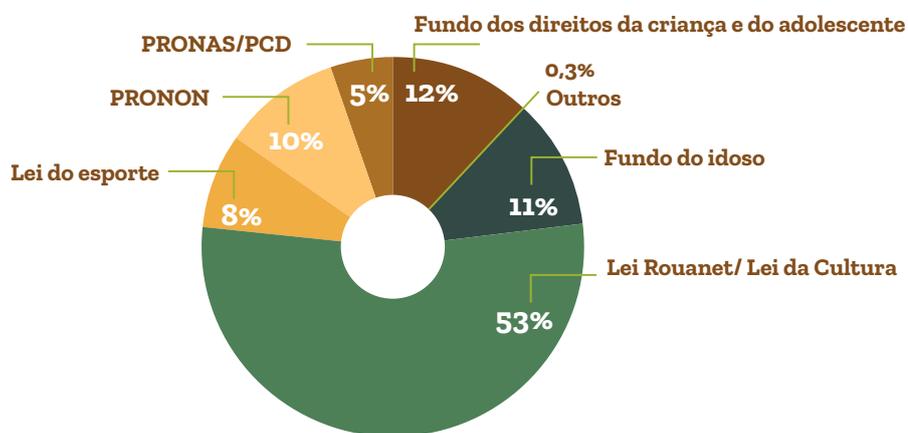
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Não houve alterações significativas no perfil da repartição dos incentivos segundo os principais setores a que se destinaram, conforme pode ser visto abaixo (Gráfico 7). Tradicionalmente a área da cultura responde pela maior parte dos incentivos, e isso não mudou em 2018. Considerando que sua participação no total de incentivos foi

de 53%, o volume de recursos aplicados nessa área em 2018 estaria na casa dos 240 milhões de reais. Um registro sobre o uso dos incentivos fiscais federais, elaborado por Bruno Barroso e Thiago Alvim, fundadores do Prosas e da Nexo Investimento Social, é apresentado no BOX 1.

GRÁFICO 7

Como se distribuem os incentivos fiscais captados?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Box 1

POTENCIAL DOS INCENTIVOS FISCAIS PARA O INVESTIMENTO SOCIAL NO BRASIL

Chamamos de incentivos fiscais para Investimento Social as autorizações previstas na legislação brasileira para que empresas e pessoas físicas destinem parte do imposto devido para projetos previamente aprovados por alguma instância governamental. Atualmente existem incentivos nas três esferas da federação, que incidem sobre diversos impostos como IPTU, ISSQN, ICMS e Imposto de Renda.

Este artigo trata exclusivamente dos Incentivos Fiscais Federais que incidem sobre o Imposto de Renda (IR). Atualmente, 9% do IR devido por empresas tributadas em lucro real e 8% do IR devido por pessoas físicas que fazem declaração no modelo completo podem ser destinados para projetos sociais, conforme a tabela abaixo:

Mecanismo	Limite para PJ	Limite para PF
Lei Rouanet / Lei do Audiovisual	4%	6%
Lei do Esporte	1%	
Fundo para Infância e Adolescência (FIA)	1%	
Fundo do Idoso	1%	
PRONON (Oncologia)	1%	1%
PRONAS/PCD (Pessoas com Deficiência)	1%	1%
TOTAL	9%	8%

Em 2018, os incentivos fiscais movimentaram aproximadamente R\$ 2,28 bilhões, sem considerar os dados da Lei do Audiovisual. Do total investido, a Lei Rouanet se destaca pelo montante de recursos – 57% do total aplicado no ano – e pela transparência: cada real investido em cultura está disponível para consulta livre no Salicnet¹ e no Versalic², com atualização diária dos dados.

GRÁFICO 1 – Valor captado por Incentivo 2018 (em R\$ milhões)



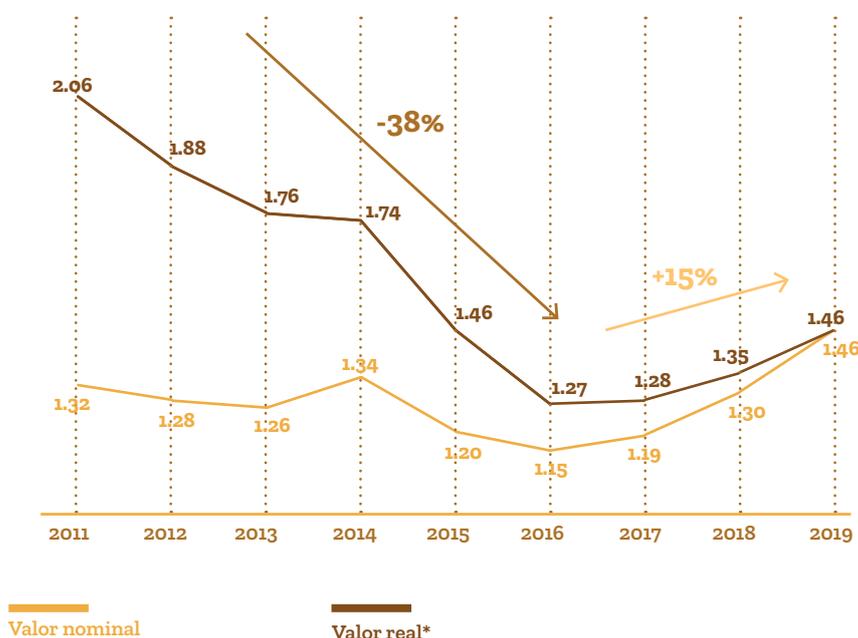
¹ Acessar em: <http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet.php>

² Acessar em: <http://versalic.cultura.gov.br/#/home>

Fonte: Salicnet (Lei Rouanet) e Lei de Acesso a Informação (FIA, Fundo do Idoso, Pronon e Pronas/PCD)

A partir do montante aplicado na Lei Rouanet, é possível projetar o potencial de cada um dos outros incentivos, considerando que para cada 4 reais investidos em cultura 1 real poderia ser investido em cada um dos demais mecanismos. Ao comparar o potencial dos mecanismos e o valor aportado em 2018, identifica-se uma defasagem de R\$ 635 milhões. Ou seja, se todas as empresas que investem em cultura investissem todo seu potencial nos outros incentivos federais, o valor total aplicado saltaria de R\$ 2,28 bilhões para R\$ 2,92 bilhões, um acréscimo de 28%

GRÁFICO 2 – Captação Lei Rouanet (em R\$ bilhões)



* Atualizado pelo IPCA (IBGE) até nov/2019
Fonte: Salicnet. Consulta em 06/01/2020

É o que podemos observar no comportamento da Lei Rouanet desde 2011, quando alcançou seu maior valor real na história. Após superar a marca de R\$ 2 bilhões, o investimento via Lei Rouanet deu um mergulho, junto com a economia brasileira, e chegou ao seu pior desempenho em 2016, com o equivalente a R\$ 1,27 bilhão em valores atualizados pela inflação. Entre 2011 e 2016 a queda foi de 38%.

Desde então, observa-se uma lenta recuperação. Após um ano de quase estagnação em 2017, quando o investimento cresceu 0,7% em termos reais, a recuperação pode ser observada nos últimos dois anos, com crescimento de 5,4% e 8,2% respectivamente. Com a recuperação recente no período de 2017 a 2019 de 15% em valores reais, a Lei Rouanet alcançou em 2019 o maior valor nominal da história: R\$ 1,46 bilhão.

Assim como os dados acima demonstram que há oportunidades para ampliar o Investimento Social Privado com a utilização de incentivos fiscais, as perspectivas para os próximos anos também indicam um cenário positivo, desde que a economia alcance bons resultados.

Os incentivos fiscais federais estão diretamente atrelados ao lucro das empresas, que por sua vez estão fortemente relacionados com o desempenho da economia de uma forma geral. Se a economia vai mal, os projetos sociais sofrerão forte impacto com a redução dos aportes.

Se as projeções de crescimento da economia nos próximos anos se confirmarem, podemos esperar em breve a retomada do Investimento Social incentivado aos valores pré-crise. Boas notícias parecem estar por vir e não só na área cultural, mas em todas as áreas que contam com incentivos fiscais.

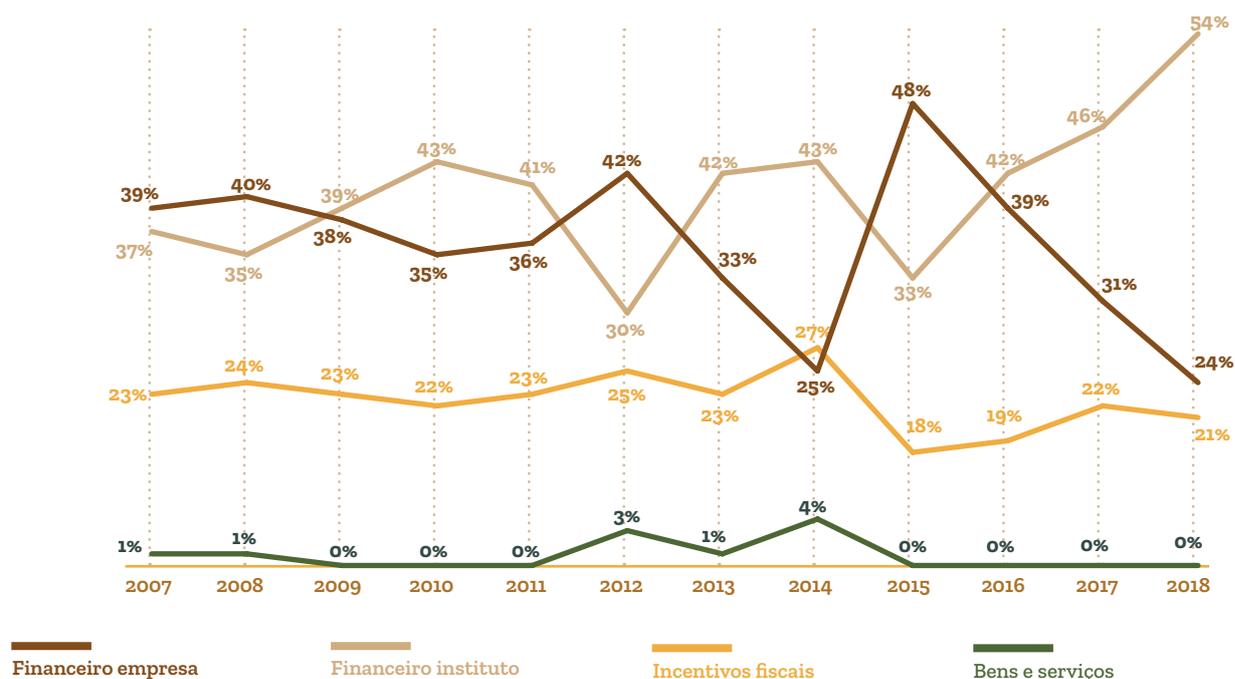
BARROSO, Bruno; ALVIM, Thiago. Nexo Investimentos. São Paulo, 2019.

A contrapartida das limitações ao acesso a incentivos fiscais por parte do Grupo BISC se manifesta sob a forma de maior volatilidade, nos recursos destinados ao financiamento da ação direta das empresas no campo social, em momentos de aperto financeiro. Como pode ser

observado abaixo (Gráfico 8), a redução no volume de incentivos fiscais a partir de 2015 está associada à queda nos gastos diretamente executados pelas empresas, simultaneamente ao crescimento dos gastos dos institutos.

GRÁFICO 8

Como evoluíram os investimentos sociais e os incentivos fiscais no período 2007-2018?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

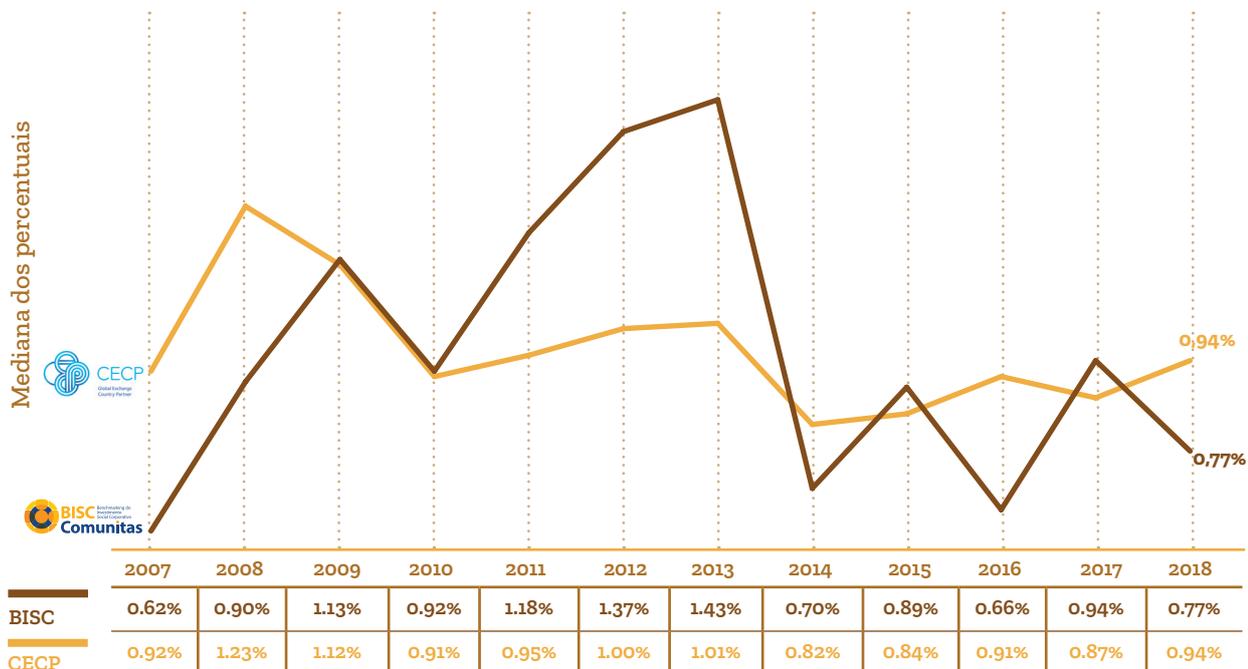
Benchmarking CECP – As mudanças apontadas reforçam a resiliência dos investimentos sociais

Na comparação com o padrão norte-americano, retratado na pesquisa do CECP, o desempenho do BISC não destoa do que foi observado lá fora. Convém mencionar que os resultados do

CECP mostram que a participação dos investimentos no lucro bruto das empresas acusou um pequeno acréscimo no biênio 2016-2018, subindo de 91 para 94 por cento. No Brasil esse mesmo índice subiu onze pontos percentuais, alcançando o patamar de 77% em 2018, recuperando grande parte da redução ocorrida no ano anterior (Gráfico 9).

GRÁFICO 9

BISC e CECP – Qual o padrão dos investimentos sociais?



Fonte: CECP & Comunitas, 2019.

Os dados são bem diferentes quando dividimos as empresas pesquisadas em dois grupos: as que aumentaram suas aplicações em investimentos sociais e aquelas que fizeram um movimento oposto. A pesquisa do CECP mostra um acréscimo de 62% no número de empresas norte-americanas que informaram aumento nos investimentos sociais, entre 2016 e 2018, contra 38% das que mantiveram ou reduziram seus investimentos. No mesmo período, o BISC registra percentuais bem menores para o grupo que aumentou as aplicações – 45% – e maiores para

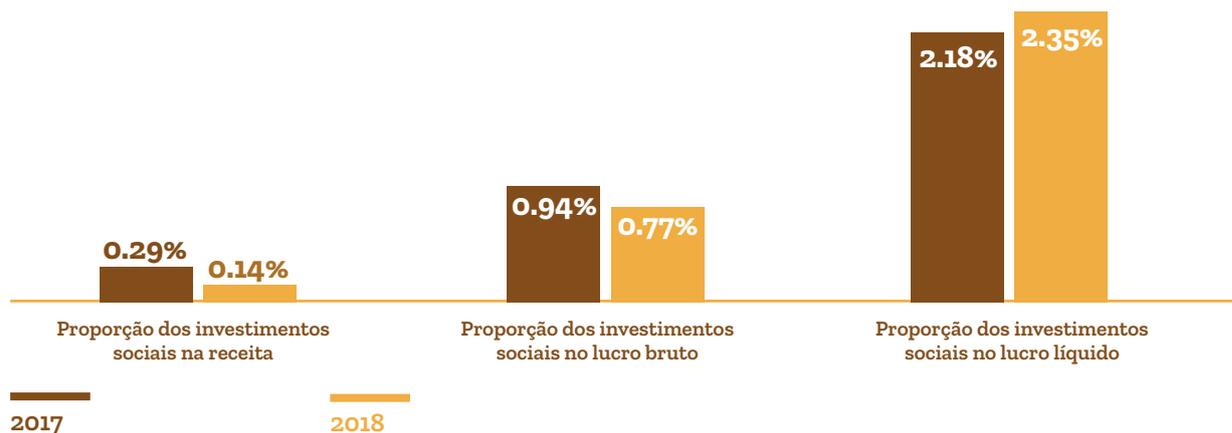
aquelas que reduziram: 55%. Tendo em conta a difícil situação que as empresas brasileiras enfrentaram nesse biênio, esse fato precisa ser levado em conta na interpretação dos resultados. Outro indicador relevante para aferir o esforço das empresas do BISC para manter ou ampliar seus investimentos em momentos difíceis é a participação dos investimentos sociais no lucro líquido, que mostra um incremento quando se compara os resultados de 2018 com os do ano anterior. Isso merece ser destacado porque revela uma preocupação maior em

usar uma parcela dos resultados do ano para sustentar os programas que beneficiam as comunidades. Ainda que os resultados do BISC indiquem que a diferença tenha sido pequena,

ela revela uma preocupação importante com a preservação dos investimentos sociais em momentos particularmente difíceis para as empresas (Gráfico 10).

GRÁFICO 10

Como o comportamento dos investimentos sociais do Grupo BISC em 2018 difere de 2017?



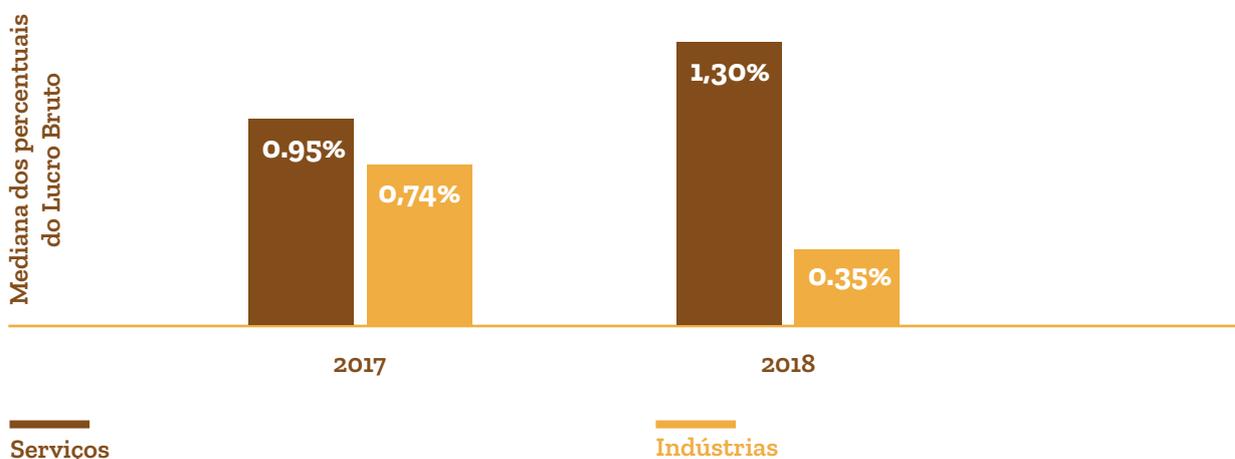
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

A esse respeito importa observar as diferenças entre setores. Nesse caso o que se destaca é que o percentual do lucro destinado a investimentos sociais foi maior no setor de prestação de serviços, que cresceu em 2018, à diferença do que

ocorreu na indústria. Essa diferença encontra explicação nas maiores dificuldades que a indústria brasileira enfrenta para recuperar parcela do espaço que ocupava na economia do País (Gráfico 11).

GRÁFICO 11

Indústria e serviços: o que ocorreu com os seus investimentos sociais no período 2017-2018?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

1.3

PERSPECTIVAS – O QUE TEMOS À FRENTE?

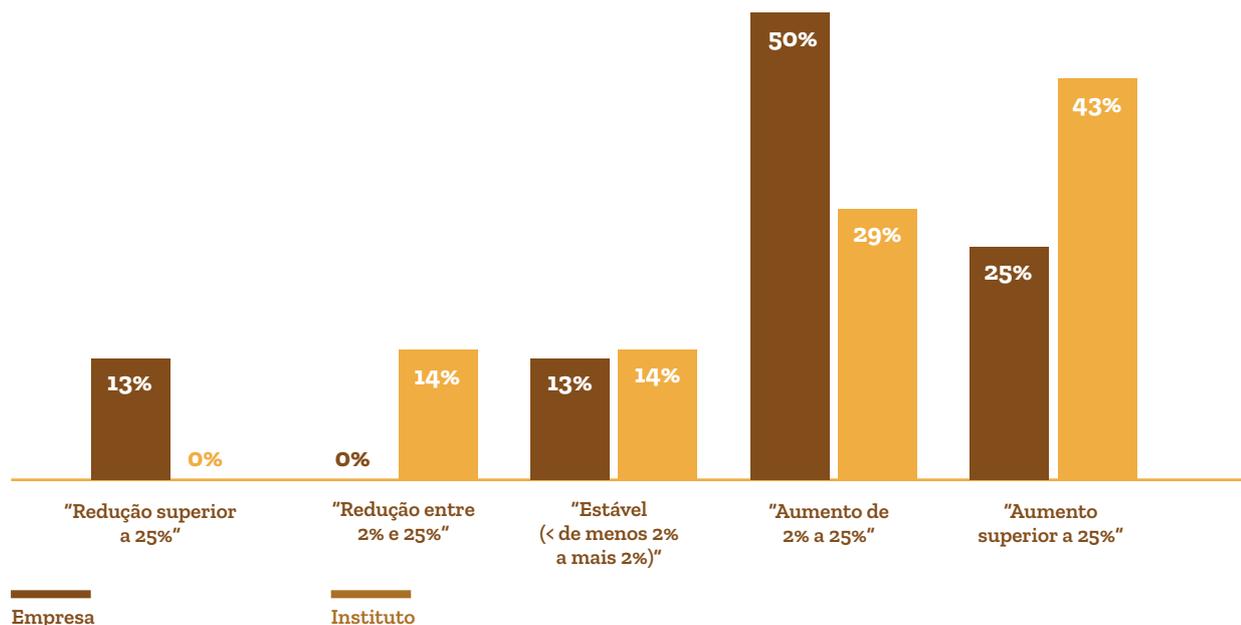


As incertezas dos empresários com respeito ao cenário econômico dos próximos anos já haviam sido mencionadas no BISC de 2017, quando um grande número de empresas do BISC não se atreveu a fazer previsões a respeito do que deveria ocorrer no ano seguinte. Pelos motivos já mencionados, os institutos dispõem de maiores informações para fazer previsões sobre o que esperar nos anos à frente, e isso se revela no fato de que os resultados que esperavam alcançar em 2018 se mantiveram em linha com o que veio a ocorrer. Preveiam um aumento de 3,6% nos seus investimentos, não muito distante do crescimento de 2,3% efetivamente registrado.

A frustração das expectativas de que o ano de 2018 seria diferente não deveria ter mudado muita coisa a esse respeito, mas isso não foi o que ocorreu. 62% das empresas esperam um aumento de 9% no volume de investimentos em 2019, na comparação com o ocorrido no ano anterior. Da mesma forma, 64% dos institutos acreditam em um aumento de 14% em 2019 nas suas aplicações em relação ao ocorrido em 2018. Se essas expectativas se confirmarem, verificaríamos um aumento de cerca de 10% no total de investimentos sociais do BISC, quando os números de 2019 forem apurados. Convém destacar, todavia, que essas estimativas foram feitas no início de 2019, quando as previsões para o comportamento da economia eram bem melhores do que as que foram se formando ao longo do ano (Gráfico 12).

GRÁFICO 12

Quais as mudanças nos investimentos sociais realizados em 2018 e os investimentos sociais previstos para 2019?



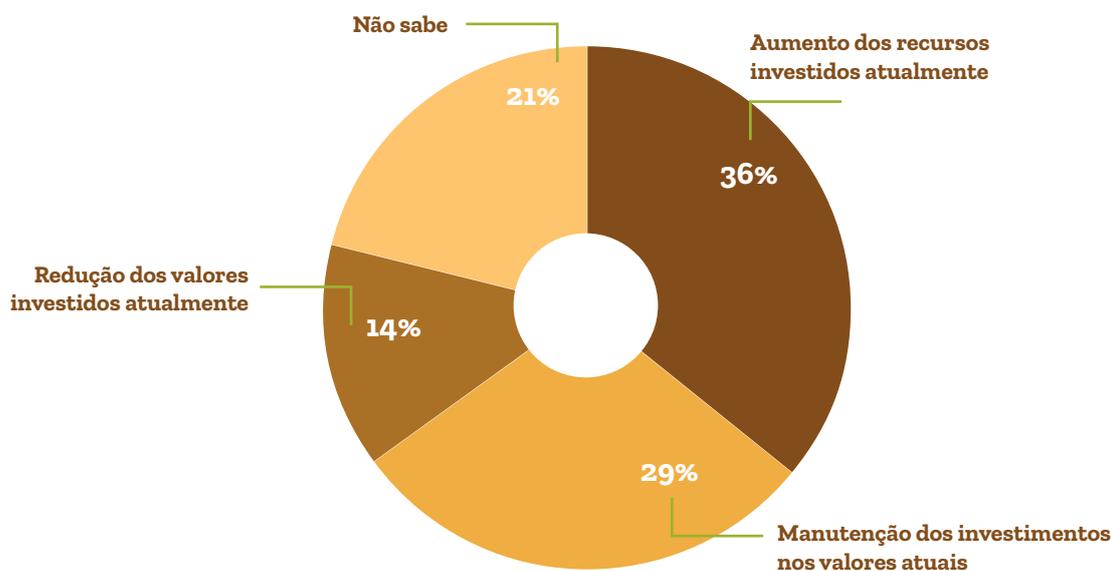
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Portanto, o clima permite algum otimismo, que se reproduz quando observamos as respostas sobre o que esperar no biênio 2020-2021, quando a soma dos percentuais das empresas que

indicam expectativas de aumento nos recursos aplicados e de manutenção dos valores atuais é da ordem de dois terços (Gráfico 13).

GRÁFICO 13

Quais as previsões para os investimentos sociais no próximos dois anos (2020/2021)?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Cabe indagar as razões para essa mudança de comportamento. Um ponto a destacar é a sustentação, nos dois últimos anos, do patamar registrado no início da série, num quadro econômico muito pior do que aquele que se verificava há mais de uma década. Intuitivamente, poderia ser dito que o impacto da conjuntura econômica no investimento social perdeu parte da força que tinha nas decisões a respeito da destinação de recursos para os investimentos sociais, na medida em que outros fatores pesam

nas decisões a respeito e que o compromisso com responsabilidade social se consolida, por força de outras razões importantes aqui destacadas. É razoável, portanto, esperar posições mais otimistas no futuro, com uma redução da sensibilidade dos investimentos a oscilações na conjuntura econômica.

Ainda é cedo para comemorar, mas o otimismo tem algum fundamento.

02

**O novo retrato da
atuação social do
Grupo BISC**

2.1 A QUE SE DESTINAM OS INVESTIMENTOS SOCIAIS PRIVADOS?

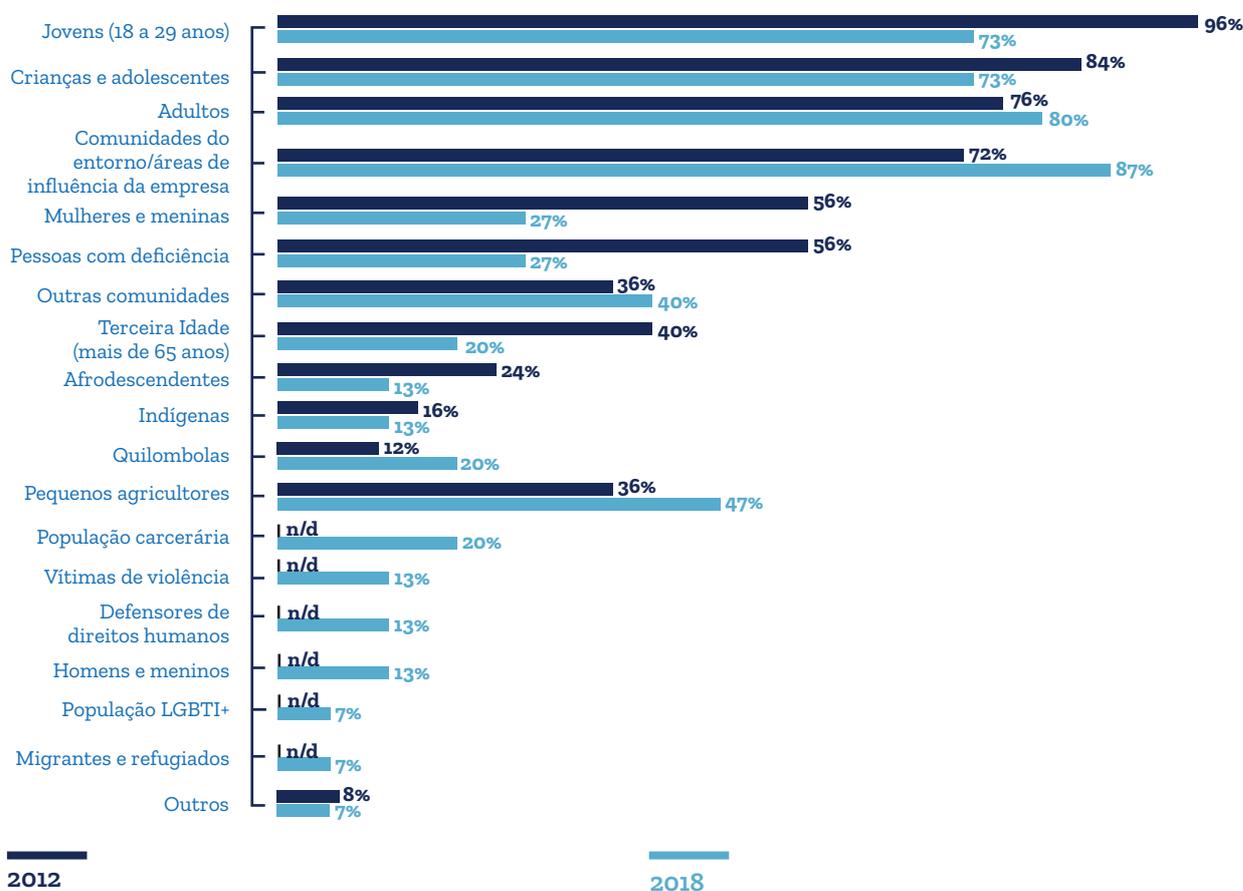


Ao longo dos últimos anos, mais de 70% dos participantes têm mantido o atendimento a crianças e jovens. Porém, o que merece ser ressaltado em relação ao foco do atendimento é que agora são as comunidades do entorno que recebem a atenção do maior percentual de empresas: 87%. Tal resultado pode ser parcialmente atribuído ao processo em curso de alinhamento dos investimentos sociais aos negócios (Gráfico 14).

Nesta edição da pesquisa, buscou-se também verificar em que medida os segmentos da população que tradicionalmente são o alvo dos programas de defesa de direitos, tais como: a população carcerária; as vítimas de violência; a população LGBTI+; e migrantes e refugiados, são atendidos pelas organizações que participam do BISC. Os dados revelam que apenas uma minoria delas destaca esses grupos como alvo prioritário de seus projetos sociais.

GRÁFICO 14

Que grupos da população se beneficiam dos investimentos sociais privados?



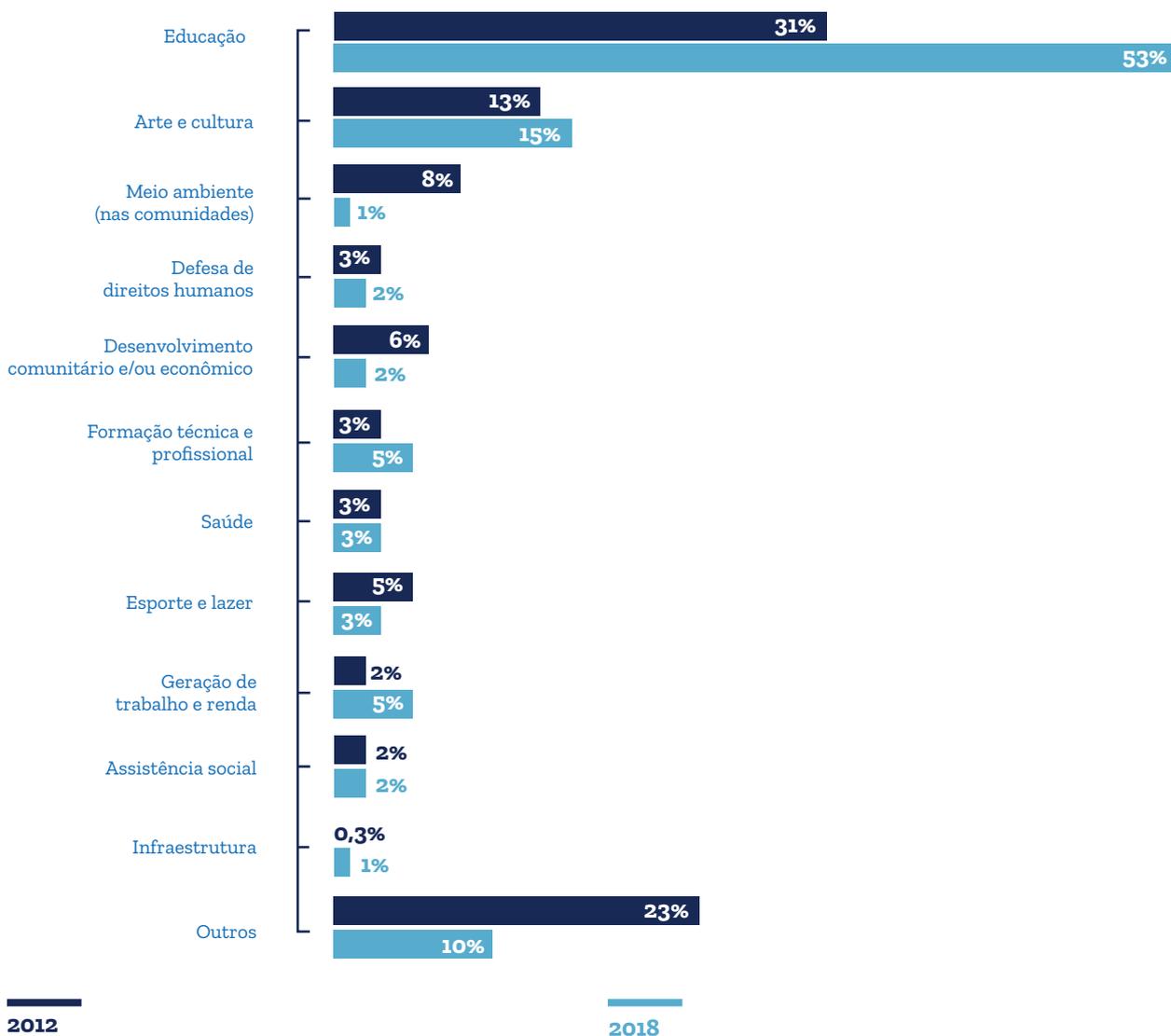
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Por área de atuação, como são distribuídos os investimentos sociais? O comportamento do Grupo BISC não é homogêneo e vem se modificando ao longo dos últimos anos. Numa visão geral, a educação permanece como a área que recebe a maior parcela dos investimentos sociais das empresas. Os resultados de 2019, apresentados no Gráfico 15, mostram um crescimento percentual significativo dos recursos destinados à educação, se comparados, por exemplo, com 2012. Entretanto, esse crescimento deve

ser interpretado com cuidado, porque o que ele reflete é que o grupo buscou garantir a manutenção dos investimentos em educação em um patamar superior a R\$ 900 milhões, mesmo em um período em que se verificou uma redução importante no volume total dos recursos destinados aos projetos sociais. Assim é que, entre 2012 e 2018, em paralelo a uma redução de 40% dos investimentos sociais do grupo, os recursos destinados à educação reduziram-se em apenas 8% (Gráfico 16).

GRÁFICO 15

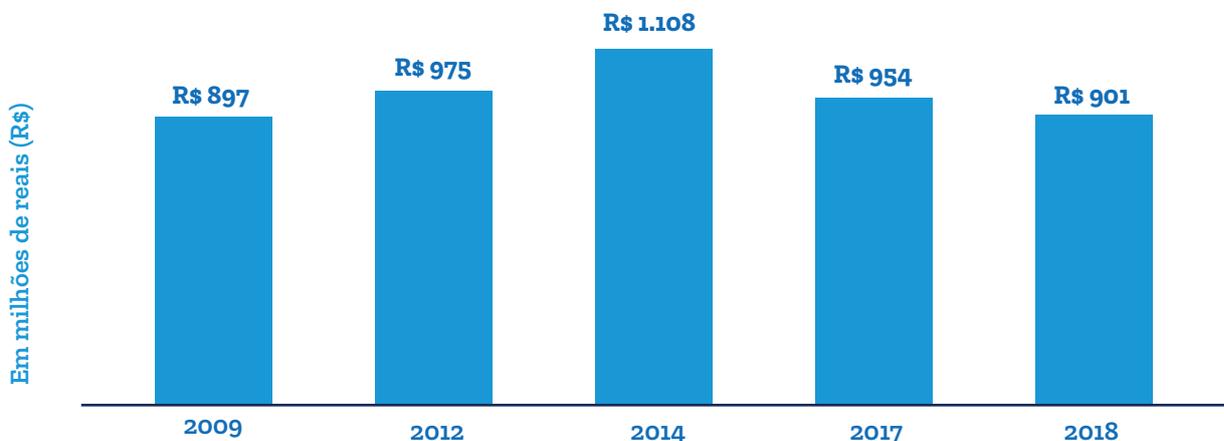
Como se distribuem os investimentos sociais, por área de atuação, de 2012 e 2018?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 16

Como evoluíram os investimentos em educação?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

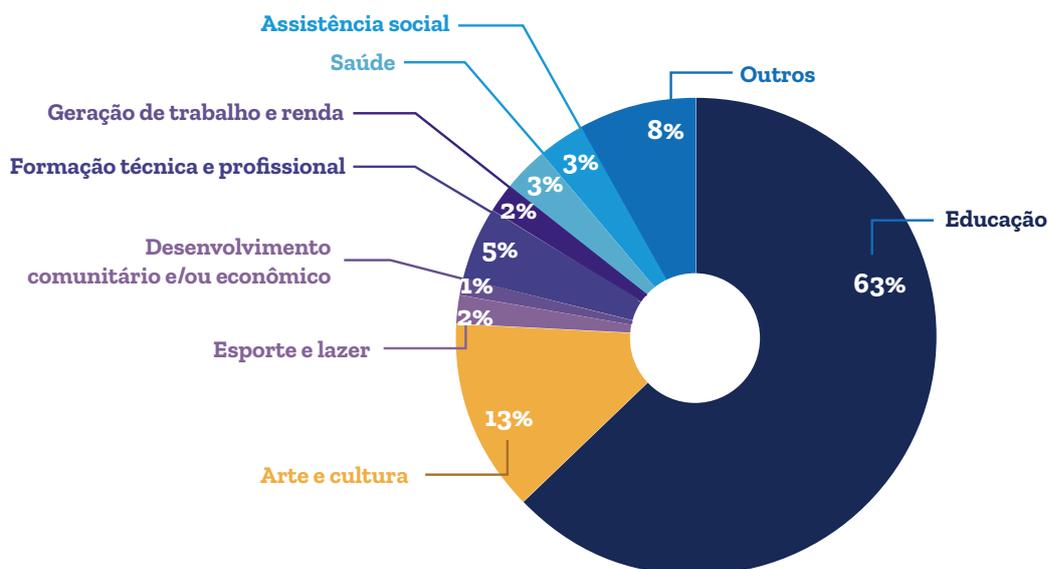
Perfil da atuação das empresas: setor de serviços versus setor industrial

Conforme assinalado anteriormente, a atuação do grupo não é homogênea. Separando as empresas do BISC em função da natureza da atividade exercida,

fica evidente que são aquelas do setor de prestação de serviços que concentram fortemente os seus recursos em projetos da área de educação: quase dois terços do total investido por elas, conforme apresentado no Gráfico 17.

GRÁFICO 17

Como se distribuem os investimentos sociais do setor de serviços em 2018?



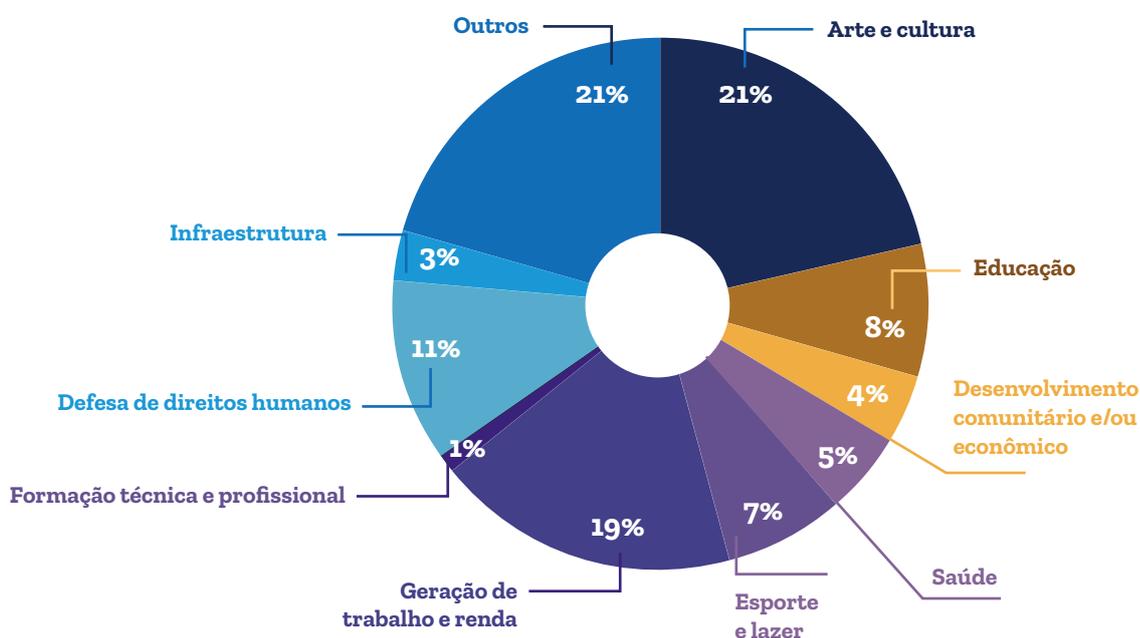
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

No caso das indústrias, o resultado é muito diferente, conforme mostra o Gráfico 18, que exhibe o leque diversificado de ações que executam. Uma possível explicação para essa diferença pode resultar do fato de que elas atuam predominantemente no entorno de seus empreendimentos econômicos, sendo necessário ter em

conta a diversidade das demandas locais. Isso poderia explicar, inclusive, a alocação de 11% dos seus recursos para projetos de defesa de direitos, um índice muito acima da média do grupo. Esse resultado merece ser melhor explorado em próximas edições do BISC (Gráfico 18).

GRÁFICO 18

Como se distribuíram os investimentos sociais do setor industrial em 2018?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

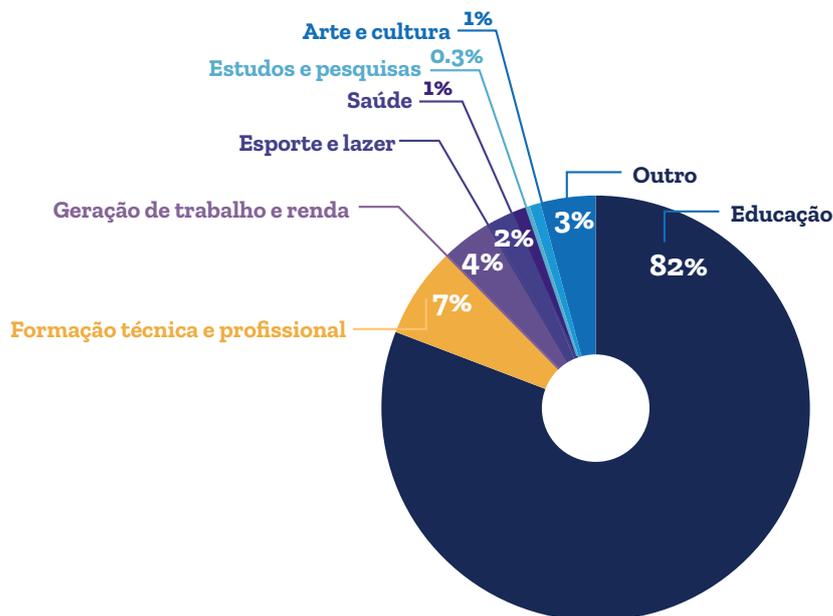
Perfil da atuação do Grupo BISC: empresas versus fundações/institutos

A falta de homogeneidade é também observada quando se separa o Grupo BISC em função do tipo de organização – empresas e fundações empresariais. Conforme já observado em anos anteriores, as diferenças no perfil de atuação

desses dois grupos de organização confirmam a tese de que são os institutos que respondem pela execução dos projetos mais estruturados e de mais longo prazo. Não por acaso, 82% dos investimentos realizados por eles são destinados a projetos de educação (Gráfico 19).

GRÁFICO 19

Como se distribuem os investimentos sociais nos institutos em 2018?



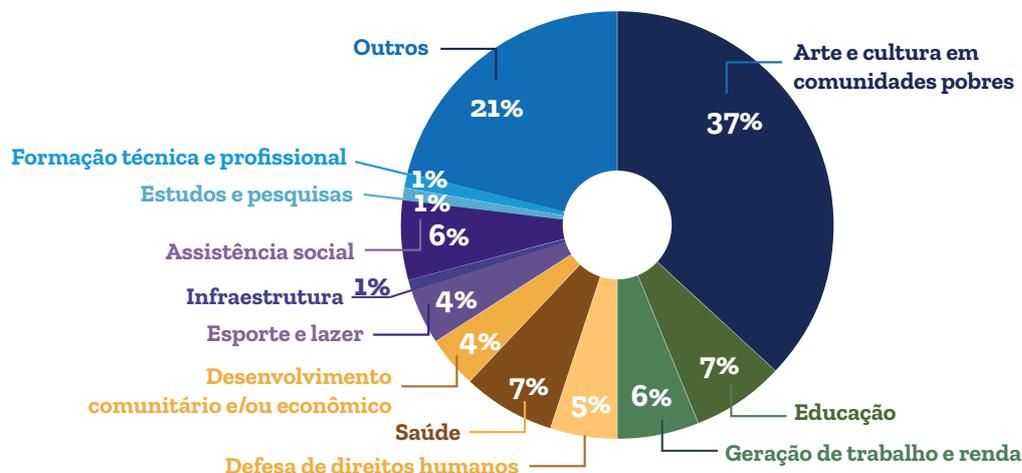
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

É importante mencionar que mesmo as empresas que criaram seus institutos mantêm o apoio direto a projetos nas mais distintas áreas sociais, com destaque para os projetos de arte e cultura, que absorveram 37% do total investido. De um lado, esse resultado poderia ser explicado pelo fato de que as empresas estão fisicamente presentes nas regiões em que operam e, portanto, muito próximas das diversas demandas

loais. Por outro, porque investem diretamente os recursos oriundos dos incentivos fiscais à cultura, especialmente aqueles originados na Lei Rouanet (Gráfico 20). Vale ainda mencionar que, apesar do fato de as empresas destinarem apenas 7% dos recursos para projetos cujo foco principal é a educação, 77% delas declaram incorporar atividades educacionais no escopo de seus diversos projetos.

GRÁFICO 20

Como se distribuem os investimentos sociais nas empresas em 2018?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

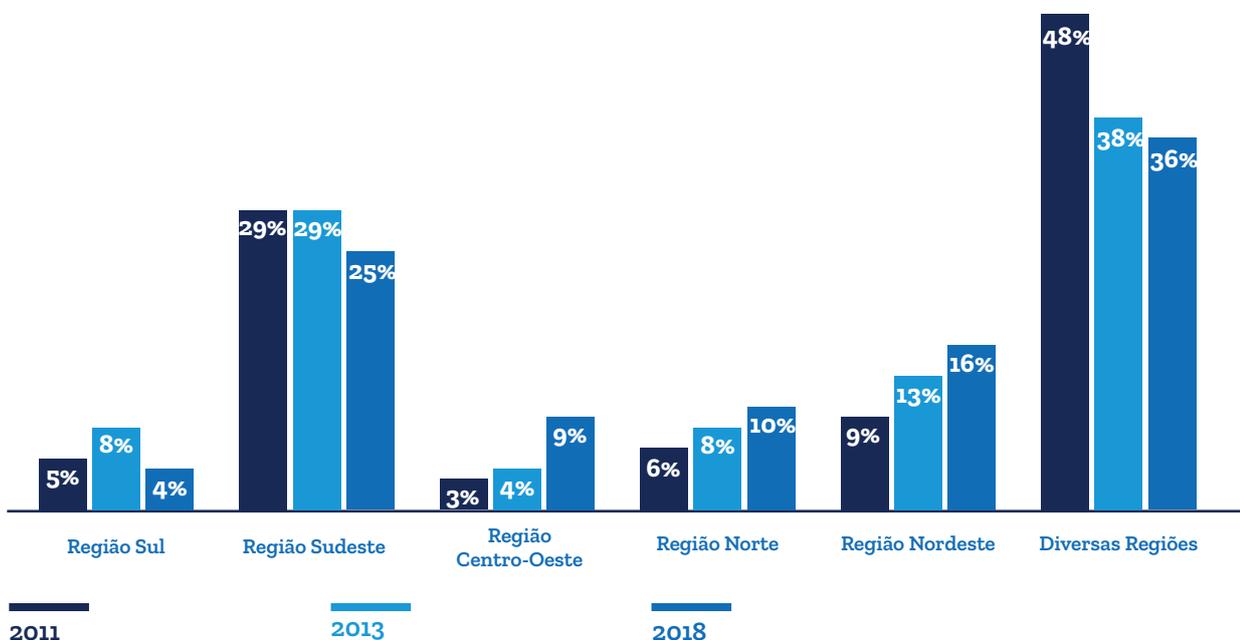
Perfil da atuação do Grupo BISC: por região

Quando a análise se volta para a evolução dos investimentos por região, evidencia-se o crescimento gradual e significativo dos recursos destinados às Regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste: em 2011 essas três regiões absorviam 18% do total dos investimentos sociais captados

no BISC, percentual esse que quase dobrou em 2018, chegando a 35% (Gráfico 21). O que pode explicar esse resultado? Esse redirecionamento espacial acompanha a expansão dos negócios e a decisão do grupo de ampliar a escala dos projetos, estendendo-os para áreas anteriormente não atendidas. Indicações nesse sentido foram registradas em edição anterior do BISC⁶.

GRÁFICO 21

Por região, como se distribuem os investimentos sociais do Grupo BISC?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Cerca de um terço das empresas do grupo informou ter realizado investimentos sociais ou feito doações para outros países. No entanto, o volume de recursos envolvidos nessa frente de

atuação foi relativamente reduzido: R\$ 116,2 milhões, o que equivale, aproximadamente, a 10% do total investido por essas mesmas empresas no Brasil em 2018.

⁶ Ver:

Relatório BISC de 2018. Comunitas, São Paulo. 2018. Disponível em: <<https://bisc.org.br/publicacoes/>>.

2.2 COMO AVANÇA O PROCESSO DE ALINHAMENTO DOS INVESTIMENTOS SOCIAIS AOS NEGÓCIOS?

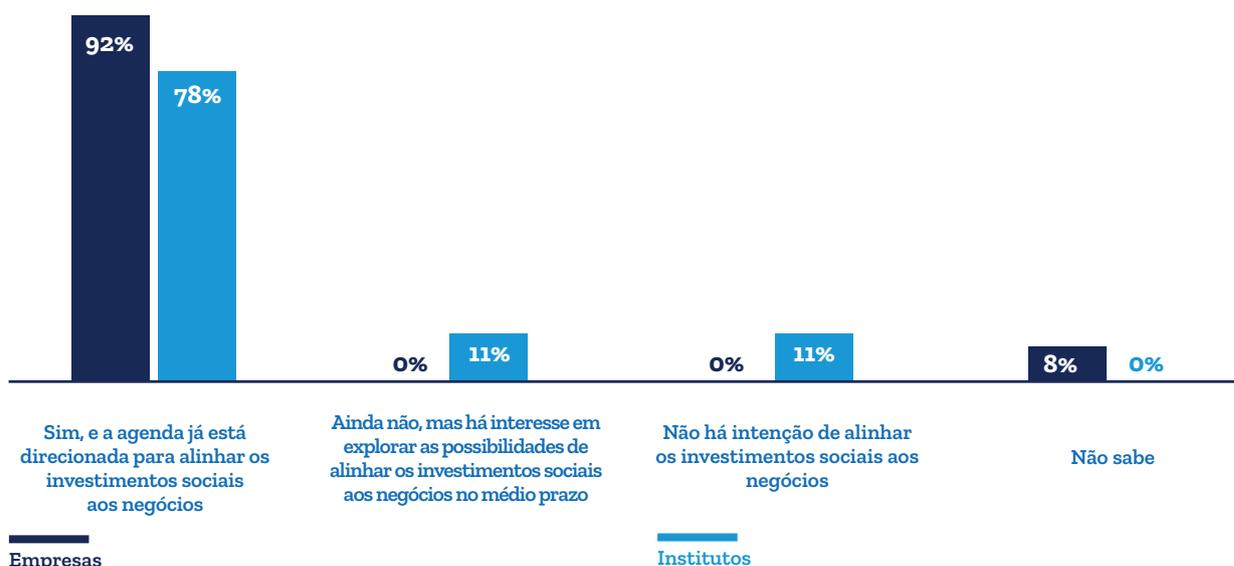


Os avanços observados no alinhamento dos investimentos sociais aos negócios sinalizam uma tendência de consolidação desse processo, iniciado há relativamente poucos anos. Alguns resultados captados nessa edição do BISC, destacados abaixo, justificam essa afirmação:

- ▶ Em 92% das empresas e 78% dos institutos a agenda social já está direcionada para promover seu alinhamento aos negócios (Gráfico 22).
- ▶ Em 2018, 75% das empresas destinaram mais da metade dos seus investimentos sociais para projetos alinhados, um acréscimo expressivo em relação ao índice de 50%, registrado em 2013 (Gráfico 23).
- ▶ Movimento similar foi observado entre os institutos: entre 2013 e 2018, passou de 53% para 63% a proporção dos institutos que destinaram mais da metade dos seus investimentos sociais para projetos alinhados (Gráfico 24).

GRÁFICO 22

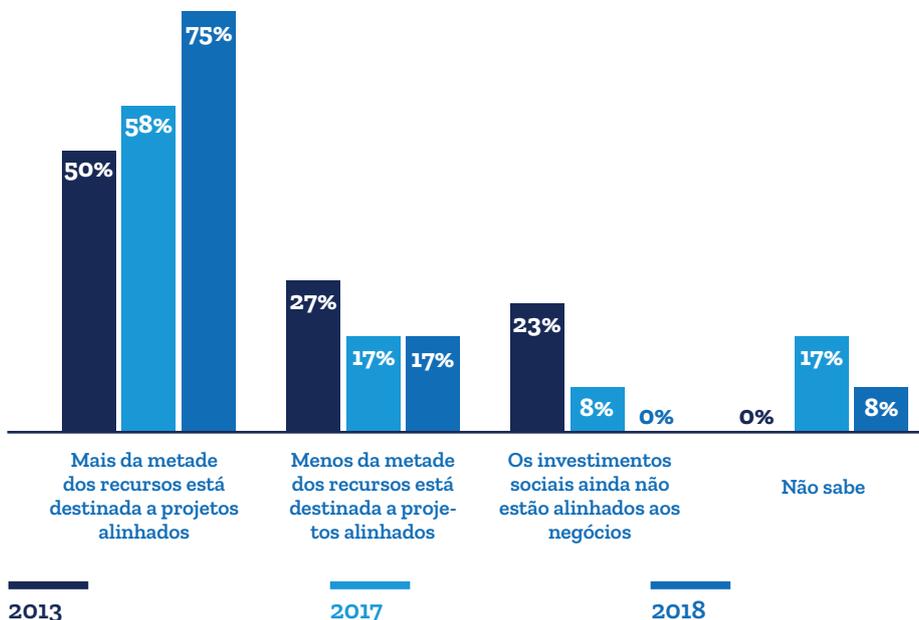
A empresa busca alinhar os investimentos sociais às estratégias dos negócios?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 23

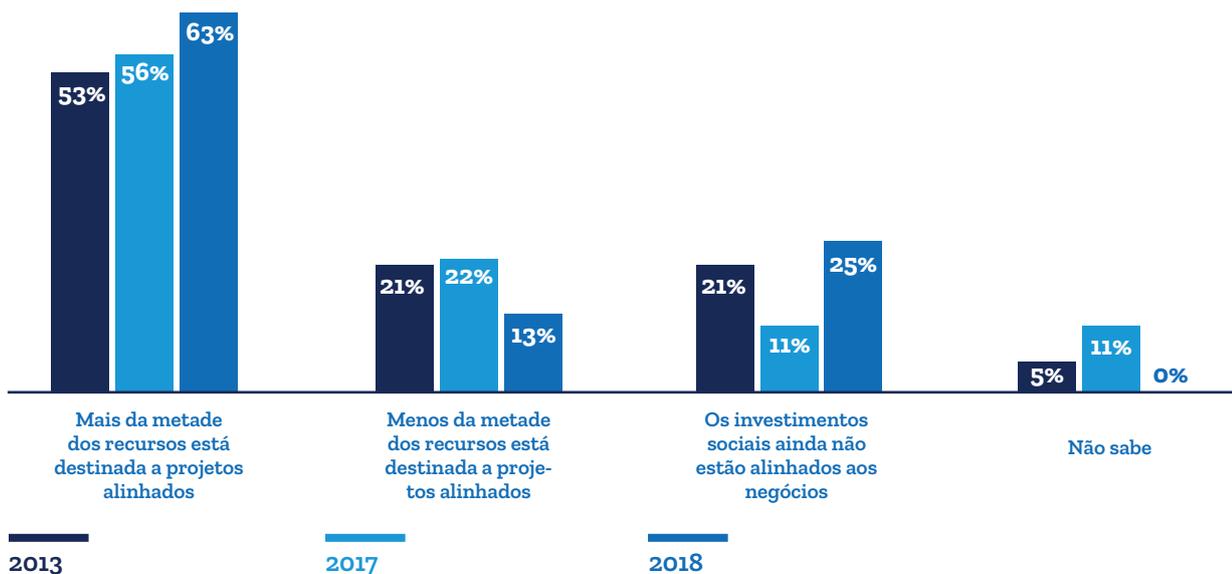
Nas empresas, em que medida os investimentos sociais estão alinhados às estratégias dos negócios?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 24

Nos institutos, em que medida os investimentos sociais estão alinhados às estratégias dos negócios?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

É importante assinalar que nem todos os participantes da pesquisa utilizam o mesmo critério para definir quais são os projetos alinhados aos negócios, mas isso não invalida os resultados apresentados nos gráficos acima. Isso porque o que se quer dimensionar é em que medida o grupo está aderindo a esse processo de alinhamento

e defendendo seus princípios básicos. E quais seriam eles? Em 2015, a equipe do BISC buscou avançar na identificação das características dos investimentos sociais alinhados aos negócios, e por meio de uma reflexão conjunta com sua rede de parceiros chegou ao seguinte entendimento:

“Em síntese, até recentemente os investimentos sociais eram percebidos como a aplicação de recursos privados para fins públicos. Não obstante, a complexidade crescente das atividades desenvolvidas sob o manto dos investimentos sociais exige uma revisão desse entendimento. O paralelo entre as características dos investimentos sociais em geral e dos investimentos alinhados aos negócios reflete um alargamento no escopo de atuação social das empresas. Assim é que os investimentos sociais alinhados aos negócios não se restringem à intenção de contribuir para a melhoria de vida das comunidades, mas buscam gerar, simultaneamente, um retorno para a própria empresa. Em ambos os casos, a atuação social é diversificada e faz parte dos valores da organização, sendo que os projetos alinhados são desenhados em consonância com a estratégia de negócios e planejados de forma a associar as atividades sociais ao core business dos negócios ou aos interesses da organização. Nesse sentido, observa-se a tendência de concentrar os investimentos no atendimento de demandas das comunidades das áreas de influência da empresa. Isso não significa, todavia, que eles se limitam às regiões do entorno dos empreendimentos, e sim que podem irradiar-se para áreas abrangidas pelas suas atividades econômicas.

Nos investimentos sociais, a relação com o público-alvo é institucionalizada e caracteriza-se pela busca de interatividade e de diálogo, e isso tende a crescer na medida em que se busca associar a atuação social à imagem da empresa e à obtenção da licença social para operar. Os recursos são investidos em projetos sociais estruturados, não reembolsáveis, sendo que no caso dos investimentos alinhados pressupõe-se um retorno para os negócios medido, por exemplo, pelos ganhos de reputação, pela aproximação e a aceitação das comunidades, pelo desenvolvimento das regiões do entorno, pela redução de danos sociais e ambientais causados pelas atividades econômicas, pela maior satisfação e ganhos de produtividade dos colaboradores, dentre outros. O desenvolvimento de métricas para dimensionar os resultados dos investimentos sociais é um grande desafio para o setor, e, no caso dos projetos alinhados, eles se estendem à medição dos benefícios gerados também para os negócios. A necessidade de alinhar a atuação social às políticas públicas é uma constante, sendo destacado que a aproximação com os órgãos governamentais é também estratégica para as próprias empresas, e se insere também no campo dos investimentos sociais alinhados aos negócios”⁷.

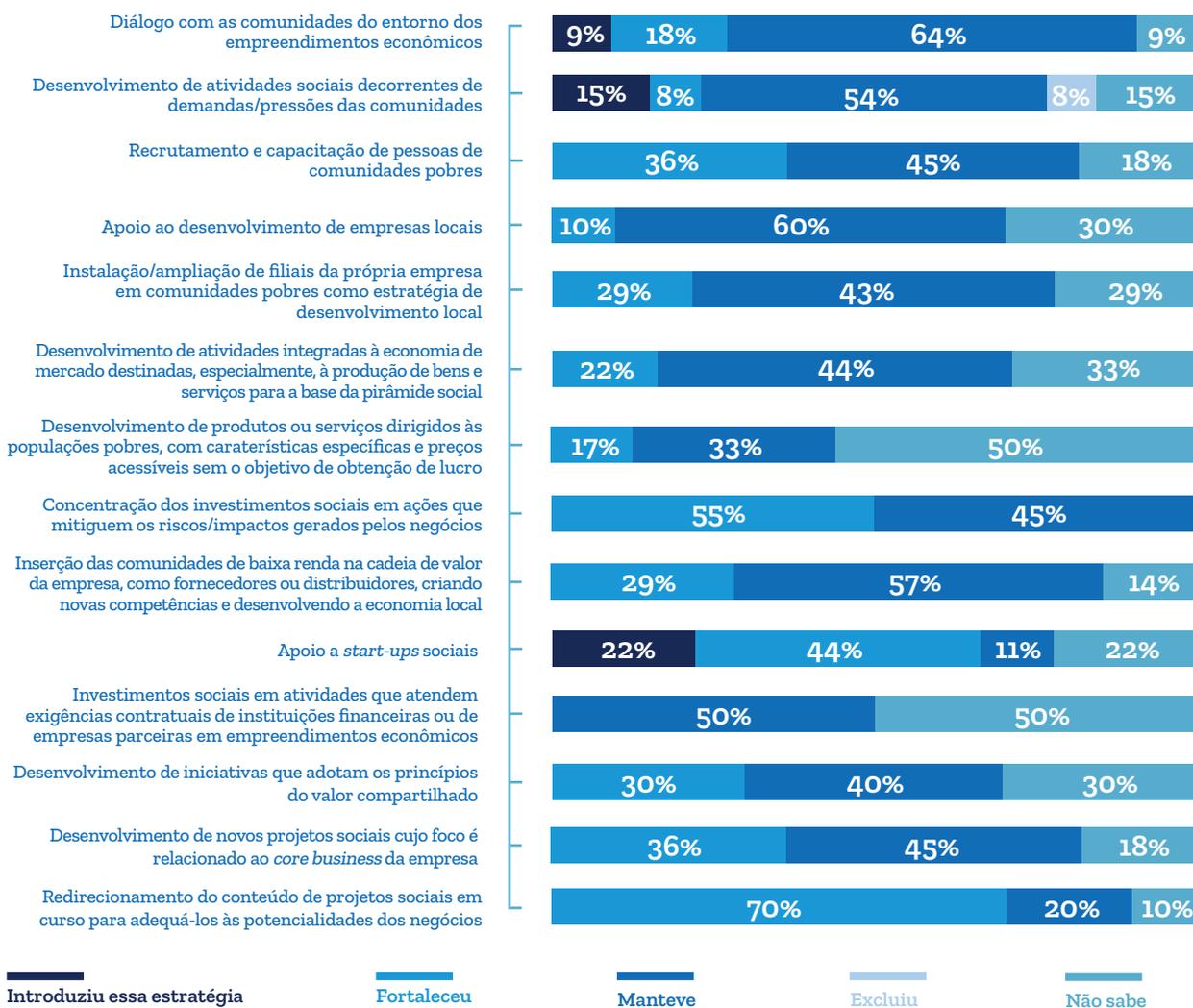
⁷ Ver: Relatório BISC de 2015. Co-munitas, São Paulo, 2015. Disponível em: <<https://bisc.org.br/publicacoes/>>.

Partindo dessa abordagem ampla do processo de alinhamento dos investimentos sociais aos negócios, buscou-se, agora, identificar o que as empresas e os institutos fizeram nos últimos três anos a esse respeito. Os dados apresentados nos Gráficos 25 e 26 referem-se às estratégias que o grupo registra ter inserido no seu campo de atuação, seja para fortalecer ou manter os padrões anteriores, seja para excluir ações do seu portfólio⁸.

Em relação à atuação direta das empresas, a análise dos resultados aponta que nos três últimos anos não houve retrocesso. Esse subgrupo concentrou-se no tripé: redirecionamento do conteúdo de projetos em curso para adequá-los às potencialidades dos negócios (70%); estímulo ao desenvolvimento de novas tecnologias sociais por meio do apoio a *startups* (66%); e direcionamento dos investimentos sociais para ações que mitiguem os riscos ou impactos gerados pelos negócios (55%) (Gráfico 25).

GRÁFICO 25

O que fez a empresa para alinhar os investimentos sociais aos negócios, nos últimos três anos?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

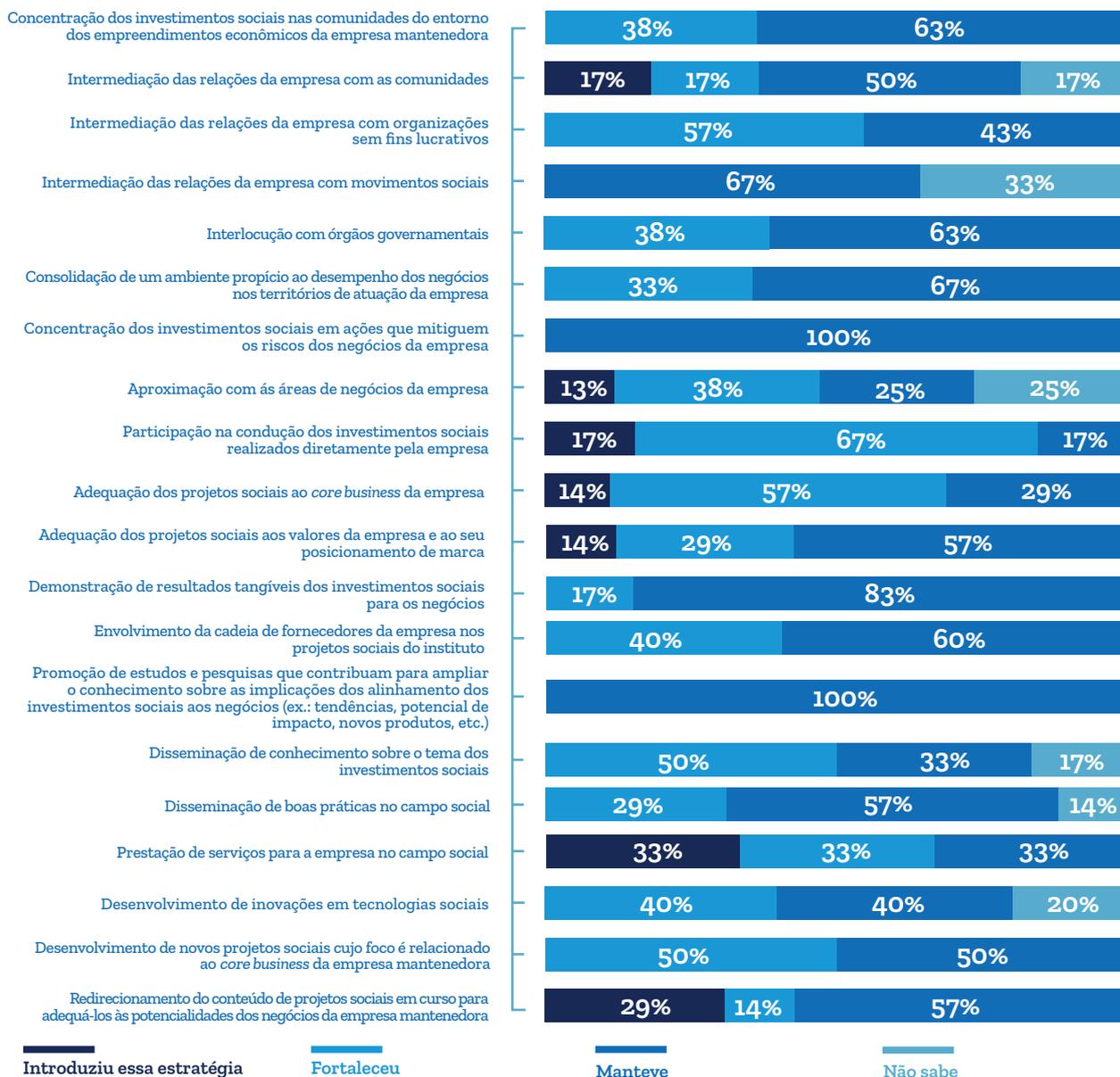
⁸ Cabe assinalar que algumas das alternativas apresentadas nos Gráficos 25 e 26 não foram consideradas como compatíveis com a realidade de todas as organizações do grupo. Nesses casos, as respostas foram assinaladas como “não se aplica” e foram excluídas das tabulações apresentadas nesses dois gráficos (ex.: investimentos sociais em atividades que atendem exigências contratuais de instituições financeiras foram assinalados como “não se aplica” por essas instituições).

Já os institutos estão se dedicando à introdução, ou fortalecimento, de um leque bem maior de iniciativas que contribuem para o alinhamento dos seus investimentos aos negócios. Nesse sentido, cabe destacar: a participação na condução dos investimentos sociais realizados diretamente pela empresa (84%); a adequação dos seus projetos sociais ao *core business* da empresa (71%); a prestação de serviços para a empresa no campo social (66%); a intermediação das relações da empresa com as organizações sem fins lucrativos (57%); a aproximação com as áreas de negócios

da empresa (51%); e o desenvolvimento de novos projetos sociais cujo foco é relacionado ao *core business* da empresa mantenedora, bem como a disseminação de conhecimento sobre o tema dos investimentos sociais (50%). Em resumo, os institutos estão cada vez mais empenhados em dar suporte aos investimentos sociais das suas mantenedoras, e isso pode ter tido influência na manutenção do volume dos seus investimentos em 2018, quando se observou uma queda importante nos recursos investidos diretamente pelas empresas (Gráfico 26).

GRÁFICO 26

Entre 2015 e 2018, o que fez o instituto para alinhar os seus investimentos sociais aos negócios da empresa mantenedora?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Nesse processo de alinhamento observou-se uma mudança significativa em relação aos resultados captados em edições anteriores do BISC. Ao contrário do observado em anos atrás, 58% das empresas e 50% dos institutos chegaram a encerrar projetos sociais não alinhados aos negócios, promovendo rupturas mais acentuadas na forma tradicional de atuar (Gráfico 27)⁹. O que indica esse resultado? Para responder a essa questão vale voltar ao Relatório BISC de 2015, onde foi destacado:

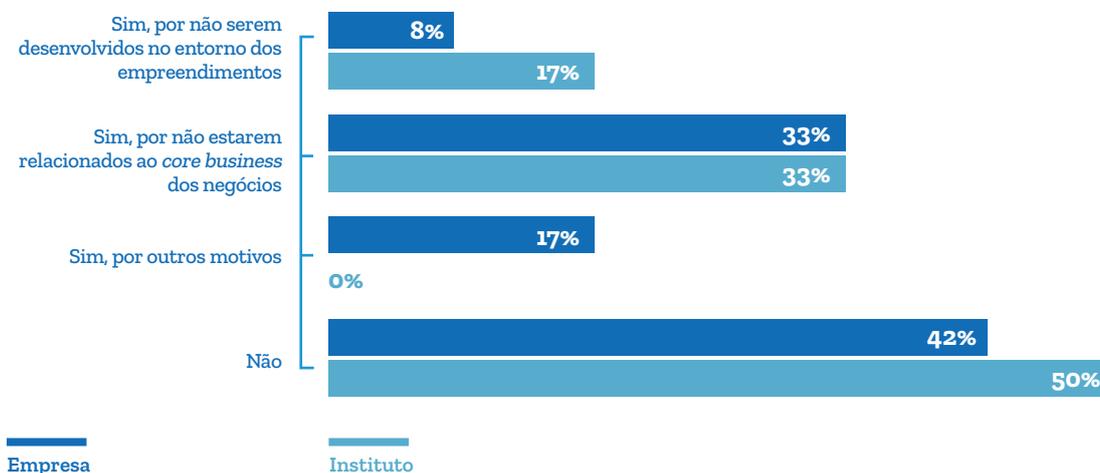
“Pelo que foi captado na pesquisa, as rupturas com as formas tradicionais de atuar não ocorrem bruscamente. O que está sendo observado, nesse primeiro momento, é o redirecionamento do conteúdo dos projetos anteriores para melhor adequarem-se às potencialidades dos negócios. Assim, por exemplo, os projetos educacionais

voltam-se para as áreas do entorno dos empreendimentos ou para a educação financeira; os projetos tradicionais de capacitação profissional (costureiro, cabeleireiro, manicure etc.) são substituídos por projetos destinados a desenvolver habilidades em áreas de interesse da empresa; os projetos de geração de renda utilizam, cada vez mais, o poder das compras institucionais etc.”¹⁰

Portanto, os novos dados parecem indicar que chegou o momento para a introdução de rupturas mais acentuadas. Fica aqui, no entanto, uma nova indagação que nesta edição da pesquisa não há como responder. Em que medida o fechamento de projetos não alinhados, observado agora, não poderia ser atribuído, sobretudo, às dificuldades da conjuntura econômica e da redução dos recursos investidos?

GRÁFICO 27

Entre 2015 e 2018, a empresa encerrou projetos sociais por não estarem alinhados aos negócios?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

⁹ Vale ressaltar que foi solicitado, no questionário, que as empresas só considerassem a descontinuidade de projetos sociais relevantes, seja pelo volume de recursos aplicados e/ou abrangência do atendimento.

¹⁰ Ver: Relatório BISC de 2015. Comunitas, São Paulo. 2015. Disponível em: <<https://bisc.org.br/publicacoes/>>.

2.3

O QUE FAZEM AS EMPRESAS PARA AVALIAR SEUS PROJETOS SOCIAIS?



A avaliação dos investimentos sociais permanece como um grande desafio para as organizações que participam do BISC. Nem todos os projetos são avaliados e, mesmo quando avaliados, nem sempre as informações necessárias estão devidamente levantadas e analisadas. Com o objetivo de alimentar a reflexão sobre os procedimentos que estão sendo adotados (ou não) pelas organizações para avaliarem seus projetos sociais, esta edição da pesquisa inseriu um passo a passo para a realização de avaliações de resultados¹¹. Para tanto, 25 procedimentos recomendados para uma boa avaliação foram agrupados em cinco etapas distintas, quais sejam: (a) a identificação prévia dos resultados esperados e que deverão ser avaliados; (b) o planejamento da avaliação; (c) o estabelecimento dos procedimentos adotados para a coleta das informações; (d) a coleta e a análise das informações; e (e) o destino e o uso das avaliações. Em 2019, a pesquisa solicitou às empresas e aos institutos/fundações que assinassem se tais procedimentos foram adotados em todas as avaliações realizadas, em parte delas, ou se não foram adotados.

Cerca de dois terços das empresas e dos institutos realizaram tal exercício, e os resultados, apresentados a seguir, permitem identificar em que etapas o grupo está mais avançado e quais as principais lacunas que estão a merecer uma atenção especial. Vale antecipar que os resultados indicam que os institutos estão mais avançados no processo de avaliação do que as empresas, e que isso pode ser explicado pelo fato de desenvolverem projetos, em geral, mais estruturados e de mais longo prazo.

1 Identificação dos resultados e impactos esperados

De um modo geral, os institutos, mais do que as empresas cumprem as etapas iniciais necessárias à identificação dos resultados e dos impactos esperados pelos projetos sociais. Assim é que, em 43% dos institutos e em apenas 13% das empresas, os resultados esperados foram estabelecidos já no processo de formulação de todos os projetos avaliados e com base em um

diagnóstico abrangente, incluindo indicadores que retratam a situação local sobre a qual se pretende intervir. Os resultados apresentados nos Gráficos 28 e 29 sinalizam também que, especialmente entre as empresas, a avaliação ainda não faz parte do processo inicial de desenho de todos os projetos implementados. Em geral ela é desenvolvida já com as ações em andamento, e essa fragilidade pode dificultar o processo posterior de avaliação.

¹¹ **Ver a esse respeito:** Avaliação de políticas públicas: guia prático de análise ex post, volume 2/Casa Civil da Presidência da República (et al.). Brasília: Casa Civil da Presidência da República, 2018.

GRÁFICO 28

Quais os procedimentos adotados pela empresa para identificar os resultados e os impactos dos projetos sociais?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 29

Quais os procedimentos adotados pelo instituto para identificar os resultados e os impactos dos projetos sociais?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

2 Planejamento da avaliação

A análise das informações apresentadas nos Gráficos 30 e 31, que indicam os procedimentos adotados pelo grupo para planejar a avaliação dos seus projetos sociais, mostra a dificuldade enfrentada pelas empresas no quesito identificação e levantamento das fontes de dados e dos institutos para identificarem projetos similares que possam ser utilizados como referência para evidenciar o bom funcionamento

de suas práticas sociais. Chama também atenção que, no momento do planejamento, um quarto das empresas não estabelece quais os meios necessários para viabilizar a realização das suas avaliações e que 43% dos institutos não preveem os custos envolvidos nessa atividade. Tais procedimentos são essenciais para garantir uma avaliação realista em termos de orçamento e viabilidade.

GRÁFICO 30

Quais os procedimentos adotados pela empresa para realizar o planejamento da avaliação dos projetos sociais?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 31

Quais os procedimentos adotados pelo instituto para realizar o planejamento da avaliação dos projetos sociais?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

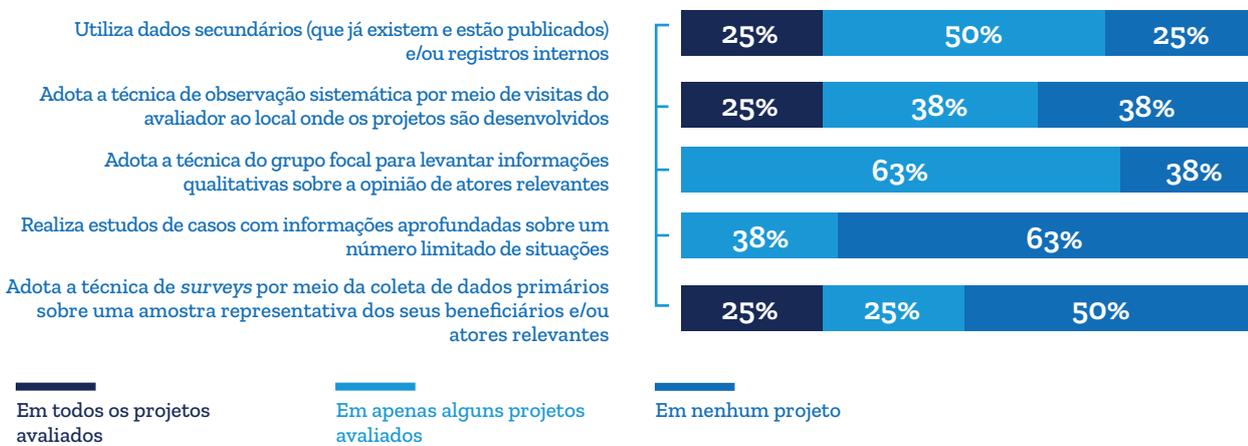
3 Procedimentos de coleta de informações

As técnicas adotadas para coletar os dados a serem utilizados nas avaliações dependem, fundamentalmente, das perguntas que se busca responder e da abrangência das respostas almejadas. Os resultados apontam que o grupo utiliza, prioritariamente, fonte de dados secundários, que podem ser obtidos mais rapida-

mente e de forma mais barata. Não obstante, surpreende positivamente o fato de que 50% das empresas e 72% dos institutos adotam a técnica de *surveys*, por meio da coleta de dados primários junto a uma parcela representativa de seus beneficiários, no todo ou pelo menos em parte das avaliações que realizam (Gráficos 32 e 33).

GRÁFICO 32

Quais os procedimentos adotados pela empresa para realizar a coleta de informações dos projetos sociais a serem avaliados?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 33

Quais os procedimentos adotados pelo instituto para realizar a coleta de informações dos projetos sociais a serem avaliados?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

4 Informações coletadas e avaliadas

Medir o impacto de mais longo prazo nas comunidades atendidas e, sobretudo, medir o retorno dos investimentos sociais para o próprio negócio se destacam entre as dificuldades enfrentadas pelo grupo. Assim é que 75% das empresas e 22% dos institutos não têm informações

a respeito do retorno dos projetos que desenvolvem diretamente (Gráficos 34 e 35). Os maiores avanços, tanto das empresas quanto dos institutos, são observados no levantamento de informações sobre o desempenho operacional de seus projetos.

GRÁFICO 34

Que tipo de informações sobre os projetos sociais são levantadas e avaliadas pela empresa?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 35

Que tipo de informações sobre os projetos sociais são levantadas e avaliadas pelo instituto?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

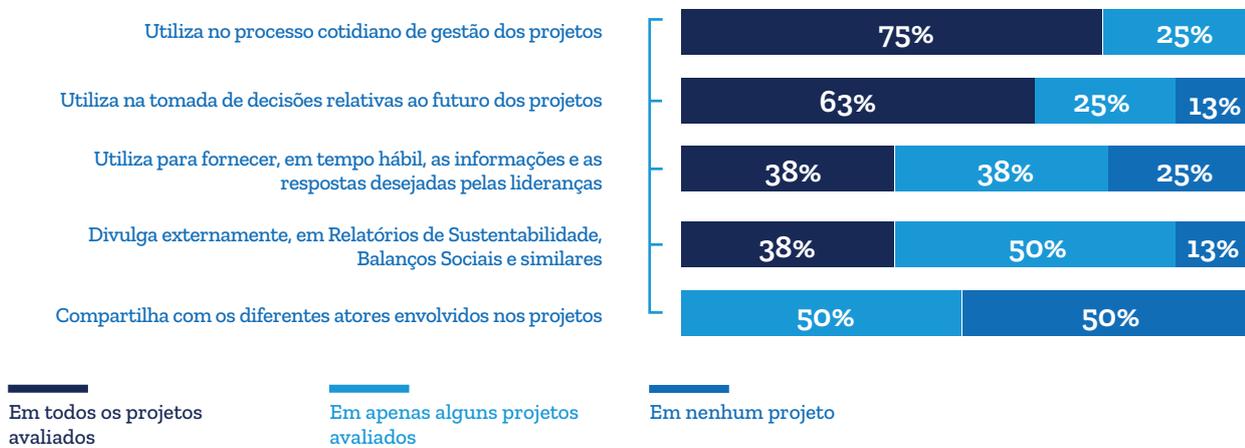
5 Uso das avaliações realizadas

Pelo uso que o grupo tem feito das avaliações realizadas, pode-se inferir que elas atendem, em geral, aos requisitos destacados na literatura sobre o tema: “uma avaliação só se justifica se for útil e se a utilidade puder ser medida pela capacidade de reduzir incertezas, melhorar a efetividade das ações e propiciar a tomada de decisões relevantes”¹². Os resultados

apontam que tanto as empresas quanto os institutos utilizam os resultados obtidos sobretudo no processo cotidiano de gestão dos projetos e na tomada de decisões relativas ao seu futuro (Gráficos 36 e 37). Cabe, no entanto, ampliar a utilização para divulgar interna e externamente os resultados obtidos.

GRÁFICO 36

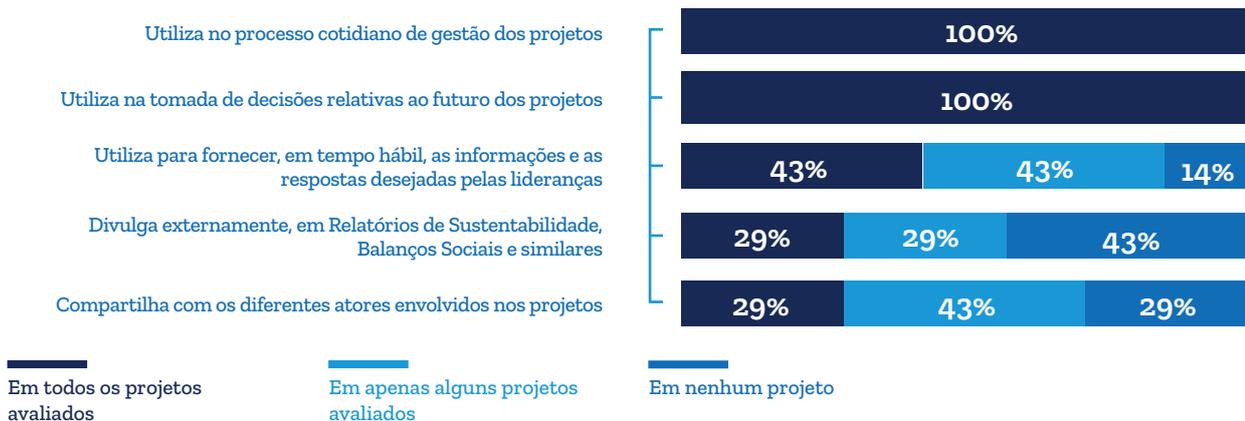
Qual o destino e o uso que a empresa faz das avaliações dos projetos sociais?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 37

Qual o destino e o uso que o instituto faz das avaliações dos projetos sociais?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

¹² Ver: MINAYO et al. (2015). In: Cultivando os frutos sociais: a importância da avaliação nas ações das empresas. Peliano, Anna M. T. M (coords.). Brasília: IPEA, 2009.

Da análise apresentada se destaca a dificuldade do grupo para avaliar o retorno dos investimentos sociais para os próprios negócios. A cobrança por tais informações cresceu nos anos recentes, na esteira do processo de alinhamento dos investimentos sociais, em que se busca associar os benefícios sociais para as comunidades a benefícios internos às empresas.

Nesse sentido, cabe antes indagar: *o que as empresas esperam obter de retorno dos seus investimentos sociais? Como estão buscando medir os benefícios almejados?* Tais informações foram também levantadas em pesquisa realizada internacionalmente pela coalizão *Global Exchange*, com o objetivo de captar como as empresas estão medindo o valor comercial dos seus investimentos sociais considerando os benefícios gerados em relação aos funcionários, às marcas e aos clientes. Assim, essa pesquisa centra-se no impacto nos negócios e destaca que “o aumento da medição do valor empresarial deve ser entendido como uma área adicional de impacto e não uma substituição da avaliação e da comunicação dos resultados sociais”. Cabe mencionar que o BISC apoiou a realização da pesquisa, levantando informações que foram incorporadas ao relatório final do *Global Exchange*, os quais

permitem comparar os resultados das empresas do BISC com aqueles obtidos junto a 86 empresas que operam em 17 países¹³.

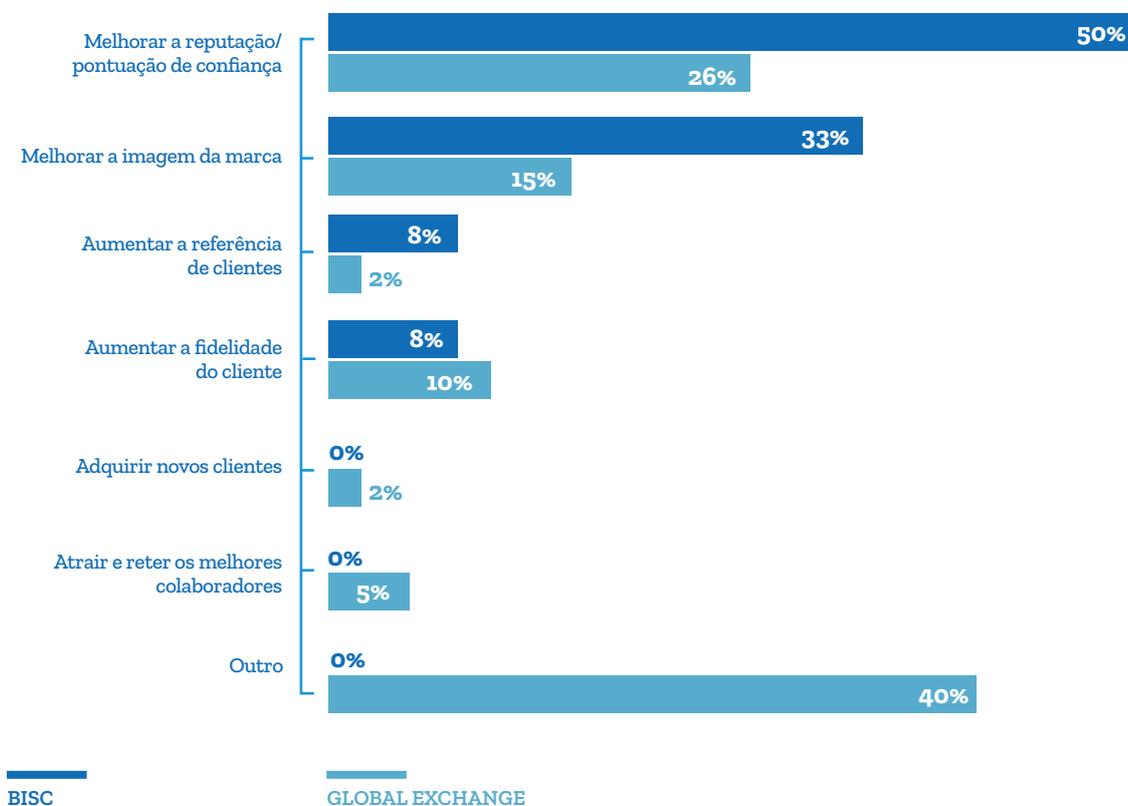
Em relação à marca e aos clientes, os resultados apontam que no Brasil a metade dos participantes declara que a melhoria da reputação da empresa é o principal benefício que espera obter de seus investimentos sociais. Em segundo lugar vem a melhoria da imagem da marca, que foi assinalada como o retorno mais importante por um terço das empresas do Grupo BISC. Ainda que em percentuais diferentes, essa ordem de importância é similar àquela verificada em âmbito internacional: 26% e 15%, respectivamente (Gráfico 38).

Não obstante a importância atribuída a tais benefícios, apenas 22% das empresas do BISC dimensionam o valor para os negócios com base em métricas que avaliam os impactos dos seus investimentos sociais na própria marca ou nos clientes (ex.: maior fidelidade dos clientes). É interessante observar que o mesmo resultado foi captado na pesquisa do *ela coalizão Global Exchange*: 23%. Isso reflete que a dificuldade de medir o retorno para os negócios não se constitui um fenômeno restrito às empresas do Brasil.

¹³ Os resultados apresentados nos Gráficos 38 e 39 são reproduzidos de uma pesquisa de âmbito internacional. GLOBAL EXCHANGE. 2019 Global Corporate Social Investment Insights. CECP – The CEO Force for Good. New York, 2019. Disponível em: <<https://bisc.org.br/wp-content/uploads/2019/11/2019GlobalCorporateSocialInvestmentInsights.pdf>>.

GRÁFICO 38

Em relação à marca ou aos clientes, qual o benefício dos investimentos sociais é o mais importante para a empresa?



Obs.: essa questão consta no questionário da pesquisa internacional desenvolvida em 2019 pela coalizção Global Exchange, na qual a Comunitas é a representante brasileira. Disponível em: <<https://bisc.org.br/wp-content/uploads/2019/11/2019GlobalCorporateSocialInvestmentInsights.pdf>>.

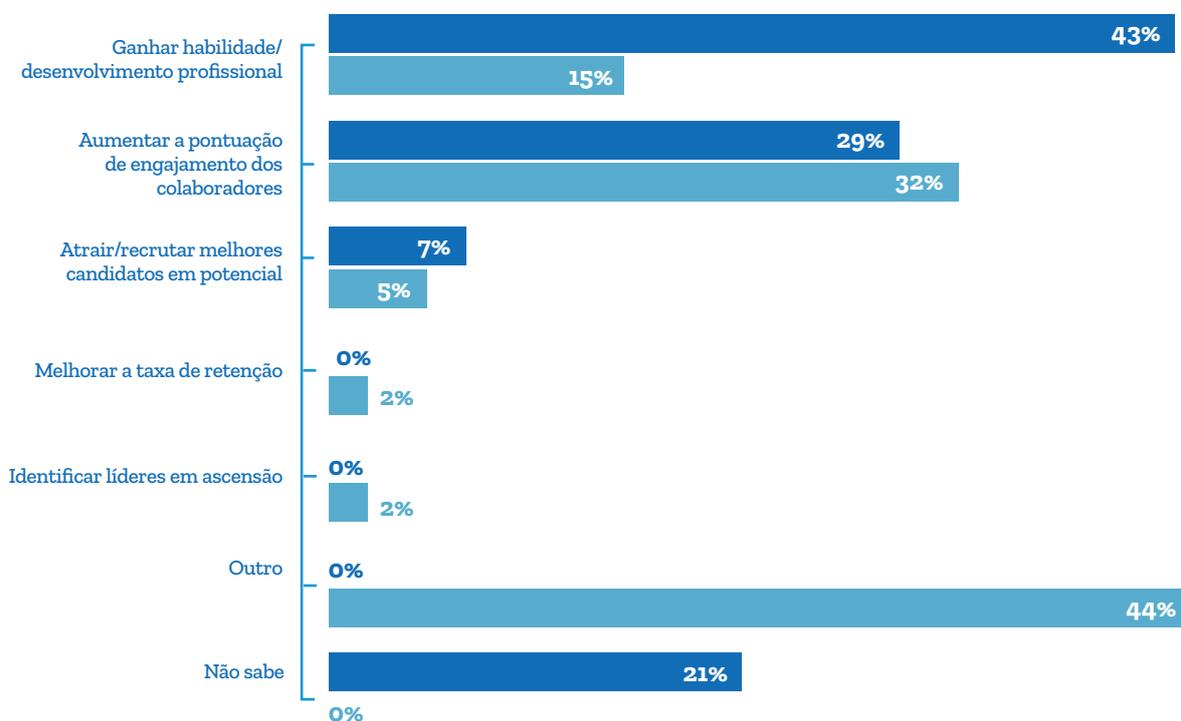
Fonte: BISC & CECP, 2019.

Já em relação aos resultados relativos ao público interno, 43% das empresas do Grupo BISC consideram que o benefício mais importante é o desenvolvimento profissional dos seus recursos humanos e 29% delas destacam o objetivo de promover um maior engajamento por parte dos seus colaboradores. Na pesquisa internacional esses dois benefícios também foram os mais assinalados, só que em ordem inversa: 32% indicaram o aumento do engajamento dos colaboradores e 15% o seu desenvolvimento profissional (Gráfico 39). Cabe aqui ressaltar, no entanto, uma diferença significativa entre o comportamento das empresas do Brasil e no

conjunto dos países pesquisados pela coalizção *Global Exchange*, enquanto nenhuma empresa do BISC dimensiona o retorno dos investimentos na comunidade com base em métricas que avaliam o impacto sobre os colaboradores (ex.: retenção dos profissionais), 44% das empresas que compõem o universo da pesquisa global realizam esse tipo de medição. Futuramente caberia explorar em que medida o resultado encontrado no Brasil reflete dificuldades para realizar tais avaliações e quais seriam essas dificuldades. Quiçá um intercâmbio internacional de experiências nessa área poderia ser futuramente promovido pelas instituições parceiras?

GRÁFICO 39

Em relação aos colaboradores, qual o benefício dos investimentos sociais é o mais importante para a empresa?



Obs.: essa questão consta no questionário da pesquisa internacional desenvolvida em 2019 pela coalizção Global Exchange, na qual a Comunitas é a representante brasileira. Disponível em: <<https://bisc.org.br/wp-content/uploads/2019/11/2019GlobalCorporateSocialInvestmentInsights.pdf>>.

BISC GLOBAL EXCHANGE

Fonte: BISC & CECP, 2019.

2.4 QUAIS AS TENDÊNCIAS NA GESTÃO DOS INVESTIMENTOS SOCIAIS?



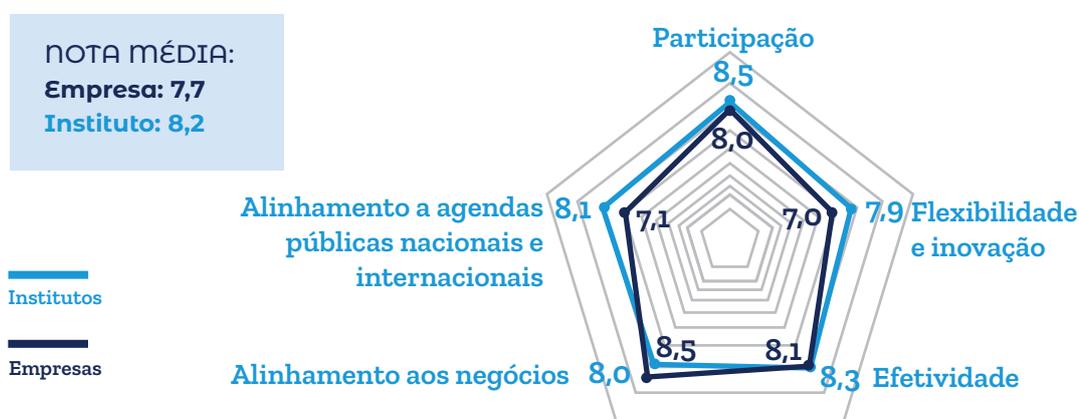
Uma análise retrospectiva das mudanças na condução do investimento social, nos últimos anos, aponta que daqui para frente o seu sucesso vai depender, cada vez mais, do atendimento aos seguintes requisitos: (a) estímulo à participação dos diversos atores envolvidos; (b) garantia da flexibilidade necessária para acompanhar as mudanças na sociedade e para incorporar novas tecnologias; (c) adoção de metodologias capazes de gerar resultados objetivos; (d) alinhamento estratégico aos negócios; e (e) alinhamento a agendas públicas, nacionais ou internacionais. A pesquisa buscou verificar em que medida as empresas estão caminhando em direção ao atendimento dessas novas exigências, e neste ano foi solicitado

que elas fizessem uma autoavaliação da gestão dos seus projetos sociais e atribuíssem uma nota de 0 a 10 a cada um dos quesitos apresentados¹⁴.

O resultado da autoavaliação realizada pelo grupo foi positivo, mas revela a necessidade de buscarem novos aprimoramentos. Numa escala de 0 a 10, a nota média das empresas e dos institutos foi de 7,7 e 8,2, respectivamente (Figura 1). Os maiores desafios referem-se à questão da flexibilidade e da inovação, bem como do alinhamento a agendas públicas, nacionais ou internacionais.

FIGURA 1

Autoavaliação dos projetos sociais



Cumprе registrar que as empresas foram convocadas a avaliar os seguintes aspectos:

- ▶ No item **participação**: se os projetos incorporam as demandas locais; se há mecanismos permanentes de consultas e diálogo com os diversos atores; se as equipes interagem com os representantes das comunidades atendidas e estabelecem com eles compromissos públicos; e se são estabelecidos mecanismos

para mobilizar os atores envolvidos e ganhar a adesão das diversas partes interessadas.

- ▶ No item **flexibilidade e inovação**: se as metodologias de gestão adotadas são flexíveis para permitir adaptações às realidades e potencialidades locais; se há espaço para a adoção de novos padrões de atuação (diferentes aos habituais); se a organização está sempre disposta a rever os rumos dos projetos

¹⁴ A nota zero significa que o requisito não é atendido em nenhum dos projetos avaliados e 10 que ele é totalmente atendido em todos os projetos. As notas intermediárias refletem a distância em que os projetos se encontram com respeito ao pleno atendimento do enunciado de cada quesito de qualidade. Solicitou-se aos respondentes que essa autoavaliação fosse realizada tendo como base o conjunto dos projetos estruturados da empresa e, separadamente, de seu instituto/fundação. Como projetos sociais estruturados foram considerados aqueles que possuem um plano específico, com definições claras da metodologia e das estratégias de implementação a serem adotadas, assim como metas de atendimento, mecanismos de controle e recursos envolvidos (financeiros e não financeiros).

em curso para introduzir as correções que se demonstrem necessárias; se a organização estimula internamente a criatividade na condução dos investimentos sociais e está aberta a incorporar as novas tecnologias sociais; e se há disposição das lideranças em arcar com os riscos inerentes à inovação.

- ▶ No item **efetividade das práticas adotadas**: se os objetivos e metas estabelecidos são coerentes com os compromissos de transformação da realidade diagnosticada; se os recursos físicos, humanos e financeiros previstos são suficientes para o alcance dos objetivos e metas estabelecidos; se as equipes gestoras são devidamente qualificadas para a função, dedicam o tempo necessário à gestão dos projetos e se estão comprometidas com o alcance dos resultados almejados; se a organização mantém um controle interno permanente sobre a quantidade e a qualidade dos serviços e bens oferecidos por meio dos projetos sociais; e se avalia as mudanças produzidas na qualidade de vida dos beneficiários.
- ▶ No item **alinhamento aos negócios**: se os investimentos sociais estão incorporados às estratégias dos negócios e formalmente inseridos na missão e nos valores da empresa; se a atuação social é planejada levando em consideração a *expertise*, ou as prioridades da corporação, bem como se a solução de problemas sociais se reflete nos resultados dos negócios; se existem mecanismos/procedimentos que promovam a aproximação entre as áreas que cuidam do social e as demais unidades administrativas da empresa; se os investimentos sociais estão prioritariamente dirigidos para comunidades que vivem em áreas de influência dos

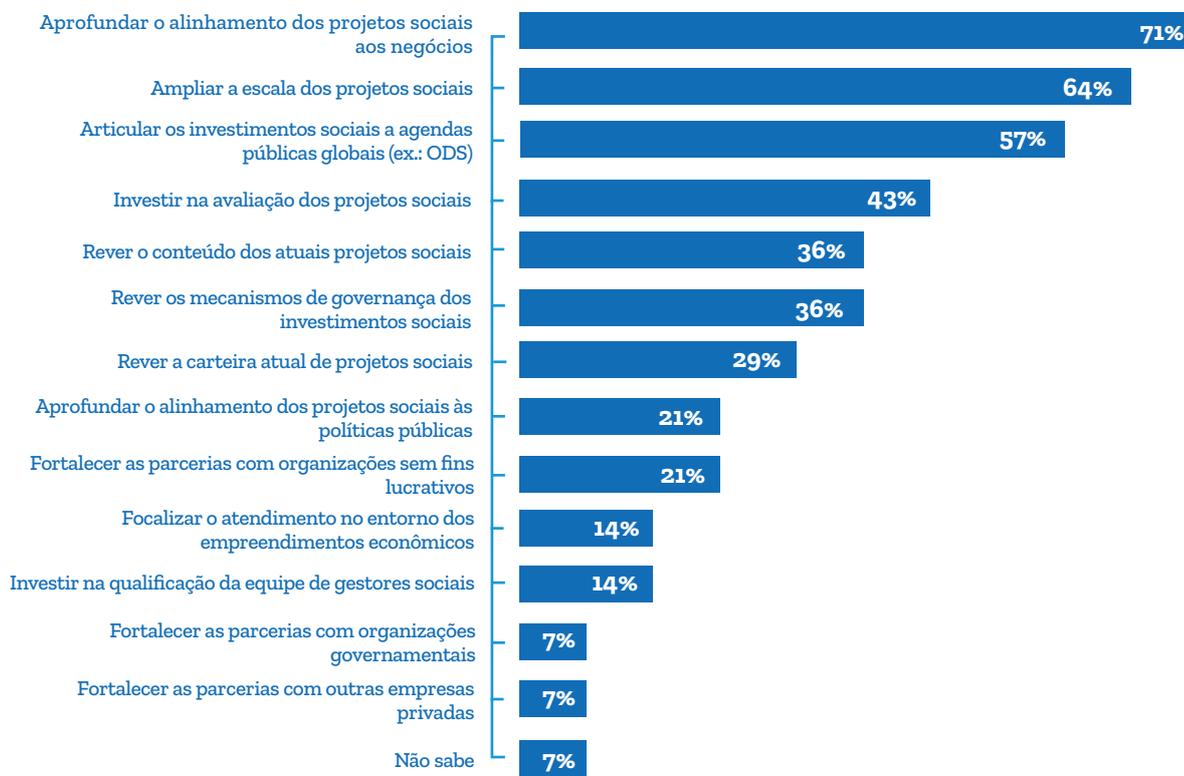
negócios; e se os resultados dos investimentos sociais são conhecidos e valorizados pela direção da empresa.

- ▶ No item **alinhamento a agendas públicas nacionais e internacionais**: se a organização interage com os representantes de órgãos públicos responsáveis pelas políticas sociais e procura promover o diálogo entre as organizações públicas e as comunidades; se os investimentos sociais são desenhados e implementados em consonância com as diretrizes de governos e contribuem para o alcance dos resultados previstos nas políticas públicas; se a empresa aderiu a pactos, princípios e diretrizes internacionais de conduta comercial e ética e se essa adesão se reflete na condução dos investimentos sociais da organização e/ou do seu instituto; e se os projetos sociais são desenhados levando em consideração a possibilidade de se constituírem em referência para as políticas públicas e para as agendas internacionais.

Olhando para frente, o que as empresas estão planejando fazer para aprimorar os investimentos sociais? Os gestores foram recomendados a escolher, numa lista de 13 alternativas, os três principais objetivos estratégicos que serão priorizados na gestão dos projetos sociais nos próximos anos. Os resultados apresentados no Gráfico 40 revelam que a maior parte do grupo deverá concentrar a sua atenção em: aprofundar o alinhamento dos investimentos sociais aos negócios; ampliar a escala dos projetos; avaliar resultados; e articular-se a agendas públicas globais, a exemplo da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Essas prioridades sinalizam, em resumo, os maiores desafios a serem enfrentados na condução dos investimentos sociais e, cumpre assinalar, eles dialogam com as exigências de uma boa gestão dos investimentos sociais, conforme acima assinalado.

GRÁFICO 40

Quais os principais objetivos estratégicos das empresas para a condução dos investimentos sociais nos próximos anos?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

2.5 COMO CAMINHAM OS PROGRAMAS DE VOLUNTARIADO?



As informações captadas pelo BISC indicam que após o recuo observado no ano anterior os programas de voluntariado começam a se recuperar. A comparação dos resultados de 2017 e 2018 ilustram alguns dos avanços alcançados:

- ▶ O percentual de empresas que desenvolvem programas de voluntariado passou de 79% para 87%, cabendo destacar que aquelas que ainda não formalizaram o desenvolvimento de atividades voluntárias declararam a intenção de fazê-lo no futuro próximo.
- ▶ Nos últimos dois anos, o número de colaboradores envolvidos nos programas de voluntariado subiu de 36.316 para 41.732, o que equivale a um aumento de 15%.

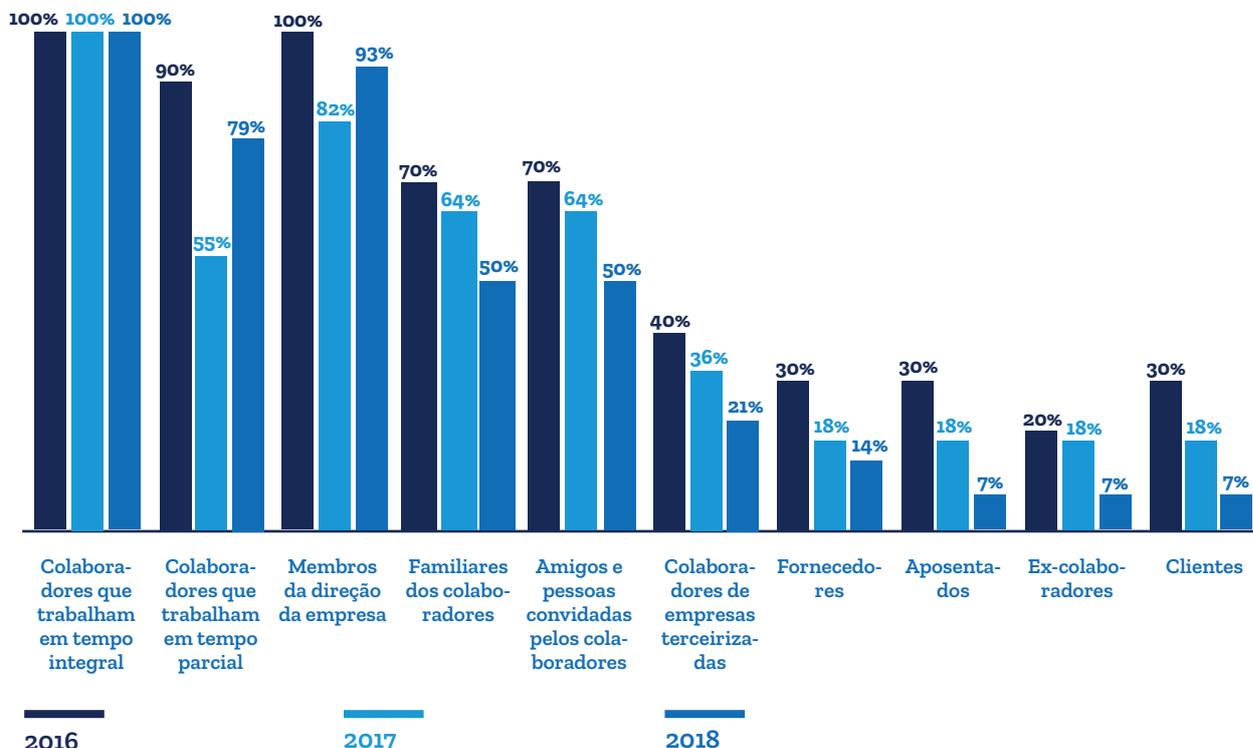
- ▶ A proporção de colaboradores das empresas que participam dos programas de voluntariado passou de 7% para 8%.
- ▶ O volume de recursos investidos em programas de voluntariado foi da ordem de R\$ 11,6 milhões, o que representa um aumento de 12%.
- ▶ Quase dobrou o percentual de empresas nas quais a maior parte das lideranças participa das atividades voluntárias: de 11% subiu para 21%.

Que outras mudanças foram observadas, recentemente, nos programas de voluntariado corporativo? Em relação aos participantes desses programas merece ser destacada uma queda significativa no engajamento de todos os atores externos (ex.: familiares, fornecedores e ex-colaboradores), sendo que em alguns casos o percentual dessa participação caiu para menos da metade, se comparado com o ano de 2016. Em contrapartida, observou-se um aumento expressivo do envolvimento de colabo-

radores que trabalham em tempo parcial (hoje isso ocorre em 79% das empresas) e dos membros da direção, cuja participação foi registrada em 93% das empresas (Gráfico 41). A importância do engajamento da liderança da empresa para os resultados de programas de voluntariado é amplamente reconhecida por estudos que evidenciam correlações diretas entre a participação dos diretores em ações voluntárias e o nível de participação dos colaboradores.

GRÁFICO 41

Quem participa dos programas de voluntariado?



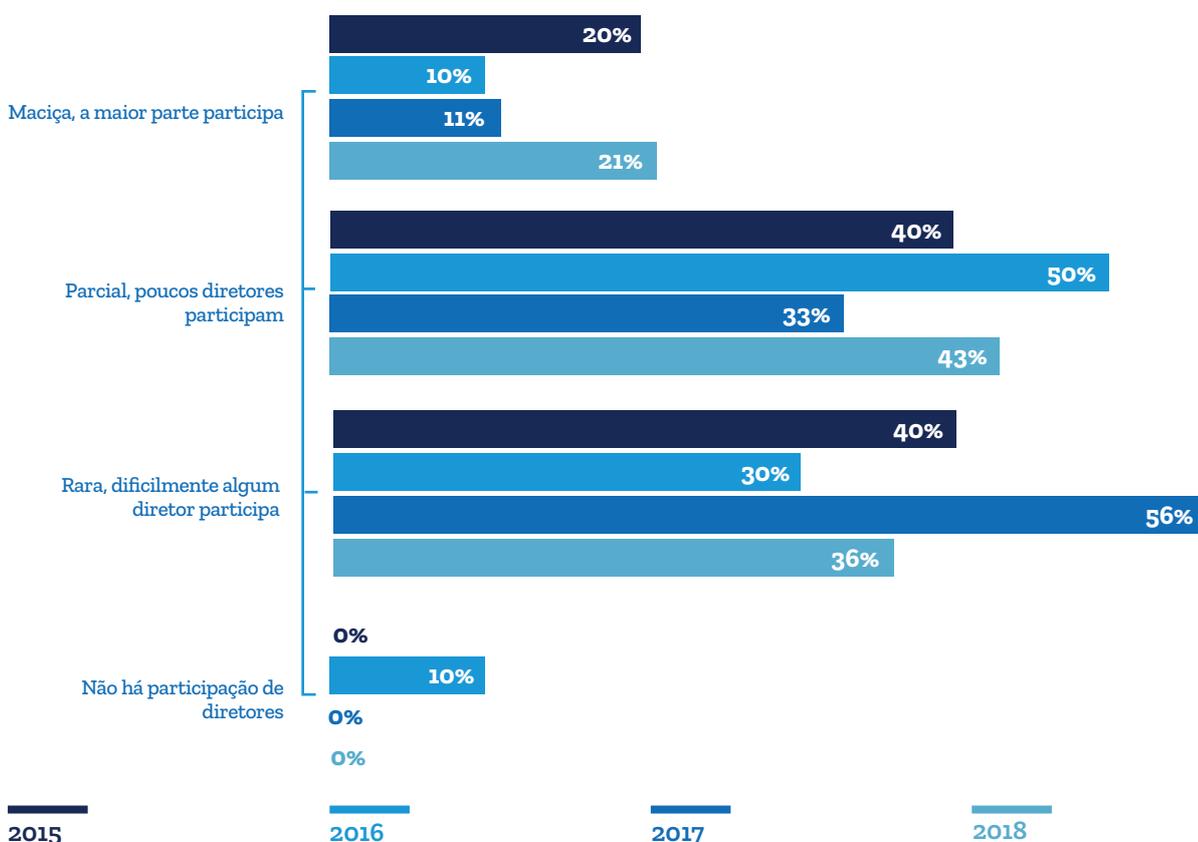
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

No Gráfico 42 é possível observar ainda a variação no grau de participação das lideranças nas atividades voluntárias nos últimos anos. Em 2018, o padrão de participação voltou ao patamar observado em 2015, período em que se verificava, simultaneamente, um maior engajamento

por parte dos colaboradores nos trabalhos voluntários promovidos pelas empresas. Assim, essa melhoria dos percentuais de participação dos quadros dirigentes pode se refletir numa recuperação ainda maior dos programas de voluntariado corporativo nos próximos anos.

GRÁFICO 42

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



Fonte: BISC, 2019. Comunidas

Não obstante, é importante ressaltar que não basta o envolvimento da alta direção. É fundamental garantir também a adesão e o engajamento das chefias intermediárias. Esse ponto deverá ser explorado na próxima edição do BISC. O que se pode informar a esse respeito é extraído de uma pesquisa promovida pelo Itaú Social, em 2017, na qual se destaca:

“Os executivos e diretores falam bem, apoiam genuinamente, incentivam os

colaboradores, participam de algumas ações (de voluntariado). Porém, no nível hierárquico que segue, em geral os gerentes sentem-se compelidos a conseguir e demonstrar cada ano maior número de empregados envolvidos, maior impacto nas comunidades e o seu efeito na percepção pública e nos resultados dos negócios, mesmo que seja de forma indireta, como um pequeno aumento na reputação da marca. Continua sen-

do um problema a resolver estrategicamente. É como se o programa de voluntariado nascesse ou de baixo (a maioria) em direção à cúpula, ou de cima, direto para os empregados/voluntários. O elo que falta é a compreensão mais ampla, o apoio, o incentivo e o convencimento da gerência média, sobre a qual recaem as pressões de resultados sempre crescentes, e o conflito com as horas disponíveis para sair do trabalho e atuar na comunidade”.

E acrescenta-se na pesquisa: “apesar dos comentários entusiasmados de muitos entrevistados com relação à alta gerência, entre 40% e 50% de executivos e diretores relatam o problema do pouco entrosamento da gerência média, ou a indiferença ou a falta de apoio para permitir a saída dos empregados para as ações voluntárias”¹⁵.

Quais as perspectivas de crescimento do voluntariado corporativo, no curto prazo? De imediato, o que se pode afirmar é que 70% das empresas definiram metas para o alcance dos seus programas de voluntariado, e em 2019 elas foram mais ambiciosas, o que sinaliza o otimismo do

grupo em relação à sua ampliação. Assim é que hoje 36% das empresas estão buscando engajar mais de 15% de seus colaboradores em atividades de voluntariado. Em 2017, apenas 17% delas fizeram uma previsão de tal dimensão (Gráfico 43). Essa meta atual é factível? Há indícios de que sim. A julgar pelos dados anteriores obtidos no BISC, em 2014 o grupo envolveu 15% dos seus colaboradores em seus programas corporativos.

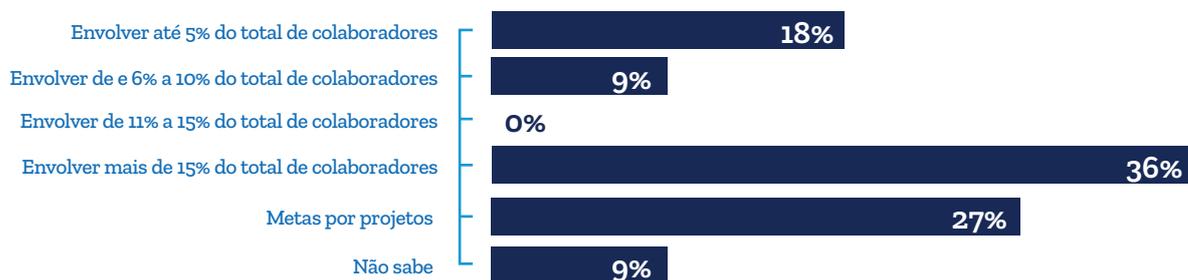
Vale ressaltar que a participação dos colaboradores em atividades voluntária, no Brasil, é inferior àquela observada na pesquisa global coordenada pelo *Global Exchange*. Assim, por exemplo, destaca-se naquela pesquisa:

“Ao serem solicitadas a estimar o percentual de colaboradores que trabalharam em caráter voluntário pelo menos uma hora durante o ano, a taxa média de participação voluntária entre as empresas respondentes foi de 32% em 2018”¹⁶.

Registre-se que a comparação entre os resultados das duas pesquisas deve ser analisada com cautela porque os critérios para dimensionar o número de voluntários não são necessariamente os mesmos.

GRÁFICO 43

Em relação ao envolvimento voluntário dos colaboradores, qual a meta que as empresas buscam atingir?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

¹⁵ Essa pesquisa foi realizada com 47 empresas nacionais, regionais e mundiais, sediadas em quatro continentes. Ver: GALIANO, Monica et al. Estudo sobre *Voluntariado Corporativo Empresarial no Mundo*. São Paulo. Itaú Social: 2017. Disponível em: <https://www.itausocial.org.br/wp-content/uploads/2019/05/Voluntariado_rel%C3%B3rio-final.pdf>.

¹⁶ Ver pesquisa: GLOBAL EXCHANGE. 2019 Global Corporate Social Investment Insights. CECP – The CEO Force for Good. New York, 2019. Disponível em: <https://bisc.org.br/wp-content/uploads/2019/11/2019Global-CorporateSocialInvestmentInsights.pdf>

O que vem mudando na gestão dos programas de voluntariado? Das informações fornecidas pelo grupo, dois resultados chamam especial atenção: por um lado, praticamente nenhum programa foi extinto e, por outro, foram fortalecidas as seguintes iniciativas – “Atividades em Grupo Propostas pela Empresa”; “Dia do Trabalho Voluntário”; e “Formação de Redes de Colaboração entre Voluntários” (Gráfico 44). Não por acaso, essas iniciativas estão entre aquelas que as empresas avaliam como as mais bem-sucedidas, conforme pode ser observado no Gráfico 45¹⁷.

A comparação dos resultados dessa avaliação realizada pelas empresas do BISC com aqueles captados na pesquisa *Giving in Number* de 2018, realizada pelo CCEP, sinaliza diferenças significativas. Assim é que, entre os programas de maior sucesso, segundo avaliação das em-

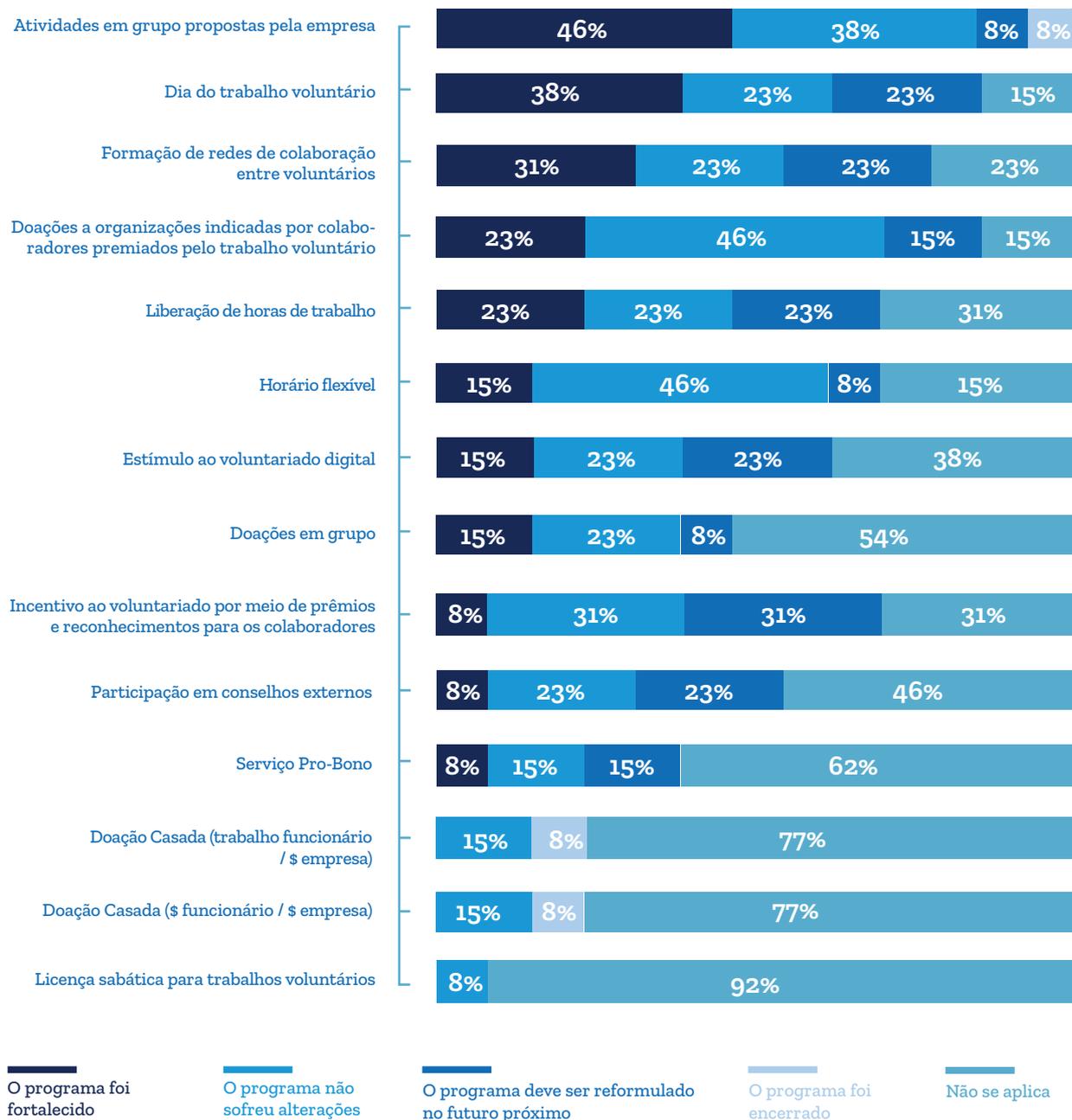
presas que participam do CCEP, destaca-se o “Dia de Trabalho Voluntariado”, assinalado por 85% delas. No Brasil, esse percentual cai para 38%, ainda que tal iniciativa esteja em segundo lugar entre as mais bem avaliadas. Lá “Doações Casadas” e “Liberação de Horas de Trabalho” foram assinaladas por 59% e 58% das empresas, respectivamente¹⁸. Aqui, nenhuma empresa incluiu as “Doações Casadas” entre as três iniciativas de maior sucesso, e apenas 17% assinalaram a “Liberação de Horas de Trabalho”. Como critérios de avaliação, as duas pesquisas mencionam, por exemplo: se as iniciativas são apoiadas e conhecidas por toda a organização; (b) se elas têm metas específicas e mensuráveis, que são monitoradas; (c) se apresentam os resultados esperados; (d) se mobilizam e entusiasmam os voluntários; e (e) se criam caminhos para aprofundar o engajamento de voluntários ao longo do tempo.

¹⁷ Nessa questão foi solicitado aos respondentes que indicassem até três iniciativas consideradas exitosas.

¹⁸ **Ver relatório:** *Giving in Number*, edição de 2018 publicado pelo CCEP. Disponível em: <https://cecp.co/wp-content/uploads/2018/12/GIN2018_web.pdf>.

GRÁFICO 44

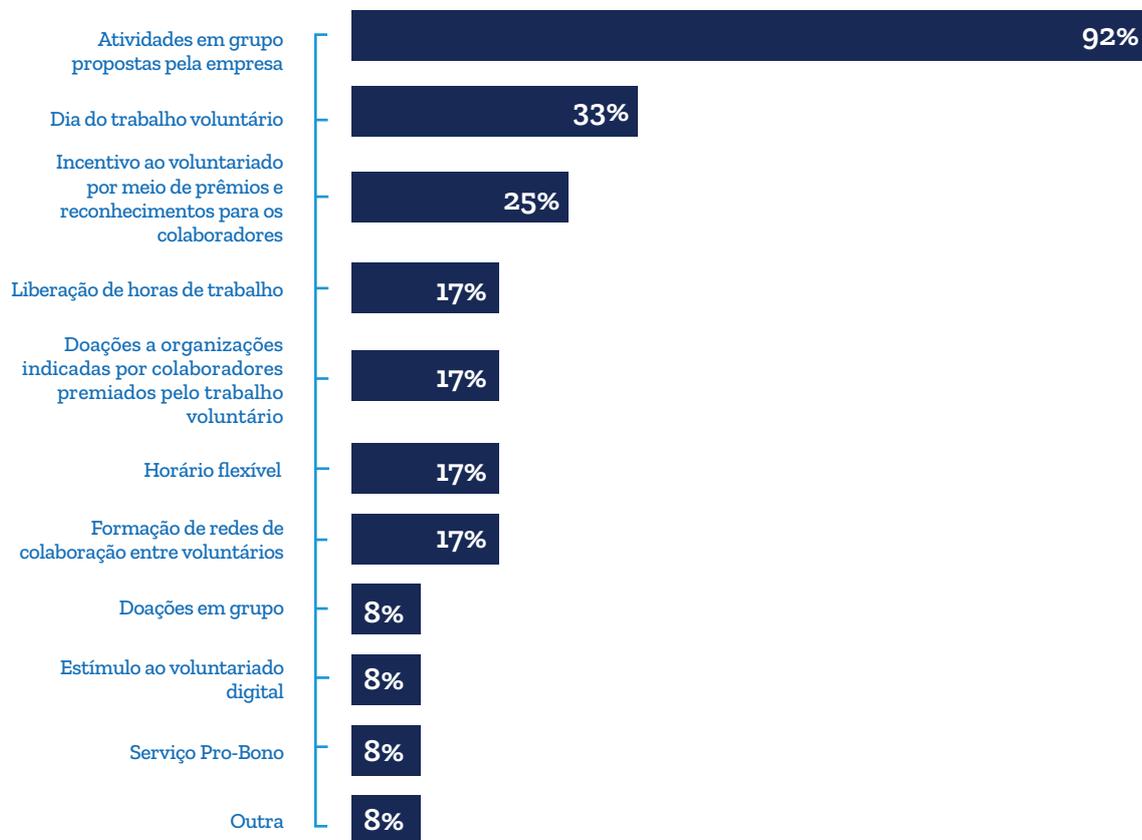
Nos dois últimos anos, quais as alterações observadas nos programas de voluntariado das empresas?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 45

Entre as iniciativas de voluntariado desenvolvidas pelas empresas, quais delas são consideradas mais bem-sucedidas?



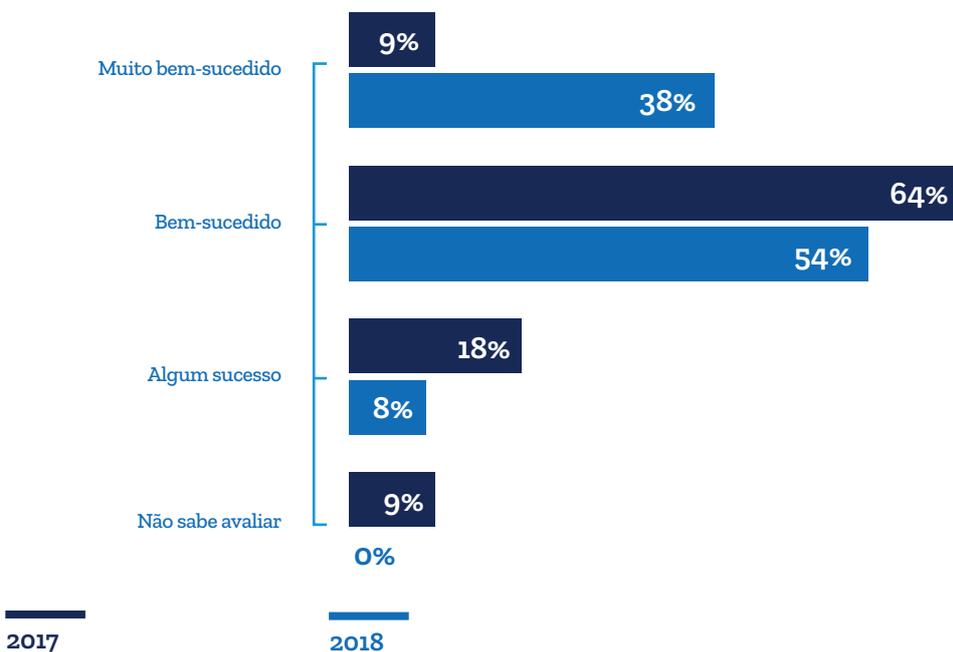
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Outro indicador que reforça a tendência, anteriormente mencionada, de recuperação do voluntariado em 2018 diz respeito à avaliação que as empresas fizeram sobre o desempenho geral dos seus programas. Conforme apresentado no Gráfico 46, o percentual daquelas que consideraram que os programas foram muito bem-sucedidos passou de 9% (em 2017) para 38% (em 2018).

Para ajudar as empresas a fazer uma autoavaliação mais detalhada dos programas de voluntariado e refletir sobre os caminhos a serem perseguidos para seu aprimoramento, a Comunitas reuniu, em meados deste ano, o

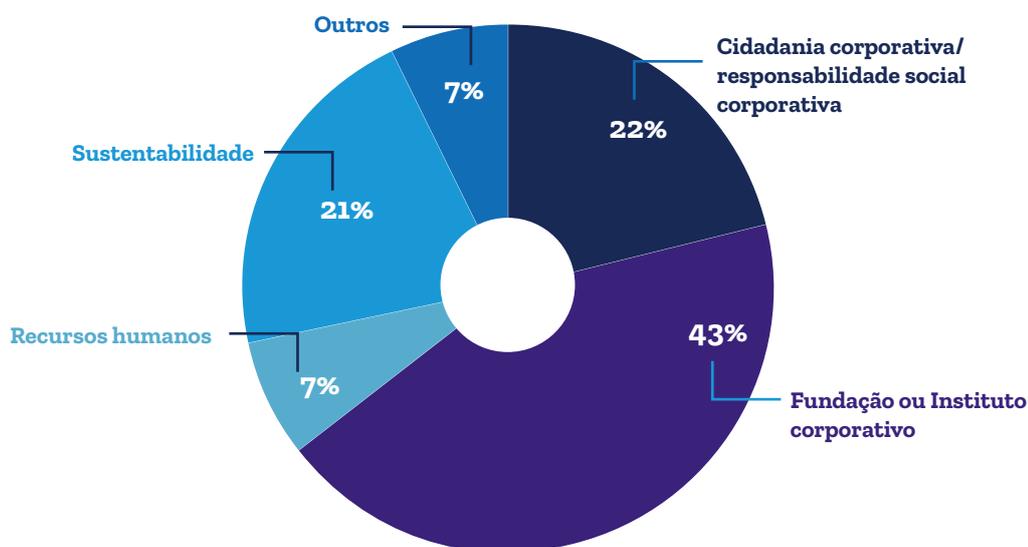
Grupo de Debates BISC, que se dedicou a identificar conjuntamente os requisitos essenciais para o sucesso dos programas de voluntariado. Para tanto, foram destacadas cinco dimensões que devem ser alvo de uma atenção especial, quais sejam: (a) a qualidade do desenho e da gestão dos programas; (b) a estratégia de comunicação e mobilização adotada; (c) as alianças realizadas; (d) o envolvimento institucional da empresa; e (e) a realização de monitoramento, controle e avaliação. Para verificar o grau em que cada um desses requisitos é atendido (integralmente, parcialmente ou não atendido) foram estabelecidos 25 indicadores que deverão ser analisados pelas empresas na próxima edição do BISC¹⁹.

¹⁹ Vale destacar que, em junho de 2019, a equipe BISC apresentou os resultados da pesquisa no seminário *Voluntariado Empresarial: Maximizando Impactos do Investimento Social Privado* promovido pelo Grupo de Estudos Voluntariado de Empresarial (GEVE) e, na ocasião, foi realizado o mesmo trabalho com os participantes daquele evento. Os resultados então obtidos também serão considerados como subsídios para a elaboração dos indicadores BISC de qualidade dos programas de voluntariado a serem aplicados em 2020.

GRÁFICO 46**Qual a avaliação das empresas sobre os programas de voluntariado?****Fonte:** BISC, 2019. Comunitas

Na estrutura administrativa, quem se responsabiliza pela condução dos programas de voluntariado? Na maior parte das organizações (57%), a coordenação do programa fica nas

mãos das próprias empresas, especialmente nas áreas de Cidadania Corporativa/Relações Comunitárias (22%) ou de Sustentabilidade (21%) (Gráfico 47).

GRÁFICO 47**Qual departamento é o principal responsável pelo programa de voluntariado?****Fonte:** BISC, 2019. Comunitas

Vale mencionar que 71% das organizações do Grupo BISC instituíram algum tipo de instância coletiva (ex.: comitê de colaboradores) para contribuir na gestão das atividades de voluntariado. A importância desse colegiado foi captada na pesquisa promovida pelo Itaú Social, anteriormente mencionada, na qual se destaca:

“Não haveria forma de organizar e administrar um programa de voluntariado espalhado por uma grande extensão nacional, regional, e ainda menos mundial, se não houvesse pequenas células locais encarregadas de estabelecer as conexões com o programa central, e os vínculos com os voluntários – seus colegas – e as parcerias locais com as instituições. A grande maioria, talvez mais de 85% das empresas entrevistadas, tem esta organização em comitês. Mais de 50% das empresas declaram operar com comitês locais, com características comuns. Os comitês locais costumam fazer a gestão compartilhada do programa e têm entre seis e dez colaboradores. Geralmente, estão agrupados

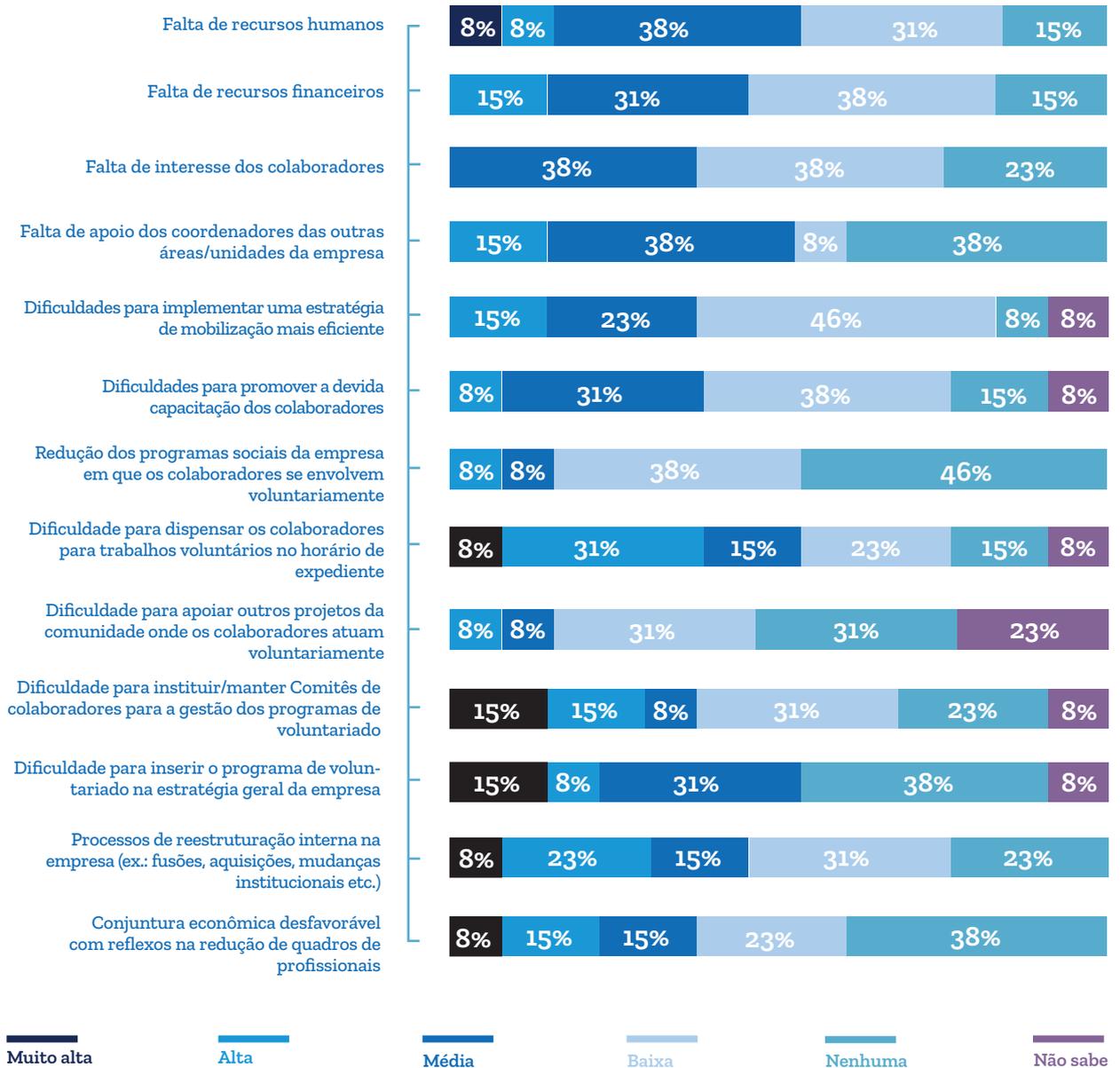
por regionais. A forma de organização e atuação desses comitês, entretanto, varia. Podem ser comitês regionais (em que o eixo vertical são países ou localidades) ou comitês organizados por área de atuação, com lideranças por tipo de projeto, por exemplo comitê de meio ambiente, diversidade, investimento comunitário, ou área interna da empresa: finanças, vendas, recursos humanos. Também foi observada a estrutura de comitês de coletas de doações – e não comitês de voluntários, mas este formato é menos comum”²⁰.

Surpreende o fato de que as empresas não identificam grandes dificuldades para gerir seus programas de voluntariado. Nos últimos dois anos, os principais desafios enfrentados pelo grupo – assinalados como alto, ou muito alto por menos de 40% dos gestores – foram relacionados: à dispensa dos colaboradores no horário de expediente; à criação/manutenção dos comitês de colaboradores para a gestão dos programas; e a processos de reestruturação interna, os quais podem resultar em certa paralisação de programas dessa natureza. (Gráfico 48)

²⁰ Ver: GALIANO, Monica et al. Estudo sobre Voluntariado Corporativo Empresarial no Mundo. São Paulo. Itaú Social: 2017. Disponível em: <https://www.itausocial.org.br/wp-content/uploads/2019/05/Voluntariado_relato%20final.pdf>.

GRÁFICO 48

Que dificuldades as empresas enfrentaram para garantir o bom desempenho dos programas de voluntariado, nos últimos dois anos?



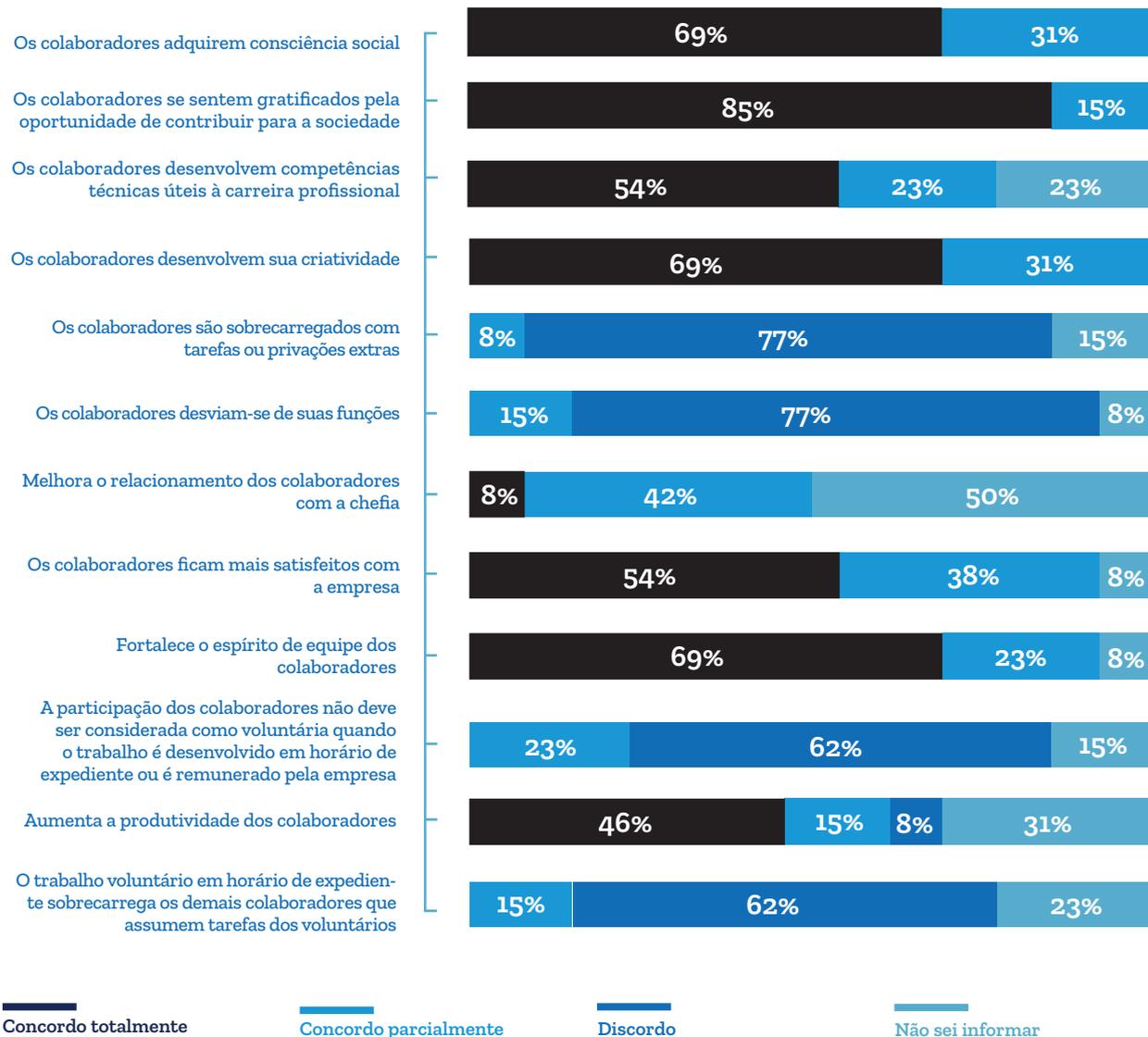
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Qual a percepção das empresas sobre benefícios e riscos dos programas de voluntariado? Críticas eventuais aos programas de voluntariado corporativo não são endossadas pela maioria dos participantes do BISC. Pelo contrário, a percepção generalizada é a de que os benefícios são muito relevantes e os riscos insignificantes. Assim é que mais de dois terços das empresas concorda

totalmente com a afirmação de que o trabalho voluntário traz gratificação pessoal e contribui para o crescimento profissional dos seus colaboradores. Por outro lado, a maior parte delas discorda, por exemplo, da crítica de que o trabalho desenvolvido em horário de expediente não pode ser considerado como voluntário, ou que ele sobrecarrega demais os colaboradores (Gráfico 49).

GRÁFICO 49

Qual a percepção da empresa sobre os benefícios e riscos do voluntariado corporativo?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

O que move os colaboradores a participarem de atividades voluntárias? Que tipo de atividades eles preferem desenvolver? Para que grupos da população? Entre os requisitos de sucesso do voluntariado corporativo se destaca a aderência dos programas às motivações dos próprios colaboradores. Nessa edição do BISC, buscou-se conhecer a percepção dos gestores

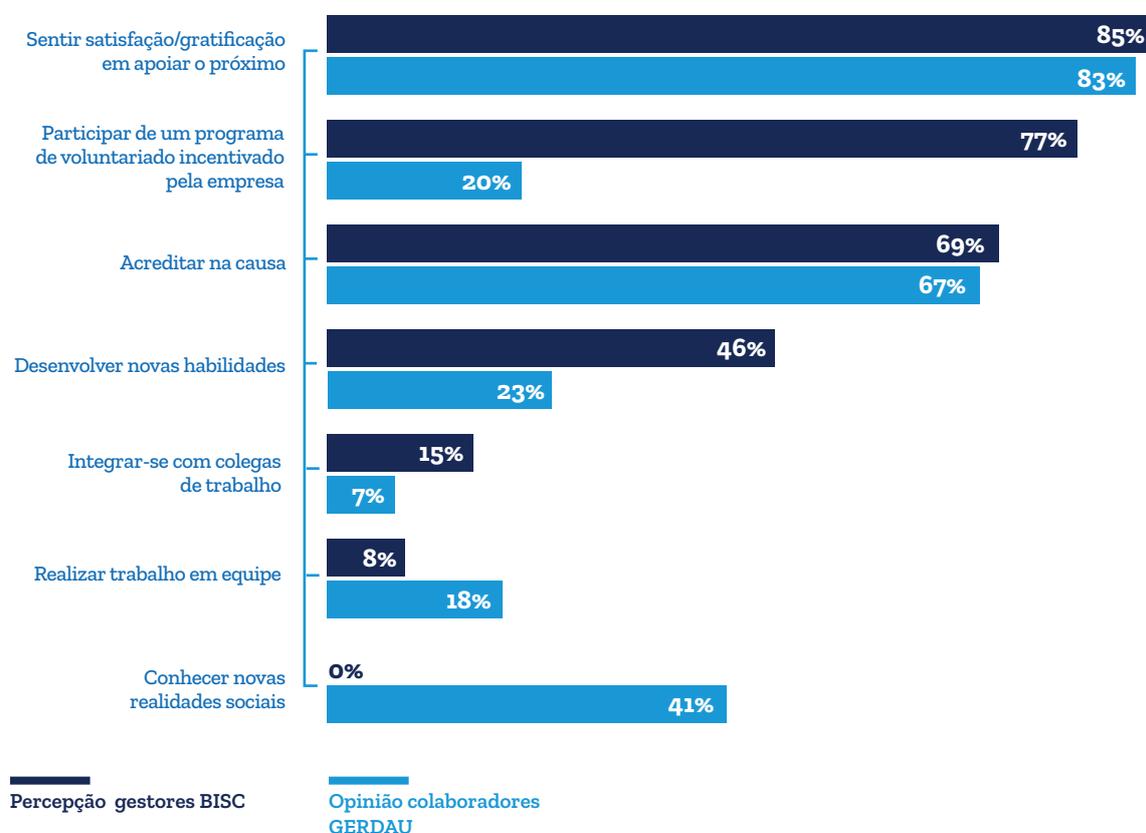
sobre essa questão e compará-la com a opinião dos próprios colaboradores, a partir da reprodução de algumas das questões constantes em uma pesquisa realizada pela Gerdau, em 2018, junto a 1.500 funcionários. Vale ressaltar que nos dois levantamentos foi solicitado que os respondentes se restringissem a assinalar até três das alternativas apresentadas.

Conforme apresentado no Gráfico 50, de um modo geral a percepção dos gestores do BISC coincide com a visão dos colaboradores. Houve um forte consenso de que a satisfação, ou gratificação, de apoiar o próximo e a crença na causa são os principais motores do engajamento dos colaboradores. No entanto, é interessante observar algumas diferenças significativas: 41%

dos colaboradores assinalaram, entre as suas três principais motivações, o desejo de conhecer novas realidades (item que não foi destacado pelos gestores); e 46% dos gestores registraram a aspiração dos colaboradores de desenvolver novas habilidades (o que foi destacado por apenas 23% deles).

GRÁFICO 50

O que mais motiva a atuação voluntária dos colaboradores?



Fonte: Comunitas e Gerdau, 2019.

Em relação aos temas com os quais os colaboradores estariam mais mobilizados a trabalhar se destacam, em primeiro lugar, a educação e, em segundo, as atividades relacionadas ao

meio ambiente. Essas duas alternativas foram as mais assinaladas tanto pelos gestores quanto pelos próprios colaboradores (Gráfico 51)²¹.

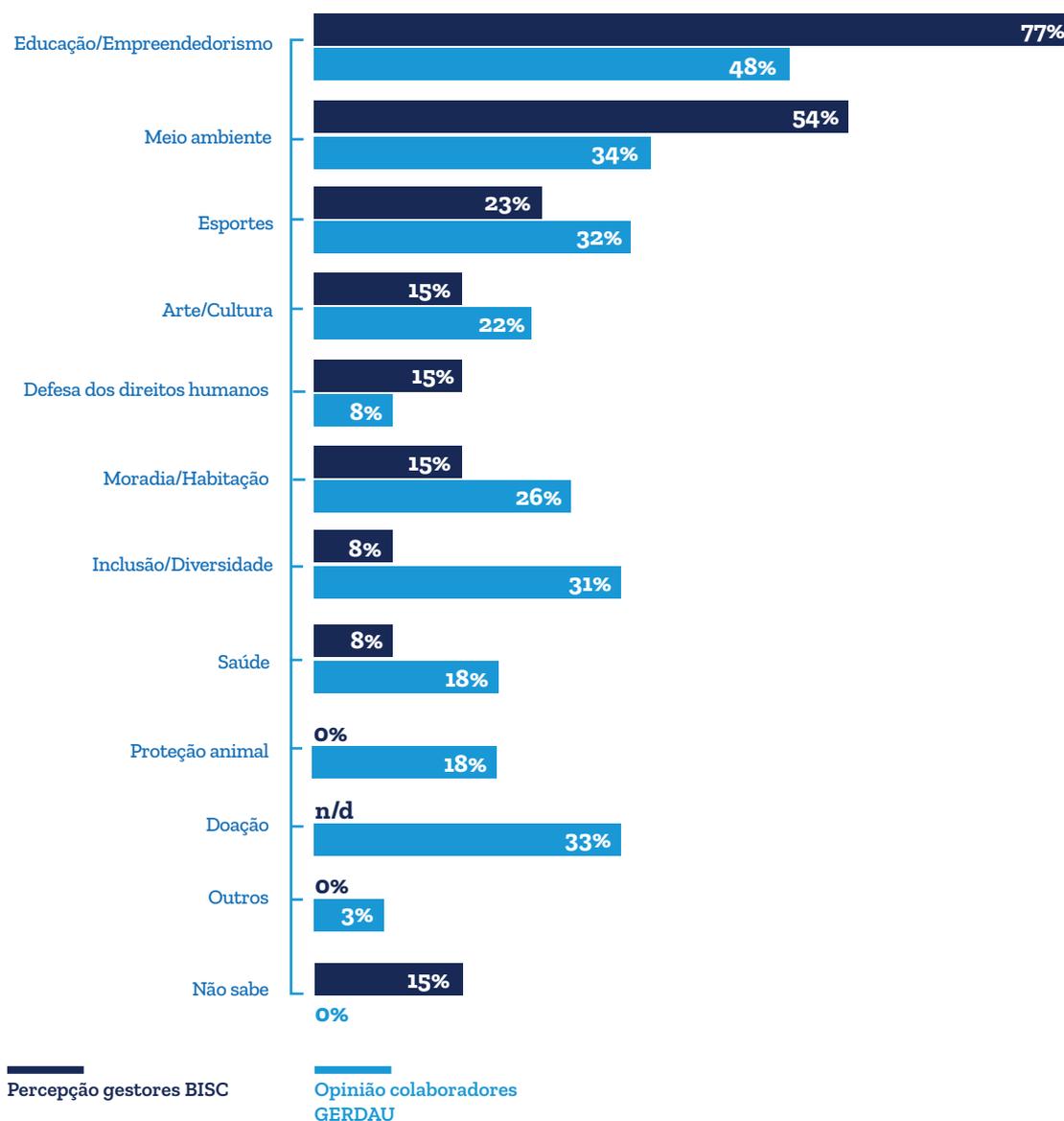
²¹ Cabe mencionar que as diferenças nos valores dos percentuais observadas no Gráfico 51 podem ser atribuídas ao fato de que 33% dos colaboradores, na pesquisa da Gerdau, destacaram as doações, em geral, e essa alternativa não foi incluída no BISC. No entanto, essa mudança não invalida as conclusões extraídas da comparação das duas pesquisas. O que importa, no caso, é observar as tendências gerais dos resultados obtidos nos dois levantamentos.

Quanto ao desenvolvimento de atividades voluntárias em prol da inclusão e da diversidade, vale ressaltar o interesse registrado por 31% dos colaboradores (bem acima do indicado pelos gestores). Por sua vez, os gestores BISC foram um pouco mais otimistas no tocante a um tema bem próximo como o dos direitos humanos: 15% deles o destacaram entre as três principais alter-

nativas de interesse (o dobro do percentual indicado pelos colaboradores). Assim, nesse caso, o mais importante é assinalar que, somados os dois percentuais, pode-se concluir que há espaço para as empresas investirem em programas de voluntariado que buscam reduzir a exclusão social e o desrespeito aos direitos das pessoas.

GRÁFICO 51

Com quais temas os colaboradores preferem trabalhar voluntariamente?



Fonte: Comunitas e Gerdau, 2019.

Esses resultados são ainda bastante coerentes com aqueles obtidos no Censo CVBE, realizado em 2018, pelo Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial em parceria com Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável. Em relação às áreas em que atuam os voluntários das entidades associadas ao CBVE, foi destacado:

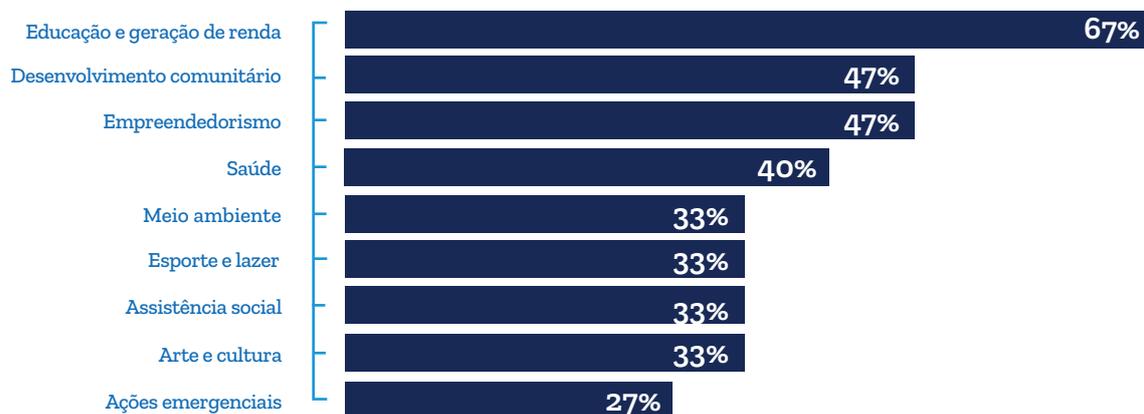
“Seguindo a tendência dos dados dos dois censos anteriores, as áreas de educação e geração de renda seguem sendo as mais escolhidas para a realização das ações de voluntariado. Porém, outras áreas aparecem com maior destaque em relação aos anos anteriores. São elas: desenvolvimento comunitário; empreendedorismo; e saúde. Um dado interessante é a queda de ações voltadas à assistência social,

em comparação ao estudo de 2016, que correspondia a 62,5% das entidades associadas, para 33,35% em 2018. Essa substituição na área de concentração de esforços das ações de voluntariado pode ser consequência da mudança de conceito do que é voluntariado, diferente do que era pensado há alguns anos, quando se considerava o voluntariado como atividade fim. Hoje o voluntariado é compreendido como uma potente ferramenta de transformação social e engajamento cívico”²².

O que chama mais atenção nos resultados do Censo CVBE apresentados no Gráfico 52 é a frequência, relativamente alta, das empresas que desenvolvem ações voluntárias na área de saúde: 40%. Na lista das motivações, ela foi citada por apenas 8% dos gestores do BISC e 18% dos colaboradores da Gerdau.

GRÁFICO 52

Em que áreas atuam os voluntários das entidades associadas ao CBVE?



Fonte: Censo CVBE 2018. CVBE e CIEDS

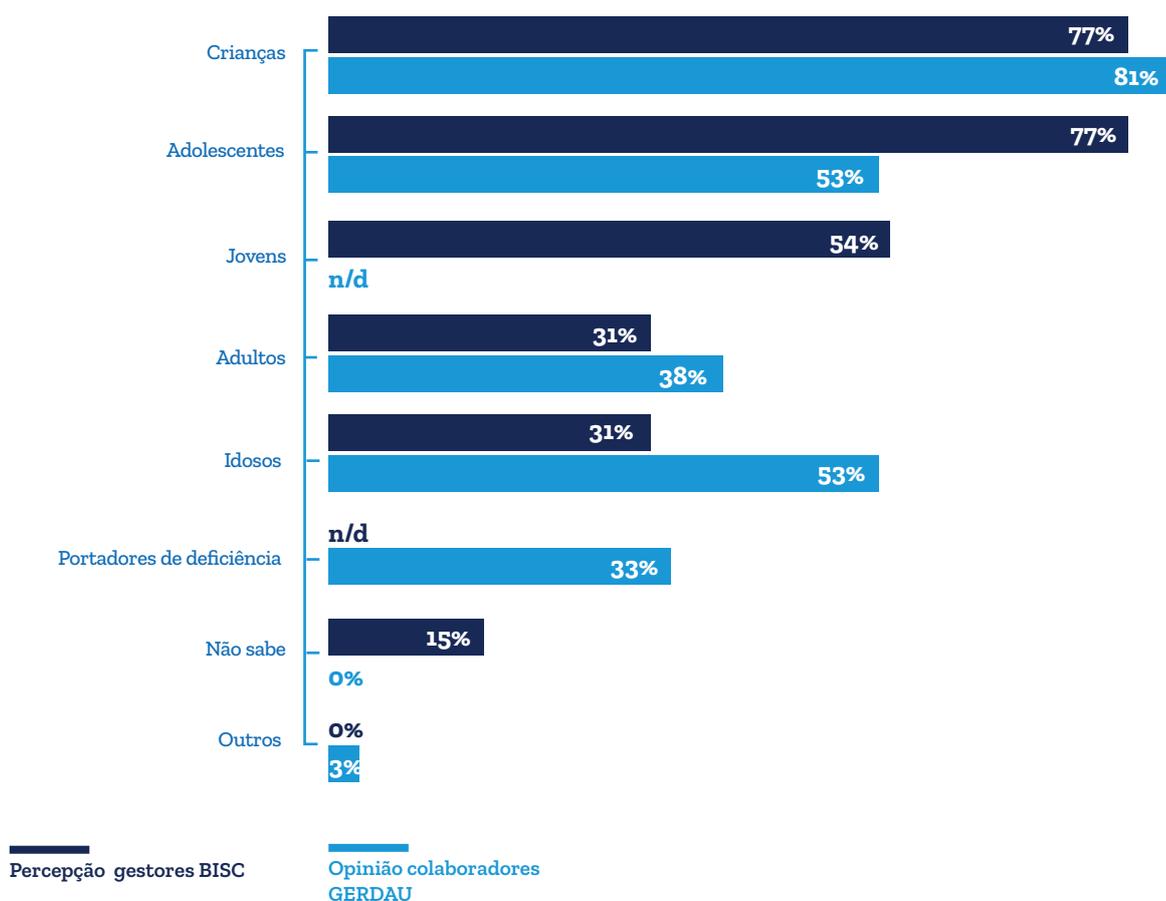
²² Ver: Censo CVBE 2018. CVBE e CIEDS Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <http://www.cbve.org.br/wp-content/uploads/Censo-CBVE-2018-final_web.pdf>.

As crianças e os adolescentes são assinalados como grupos que despertam a mobilização de um percentual significativo de colaboradores, e isso se confirma tanto nos registros dos gestores quanto nos dos colaboradores (Gráfico 53).

Ainda que as duas listas incluam alguns segmentos diferenciados, cabe destacar que 53% dos colaboradores declaram se mobilizar para atender aos idosos e 33% deles aos portadores de deficiência.

GRÁFICO 53

Com que públicos os colaboradores preferem trabalhar voluntariamente?



Fonte: Comunitas e Gerdau, 2019.

Para complementar essa análise, foi indagado aos gestores do BISC sobre o que seria necessário para os colaboradores ampliarem ou iniciarem sua participação em programas de voluntariado da empresa: 54% deles indicaram, entre os três fatores mais importantes, o maior incentivo por parte da sua chefia imediata. Tal resultado está sintonizado com aqueles capta-

dos na pesquisa do Itaú, anteriormente citada, na qual é destacada exatamente essa falta de apoio das chefias imediatas. Adicionalmente, os resultados do Gráfico 54 sinalizam para a necessidade de uma maior disponibilidade de tempo por parte dos colaboradores e de mais informações sobre as atividades desenvolvidas pelas empresas.

GRÁFICO 54

Na percepção dos coordenadores, o que seria necessário para os colaboradores ampliarem ou iniciarem sua participação no programa de voluntariado da empresa?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Em resumo, os resultados captados no BISC em relação aos programas de voluntariado são bastante positivos e sinalizam que eles devem se fortalecer no curto e no médio prazos. Por um lado, as dificuldades identificadas podem ser superadas sem maiores transtornos e, por outro, eles estão sintonizados com o processo interno das empresas de alinhamento dos investimentos sociais aos negócios. Isso porque cada vez

mais o voluntariado corporativo é percebido como uma clara estratégia de ganha-ganha: ganha a comunidade, pela ampliação do atendimento, ganham os colaboradores, que se sentem mais satisfeitos e mais qualificados, e ganha a própria empresa, que melhora as suas relações internas e externas. Cabe ao BISC continuar acompanhando esse caminhar.

2.6

O QUE HÁ DE NOVO NAS PARCERIAS COM AS ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS E PRIVADAS?



As parcerias com organizações, públicas e privadas, é um tema analisado de forma recorrente, desde as primeiras edições do BISC²³. A cada ano, busca-se reproduzir algumas questões que permitem analisar a evolução desse trabalho conjunto e introduzir novas indagações que ajudem a identificar as mudanças que vêm ocorrendo nesse processo. O levantamento de tais informações justifica-se pelo fato de que os participantes da pesquisa manifestam, reiteradamente, que as parcerias com terceiros são essenciais para o êxito dos investimentos sociais.

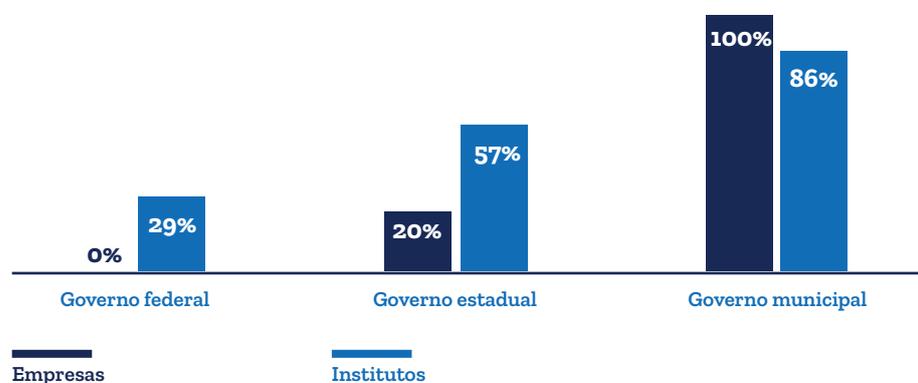
²³ Para efeito desta pesquisa, é considerado como parcerias o desenvolvimento de ações conjuntas ou o apoio por meio da destinação de recursos físicos ou financeiros para outras organizações, públicas ou privadas, para a implementação de projetos sociais estruturados. Recomendou-se aos respondentes do questionário que não considerassem doações ou apoios eventuais para projetos de terceiros.

Parcerias com organização públicas

Em 2018, cerca de dois terços das empresas (64%) se articularam com organizações governamentais para o desenvolvimento dos seus investimentos sociais. Esse percentual, ainda que elevado, é o menor observado durante todo o período analisado pelo BISC. Ressalte-se que nas primeiras edições da pesquisa (2008 a 2010) mais de 80% das empresas já declaravam essa aproximação com o setor público. Mudanças recentes na conjuntura política, especialmente no âmbito federal, explicam parte desse recuo. Tanto assim que 100% das empresas e 86% dos institutos que mantiveram ou iniciaram novas parcerias o fizeram com organizações municipais (Gráfico 55).

GRÁFICO 55

Em que níveis de governo são realizadas as parcerias?



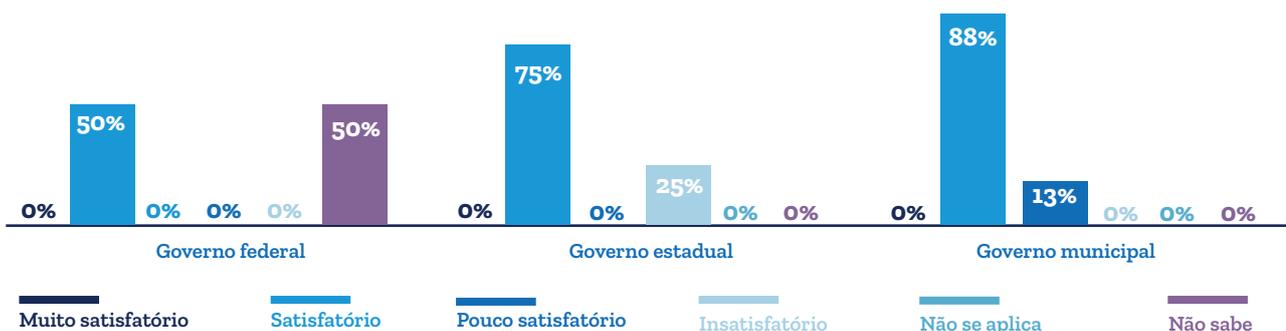
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Outro indicador, de que esse recuo decorre de problemas conjunturais, é que a avaliação dos resultados das parcerias com organizações públicas, nos anos recentes, é positiva e melhora no âmbito municipal: 88% das empresas consideram que os resultados foram satisfatórios (Gráfico 56). Como critério para definir o grau de

satisfação foi recomendado aos respondentes que considerassem, por exemplo, o alcance dos objetivos e metas estabelecidos, os resultados obtidos, a continuidade dos projetos, o cumprimento dos compromissos assumidos, a qualidade do diálogo com os gestores públicos e a transparência dos órgãos governamentais.

GRÁFICO 56

Qual a avaliação que o Grupo BISC faz das parcerias realizadas com organizações governamentais nos dois últimos anos?



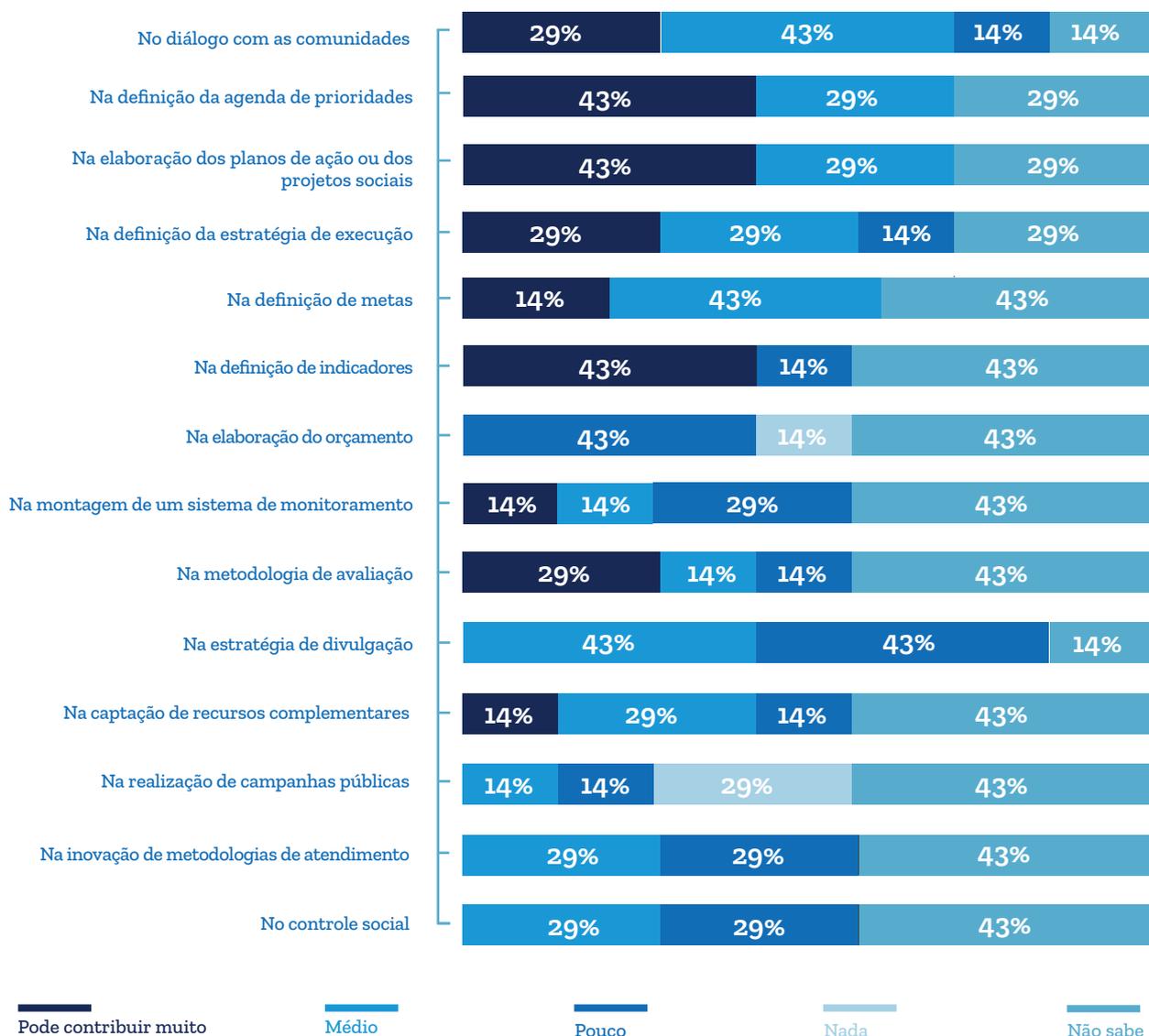
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

É interessante observar, ainda, a percepção de que o grupo pode oferecer contribuições relevantes ao setor governamental na gestão das políticas sociais. Analisando separadamente os resultados referentes às empresas e aos institutos, observa-se que nos dois grupos a maioria dos respondentes considera que pode contribuir (muito ou médio) em três frentes de ação: no diálogo com as comunidades, na definição

da agenda de prioridades e na elaboração dos planos de ação dos projetos sociais (Gráficos 57 e 58). Não obstante, e coerente com outros resultados da pesquisa, os institutos se sentem preparados para apoiar as organizações públicas em um leque bem mais extenso de atividades. Assim é que 70% deles assinalam, por exemplo, seu potencial de apoio na definição de indicadores e na avaliação; na estratégia de divulgação; e na inovação de metodologias de atendimento.

GRÁFICO 57

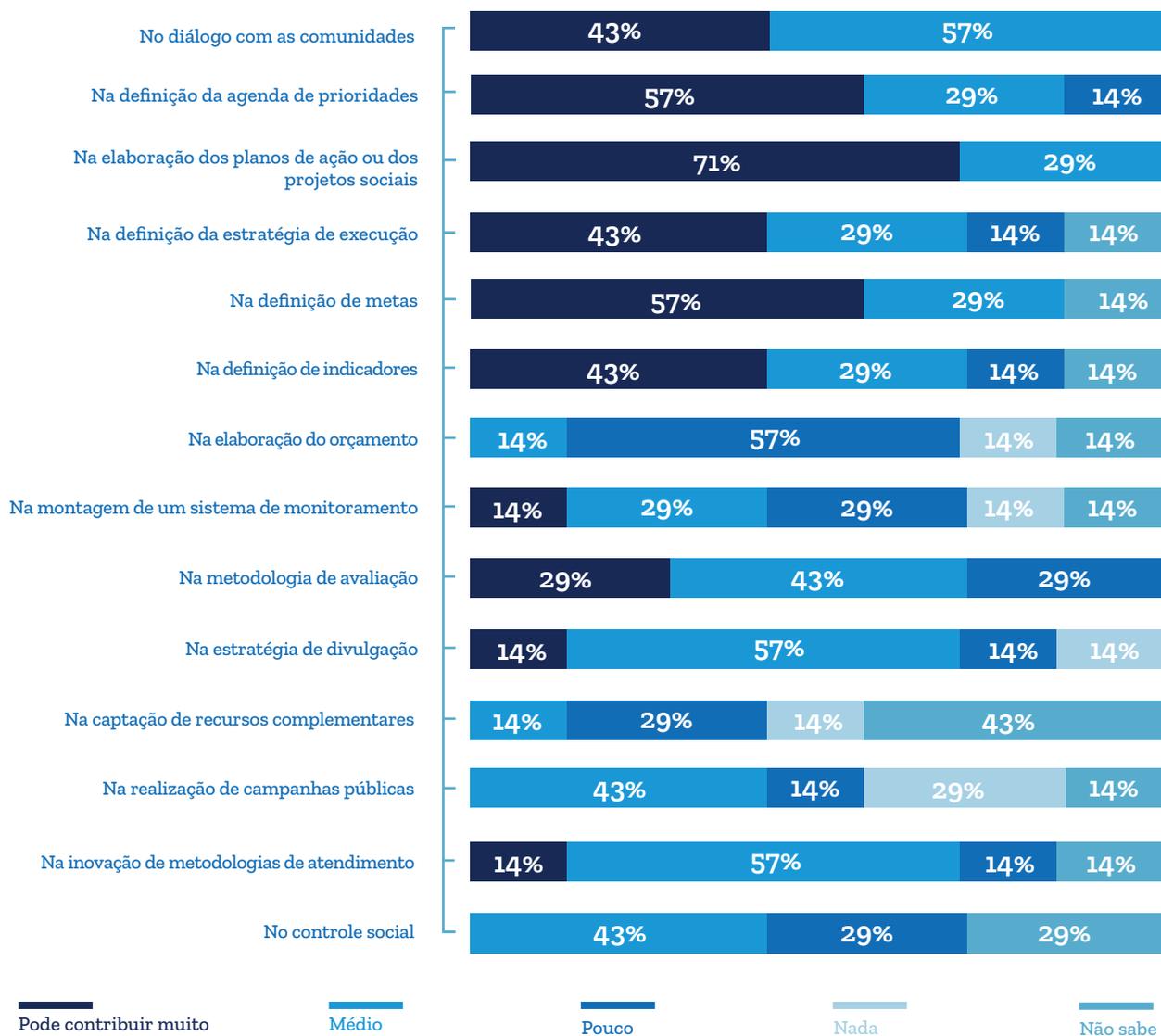
Na percepção do Grupo BISC, em que medida a empresa pode contribuir para a gestão das políticas governamentais, no campo social?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 58

Na percepção do Grupo BISC, em que medida o *instituto* pode contribuir para a gestão das políticas governamentais, no campo social?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Considerando a avaliação positiva dos resultados das parcerias e o reconhecimento de que há um campo extenso de possibilidades de apoio à melhoria da gestão pública, acredita-se que esse trabalho conjunto vai continuar sendo valorizado pelo Grupo BISC e que deverá voltar a crescer quando superadas as dificuldades de

ordem conjuntural. Não se pode desconhecer os resultados captados em edições anteriores do BISC em que os participantes reiteraram a crença em que as parcerias público-privadas no campo social são muito importantes para ampliar "a capilaridade, o alcance, a visibilidade e a qualidade dos próprios projetos"²⁴.

²⁴ Ver: Relatório BISC de 2018. Comunitas, São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://bisc.org.br/publicacoes/>>.

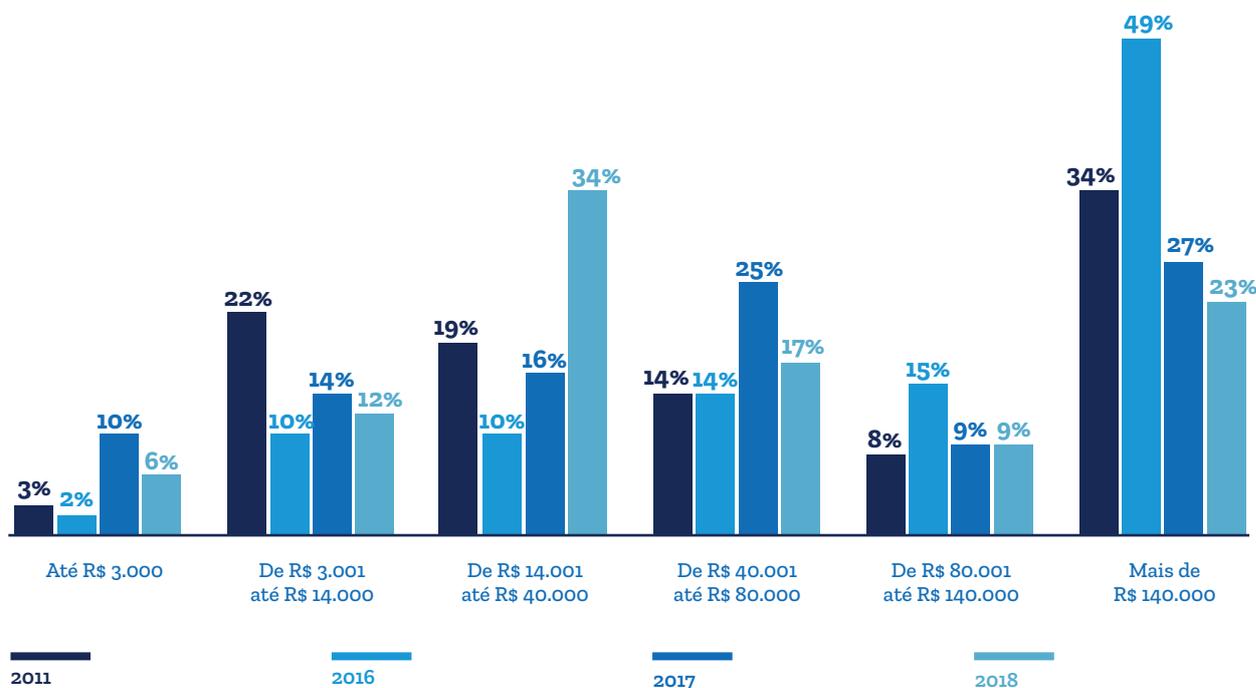
Parcerias com organização sem fins lucrativos

O percentual de empresas que trabalham no campo social em parceria com as organizações sem fins lucrativos manteve-se em um patamar similar ao observado pelo BISC em anos anteriores: 93%. No entanto, várias mudanças vêm sendo identificadas nas últimas edições da pesquisa. Em primeiro lugar, cabe registrar uma tendência de redução do número de organizações apoiadas e do volume de recursos envolvidos nessas doações ao longo dos anos:

em 2018, foi registrado o apoio a 828 organizações e a alocação de recursos da ordem de R\$ 455 milhões²⁵. Nesse sentido, os dados revelam uma concentração nos repasses de menor porte (entre R\$ 14 mil e R\$ 40 mil) e uma queda acentuada nos repasses anuais de valores superiores a R\$ 140 mil: apenas 23% das organizações apoiadas receberam, em 2018, recursos acima desse valor. Esse é o menor percentual desde o primeiro ano em que tal informação foi levantada pelo BISC (2011) (Gráfico 59).

GRÁFICO 59

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



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

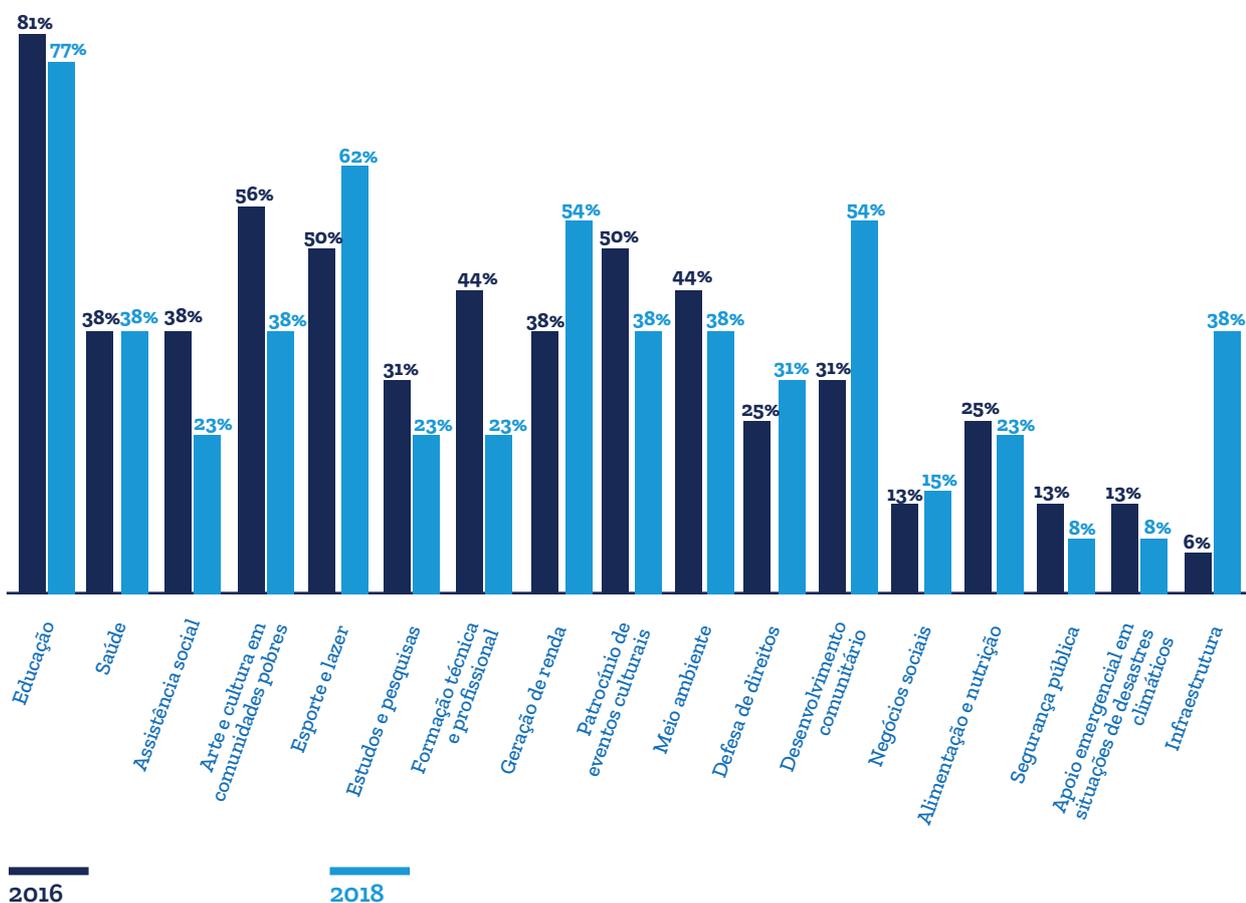
²⁵ Cabe registrar que os resultados referentes ao número de organizações apoiadas e aos valores transferidos podem estar subestimados, uma vez que nem todas as empresas forneceram tais informações.

Que outras mudanças foram observadas no perfil das parcerias com as organizações sem fins lucrativos? Em resposta a essa questão cabe destacar as mudanças observadas nas áreas em que as empresas e as organizações trabalham conjuntamente. Por um lado, nos últimos dois anos ampliou-se a atuação con-

junta em prol do desenvolvimento comunitário, da geração de renda e de melhorias relacionadas à infraestrutura. Por outro, as parcerias no campo das atividades culturais e de assistência social foram significativamente reduzidas (Gráfico 60).

GRÁFICO 60

Em que áreas as empresas atuam em parceria com as organizações sem fins lucrativos? (2016 e 2018)



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

As mudanças também podem ser percebidas em relação ao perfil das organizações sem fins lucrativos que o Grupo BISC apoiou nos últimos dois anos. Os dados apresentados no Gráfico 61 revelam que 50% das empresas priorizaram as parcerias com as organizações que desenvolvem atividades alinhadas aos negócios. Já os

institutos buscaram ampliar as alianças com as organizações reconhecidas pela *expertise* na sua respectiva área de atuação (Gráfico 62).

No entanto, é interessante ressaltar que nem empresas e nem institutos declararam ter recuado de forma significativa em relação ao apoio

às demais organizações. A exceção ficou por conta de organizações indicadas pelos diversos conselhos que se dedicam à área social: 25% das empresas e 13% dos institutos recuaram no apoio a tais organizações. Nesse sentido, outro dado captado na pesquisa corrobora tal movi-

mento: entre 2017 e 2018 caiu de 21% para 14% o percentual das organizações sem fins lucrativos que receberam apoio das empresas por meio dos fundos sociais (ex.: Fundo da Criança e do Adolescente). Cabe explorar, em edições futuras do BISC, o que pode explicar tal resultado.

GRÁFICO 61

Nos últimos dois anos, como evoluíram as parcerias das empresas com os diferentes tipos de organizações sem fins lucrativos?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 62

Nos últimos dois anos, como evoluíram as parcerias dos institutos com os diferentes tipos de organizações sem fins lucrativos?



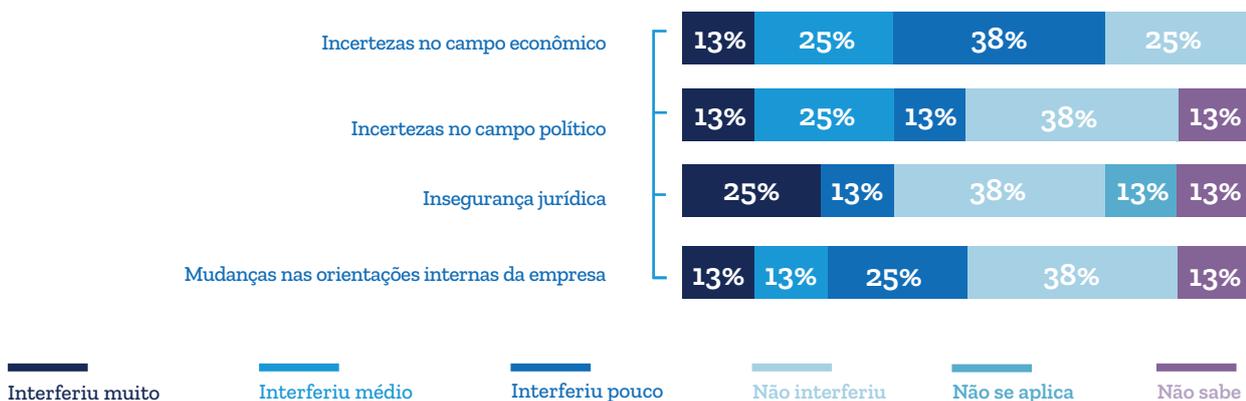
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

De imediato, a informação disponível refere-se aos fatores que interferiram nas relações das empresas e dos institutos com as organizações sem fins lucrativos em geral. Pelas respostas dos participantes, não foi possível determinar, com nitidez, que fatores foram claramente determinantes das mudanças observadas. A título de exemplo: enquanto 38% das empresas assinalaram que as incertezas no campo político interferiram muito, ou médio, nas relações com as organizações sociais, outras 38% delas assinalaram que não reconhecem esse tipo de interfe-

rência, tendo em vista sua experiência. Assim, o que se pode extrair do Gráfico 63 é que em mais da metade das empresas a conjuntura econômica e política, bem como as novas orientações internas da empresa, ainda que tenham refletido nas mudanças das suas relações com as organizações sociais, o fizeram com intensidades bastante variadas e nem sempre muito significativas. Resultado similar pode ser observado nas informações fornecidas pelos institutos, que reconhecem menos ainda as interferências dos fatores sugeridos na pesquisa. (Gráfico 64).

GRÁFICO 63

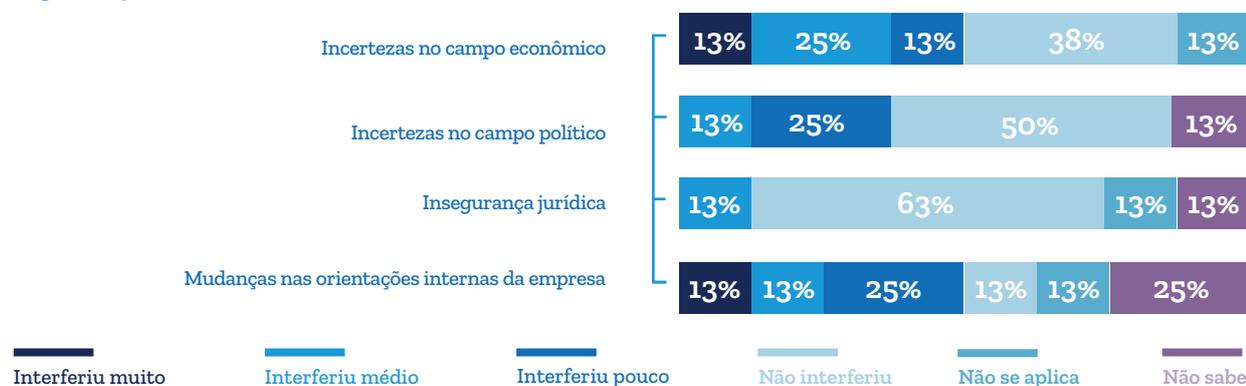
Que fatores interferiram nas mudanças observadas nas relações da empresa com as organizações sem fins lucrativos?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 64

Que fatores interferiram nas mudanças observadas nas relações do instituto com as organizações sem fins lucrativos?



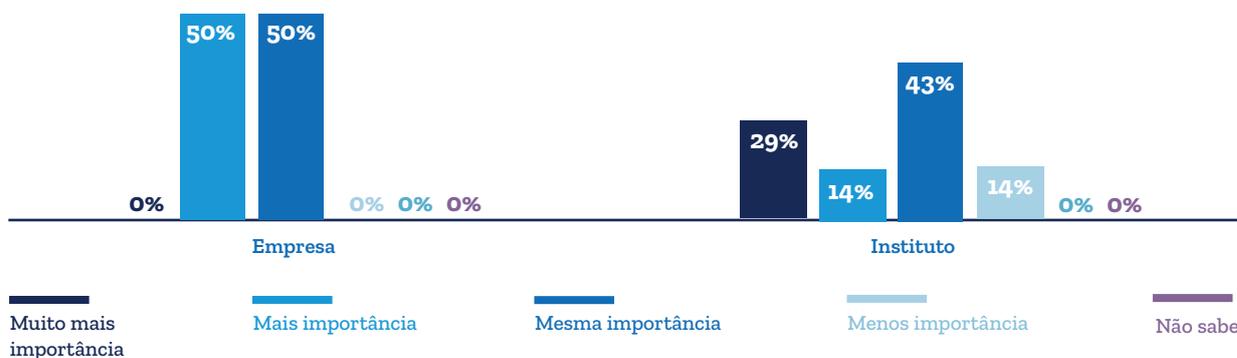
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Quais as perspectivas das relações da empresa com as organizações sem fins lucrativos? No futuro próximo, a tendência captada no BISC é de que as parcerias serão fortalecidas ou, pelo menos, mantidas nos patamares dos anos recentes. No entanto, cabe ressaltar as diferenças nas respostas das empresas e dos institutos. As primeiras estão literalmente divididas entre uma metade que assinala a intenção de con-

ferir mais importância a esse trabalho conjunto e a outra que prevê dar continuidade à forma como vêm trabalhando até então. Já entre os institutos, observam-se atitudes distintas: enquanto 29% deles declaram a intenção de fortalecer as parcerias com as organizações sem fins lucrativos, uma minoria (14%) indica a possibilidade de recuos nessa direção (Gráfico 65).

GRÁFICO 65

Qual o grau de importância que o Grupo BISC deverá atribuir às parcerias com as organizações sem fins lucrativos, no futuro próximo?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

A aposta otimista em relação às perspectivas das parcerias público-privadas no campo social leva em consideração também a avaliação positiva que o grupo faz desse trabalho conjunto. Os resultados chegam a ser superiores àqueles observados em relação às organizações governamentais. Conforme apresentado no Gráfico 66, 93% das empresas se declaram satisfeitas com os resultados obtidos por meio das parcerias com as organizações sem fins lucrativos,

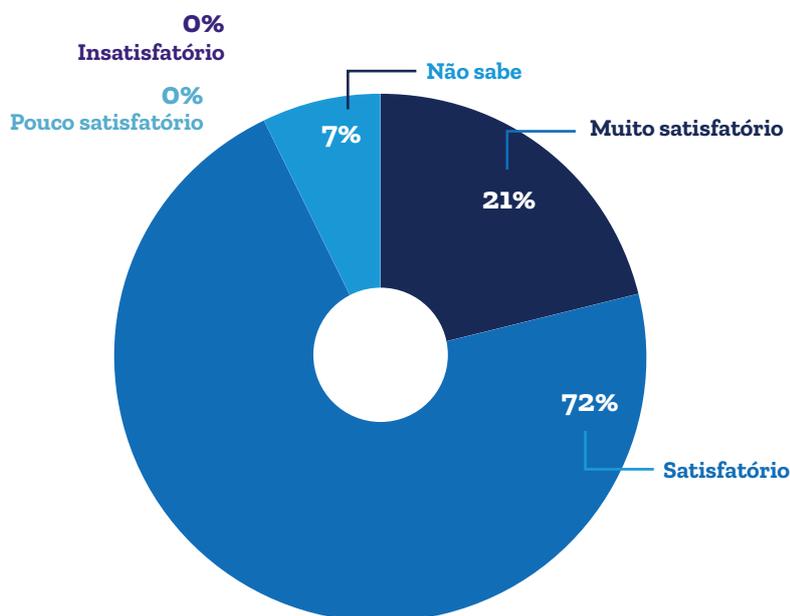
sendo que 21% delas avaliam que eles foram muito satisfatórios²⁶.

No item a seguir, é apresentada a autoavaliação realizada pelo grupo, que retrata o padrão de qualidade em relação à forma como as próprias empresas conduzem as parcerias com atores externos, sejam eles públicos ou privados, com ou sem fins lucrativos.

²⁶ Como critério para definir o grau de satisfação foi recomendado aos respondentes que considerassem, por exemplo, os resultados obtidos, a continuidade dos projetos, o cumprimento dos compromissos assumidos, a qualidade do diálogo com as equipes das organizações, o cumprimento das metas estabelecidas e a transparência na condução do trabalho conjunto.

GRÁFICO 66

Qual a avaliação que o Grupo BISC faz das parcerias realizadas com organizações sem fins lucrativos nos anos recentes?



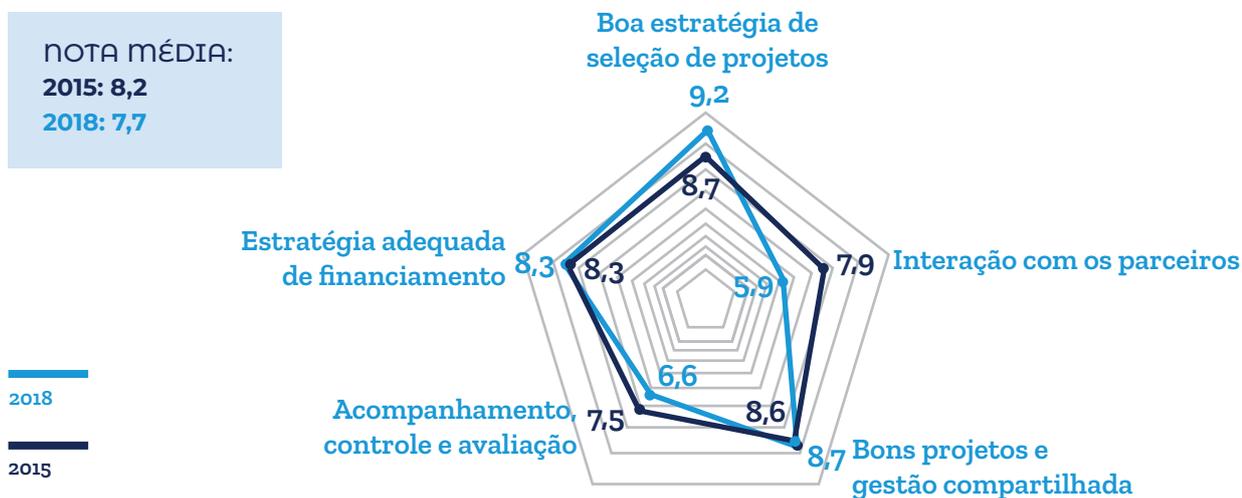
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Como as empresas avaliam sua forma de conduzir as parcerias com terceiros? Para realizar uma autoavaliação sobre a qualidade da gestão das parcerias com outras organizações, públicas e/ou privadas, as empresas analisaram 25 indicadores que refletem o atendimento aos quesitos essenciais para o bom desempenho de um trabalho conjunto. Numa escala de 0 a 10, a nota

média, em 2018, foi de 7,7, ou seja, inferior àquela observada em 2015 (8,2), conforme pode ser observado na Figura 2. Os resultados apresentados a seguir foram obtidos a partir da análise de 51 projetos, desenvolvidos nas mais diferentes áreas, com algum destaque para aqueles realizados nas áreas de educação (14%), desenvolvimento do território e geração de renda (10%) (Gráfico 67).

FIGURA 2

Indicadores qualitativos de *benchmarking* das práticas de parcerias

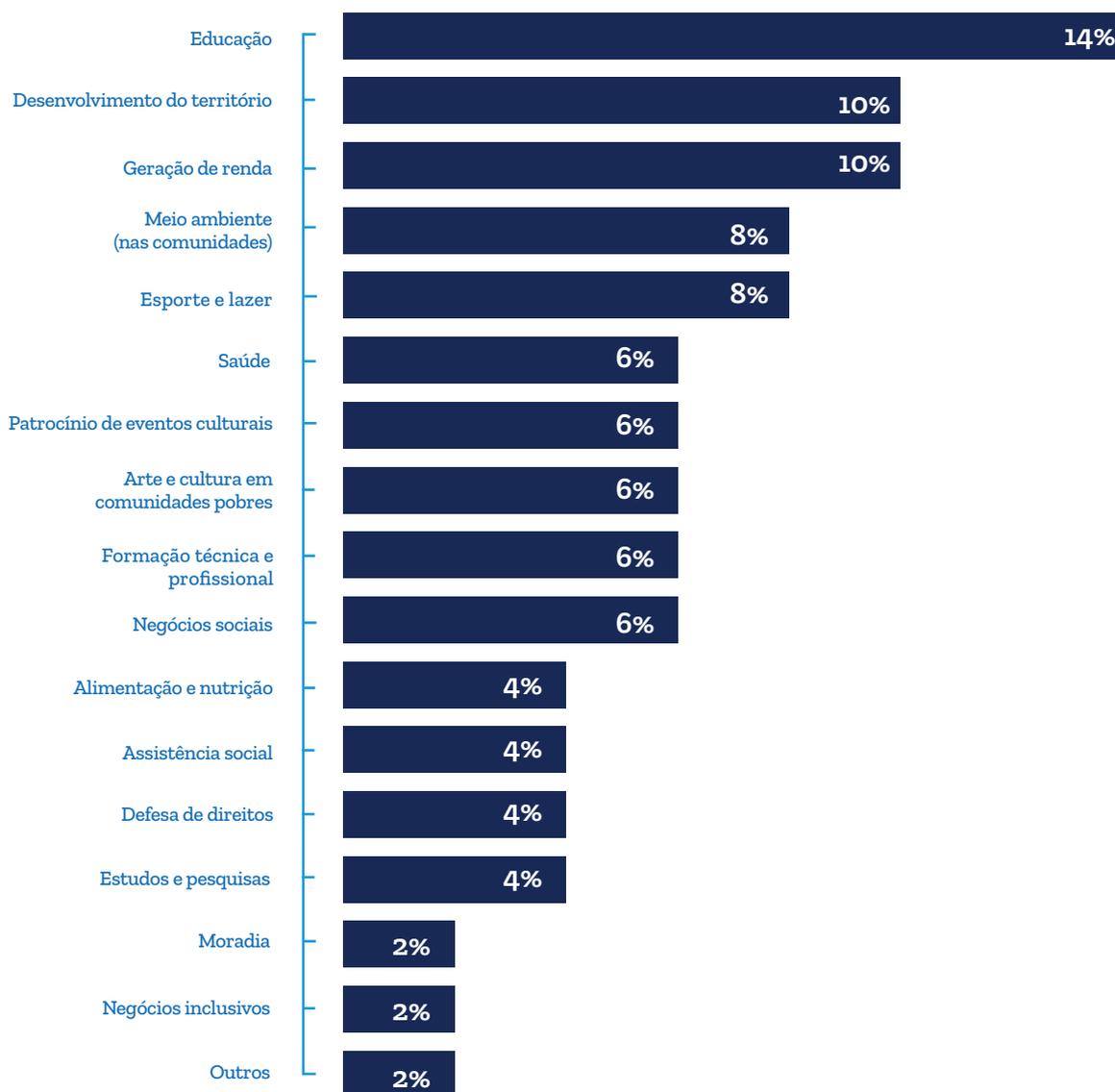


2018

2015

GRÁFICO 67

Qual o foco das práticas sociais realizadas em parceria?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

O que se destaca nos novos indicadores de qualidade das parcerias? É importante mencionar que os resultados apresentados a seguir 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. No entanto, o que tem sido percebido na pesquisa é que os respondentes, em geral, têm sido cuidadosos, ou mesmos rigorosos na sua autoavaliação. As notas baixas observadas em vários quesitos reforçam essa observação.

1 Estratégia de seleção dos parceiros

Em 2018 as empresas estão mais confortáveis em relação ao levantamento prévio sobre o perfil das organizações com que pretendem trabalhar conjuntamente, pois atribuíram nota 10 ao quesito mapeamento dos potenciais parceiros. Em contrapartida, encontram-se menos satisfeitas em relação ao conhecimento dos trabalhos realizados localmente pelos seus parceiros (Figura 3).

FIGURA 3

Estratégia de seleção dos parceiros

NOTA MÉDIA:
2015: 8.7
2018: 9.2



2015

2018

2 Interação com os parceiros

O período 2015-2018 foi especialmente difícil no que diz respeito à interação com os parceiros: a nota média caiu de 7,9 para 5,9. O grupo reco-

nhece a necessidade de melhorar em todos os quesitos, especialmente no que se refere ao fortalecimento das organizações com quem trabalham conjuntamente (Figura 4).

FIGURA 4

Interação com os parceiros

NOTA MÉDIA:
2015: 7,9
2018: 5,9



2015

2018

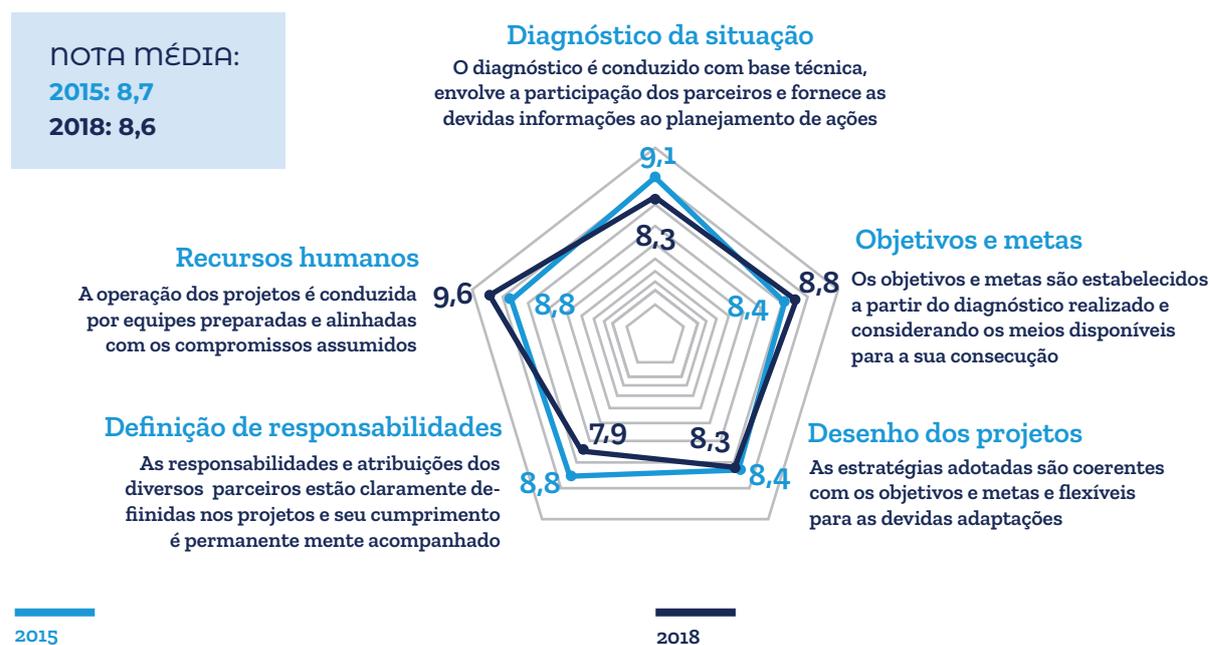
3 Desenho e gestão dos projetos

Quase todos os quesitos essenciais à elaboração e à gestão de bons projetos sociais foram bem avaliados pelo grupo e receberam notas

superiores a 8. O maior desafio, nesse caso, refere-se à definição das atribuições e responsabilidades de cada parceiro. Essa tarefa não é trivial, mas é fundamental para o sucesso das parcerias (Figura 5).

FIGURA 5

Desenho e gestão dos projetos



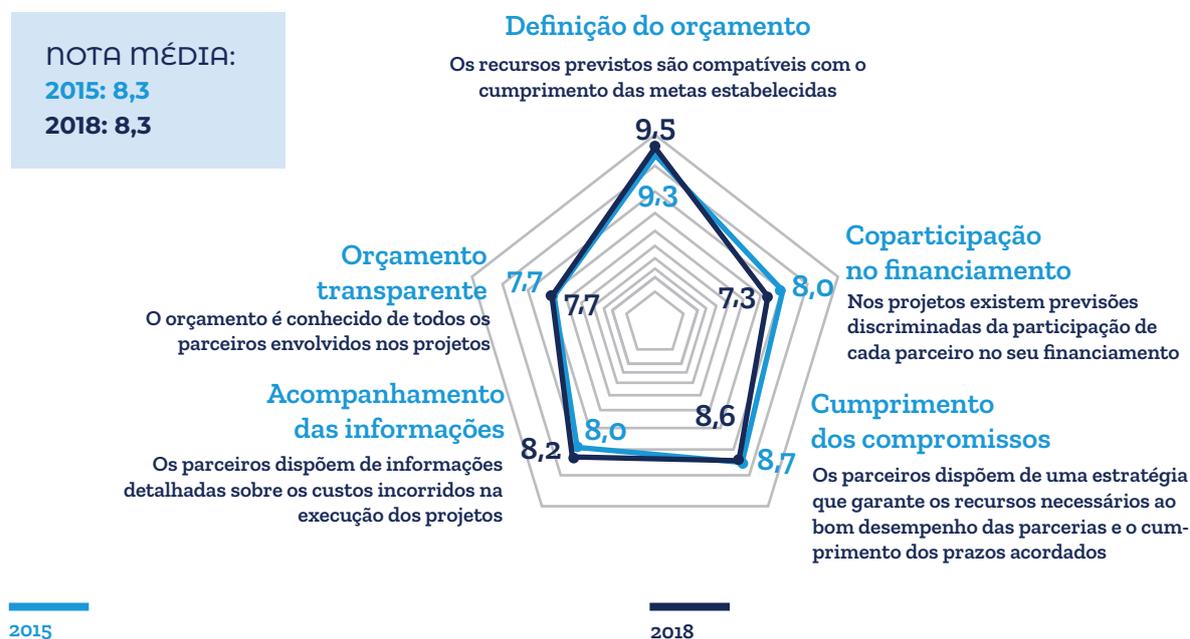
4 Acompanhamento, controle e avaliação

Hoje o grupo avalia que as dificuldades para avaliarem os projetos realizados em parceria com outras organizações são ainda maiores, se comparado com 2015. No entanto, as diferenças nos resultados para os cinco quesitos são expressivas. O controle dos recursos e dos compromissos assumidos está relativamente

bem resolvido. Os principais desafios são o de capacitar as equipes para fazerem as devidas avaliações e identificar indicadores de resultados menos tangíveis como, por exemplo, a flexibilidade dos parceiros para garantir os devidos ajustes e a sua capacidade de gerenciamento de riscos e conflitos (Figura 6).

FIGURA 7

Financiamento dos projetos



Em síntese, comparando os resultados de 2015 e 2018, observou-se que em vários itens as notas médias foram inferiores àquelas captadas na pesquisa anterior. Embora, no geral, esse recuo não tenha sido muito expressivo (a nota média passou de 8,2 para 7,7), ele reflete o reco-

nhecimento do grupo de que há necessidade de avanços e aprimoramentos, especialmente no que tange ao processo de interação com os parceiros e de acompanhamento e avaliação dos projetos realizados conjuntamente.

03

**TÓPICO ESPECIAL:
INVESTIMENTOS
SOCIAIS E DIREITOS
HUMANOS NA
AGENDA DE
SUSTENTABILIDADE
CORPORATIVA**

A cada ano o BISC introduz novas análises sobre temas relacionados aos investimentos sociais, com o objetivo de oferecer subsídios relevantes para a ampliação do conhecimento na área. Assim, nessa edição, optou-se por abordar, como tópico especial, a questão da promoção dos direitos humanos. A ocasião é particularmente oportuna, porque no dia 10 de dezembro de 2018 foram comemorados os 70 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos, o que estimulou diversas organizações, nacionais e internacionais, a fazerem balanços das conquistas e dos desafios enfrentados pela humanidade para eliminar as violações aos direitos básicos de cidadania. Como declarado no final do ano passado por Michelle Bachelet, alta-comissária da ONU para os direitos humanos, “o ideal dos direitos humanos, estabelecido na Declaração, tem sido um dos mais construtivos avanços de ideias da história humana, bem como um dos mais bem-sucedidos”.²⁷

Na esteira desse movimento, cabe ao BISC analisar em que medida o setor privado está se comprometendo com a promoção e a proteção dos direitos humanos no País. Para tanto, buscou-se respostas, entre outras, para as seguintes indagações: como os direitos humanos se inserem na gestão das políticas corporativas de sustentabilidade das empresas do Grupo BISC? Em que medida a pauta dos direitos humanos está incorporada na condução dos investimentos sociais? Como os investimentos sociais estão sintonizados com as políticas públicas voltadas para a defesa dos direitos humanos? E quais são os maiores desafios para ampliar a perspectiva dos direitos humanos nos investimentos sociais e alinhá-los à gestão dos negócios?

A sinergia entre o ideário dos direitos humanos e os preceitos que devem orientar as práticas dos investimentos sociais é evidente. Trata-se de garantir o acesso de todas as pessoas, sem distinção, aos direitos econômicos, sociais, políticos e culturais, e isso requer, por exemplo, a distribuição equitativa do direito à educação,

à saúde, à alimentação, à habitação, ao meio ambiente saudável, ao lazer e à livre produção cultural – temas esses que já se encontram presentes, ainda que de forma diversa, na pauta dos investimentos sociais.

Ademais, a discussão sobre direitos humanos vem ganhando força em várias partes do mundo e não deveria ser diferente no Brasil. Não obstante, internamente, distorções históricas em relação à compreensão do que são exatamente os direitos humanos ou, mais grave, a associação do tema à questão da segurança pública, acompanhada da percepção de que se defende “mais bandidos do que vítimas” tem prejudicado maiores avanços em relação à incorporação dessa pauta em diferentes segmentos da sociedade. No entanto, pesquisa realizada pela Ipsos, ainda que confirme essa visão negativa, captou que 63% dos brasileiros são a favor dos direitos humanos; 69% querem entender melhor o significado dos direitos humanos; e 73% querem entender melhor a atuação dos direitos humanos no Brasil²⁸. Ou seja, é necessário ampliar os debates sobre o tema, a produção de conhecimento e a incorporação dos compromissos com a causa por parte dos diferentes segmentos da sociedade.

Foi com esse entendimento que o BISC incorporou a promoção e a defesa dos direitos humanos como pauta especial desta edição da pesquisa. A intenção é apresentar subsídios que possam ajudar as empresas a ampliar as conexões dos investimentos sociais à agenda dos direitos e alinhar essa atuação a novos desafios relacionados à sustentabilidade e às demandas da sociedade. Os resultados, a seguir apresentados, são estimulantes e sinalizam que há disposição do grupo para avançar nessa direção, a despeito da necessidade de se contornar as dificuldades assinaladas. O BISC se dispõe a continuar explorando e aprofundando esse tema e contribuindo para o aprimoramento contínuo dos investimentos sociais privados.

²⁷ Ver: <<https://nacoesunidas.org/aos-70-anos-declaracao-universal-dos-direitos-humanos-e-mais-importante-do-que-nunca/>>.

²⁸ A pesquisa “Human Rights in 2018 – Global Advisor” da Ipsos foi feita em 28 países, incluindo o Brasil, com 23,2 mil entrevistados, entre os dias 25 de maio e 8 de junho de 2018. No Brasil foram entrevistadas 1.200 pessoas nas cinco regiões do País. In: <<https://www.ipsos.com/pt-br/63-dos-brasileiros-sao-favor-dos-direitos-humanos>>.

3.1

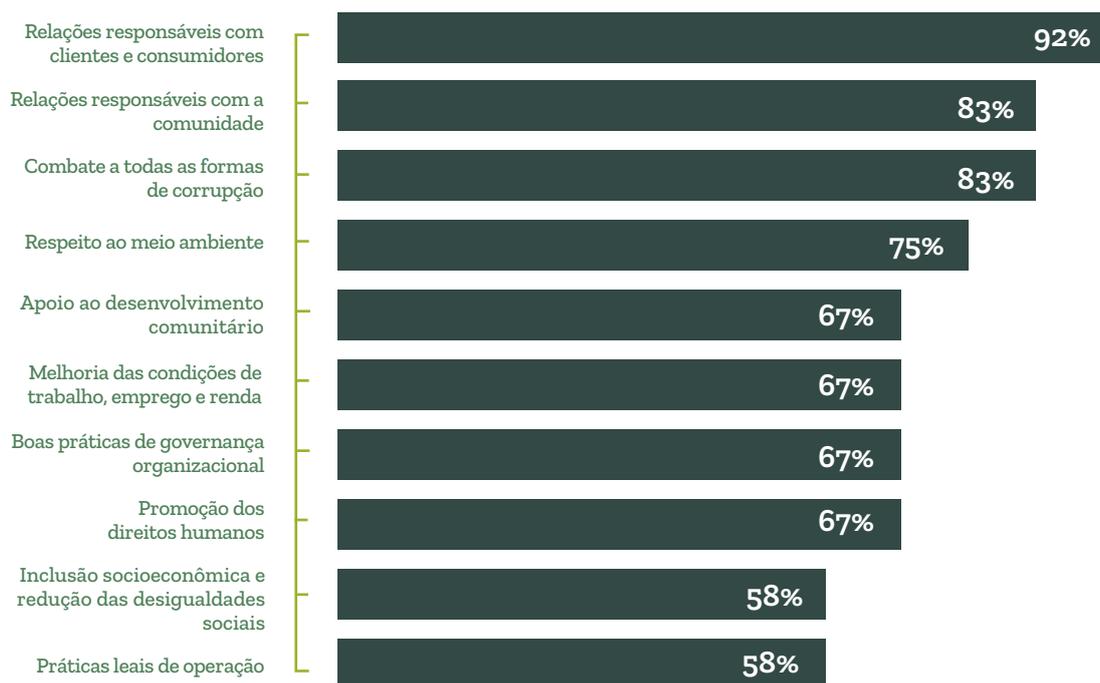
COMO OS DIREITOS HUMANOS SE INSEREM NA GESTÃO DAS POLÍTICAS CORPORATIVAS DE SUSTENTABILIDADE?



De início, cumpre destacar que, segundo informações fornecidas à pesquisa, o desenvolvimento sustentável está formalmente integrado na cultura e na estratégia de 92% das empresas e que, entre os temas expressamente contemplados nos compromissos corporativos nessa área, se destacam aqueles referentes ao público externo, especialmente clientes, consumidores e comunidades (Gráfico 68).

GRÁFICO 68

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



Obs.: essa questão consta do questionário ISE 2018 (GER 1.2) e da GRI Standards (102-14, 102-16, 102-20, 102-26 e 102-29)

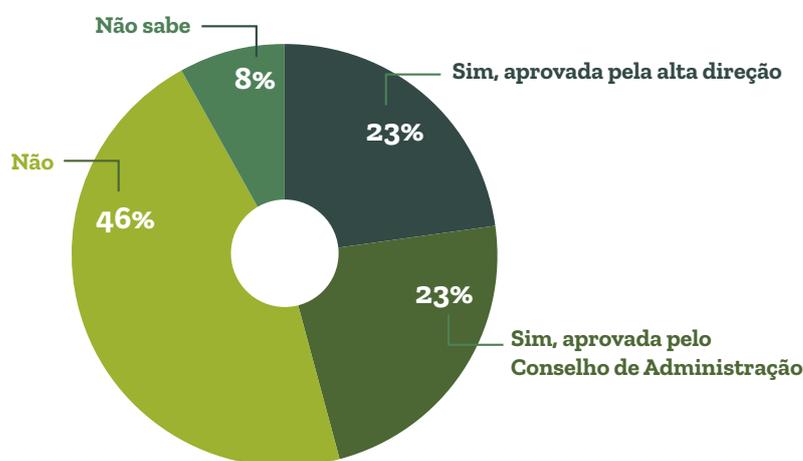
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Ademais, ganhou força, nas últimas décadas, o reconhecimento de que a proteção dos direitos humanos deve ser parte integrante das políticas do setor privado voltadas à promoção do desenvolvimento sustentável, e essa tendência pode ser captada nos resultados obtidos pelo BISC: em 67% das empresas o tema está expressamente contemplado nos seus

compromissos corporativos. Ademais, os dados revelam ainda que 46% das empresas foram além e estabeleceram uma política institucional específica que define os compromissos e as práticas relativas à promoção dos direitos humanos, aprovada pela alta direção ou pelo Conselho de Administração (Gráfico 69).

GRÁFICO 69

A empresa possui uma política institucional que define os compromissos e as práticas relativas à promoção dos direitos humanos?



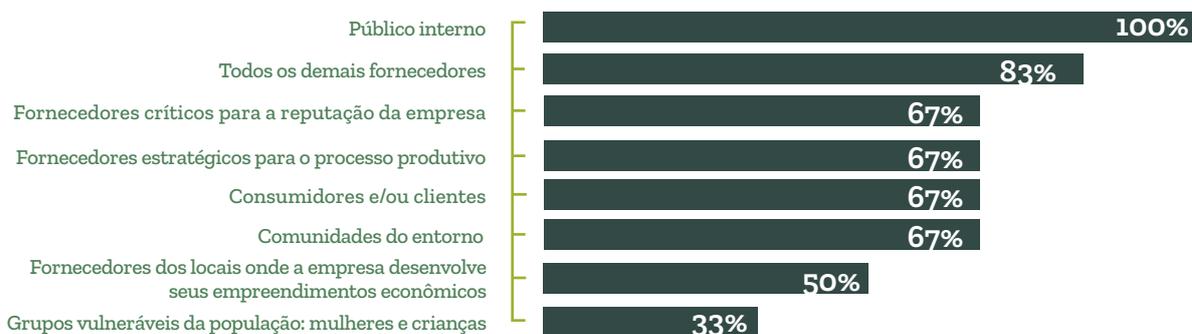
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Entretanto, quando se trata da política institucional de direitos humanos, a atenção está concentrada no público interno e nos atores mais diretamente associados à gestão dos negócios,

especialmente dos fornecedores estratégicos. Apenas um terço das empresas busca abranger os grupos vulneráveis da população, como mulheres e crianças de menor renda (Gráfico 70).

GRÁFICO 70

Que segmentos são abrangidos na política institucional que define os compromissos e as práticas relativas à promoção dos direitos humanos?



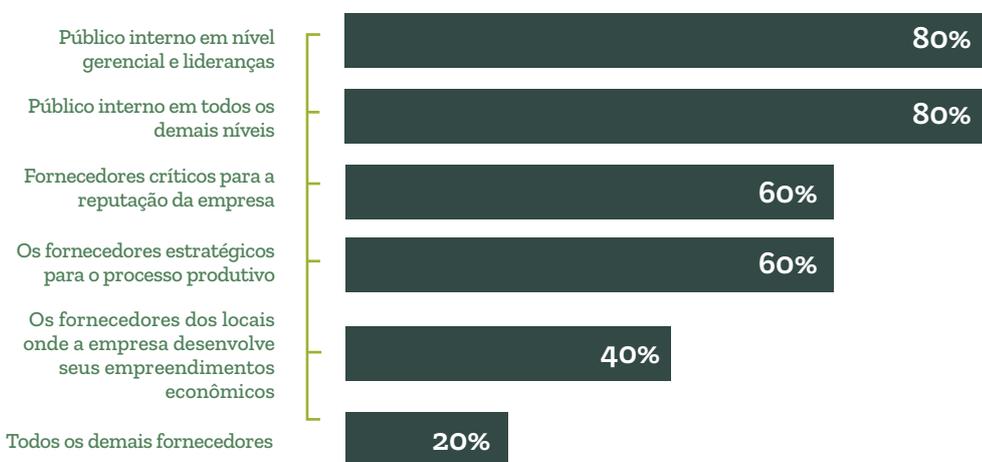
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Como as empresas disseminam os seus compromissos com a promoção dos direitos humanos? Em primeiro lugar, a maioria delas os divulga internamente (55%) e menos da metade (45%) o faz para o público externo. Outra medida importante para disseminar e fortalecer os compromissos corporativos é a manutenção de

programas de sensibilização e educação sobre o tema dos direitos humanos. Até o momento, 38% das empresas já adotaram tal estratégia, e, entre essas, a atenção está dirigida especialmente para as lideranças e os colaboradores de todos os níveis da organização (Gráfico 71).

GRÁFICO 71

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



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

3.2

COMO AS EMPRESAS ATUAM NAS COMUNIDADES DO ENTORNO, EM CARÁTER VOLUNTÁRIO E OBRIGATÓRIO?



Atuação social voluntária

As informações sobre os compromissos assumidos pelas empresas junto às comunidades ajudam a revelar como o grupo lida com o tema dos direitos humanos. Dois terços das empresas estabeleceram uma política corporativa que contempla o relacionamento com a comunidade local, e entre as diretrizes incorporadas na sua gestão se destacam a avaliação dos impactos gerados pelas atividades da empresa, bem como os riscos de violação aos direitos humanos, conforme pode ser observado nos dados apresentados no Gráfico 72. Ademais, a metade das organizações possui uma política que atesta explicitamente o compromisso e a orientação da organização para a promoção dos direitos humanos no entorno dos seus empreendimentos.

GRÁFICO 72

Quais diretrizes de gestão da empresa estão contempladas na política de relacionamento com a comunidade local?



Obs.: essa questão consta do questionário ISE 2018 (SOC 3.1) e da GRI Standards (102-16, 102-17, 102-29 e 102-30)

Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Outros dados captados na pesquisa, e apresentados a seguir, reforçam a tese de que em pelo menos na metade das empresas do grupo o tema dos direitos humanos está sendo incorporado nas políticas de gestão implementadas no seu entorno. Assim é que:

- ▶ Em 50% das empresas, a violação dos direitos humanos está explicitamente inserida nas avaliações dos impactos sociais, reais e potenciais, gerados pelas suas operações²⁹.
- ▶ 71% das empresas que admitem que suas atividades geram impactos negativos estabeleceram mecanismos

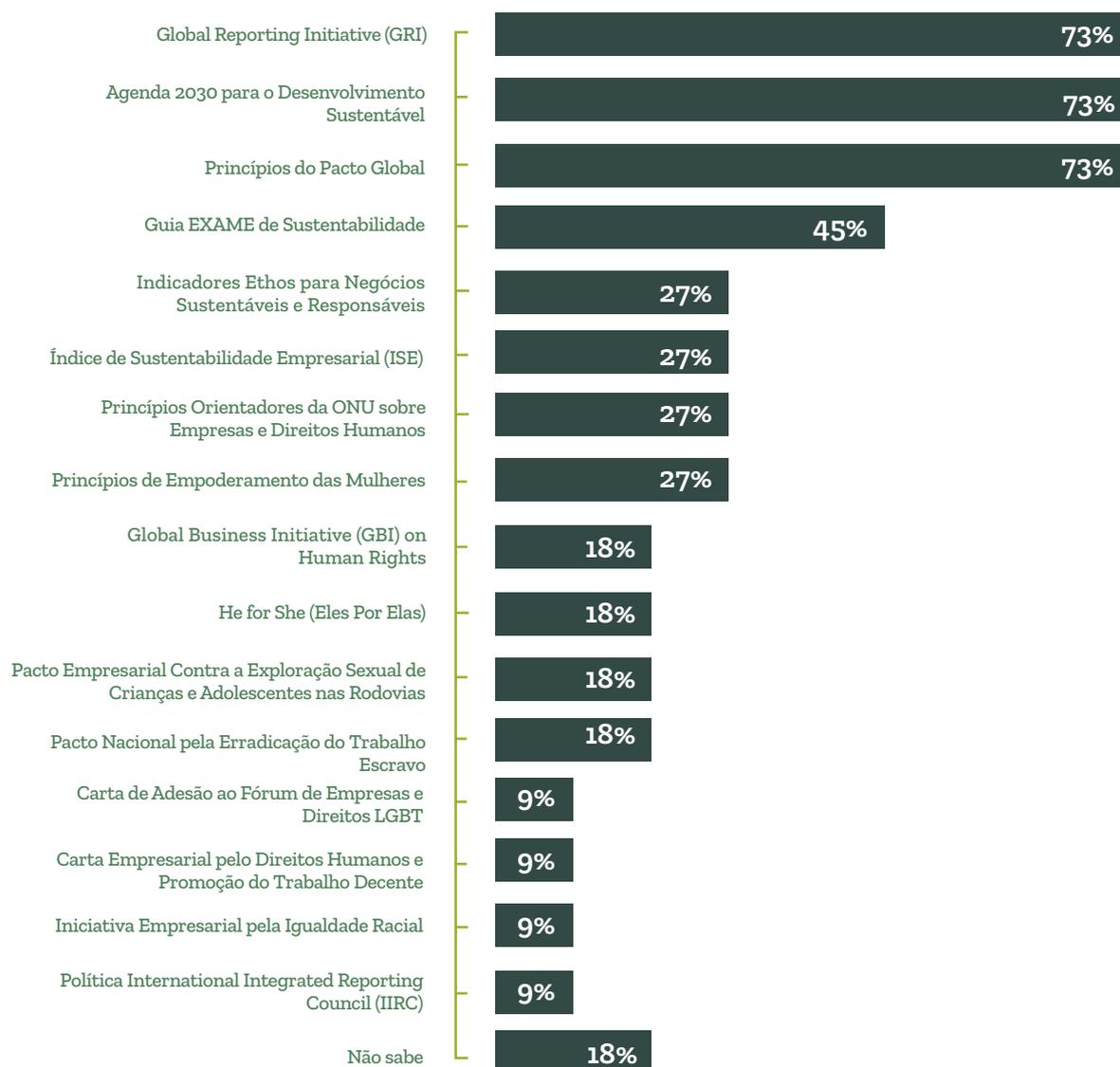
de consulta aos indivíduos e comunidades potencialmente afetados.

- ▶ Apenas 18% das empresas participam de espaços públicos que tratam de temas relacionados à valorização da diversidade, no âmbito local.
- ▶ 73% das empresas do Grupo BISC utilizam como referência, para a gestão da sua agenda de sustentabilidade e de defesa dos direitos humanos, a *Global Reporting Initiative* (GRI), os Princípios do Pacto Global e a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável (Gráfico 73).

²⁹ Vale registrar que esse um terço das empresas não soube responder a essa questão.

GRÁFICO 73

Quais os referenciais utilizados pelas empresas para a gestão da sua agenda de sustentabilidade e de defesa dos direitos humanos?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Nesse mesmo sentido, as organizações espanholas também têm buscado reforçar a atuação no entorno dos seus empreendimentos, assim como, alinhar a agenda dos ODS e direitos humanos ao *core business*. A Fundação SERES, representante da Espanha junto ao *Global Exchange* e parceira da Comunitas está trabalhando com empresas locais para a viabi-

lização desse processo, e colaborou nessa edição do BISC respondendo algumas questões sobre a sua experiência na área, conforme apresentado no BOX 2. As respostas foram elaboradas, por Lucila García e Cristina Aliaga, *Deputy General Manager* e *Sustainability Manager* na Fundação SERES.

Box 2

DIREITOS HUMANOS E INVESTIMENTO SOCIAL CORPORATIVO NAS COMUNIDADES LOCAIS: UM BREVE RELATO DA EXPERIÊNCIA DE EMPRESAS DA ESPANHA

Além do cumprimento de suas obrigações legais, em geral, o que as empresas estão fazendo para promover os direitos humanos nas comunidades locais?

As empresas estão fazendo grandes esforços para promover os direitos humanos nas comunidades locais. Isso inclui:

- Garantir um salário digno e transferência de tecnologia.
- Empoderamento das mulheres.
- Empoderamento local.
- Ensinando-as e apoiando-as na união de forças.
- Capacitação local por meio de fornecedores locais (Princípios do Equador, por exemplo, no caso do setor financeiro)
- Negócios inclusivos (microfinanças, seguros especiais para certas comunidades, entre outros).

O que leva as empresas a agirem pelos direitos humanos nas comunidades locais?

As empresas líderes estão cada vez mais conscientes da necessidade de desenvolvimento local. Isso implica funcionários e clientes mais engajados no futuro. As empresas responsáveis sabem que o impacto social é importante como parte do compromisso com a sociedade, e o respeito aos direitos humanos é um pilar da responsabilidade social das empresas. Na SERES, acreditamos que as empresas que alinham sua proposta corporativa com o impacto social criarão uma empresa mais forte e contribuirão para sociedades mais saudáveis.

Que progresso foi observado em relação à atuação das empresas em prol do desenvolvimento das comunidades locais? Quais são as maiores dificuldades?

Grandes progressos foram feitos. As empresas estão adotando agora uma nova maneira de fazer negócios, vislumbrando as comunidades locais como atores-chave. Ainda assim, se reconhece que existem desafios e espaço para melhorias. A principal dificuldade em impulsionar esses modelos de desenvolvimento local é que os resultados do impacto direto são difíceis de medir. Por quê? Porque o impacto social e econômico alcançado às vezes não é imediato. Isso requer visão madura e de longo prazo nas empresas envolvidas. Além disso, é importante destacar dificuldades gerais, como adaptar o trabalho às diferentes culturas ou às leis de cada país.

Qual o papel da sociedade civil em relação aos avanços observados?

A sociedade civil desempenha um papel crucial como observador, além de implementar boas práticas na gestão de direitos humanos. Existem muitos atores que monitoram situações de violações de direitos humanos e publicam classificações de transparência. Um dos relatórios mais reconhecidos e endossados é o *Corporate Human Rights Benchmark (CHRB)* das Nações Unidas, que faz um ranking público sobre o desempenho em direitos humanos das maiores empresas do mercado. A primeira edição deste ranking foi publicada em março de 2017, aplicando a metodologia

às 100 principais empresas de diferentes setores, como: indústria têxtil, agrícola e extrativa. A cada ano, a CHRB busca expandir o universo de análises para se qualificar para as 500 empresas mais representativas. Além disso, a ONU desempenha um papel muito importante na promoção, conscientização e disseminação de boas práticas com iniciativas como o Fórum de Negócios e Direitos Humanos, organizado pelo escritório do Alto Comissariado das Nações Unidas.

⁰¹ Nesse princípio está a noção de uma abordagem abrangente ou de prevenção, preparação, resposta e recuperação (PPRR) para gerenciar emergências e desastres.

⁰² Os UNGPs não introduzem novas obrigações internacionais, mas procura fornecer instrumentos para governos, empresas e outros atores, garantirem o respeito pelos direitos humanos nas atividades comerciais. Nele são incorporados os três pilares, ligados ao PPRR: Proteção (como um dever do Estado), Respeito (como uma responsabilidade das Organizações) e Soluções/Remédio (como algo a ser acessado pelas vítimas).

Em geral, como as empresas podem contribuir para o alcance dos ODS? Quais os maiores avanços e desafios?

Na Fundação SERES, trabalhamos com mais de 25 empresas em nosso Laboratório de Direitos Humanos para colaborar na inclusão de Direitos Humanos em sua agenda. Verificamos que ODS e o PPRR⁰¹ são dois lados da mesma moeda. A aplicação do *United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights – UNGPs*⁰² fornece uma metodologia rigorosa para trabalhar positivamente no impacto das empresas nas comunidades. Ao mesmo tempo, os ODS introduzem o conceito em termos de oportunidade e, portanto, incentivam as empresas a avançar com esses objetivos.

Atualmente, no Laboratório de Direitos Humanos da SERES, estamos trabalhando com as empresas para identificar os principais itens de direitos humanos relacionados aos ODS e, também, para identificar quais são os departamentos das empresas que devem trabalhar para desenvolver esses tópicos. Um desafio importante a considerar é que uma linguagem comum precisa ser estabelecida entre as diferentes áreas ou unidades de negócios.

Na SERES, nossas empresas trabalham para implementar os ODS mais alinhados às suas atividades. As empresas espanholas estão realmente envolvidas em contribuir com essa agenda internacional para trazê-la para o seu *core business*. E a importância dos direitos humanos nas organizações será crucial para as empresas que desejam ser responsáveis e bem-sucedidas no futuro.

GARCIA, Lucila; ALIAGA, Cristina. Fundación SERES. Madri, 2019.

Atuação social obrigatória

Além da atuação voluntária, dois terços das empresas do grupo executaram ou se envolveram em projetos econômicos que incluem a obrigatoriedade legal de realizar ações socioambientais voltadas para as comunida-

des³⁰. Durante o período analisado pelo BISC, os recursos envolvidos nessa modalidade de atuação foram praticamente do mesmo porte ou maior do que aqueles destinados às ações voluntárias. Em 2018, o montante das aplicações compulsórias, captado na pesquisa, foi

³⁰ Na pesquisa BISC os recursos destinados voluntariamente a projetos sociais de finalidade pública são tratados no campo dos investimentos sociais e aqueles desenvolvidos em caráter obrigatórios são considerados como aplicações sociais e tratados em capítulo específico. Tal distinção tem por objetivo evitar confusões entre essas duas formas de atuação de origem tão distintas. As aplicações sociais abrangem apenas os projetos que são desenvolvidos devido a imposições legais, a atos administrativos ou decisão judicial, incluindo as obrigações decorrentes de licenciamento ambiental e Termos de Ajustamento de Conduta.

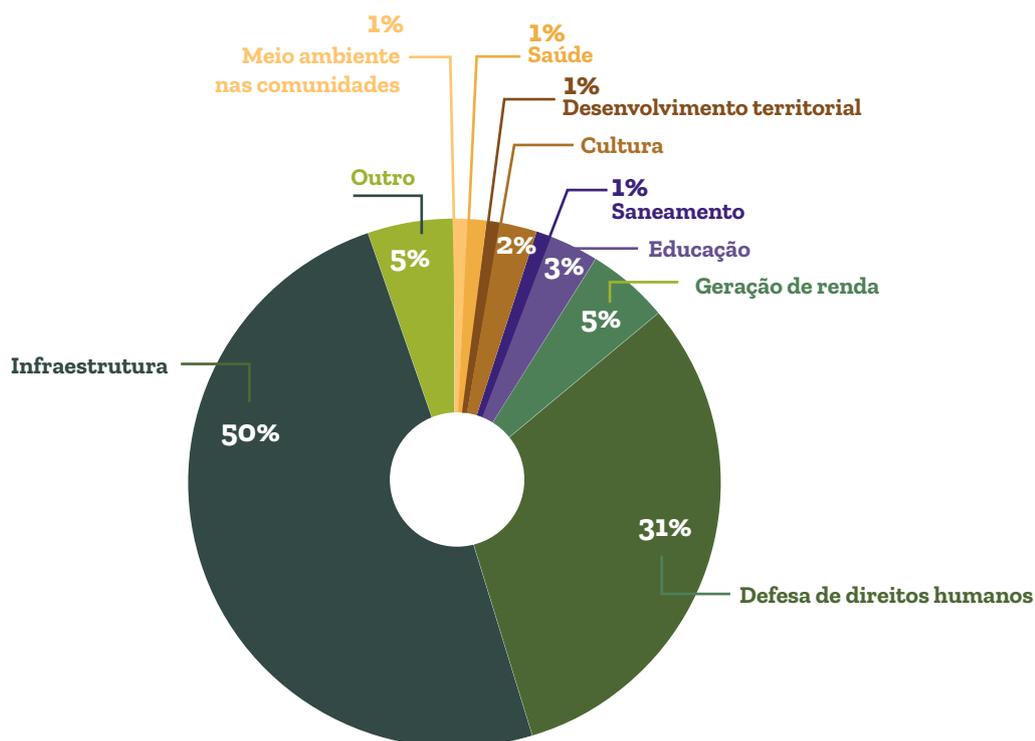
2% menor do que o valor destinado aos investimentos sociais³¹.

O potencial de complementaridade entre as ações obrigatórias e voluntárias se revela, por exemplo, na alocação dos recursos. Em caráter compulsório, os investimentos concentram-se em atividades que são essenciais para a promoção do bem-estar social das comunidades, como infraestrutura e defesa de direitos humanos que juntas absorveram 81% do total aplicado em 2018 (Gráfico 74). Por outro lado, conforme anteriormente apresentado, essas duas áreas receberam uma parcela muito pequena dos recursos investidos voluntariamente, ou seja, apenas 3%.

Merece ser destacado o fato de que o item de defesa de direitos humanos tenha ficado em segundo lugar na distribuição das aplicações obrigatórias, absorvendo 31% do total dos recursos investidos. Tal resultado corrobora as afirmações anteriores de que o tema está mais presente no campo da gestão dos negócios do que na política de investimentos sociais das empresas. Uma hipótese plausível para explicar tal resultado é a de que a distribuição dessas aplicações compulsórias é definida por meio de um processo de negociações com diversos atores, no qual se destacam lideranças comunitárias locais e movimentos sociais, dentre outros.

GRÁFICO 74

Por região, como se repartem os recursos aplicados em ações sociais obrigatórias?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

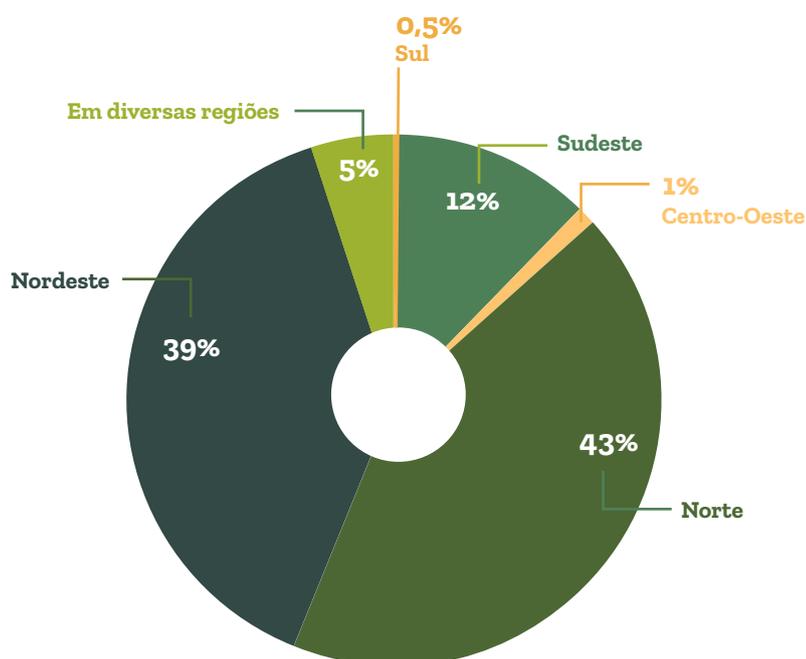
³¹ As informações sobre o total dos valores aplicados, em caráter compulsório, ficaram prejudicadas nessa edição do BISC porque apenas 55% das empresas forneceram os dados e, ainda assim, 60% delas admitem que o volume de recursos informados possa estar subestimado. A dificuldade de dimensionar tais aplicações decorre do fato de que na maioria das empresas a responsabilidade pela condução dessas atividades está dispersa em diversas unidades da organização.

A análise da distribuição espacial dos recursos aplicados, em caráter obrigatório, revela também resultados bastante distintos daqueles observados nos investimentos sociais voluntários. Os dados apresentados no Gráfico 75 indicam que as regiões Norte e Nordeste absorveram 82% dos recursos aplicados compulsoriamente,

em contraposição aos 26% dos recursos alocados de forma voluntária. A localização dos empreendimentos econômicos das empresas que forneceram informações sobre as aplicações compulsórias pode explicar essa concentração em regiões do País que são reconhecidamente mais carentes.

GRÁFICO 75

Por região, como se repartem os recursos aplicados em ações sociais obrigatórias?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

O acompanhamento das aplicações sociais obrigatórias foi introduzido no BISC a partir de 2010, pautado na falta de informações disponíveis sobre o tema e nas menções, por parte de lideranças das próprias empresas, de que “essas ações são, em boa parte, realizadas de forma paralela aos investimentos voluntários e vistas com certa má vontade, como formalidades contratuais e burocráticas impostas aos investimentos econômicos”³². Essas constatações destacaram a importância de aprofundar esse tema, buscando informações mais precisas, por

exemplo, sobre o volume dessas aplicações, as formas como os recursos são utilizados e a interação entre as equipes que cuidam das áreas sociais e das áreas operacionais das empresas. O objetivo tem sido o de provocar a reflexão e o debate sobre as alternativas de melhorar a qualidade das aplicações obrigatórias e ampliar seus benefícios.

Do início desta década para cá, diversos avanços na área foram captados na pesquisa, cabendo destacar a busca de complementaridade entre

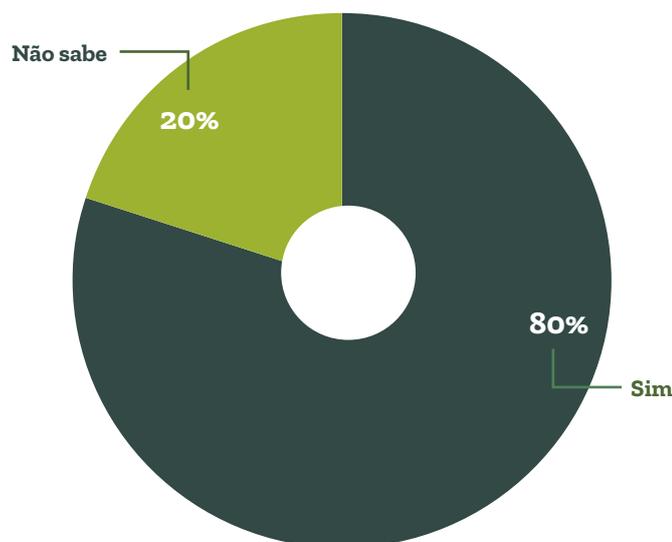
³² Ver: Relatório BISC de 2010. Comunitas, São Paulo, 2010. Disponível em: <<https://bisc.org.br/publicacoes/>>

essas duas formas de atuação, que ganha força na esteira do alinhamento dos investimentos sociais aos negócios. Assim é que, em 2019, por exemplo, 80% das empresas assinalaram que

adotam na condução das ações sociais obrigatórias, em toda extensão possível, medidas análogas às que aplicam no caso dos investimentos sociais voluntários (Gráfico 76)³³.

GRÁFICO 76

Nas aplicações sociais obrigatórias a empresa adota, em toda extensão possível, medidas análogas às que pratica em relação aos investimentos voluntários?



Obs.: essa questão consta do questionário ISE 2018 (SOC 20) e da GRI Standards 203-1 e 203-2

Fonte: BISC, 2019. Comunitas

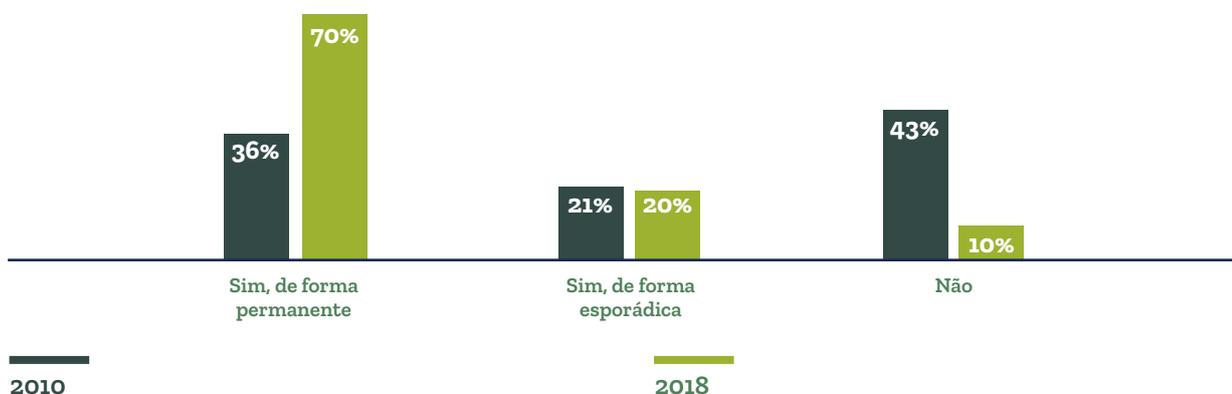
Vale ressaltar que os resultados do BISC também têm evidenciado, ao longo das suas diversas edições, que as equipes que cuidam dos investimentos sociais voluntários estão cada vez mais próximas das equipes que cuidam das aplicações obrigatórias. Nesse sentido, os últimos dados surpreendem: em 2018, o percentual de empresas em que as equipes da área social

se envolvem de forma permanente na gestão das ações obrigatórias chegou a 70%, enquanto em 2010 ele era de apenas 36%. Por outro lado, em 43% das empresas não ocorria qualquer tipo de interação entre as equipes em 2010, mas atualmente esse distanciamento só foi observado em 10% delas (Gráfico 77).

³³ Vale mencionar que para responder a essa questão foi solicitado ao grupo que considerasse “os elementos fundamentais intrínsecos ao conceito de investimento social privado que podem ser assim resumidos: a preocupação com planejamento, monitoramento e avaliação dos projetos; a estratégia voltada para resultados sustentáveis de impacto e transformação social; e o envolvimento da comunidade no desenvolvimento da ação”, segundo consta do glossário do Índice de Sustentabilidade Empresarial de 2018, de onde foi extraída essa questão.

GRÁFICO 77

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



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Em que atividade as equipes que cuidam da gestão da área social mais contribuem para a gestão das aplicações obrigatórias? Comparando com os resultados do BISC de 2013, onde tais informações foram levantadas pela primeira vez, observa-se que é no diálogo com as comunidades e no acompanhamento da implantação dos projetos que essa contribuição tem ocorrido de forma mais expressiva.

No entanto, o que os novos resultados revelam de mais interessante é que a participação dos gestores sociais foi fortalecida, na medida em que passam a contribuir bem mais em novas atividades muito relevantes, por exemplo, nas audiências públicas (56%), no planejamento das ações (89%) e na elaboração dos relatórios de acompanhamento (89%) (Gráfico 78).

GRÁFICO 78

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



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

3.3

EM QUE MEDIDA OS INVESTIMENTOS SOCIAIS ESTÃO INSERIDOS NA POLÍTICA CORPORATIVA DE DIREITOS HUMANOS?



Na esteira do processo de alinhamento dos investimentos sociais às estratégias de gestão dos negócios, cabe explorar em que medida tais investimentos estão também se inserindo na política corporativa de direitos humanos. Vale mencionar que as equipes que cuidam dos investimentos sociais já sinalizaram dificuldades em garantir que diferentes unidades da empresa apoiem essa proposta de alinhamento e incorporem os objetivos sociais nas suas práticas de negócios³⁴. No entanto, em se tratando dos direitos humanos, os dados revelam que o tema já foi incorporado internamente na gestão dos negócios. Ademais, são amplas as possibilidades de interação entre as atividades inerentes ao campo da atuação social e o da defesa dos direitos humanos das comunidades, nos moldes previstos na política de sustentabilidade das empresas. Assim, cabe indagar se pela vertente dos direitos humanos não seria mais factível integrar os investimentos sociais às estratégias dos negócios. Pelas informações captadas até o momento, isso não foi observado.

Os resultados extraídos do BISC revelam que em apenas 36% das empresas os investimentos sociais são parte integrante da política corporativa de direitos humanos, e em outro um terço delas as equipes sequer souberam responder a tal indagação (Gráfico 79). O desconhecimento do tema, associado ao fato de que 21% das empresas tenha declarado a intenção de avançar nesse alinhamento, reforça a importância de se continuar aprofundando a reflexão a respeito, explorando as possibilidades de avanços futuros nesse processo de integração. O BISC se propõe a contribuir com o grupo nessa tarefa.

GRÁFICO 79

Em que medida a política de investimentos sociais está inserida na política corporativa de direitos humanos?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

³⁴ Ver: Relatório BISC 2017. Comunitas, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://bisc.org.br/publicacoes/>>.

3.4

COMO A PAUTA DOS DIREITOS HUMANOS SE INSERE NA CONDUÇÃO DOS INVESTIMENTOS SOCIAIS?



Os resultados do BISC sinalizam que a pauta de direitos humanos está mais presente na política interna e na gestão dos negócios do que na política de investimentos sociais das empresas. Conforme anteriormente apresentado, em 67% das organizações essa pauta está expressamente contemplada nos seus compromissos corporativos com o desenvolvimento sustentável. No entanto, quando se trata da atuação no campo social, apenas 21% delas avaliam que essa área está adequadamente incorporada à sua política de investimento social, isto é, que a promoção dos direitos humanos se configura como linha condutora dos projetos sociais, explicitada nos seus objetivos, no processo de planejamento das atividades e nos resultados almejados (Gráfico 80).

Solicitou-se também ao grupo, que observasse se a proteção dos direitos humanos está explicitada na agenda dos investimentos sociais, mesmo que não se configure como uma linha condutora da atuação da empresa. Tal situação foi assinalada por 36% das empresas e, mais uma vez, os dados apontam que há espaços importantes para avanços na atuação dos participantes do BISC, quando a pauta se refere aos direitos humanos. Esses resultados explicam, em parte, as críticas de diferentes estudiosos do tema com respeito à não incorporação da pauta dos direitos humanos à agenda dos investimentos sociais.

GRÁFICO 80

Na percepção dos gestores sociais, a dimensão dos direitos humanos está adequadamente incorporada na política de investimentos sociais da empresa?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Não obstante o fato de que em 43% das empresas a defesa dos direitos humanos não esteja explicitada em qualquer documento oficial, grande parte das ações desenvolvidas pelo grupo se relaciona com essa causa. Assim é que

diversos temas inseridos na pauta dos direitos humanos adotada pelo *International Human Rights Funders Group*³⁵, por exemplo, são contemplados na atuação social do Grupo BISC. Conforme pode ser observado no Gráfico 81,

³⁵ Disponível em: www.cof.org/organization/international-human-rights-funders-group

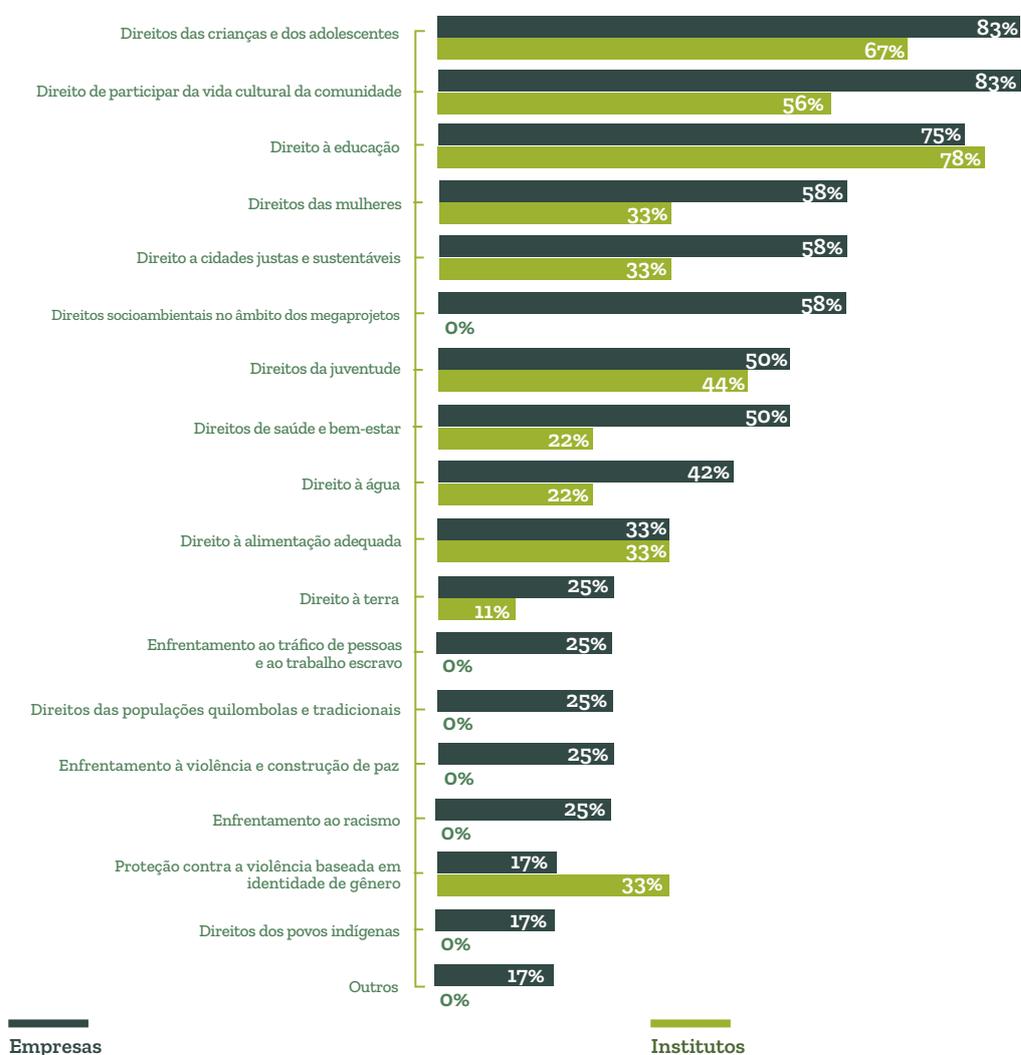
mais de 70% das empresas e de 50% dos institutos possuem projetos que de alguma forma contribuem para a promoção dos direitos das crianças e dos adolescentes; do direito à educação; e do direito à participação na vida cultural das comunidades³⁶.

Duas outras observações merecem ser destacadas em relação ao mesmo Gráfico 81: a primeira é que os temas estão mais presentes na atuação direta da empresa do que na atuação dos insti-

tutos. Esse resultado é coerente com as afirmações anteriores de que essa pauta já está mais presente na gestão dos negócios, e isso de certa forma se estende ao campo da sua atuação social. A segunda observação é a de que pautas importantes para a promoção de uma sociedade mais justa, como a defesa de minorias e grupos socialmente mais vulneráveis (ex.: quilombolas e indígenas), ou uma sociedade mais pacífica (ex.: combate à violência e construção de paz), ainda são pouco presentes na atuação do grupo.

GRÁFICO 81

Em relação à pauta dos direitos humanos, quais dos itens são contemplados na atuação social da empresa?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

³⁶ Os conceitos de cada um dos itens apresentados no Gráfico 81 foram extraídos da International Human Rights Funders Group e apresentados aos respondentes no Manual de Orientações que acompanha o questionário BISC.

Quais estratégias são adotadas pelo setor privado para conduzir os projetos voltados à promoção dos direitos humanos? Vale mencionar que os resultados apresentados no Gráfico 82 representam melhor o comportamento das empresas, posto que poucos institutos responderam a essa questão. No entanto, o que mais surpreende nesses dados é o fato de que 54% dos participantes possuem projetos próprios nessa área, e que quase a metade deles (46%) apoia institucionalmente organizações que se dedicam à defesa dos direitos. Seria necessário

que o BISC aprofundasse o conhecimento sobre essa atuação em edições futuras.

Por outro lado, é também interessante observar que a maior parte das empresas (69%) participa de espaços públicos que buscam promover a defesa dos direitos humanos, ainda que a contribuição para a formulação e a implementação de políticas públicas na área tenha sido muito reduzida. O papel das empresas e as possibilidades de apoio às políticas públicas na área são temas explorados mais adiante, nesse relatório.

GRÁFICO 82

Para promover a defesa dos direitos humanos, quais estratégias são adotadas pelas empresas do Grupo BISC?



Fonte: BISC, 2019. Comunidas

Conforme anteriormente mencionado, a defesa dos direitos das crianças e dos adolescentes se sobressai entre o elenco de atividades desenvolvidas pelo grupo. E o que fazem as empresas nessa área? Uma alternativa explorada nesta

edição da pesquisa refere-se ao combate à exploração sexual de crianças e adolescentes, e os resultados apontam que 71% das empresas estabeleceram compromissos formais com essa causa (Gráfico 83).

GRÁFICO 83

A empresa possui compromisso formal relativo ao combate à exploração sexual de crianças e adolescentes?



Obs.: essa questão consta do questionário ISE 2018 (SOC 2.4) e da GRI Standards 408-1

Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Entre as atividades desenvolvidas para combater a exploração sexual de crianças e adolescentes destacam-se, pela alta frequência, as ações preventivas de educação, de sensibilização e de qualificação de profissionais que atuam na área, que são realizadas por mais da metade das empresas, conforme pode ser observado no Gráfico 84. Já outras atividades correlatas e relevantes para proteger esse grupo da população ainda são desenvolvidas por

um percentual pequeno de empresas (menos de 20%), a exemplo do apoio ao aprimoramento dos mecanismos de denúncia, notificação e investigação de ocorrências de violência sexual; do apoio ao acesso de crianças e adolescentes às tecnologias de informação e comunicação e à navegação segura na internet; e da produção de conhecimento sobre a violência sexual de crianças e adolescentes.

GRÁFICO 84

O que as empresas fazem em prol do combate à exploração sexual de crianças e adolescentes?



Obs.: as alternativas listadas nesse gráfico foram extraídas do Plano Nacional de Enfrentamento da Violência Sexual contra Crianças e Adolescentes

Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Para investir na área dos direitos humanos, a maior parte das empresas (56%) optou atuar por meio do apoio às organizações sem fins lu-

crativos. Não obstante, é interessante observar que 44% delas executam diretamente seus projetos (Gráfico 85).

GRÁFICO 85

Quais as estratégias adotadas pelas empresas do Grupo BISC para implementar as ações de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

3.5 COMO OS INVESTIMENTOS SOCIAIS ESTÃO SINTONIZADOS COM AS POLÍTICAS PÚBLICAS VOLTADAS PARA A DEFESA DOS DIREITOS HUMANOS?

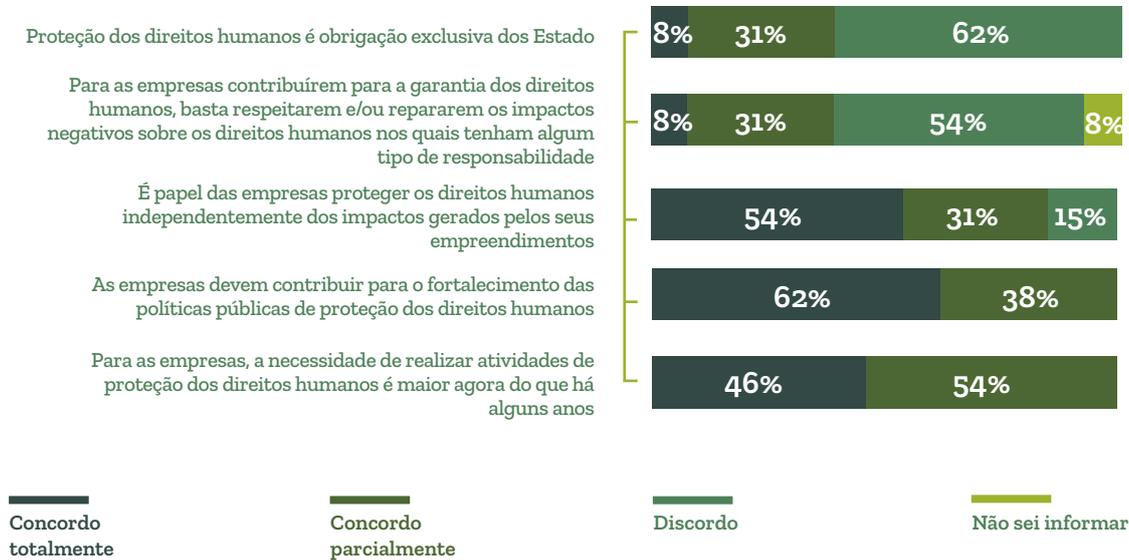


Antes de responder à questão sobre as possibilidades de alinhamento dos investimentos sociais às políticas públicas de direitos humanos, cabe observar como as empresas do grupo avaliam o protagonismo a ser desempenhado pelo setor privado em relação a essa causa. Considerando a visão dos gestores sociais, são boas as perspectivas de comprometimento das empresas com o engajamento público em prol da defesa dos direitos humanos.

Os resultados captados no BISC apontam para o reconhecimento generalizado de que as empresas devem ser parte integrante do esforço nacional de construção de uma sociedade mais justa e, portanto, menos discriminatória. Assim é que a maioria (54%) dos respondentes concorda totalmente com a afirmação de que é papel das empresas proteger os direitos humanos, independentemente dos impactos gerados pelos seus empreendimentos, e 62% consideram que elas devem contribuir para o fortalecimento das políticas públicas dessa área. Por outro lado, o mesmo percentual de respondentes (62%) discorda da afirmação de que a proteção dos direitos humanos é obrigação exclusiva do Estado (Gráfico 86).

GRÁFICO 86

Na percepção do Grupo BISC, qual o papel das empresas em relação à proteção dos direitos humanos?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Tendo em vista o reconhecimento do grupo sobre a importância de contribuir para o fortalecimento das políticas públicas de proteção dos direitos humanos, cabe identificar em que medida os objetivos inerentes aos investimentos sociais das empresas estão sintonizados com os objetivos estratégicos do Programa Nacional de Direitos Humanos (PNDH-3). Esse Programa, que já se encontra na sua terceira edição, foi desenhado tomando como referência a Constituição de 1988, bem como as recomendações de uma convenção realizada em Viena (1993), na qual foi recomendado aos Estados-membros das Nações Unidas que constituíssem programas nacionais de direitos humanos³⁷. O Brasil foi um dos primeiros países a promover essa formulação. No ano de 1996, foi lançada uma primeira versão, e nas versões seguintes (2002 e 2010) ele foi sendo aprimorado e sua abrangência progressivamente ampliada.

Independentemente da prioridade que possa receber de diferentes governos, tal Programa resulta de uma ampla consulta à sociedade e reúne as principais orientações sobre as ações a serem implementadas para promover e garantir os direitos humanos na sociedade brasileira. O que se buscou nessa edição do BISC foi selecionar, dentre um elenco de 82 objetivos estratégicos estabelecidos no PNDH-3³⁸, aqueles potencialmente mais próximos à atuação social das empresas e solicitar ao grupo que indicasse se possuem, ou não, projetos cujos objetivos se sintonizam com a lista apresentada.

O que mostram os resultados captados? Considerando os objetivos dos seus projetos sociais, as empresas identificaram sintonia com vários objetivos estratégicos do Programa Nacional dos Direitos Humanos (PNDH-3), especialmente nas áreas de desenvolvimento com

³⁷ Cabe registrar que o Brasil já havia aderido ao Pacto Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais (PIDESC), lançado pelas Nações Unidas, em 1966. O País ratificou esse Pacto em 1992. Ver: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0591.htm>.

³⁸ O PNDH-3 está estruturado em seis eixos orientadores, subdivididos em 25 diretrizes, 82 objetivos estratégicos e 521 ações programáticas.

inclusão, educação, meio ambiente, cultura, lazer e esportes. Por outro lado, temas como a garantia e o fortalecimento de agricultura familiar e agroecológica ou redução da violência motivada por diferenças de gênero, raça ou etnia, idade, orientação sexual e situação de vulnerabilidade, por exemplo, são contemplados por menos de 40% das organizações (Gráfico 87).

Novamente se observa que as empresas possuem mais projetos sociais sintonizados com os objetivos da defesa dos direitos humanos do que os institutos e, em alguns casos, o percentual delas chega ser duas vezes maior. Isso é o que se verifica, por exemplo, em relação à promoção e à proteção dos direitos ambientais; à garantia do direito a cidades inclusivas e sustentáveis; à valorização da pessoa idosa e à promoção de sua participação na sociedade; e à promoção e à proteção dos direitos das pessoas com deficiência.

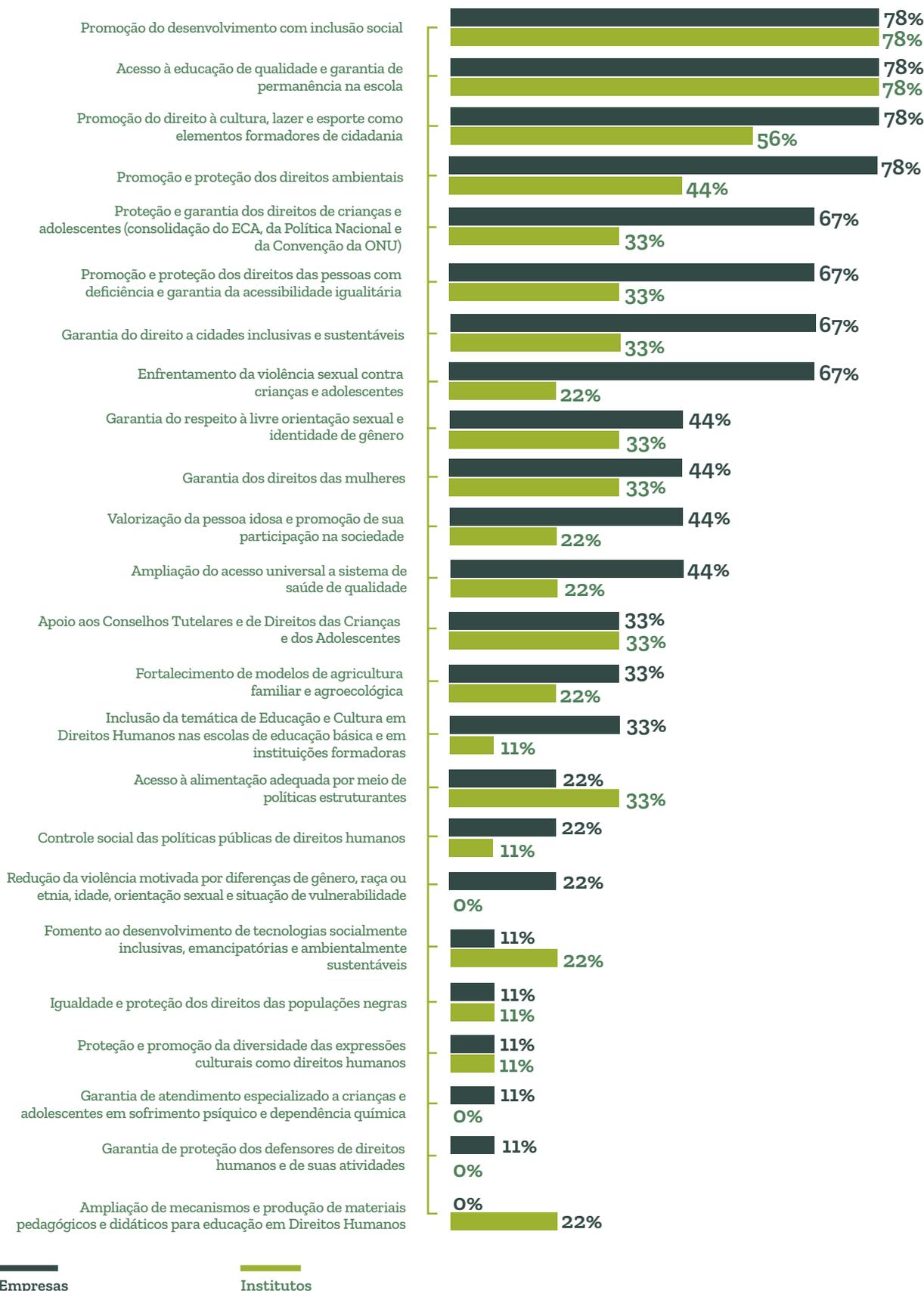
Considerando o alto percentual de empresas e institutos que atuam na área da educação,

expansão de atividades voltadas para a ampliação de mecanismos e produção de materiais pedagógicos e didáticos para educação em direitos humanos e para a inclusão da temática de educação e cultura em direitos humanos nas escolas de educação básica e em instituições formadoras, visto que tais atividades são assinaladas por muito poucas organizações, conforme se observa no Gráfico 87.

Em relação à defesa dos direitos de grupos específicos da população, o segmento mais atendido pelo Grupo BISC, é o infantojuvenil. Não obstante, quando a questão se refere especificamente à proteção e à garantia dos direitos de crianças e adolescentes, por meio da consolidação das diretrizes nacionais do Estatuto da Criança e do Adolescente, da Política Nacional de Promoção, Proteção e Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente e da Convenção sobre os Direitos da Criança da ONU, apenas 33% dos institutos identificam sintonia com os seus projetos, *versus* 67% das empresas.

GRÁFICO 87

As empresas possuem projetos sociais cujos objetivos são sintonizados com os objetivos estratégicos do Programa Nacional dos Direitos Humanos (PNDH-3), listados abaixo?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

3.6

QUAIS OS MAIORES DESAFIOS PARA AMPLIAR A DIMENSÃO DOS DIREITOS HUMANOS NOS INVESTIMENTOS SOCIAIS E ALINHÁ-LOS À GESTÃO DOS NEGÓCIOS?



A dificuldade de ampliar o engajamento em prol da defesa dos direitos humanos, não só das empresas, mas de diversos setores da sociedade, pode ser atribuída, em parte, ao fato de que no Brasil direitos humanos são frequentemente associados a questões ideológicas ou à defesa de quem não merece. Resultados da pesquisa realizada pela Ipsos³⁹, anteriormente mencionada, ilustram essa afirmação: “dois, em cada três entrevistados acreditam que os direitos humanos defendem mais bandidos que vítimas”.

É relevante destacar que os resultados do BISC sinalizam a mesma tendência. Indagados sobre os principais desafios para ampliar a dimensão dos direitos humanos nos investimentos sociais e alinhá-los à gestão dos negócios, 54% dos respondentes concordam totalmente com a alternativa: “mudar a visão negativa de que os direitos humanos beneficiam mais quem não merece”, em outras palavras, que defendem mais os criminosos do que as vítimas. Ademais, as dificuldades não se limitam a essa questão. A maioria dos gestores sociais ainda concorda totalmente com as afirmações: “convencer os atores internos à empresa de que a causa dos direitos humanos é de todos, independentemente de ideologia

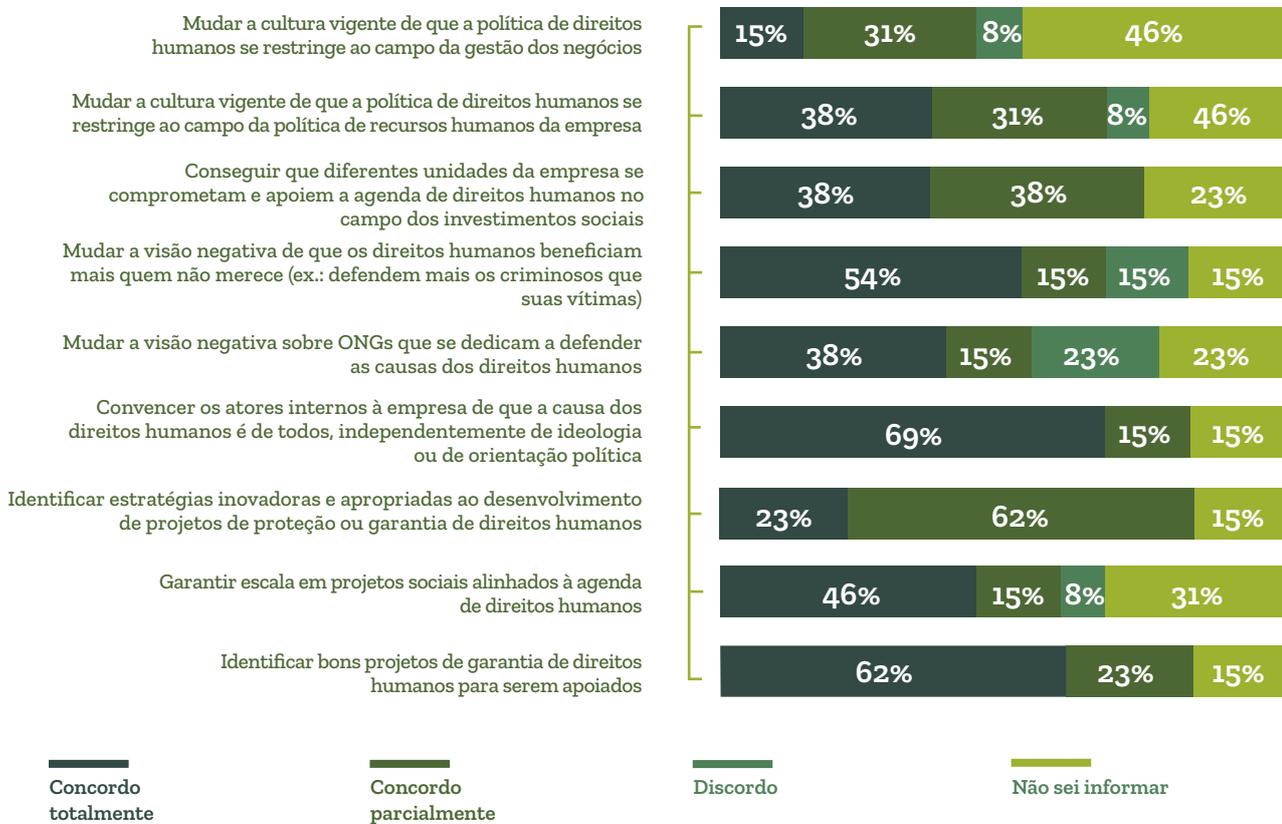
ou de orientação política” (69%); e “identificar bons projetos de garantia de direitos humanos para serem apoiados” (62%) (Gráfico 88).

Não obstante, os resultados obtidos nessa questão sinalizam que apesar dos desafios assinalados há espaço para se fortalecer as relações entre as práticas sociais e as práticas de gestão corporativa. Por exemplo, apenas 15% concordam totalmente com a necessidade de “conseguir que diferentes unidades da empresa se comprometam e apoiem a agenda de direitos humanos no campo dos investimentos sociais” ou de “mudar a cultura vigente de que a política de direitos humanos se restringe ao campo da política de recursos humanos da empresa” (38%).

³⁹ A pesquisa “Human Rights in 2018 – Global Advisor” da Ipsos foi feita em 28 países, incluindo o Brasil, com 23,2 mil entrevistados, entre os dias 25 de maio e 8 de junho. No Brasil foram entrevistadas 1.200 pessoas nas cinco regiões do País. In: <<https://www.ipsos.com/pt-br/63-dos-brasileiros-sao-favor-dos-direitos-humanos>>.

GRÁFICO 88

Na opinião dos gestores, quais os desafios para fortalecer as relações entre as práticas sociais de direitos humanos e as práticas de gestão corporativa?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Assim, em que pesem os desafios a serem enfrentados, esses e outros resultados captados no BISC sinalizam que muito já vem sendo feito nessa área pelos participantes do BISC e que vale investir em avanços futuros. Essa pauta é fundamental para ampliar a dimensão e os resultados dos investimentos sociais e vem ao encontro às demandas de uma sociedade mais justa. Vale ressaltar que a referida pesquisa da Ipsos detectou também que 63% dos brasileiros são a favor dos direitos humanos, apesar das discordâncias em relação à maneira como são aplicados. Entre os entrevistados com idade entre 25 e 34 anos, o índice de aprovação chegou a 70%. Cabe, pois, às empresas ajudar a descon-

truir a imagem negativa em relação ao tema e mostrar que, por meio dos investimentos sociais as organizações, podem contribuir efetivamente para a garantia à dignidade para todos os seres humanos, independentemente de raça, sexo, nacionalidade, etnia, idioma, religião ou qualquer outra condição.

Nesse sentido, provocados a sugerir sobre o que fazer para valorizar a dimensão dos direitos humanos na condução dos investimentos sociais, alguns respondentes apresentaram as seguintes observações:

“Elaborar uma estratégia de investimento socioambiental que priorize projetos e /ou ações que valorizem o acesso à educação e à saúde de qualidade, que repudiem trabalho escravo e infantil, que proporcionem a inclusão de grupos minoritários”.

“Priorizar projetos que estejam ligados ao tema, empoderando pessoas para a construção do futuro”.

“A política da empresa está sendo revisada para considerar o viés dos direitos humanos na avaliação dos projetos”.

“A condução dos investimentos sociais e as pautas e os direitos humanos podem encontrar pontos de contato de efetividade quando pensarmos sistematicamente no cruzamento entre negócio e garantias de direitos, onde um potencializa o outro”.

“Entender, primeiramente, como essa pauta é conduzida na sociedade e na área empresarial e procurar construir e apoiar projetos que defendam essa garantia”.

“O Instituto (...) tem o papel de qualificar a atuação social das empresas do grupo. Nesse sentido, a equipe técnica do Instituto sempre deverá dar luz ao tema, demonstrando a sua importância para os profissionais de responsabilidade social das empresas e propondo soluções inovadoras que sejam atraentes ao negócio e impactem positivamente a agenda de direitos humanos nas localidades de atuação das empresas”.

3-7

COMO AVANÇA A ADESÃO DAS EMPRESAS EM RELAÇÃO À AGENDA 2030 PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL?

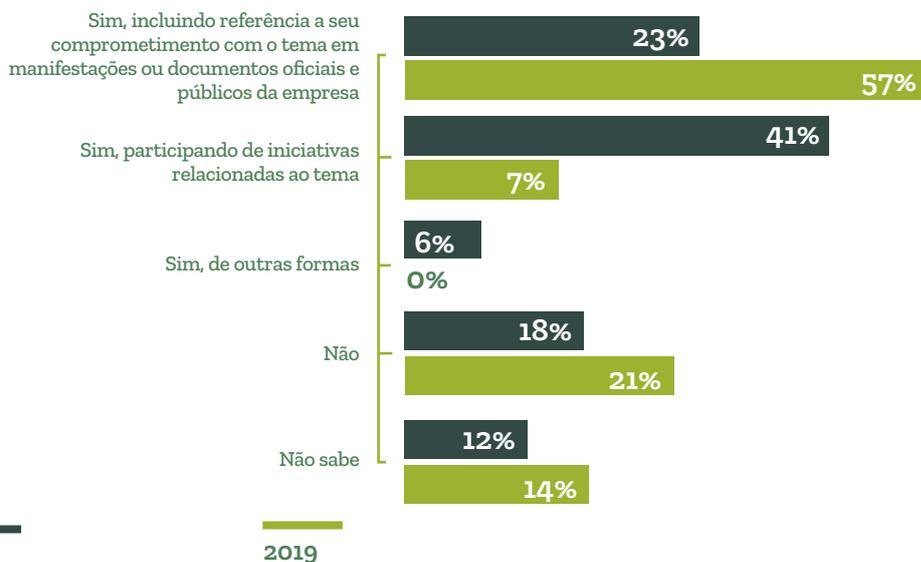


Em 2016, a pauta da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável foi introduzida no BISC e, desde então, a pesquisa tem procurado acompanhar como as empresas do grupo estão incorporando o compromisso com o alcance dos objetivos estabelecidos pelas Nações Unidas e ratificados pelos 193 Estados-membros, em setembro de 2015. Tal Agenda traduz-se num 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 (ODS) e 169 metas, cujo alcance requererá uma parceria global com o engajamento de todos – governos, sociedade civil, setor privado, academia, mídia e Nações Unidas.

O que dizem os dados da pesquisa sobre a adesão das empresas à Agenda 2030? Comparando os resultados de 2019 com aqueles obtidos em 2016, os resultados são muito positivos. Conforme pode ser observado nos dois gráficos a seguir, não só dobrou o percentual de empresas que já se comprometeram oficialmente com o alcance dos ODS (de 23% para 57%) (Gráfico 89), como triplicou o percentual daquelas que consideraram as perspectivas dos ODS como referência para a sua estratégia de negócios (de 18% para 57%) (Gráfico 90).

GRÁFICO 89

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



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 90

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



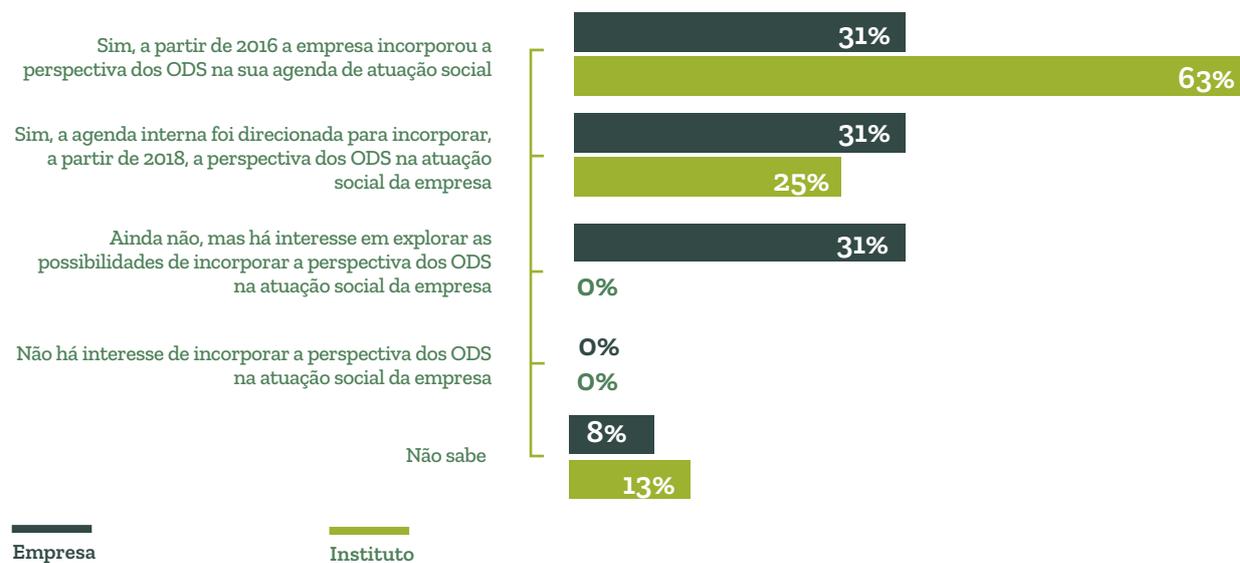
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Outras informações captadas no BISC revelam, ainda, que as questões abordadas nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável estão sendo rapidamente incorporadas como referência, também, para a definição das pautas dos investimentos sociais do grupo. Assim é que 62%

das empresas e 88% dos institutos assinalam ter incorporado as perspectivas dos ODS na agenda dos seus investimentos sociais, e, importante, nenhum dos gestores sociais respondeu não ter interesse nessa pauta global (Gráfico 91).

GRÁFICO 91

Na agenda de atuação social da empresa, a perspectiva dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) é considerada como referência?



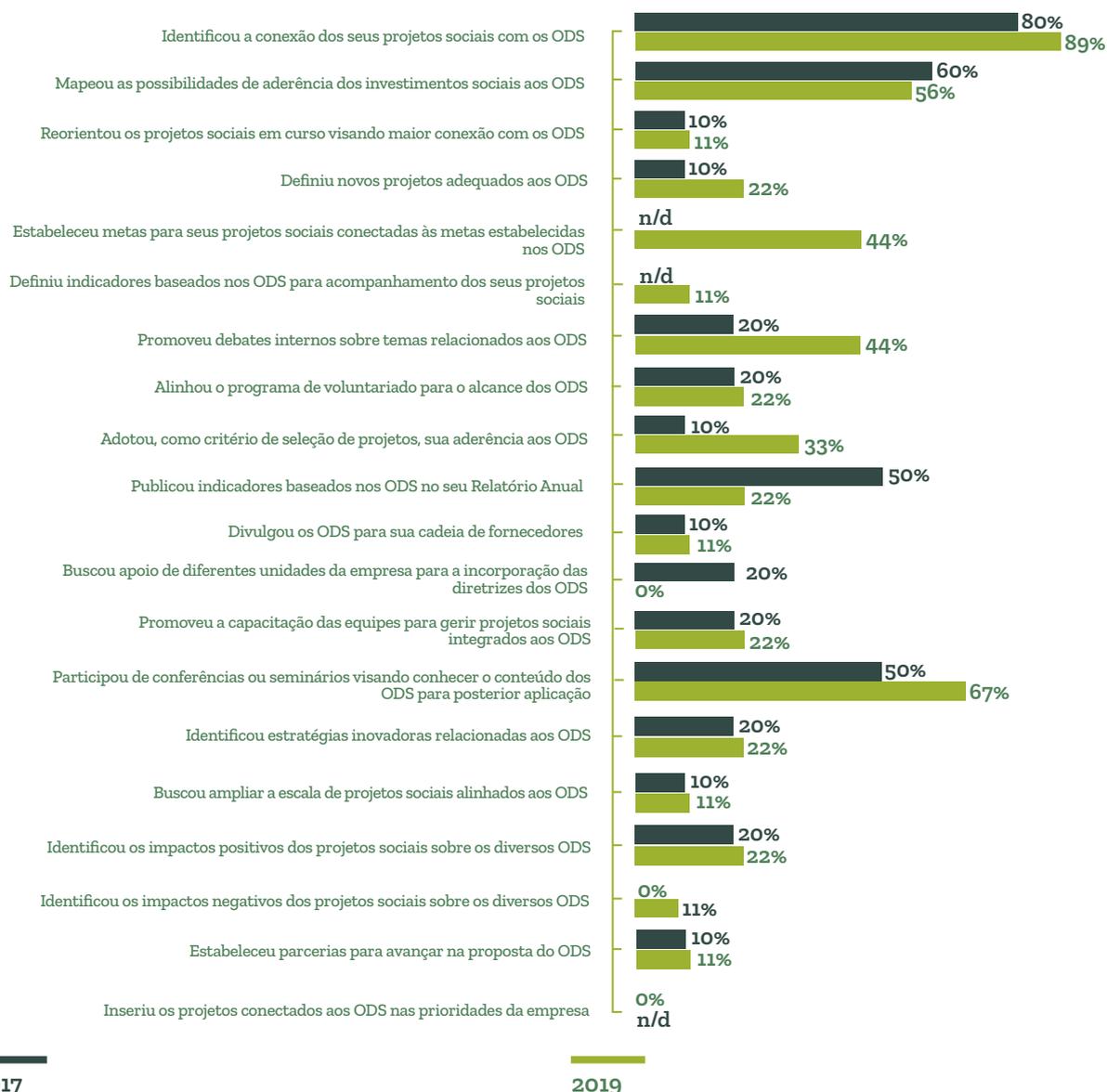
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Observando-se as iniciativas que vêm sendo adotadas pelas empresas e pelos institutos para incorporar as dimensões contempladas nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável à sua agenda dos investimentos sociais, conclui-se também que o grupo está avançando de forma consistente. Em geral, o grupo tem se dedicado, especialmente, em mapear os projetos em curso, identificar as possíveis conexões desses projetos com os 17 ODS e promover ou participar de debates internos e externos sobre o tema.

Uma análise um pouco mais detalhada dos resultados aponta que, nestes últimos três anos, cresceu o percentual de empresas que adotaram as diversas iniciativas listadas no Gráfico 92, merecendo destaque especial o fato de que 44% delas estabeleceram metas para os seus projetos sociais conectadas às metas dos ODS. Entre os institutos, conforme pode ser verificado pelos dados do Gráfico 93, os avanços foram ainda mais significativos. Nesse caso, vale ser ressaltado que 71% dos institutos promoveram capacitação de equipes para gerir projetos sociais integrados aos ODS e 57% deles publicaram indicadores baseados nos ODS.

GRÁFICO 92

Nos últimos anos, o que a empresa fez para incorporar a perspectiva dos ODS nos seus investimentos sociais?



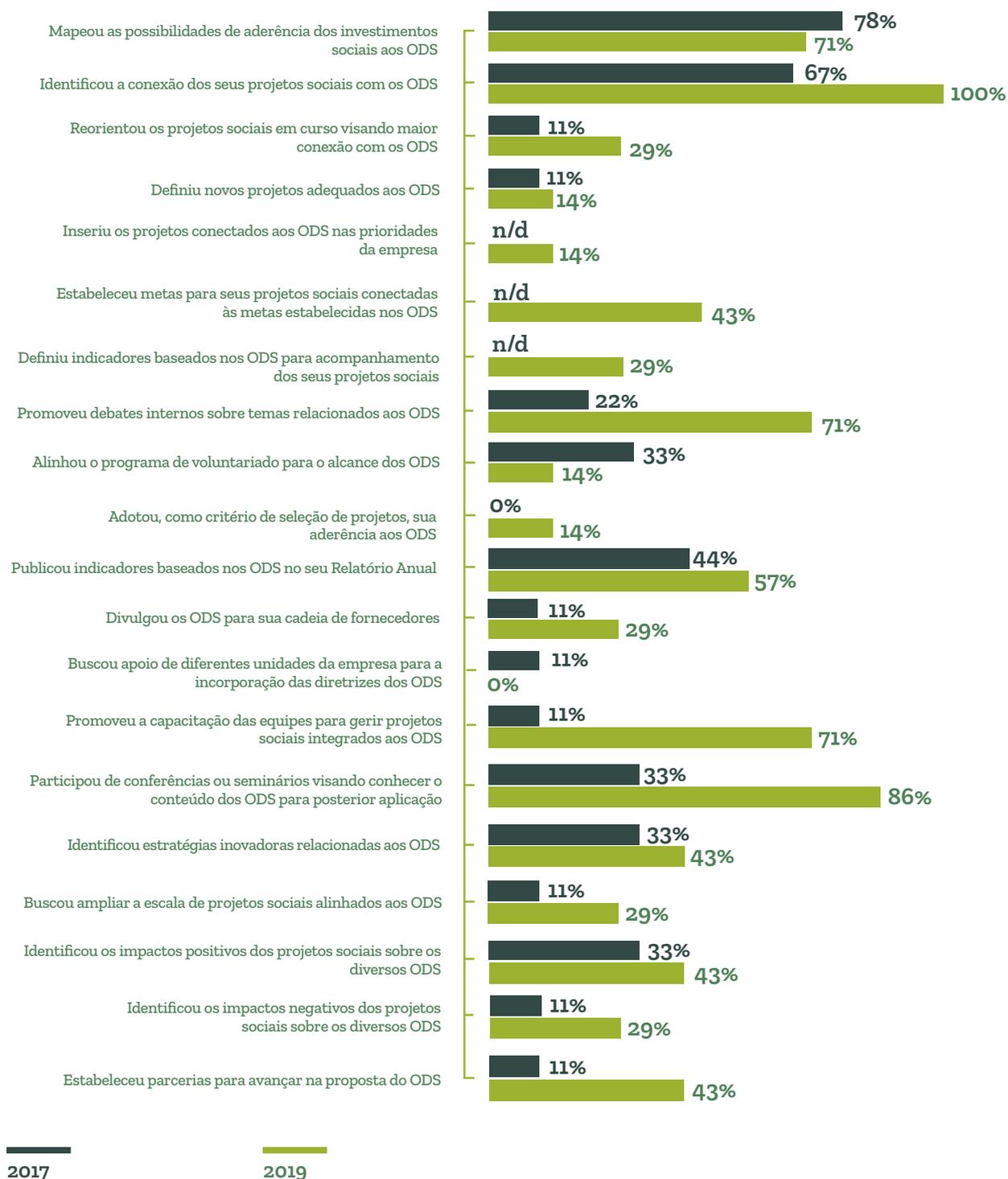
2017

2019

Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 93

Nos últimos anos, o que o *instituto* fez para incorporar a perspectiva dos ODS nos seus investimentos sociais?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Como os esforços empreendidos pelas empresas para incorporar a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável têm se refletido na condução dos investimentos sociais? Para responder a essa questão, buscou-se no BISC identificar em que medida os projetos sociais das empresas relacionam-se com os 17 ODS e, especialmente, quais deles já incorporaram as perspectivas da Agenda 2030⁴⁰. É na área da educação (ODS 4), das parcerias (ODS 17) e da promoção do crescimento econômico sustentável e geração de empregos dignos (ODS 8), nessa ordem, que se observa a maior presença de projetos sociais conectados aos ODS. Se, por um lado, mesmo nessas áreas os percentuais não são muito expressivos, por outro eles refletem avanços significativos se comparados com 2016. Assim é que, enquanto hoje 50% das empresas já possuem projetos de educação conectados às perspectivas da Agenda 2030, em 2016 esse percentual era de apenas 13%. Avanços também foram observados em relação às parcerias que, no mesmo período, passaram de 31% para 43%, e da geração do crescimento econômico e geração de emprego, que passou de 25% para 36%. Os resultados ora captados sinalizam, ainda, que as empresas têm sido cuidadosas em não considerar que todos os seus projetos sociais estão automaticamente conectados aos ODS (Gráfico 94).

Quais as maiores dificuldades que o grupo tem enfrentado para integrar os investimentos sociais aos ODS? Os desafios a serem enfrentados pelas empresas para avançar no alinhamento dos investimentos sociais aos ODS não são triviais. Conforme tem sido ressaltado em edições anteriores do BISC, essa conexão requer adotar diversas recomendações da ONU, tais como: garantir uma abordagem multissetorial no tratamento dos problemas sociais; e intensificar as

parcerias e considerar os impactos (positivos e negativos) na implementação de cada um dos projetos nos demais ODS. Conforme ressaltado na Agenda 2030, os 17 ODS estão correlacionados e têm como base o princípio da indivisibilidade dos direitos humanos, o qual embute a ideia de que nenhum direito pode ser integralmente alcançado sem que os outros também o sejam. Essa indivisibilidade evidencia a inadequação de buscar alcançar, isoladamente, cada um dos 17 Objetivos, uma vez que o desenvolvimento sustentável demanda a realização de todos eles de forma integrada e complementar.

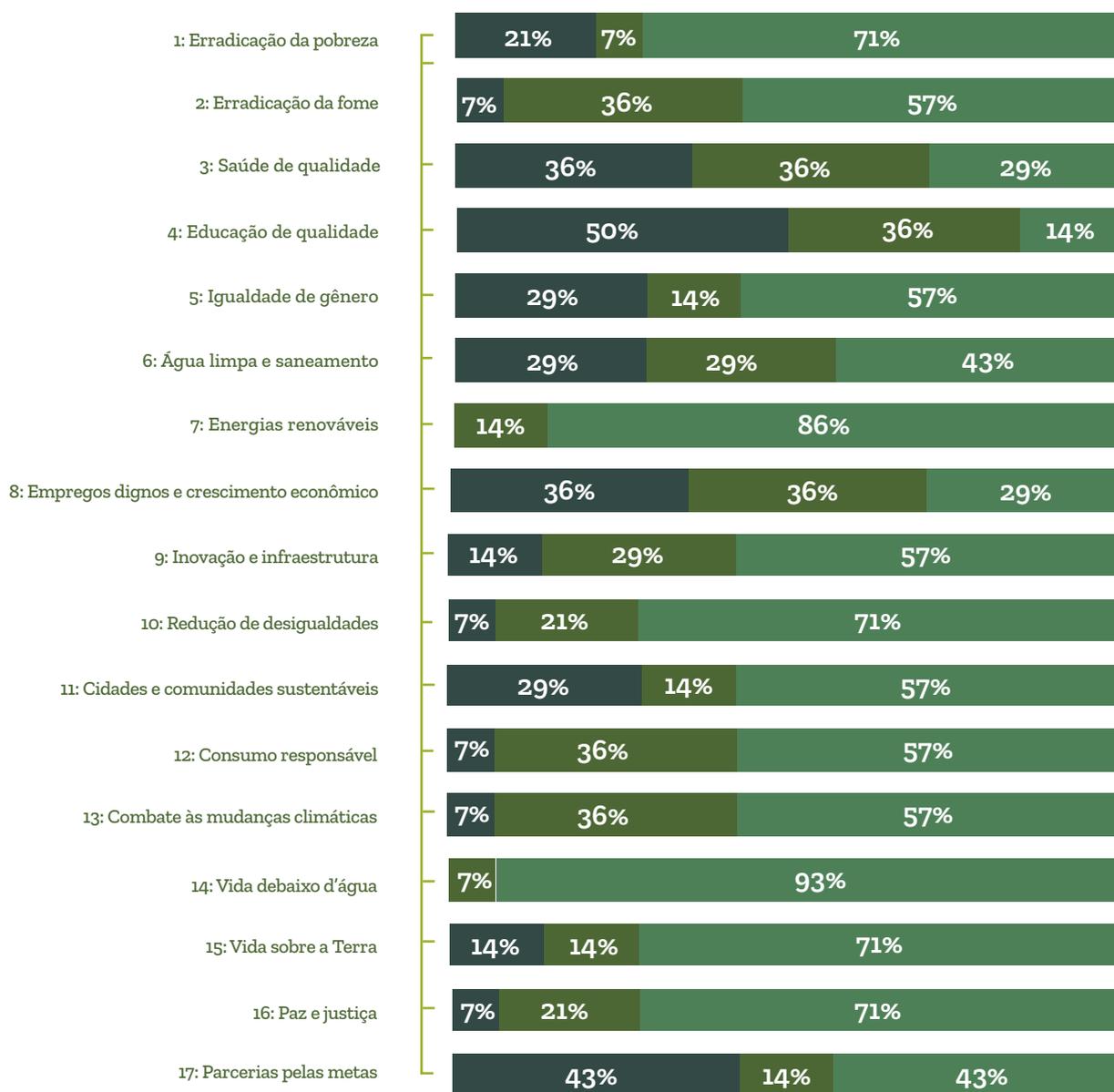
Até o momento, as maiores dificuldades destacadas pelo grupo relacionam-se à definição de metas conectadas aos ODS e à medição de resultados, conforme assinalado por 54% delas (Gráfico 95). Não obstante, à medida que as empresas vão buscando adotar a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, modifica-se a percepção sobre os desafios a serem superados. Em 2019, chama atenção a queda no percentual de empresas que enfrentam dificuldades alta, ou muito alta, nos seguintes quesitos: “comprometer as diferentes unidades administrativas à proposta de incorporar as diretrizes dos ODS”, que passou de 65% para 31% entre 2016 e 2019; e “inserir os projetos conectados nas prioridades da organização”, que caiu de 47% para 31% no mesmo período.

Em resumo, esses novos resultados do BISC confirmam a crescente disposição das empresas de alinharem-se aos ODS e, mais uma vez, ressaltam a oportunidade de incorporarem a pauta dos direitos humanos na condução dos investimentos sociais, posto que entre os princípios preconizados pela Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável se destaca o de “não deixar ninguém para trás”.

⁴⁰ Para responder a essa questão, foi solicitado que as empresas considerassem os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e assinalassem, em cada um deles, se a empresa desenvolve, ou não, projetos sociais estruturados que possam contribuir para seu alcance. Para identificar se o “projeto está relacionado ao Objetivo”, que observassem se os objetivos e metas dos projetos sociais da empresa se coadunam com as metas previstas nos ODS. Para identificar se o projeto está “conectado à perspectiva dos ODS”, recomendou-se observar se os ODS estão assumidos na empresa como um referencial a ser utilizado na gestão e no planejamento dos projetos sociais, bem como (a) se na implementação dos projetos são considerados os impactos (positivos e negativos) nos demais ODS e (b) se a empresa se preocupa em estimular parcerias para a realização dos projetos. Isso porque esses requisitos são considerados importantes para a implementação dos ODS.

GRÁFICO 94

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



Tem projeto relacionado a este objetivo e incorpora a perspectiva da Agenda 2030

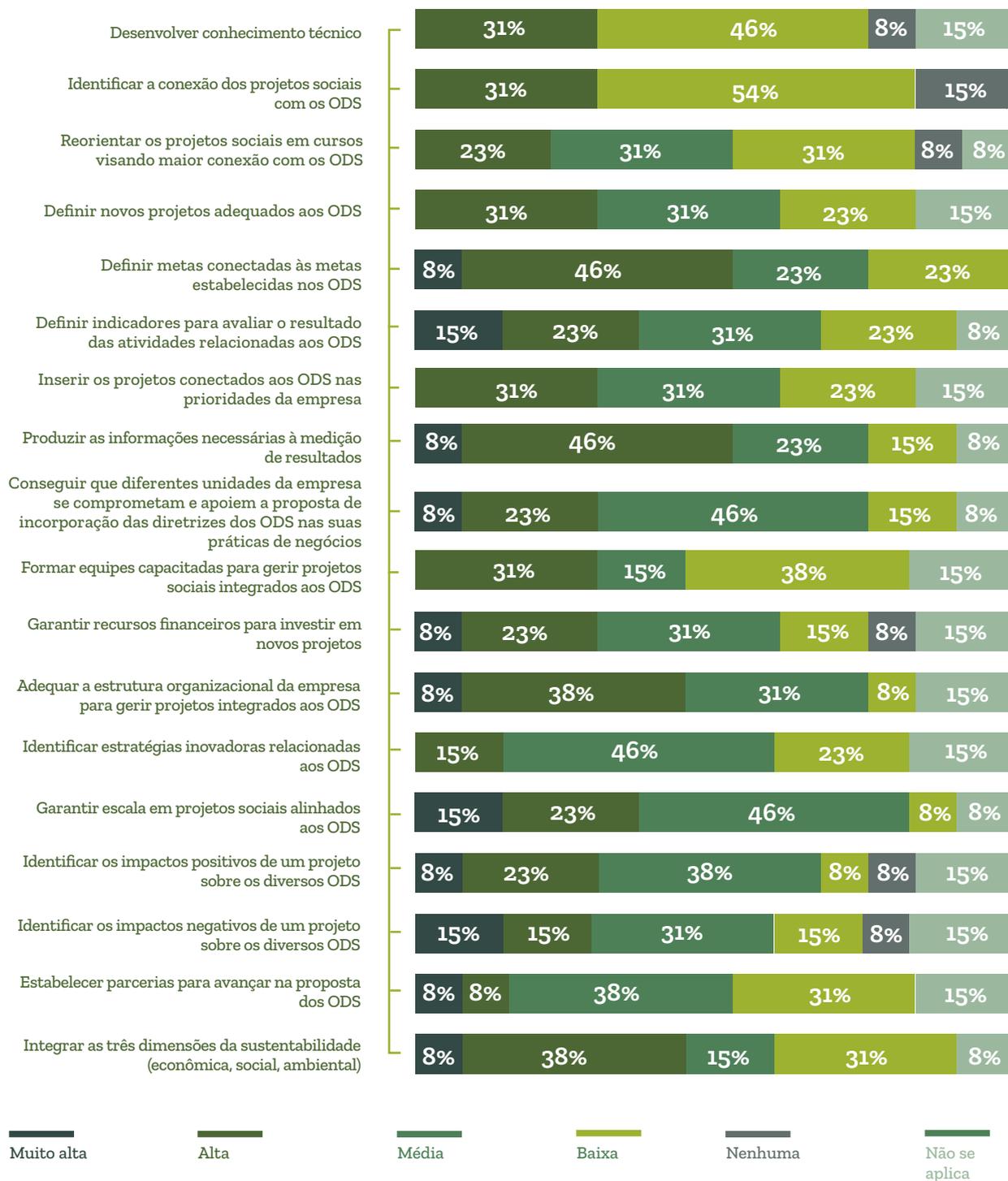
Tem projeto relacionado ao objetivo, porém sem incorporar a perspectiva da Agenda 2030

Não tem projeto relacionado a este Objetivo

Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 95

Quais as maiores dificuldades para a empresa incorporar a perspectiva dos ODS aos seus investimentos sociais?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

3.8 COMO AS EMPRESAS DIVULGAM OS SEUS COMPROMISSOS SOCIAIS?

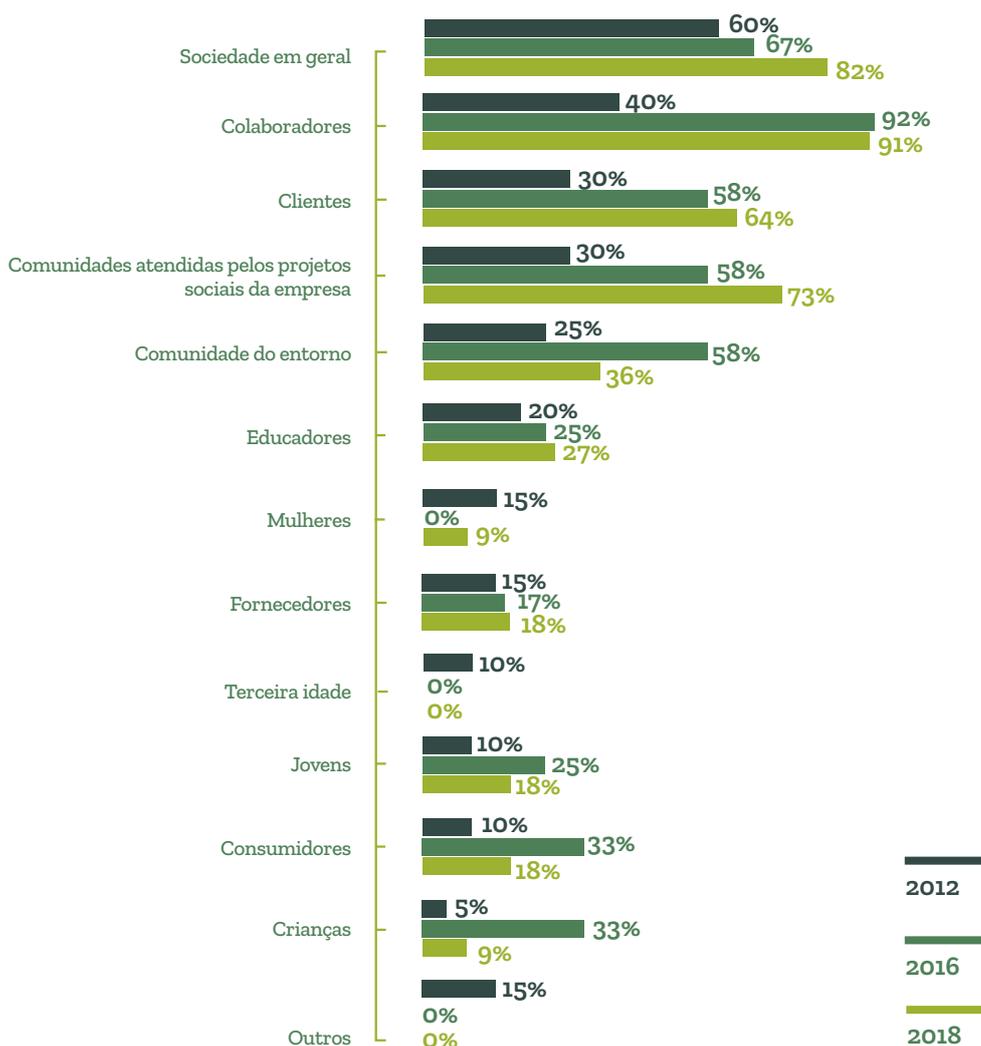


O que revela o BISC de 2019, em relação às estratégias de comunicação e divulgação adotadas pelas empresas para disseminar seus compromissos com as causas sociais? Para responder a essa questão são destacados, a seguir, cinco blocos de resultados importantes, a saber:

- 1 79% das empresas têm estratégia de comunicação voltada para a promoção de causas sociais que se revela no fato de que o grupo dirige-se, cada vez mais, à sociedade em geral, aos colaboradores, aos clientes e às comunidades atendidas pelos seus projetos sociais (Gráfico 96). Por outro lado, vale observar que menos de 20% das empresas preocupam-se em direcionar a divulgação de seus compromissos sociais especificamente para os próprios fornecedores. Esse ponto merece atenção do grupo porque tal estratégia pode estimular o engajamento de segmentos importantes do setor privado.

GRÁFICO 96

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



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

- 2 82% das empresas que divulgam seus compromissos sociais utilizam não só os instrumentos de comunicação interna (intranet), como também os instrumentos de divulgação externa (internet) (Gráfico 97). Vale observar, no entanto, que, apesar de 75% das empresas terem declarado a adoção de estratégias de comunicação que visam associar sua marca aos investimentos sociais que realizam, apenas 27% delas o fazem através de campanhas publicitárias divulgadas nos meios de comunicação de massa (27%).

GRÁFICO 97

Como as empresas divulgam/disseminam seus compromissos sociais?



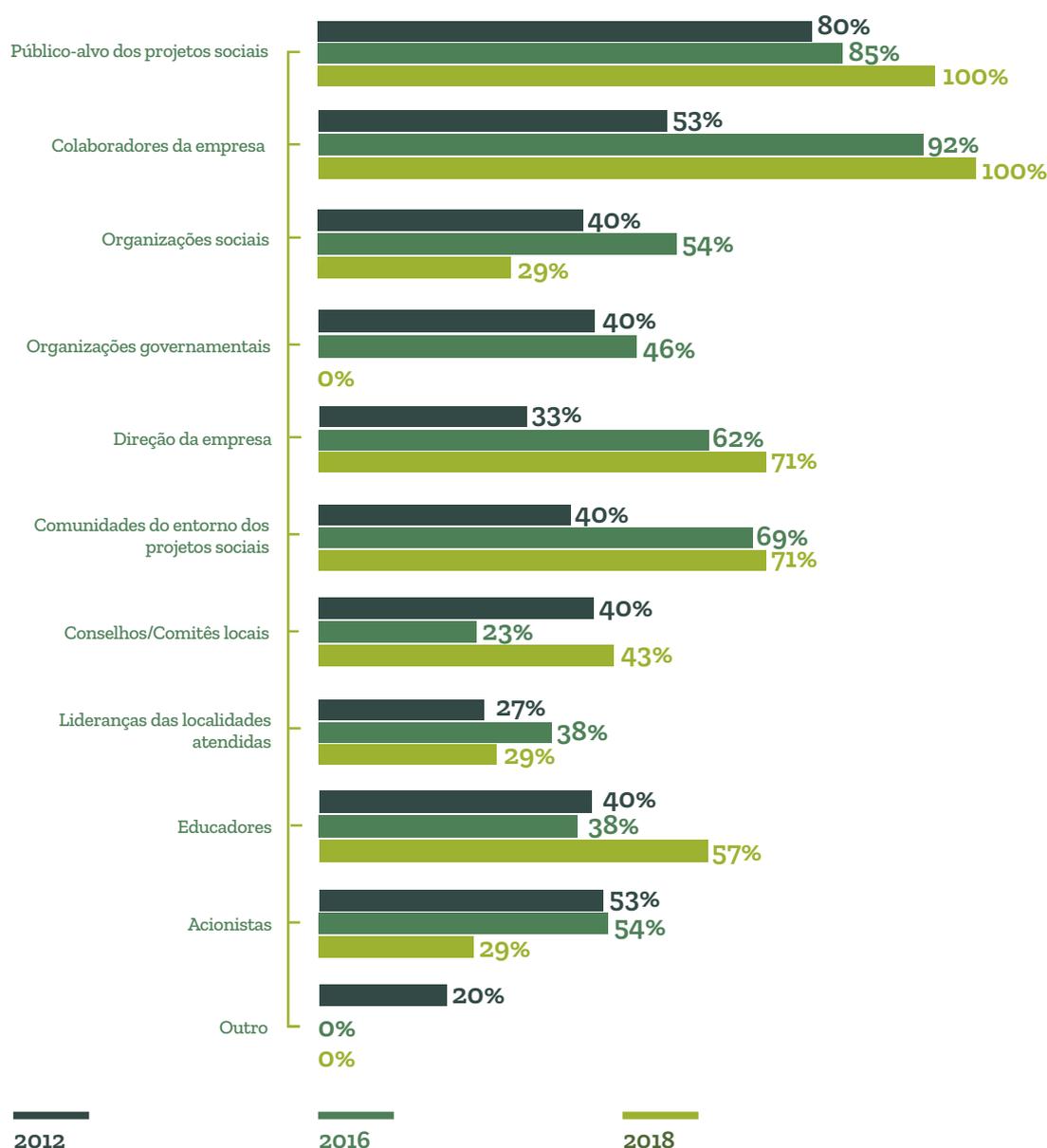
Fonte: BISC, 2019. Comunitas

- 3 50% das empresas têm estratégia de comunicação direcionada especificamente para os atores envolvidos nos seus projetos sociais e, nesse caso, elas se concentraram no público-alvo e nos seus colaboradores (Gráfico 98). Diferentemente dos resultados captados em anos anteriores, em 2018 parceiros importantes como organizações não go-

vernamentais e governamentais receberam menos, ou nenhuma, atenção do grupo, e esse ponto merece ser aprofundado em novas edições da pesquisa. Isso porque esse resultado pode ter reflexo na qualidade das parcerias com essas organizações: na autoavaliação realizada pelo grupo, o item “Interação com os parceiros” foi o que recebeu a menor nota, ou seja, numa escala de 0 a 10 a nota média foi de 5,9, o que representou uma queda de dois pontos em relação a três anos⁴¹.

GRÁFICO 98

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



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

⁴¹ Ver item 2.6 deste relatório: O que há de novo nas parcerias com as organizações públicas e privadas? (Figura 2).

- 4** 91% das empresas publicaram, em 2018, Relatório de Sustentabilidade, e a maioria das organizações que participam do BISC já passou da fase de estudar o tema e publica relatos baseados na integração de informações econômicas, sociais, ambientais e de governança (Gráficos 99 e 100). Nesse sentido, cabe destacar que a Global Reporting Initiative (GRI) constitui-se na principal referência adotada pelo grupo para a elaboração de seus Relatórios de Sustentabilidade, ou seja, ela é utilizada por 73% das empresas.

GRÁFICO 99

No último ano, a empresa publicou Relatório de Sustentabilidade (ou similar)?

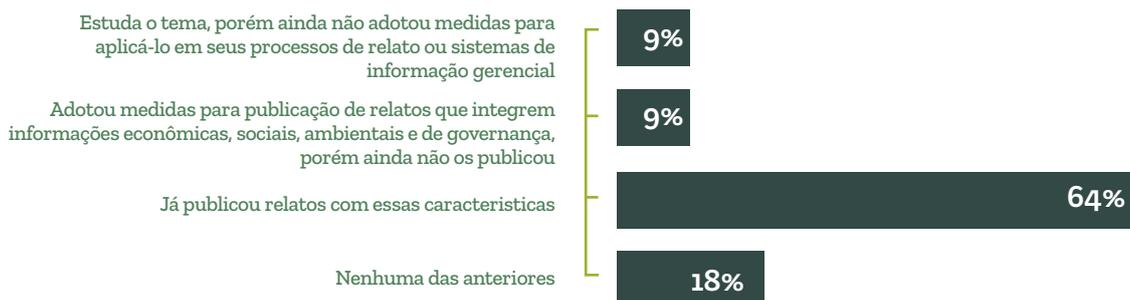


Obs.: essa questão consta do questionário ISE 2018 (GER 30) e da GRI Standards (201-1)

Fonte: BISC, 2019. Comunitas

GRÁFICO 100

O que já fez a empresa para produzir relatos baseados na integração entre informações econômicas, sociais, ambientais e de governança?



Obs.: essa questão consta do questionário ISE 2018 (GER 31) e da GRI Standards (102-26, 102-47, 201-1)

Fonte: BISC, 2019. Comunitas

- 5** Entre as informações de cunho social disponibilizadas nos Relatórios de Sustentabilidade predominam aquelas que tratam das relações das empresas com as comunidades, conforme assinalado por 60%, ou mais, dos respondentes (Gráfico 101). Confirmando observações anteriores, apenas em 20% das empresas são destacadas informações sobre a atuação em prol dos direitos humanos realizada no campo dos investimentos sociais.

GRÁFICO 101

Quais as informações de cunho social que a empresa disponibiliza no seu Relatório de Sustentabilidade (ou similar)?



Fonte: BISC, 2019. Comunitas

Finalizando, o tema da comunicação e divulgação foi introduzido na edição de BISC de 2010, e desde então a pesquisa tem buscado destacar sua importância para promover a transparência em relação aos compromissos sociais do setor privado e para fornecer respostas a uma sociedade que cobra, cada vez mais, um novo posicionamento das empresas frente aos problemas sociais e ambientais do País. Os resulta-

dos ora captados revelam que muito vem sendo feito pelo grupo nessa direção, mas também a necessidade de aprimoramentos em diversos aspectos. A pesquisa pretende continuar explorando o tema e, se possível, analisar no futuro o conteúdo e a qualidade das informações divulgadas. Esse é um grande desafio a ser assumido pelo BISC.



BISC 2019: HIGHLIGHTS

1. AVANÇOS, DESAFIOS E TENDÊNCIAS

A consolidação dos investimentos sociais:

- ▷ Em 2018, o volume dos investimentos sociais das empresas do Grupo BISC se manteve no patamar registrado nos primeiros anos da série pesquisada – R\$ 2,1 bilhões –, quando o PIB crescia a taxas bem maiores.
- ▷ O esforço das empresas para manter ou ampliar seus investimentos se reflete no aumento da participação dos investimentos sociais no lucro líquido, que chegou a 2,35%, em 2018.
- ▷ Em 2018, o valor dos incentivos fiscais captados foi da ordem de R\$ 453 milhões, representando 21% do total investido pelas empresas.
- ▷ Entre 2012 e 2018, em paralelo a uma redução de 40% dos investimentos sociais do grupo, os recursos destinados à educação reduziram-se em apenas 8%, mantendo-se em um patamar superior a R\$ 900 milhões/ano.
- ▷ O clima ainda permite algum otimismo, pois dois terços das empresas indicam expectativas de aumento, ou manutenção, dos investimentos atuais para o biênio 2020-2021.
- ▷ O perfil da atuação do Grupo BISC não é homogêneo e vem se modificando ao longo dos últimos anos. As empresas, especialmente do setor de indústrias, tendem a diversificar bastante sua atuação, enquanto os institutos concentram-se na execução de atividades educacionais.
- ▷ A autoavaliação da gestão dos investimentos sociais realizada pelo grupo foi positiva, mas revela a necessidade de se buscar novos aprimoramentos: a nota média das

empresas e dos institutos foi de 7,7 e 8,2, respectivamente.

- ▷ Para aprimorar os investimentos sociais, o grupo pretende concentrar sua atenção em: aprofundar o alinhamento dos investimentos sociais aos negócios; ampliar a escala dos projetos; avaliar resultados; e articular-se a agendas públicas globais.

A inserção dos investimentos sociais na estratégia dos negócios:

- ▷ Em 2018, 75% das empresas e 63% dos institutos destinaram mais da metade dos seus investimentos sociais para projetos alinhados aos negócios; em 2013 esse percentual era de 50%.
- ▷ Os institutos estão empenhados em dar suporte aos investimentos sociais das suas mantenedoras, e isso pode ter influenciado na recuperação do volume dos seus investimentos sociais.
- ▷ As comunidades do entorno passaram a receber atenção de 87% das empresas. Tal resultado pode ser parcialmente atribuído ao processo em curso de alinhamento dos investimentos sociais aos negócios.
- ▷ Acompanhando a expansão dos negócios, cresceram os investimentos nas Regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste. Em 2018, essas regiões absorveram 35% do total dos investimentos sociais do grupo, quase o dobro do percentual registrado em 2011.
- ▷ Metade dos participantes declara que a melhoria da reputação da empresa é o principal benefício externo que espera obter de seus investimentos sociais.

- ▷ Em relação ao público interno, o retorno mais importante para 43% das empresas é o desenvolvimento profissional dos seus colaboradores.

A complementaridade da atuação social voluntária e compulsória:

- ▷ Dois terços das empresas estabeleceram uma política corporativa que contempla o relacionamento voluntário com a comunidade local, destacando-se entre as suas diretrizes a avaliação dos impactos gerados pelas atividades da empresa, bem como os riscos de violação aos direitos humanos.
- ▷ Dois terços das empresas se envolveram em projetos económicos que incluem a obrigatoriedade de realizar ações socioambientais nas comunidades. Os recursos envolvidos nessa modalidade de atuação compulsória são praticamente do mesmo porte, ou maior, do que aqueles destinados às ações voluntárias.
- ▷ Em caráter compulsório, os investimentos concentram-se em atividades que são essenciais para a promoção do bem-estar social das comunidades, como infraestrutura e defesa de direitos humanos, que juntas absorveram 81% do total aplicado, em 2018.

A recuperação dos programas de voluntariado:

- ▷ Nos últimos dois anos, o número de colaboradores envolvidos nos programas de voluntariado teve um aumento de 15%.
- ▷ Quase dobrou o percentual de empresas nas quais a maior parte das lideranças participa das atividades voluntárias: de 11% subiu para 21%.
- ▷ 70% das empresas definiram metas para o alcance dos seus programas de voluntariado e cerca de um terço

delas pretende engajar mais de 15% de seus colaboradores.

- ▷ O percentual das empresas que consideraram que os programas de voluntariado foram muito bem-sucedidos passou de 9% para 38% entre 2017 e 2018.
- ▷ Mais de dois terços das empresas concorda totalmente com a afirmação de que o trabalho voluntário traz gratificação pessoal e contribui para o crescimento profissional dos seus colaboradores.

2 PARCERIAS E INCORPORAÇÃO DE NOVAS AGENDAS

As mudanças nas parcerias com organizações públicas e privadas:

- ▷ Em 2018, 64% das empresas se articularam com **organizações governamentais** para o desenvolvimento dos seus projetos sociais. Esse percentual, ainda que elevado, é o menor observado durante todo o período analisado pelo BISC.
- ▷ A avaliação dos resultados das parcerias com organizações públicas nos anos recentes é positiva e melhora no âmbito municipal, em que 88% das empresas consideram que os resultados foram satisfatórios.
- ▷ O grupo indica um campo extenso de possibilidades de apoio à melhoria da gestão pública, e esse trabalho conjunto deverá voltar a crescer, quando forem superadas as dificuldades conjunturais.
- ▷ O percentual de empresas que trabalham em parceria com as **organizações sem fins lucrativos** manteve-se em um patamar similar ao observado em anos anteriores: 93%.

- ▷ Em 2018, as empresas apoiaram um conjunto de 828 organizações e transferiram para elas recursos da ordem de R\$ 455 milhões de reais.
- ▷ As empresas reduziram o volume de recursos repassados por organização. Apenas 23% das organizações apoiadas receberam recursos acima de R\$ 140 mil, o menor percentual desde 2011.
- ▷ Nos últimos dois anos, ampliou-se a atuação conjunta em prol do desenvolvimento comunitário, da geração de renda e de melhorias relacionadas à infraestrutura; porém, as parcerias no campo das atividades culturais e de assistência social foram significativamente reduzidas.
- ▷ 93% das empresas se declaram satisfeitas com os resultados obtidos por meio das parcerias com as organizações sem fins lucrativos, sendo que 21% delas avaliam que eles foram muito satisfatórios.

A inclusão dos direitos humanos na agenda de sustentabilidade corporativa:

- ▷ Em 92% das empresas, o compromisso com o desenvolvimento sustentável está formalmente integrado à cultura e à estratégia da organização.
- ▷ Cresce o reconhecimento de que a proteção dos direitos humanos deve ser parte integrante de um desenvolvimento sustentável, o que se revela no fato de que esse tema foi incorporado por 67% das empresas.
- ▷ 46% das empresas possuem uma política específica que define os compromissos e as práticas relativas à promoção dos direitos humanos aprovada pela alta direção ou pelo conselho de administração.

- ▷ Na pauta corporativa de direitos humanos, a atenção está concentrada no público interno e nos atores mais diretamente associados à gestão dos negócios, especialmente os fornecedores estratégicos.

A necessidade de reforçar a pauta dos direitos humanos na política de investimentos sociais:

- ▷ A pauta de direitos humanos está mais presente na política interna e na gestão dos negócios do que na política de investimentos sociais das empresas.
- ▷ Ainda que grande parte das ações desenvolvidas pelo grupo se relacione com a promoção dos direitos humanos, em 43% das empresas esse tema não está explicitado em documentos oficiais.
- ▷ Apenas 21% das empresas avaliam que a defesa dos direitos humanos está adequadamente incorporada aos investimentos sociais e se configura como um eixo condutor da sua atuação.
- ▷ Mais de 70% das empresas e de 50% dos institutos possuem projetos que de alguma forma contribuem para a promoção dos direitos das crianças e dos adolescentes; do direito à educação; e do direito à participação na vida cultural das comunidades.
- ▷ 71% das empresas estabeleceram compromissos formais com o combate à exploração sexual de crianças e adolescentes.
- ▷ No combate à exploração sexual de crianças e adolescentes, a atenção se concentra em ações preventivas de educação, de sensibilização e de qualificação de profissionais que atuam na área.

- ▷ O Grupo BISC, em geral, reconhece a importância de contribuir para a construção de uma sociedade mais justa: 54% dos respondentes concordam totalmente com a afirmação de que é papel das empresas proteger os direitos humanos, independentemente dos impactos gerados pelos seus empreendimentos; e 62% consideram que o setor privado deve contribuir para o fortalecimento das políticas públicas dessa área.
- ▷ Ainda que 75% das empresas adotem estratégias de comunicação que visam associar sua marca aos investimentos sociais, apenas 27% delas o fazem através de campanhas publicitárias divulgadas nos meios de comunicação de massa.
- ▷ Dentre as informações sociais disponibilizadas nos Relatórios de Sustentabilidade, predominam aquelas que tratam das relações das empresas com as comunidades, conforme assinalado por 60%, ou mais, das empresas.

A adesão crescente à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável:

- ▷ Entre 2016 e 2019 passou de 23% para 57% o percentual de empresas que já se comprometeram oficialmente com o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.
- ▷ Além de mapear os projetos em curso, identificar as possíveis conexões desses projetos com a Agenda 2030 e promover ou participar de debates internos e externos sobre o tema, 44% empresas já estabeleceram metas para os projetos sociais conectadas às metas dos ODS. De outra parte, 71% dos institutos promoveram capacitação de equipes para gerir projetos sociais integrados aos ODS e 57% deles publicaram indicadores baseados nos ODS.
- ▷ É nas áreas da educação (ODS 4), das parcerias (ODS 17) e da promoção do crescimento econômico sustentável e geração de empregos dignos (ODS 8), nessa ordem, que se observa a maior presença dos projetos sociais conectados aos ODS.
- ▷ Em apenas 20% das empresas são destacadas informações sobre a atuação em prol dos direitos humanos realizada no campo dos investimentos sociais.

As contribuições do BISC para os investimentos sociais:

- ▷ Além da produção de dados estatísticos e de conhecimento sobre o tema dos investimentos sociais, a pesquisa BISC é desenhada de forma a provocar a reflexão sobre como as empresas devem conduzir, aprimorar e consolidar suas práticas sociais e, desse modo, contribuir para estimular a ampliação dos investimentos sociais privados no Brasil.
- ▷ A maioria absoluta das empresas registrou o reconhecimento de que os objetivos do BISC têm sido cumpridos e são importantes, ou muito importantes, para a condução e o aprimoramento dos seus investimentos sociais, bem como para a produção e a divulgação do conhecimento acumulado.

3. INFORMAÇÃO, PESQUISA E COMUNICAÇÃO

A divulgação dos compromissos sociais:

- ▷ 91% das empresas do BISC publicaram Relatório de Sustentabilidade em 2018.

ANNE XO I

NOTA TÉCNICA

Na pesquisa BISC de 2019 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: modalidade de atuação; previsões de recursos; incentivos fiscais; áreas programáticas; público-alvo; distribuição espacial dos recursos; gestão e avaliação dos projetos sociais; parcerias com organizações governamentais e não governamentais; estratégias de divulgação e comunicação; avanços no alinhamento aos negócios; características das aplicações sociais obrigatórias; e integração dos investimentos sociais à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável.

Paralelamente, foram reproduzidos os Indicadores de Qualidade de Gestão dos projetos realizados em parcerias que haviam sido apresentados na edição do BISC de 2016. Essa opção deveu-se ao fato de que praticamente todas as empresas do grupo envolvem outras organizações na condução dos seus investimentos sociais. Os indicadores ora levantados refletem o desempenho das empresas em cinco dimensões, a saber: (a) estratégia de seleção dos parceiros; (b) interação com os parceiros; (c) desenho e gestão dos projetos; (d) acompanhamento, controle e avaliação; e (e) financiamento dos projetos. Para verificar o grau em que cada um desses requisitos é atendido, foram estabelecidos 25 indicadores apresentados nas Figuras 3 a 7 deste relatório. Foi recomendado que a análise se ativesse aos projetos estruturados e realizados em parcerias da empresa, ou do seu instituto/fundação, com outras organizações, públicas ou privadas, com ou sem fins lucrativos. Solicitou-se também que esses projetos fossem acompanhados da indicação sobre o seu foco de atuação.

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 2019, a ênfase do levantamento foi buscar informações que permitissem explorar o tema dos direitos humanos na agenda dos investimentos sociais e na política corporativa de 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 proteção e defesa dos direitos humanos; e quais as estratégias adotadas para a promoção do desenvolvimento sustentável das comunidades que vivem no entorno dos seus empreendimentos econômicos.

Para analisar o tema da sustentabilidade, a Comunitas procurou dialogar, ainda em 2018, com outras organizações não governamentais que atuam nessa área, a saber: o Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces), o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), a B3 que implantou o Índice de Sustentabilidade Ambiental (ISE) e o Ponto Focal Brasil para a *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 ano, foram reproduzidas questões contidas na GRI e no ISE de 2018. Adicionalmente, equipes responsáveis pelo BISC e pelo CENSO GIFE de 2018 buscaram, conjuntamente, compatibilizar questões e conceitos adotados nesses dois levantamentos. 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.

No que tange especificamente ao tema dos direitos humanos, a definição dos conceitos e a pauta de atividades destacadas no questionário foram estabelecidas tendo como referência: o *International Human Rights Funders Group*⁴², o Programa Nacional de Direitos Humanos – PNDH-3⁴³ e o Plano Nacional de Enfrentamento da Violência Sexual contra Crianças e Adolescentes⁴⁴.

Em 2019, foi ainda solicitado aos participantes que fizessem uma autoavaliação da qualidade da gestão dos seus investimentos sociais tendo como base o conjunto dos projetos estruturados da empresa e, separadamente, de seu instituto/fundação. Recomendou-se considerar como projetos sociais estruturados aqueles que possuem um plano específico, com definições claras da metodologia e das estratégias de implementação a serem adotadas, assim como metas de atendimento, mecanismos de controle e recursos envolvidos (financeiros e não financeiros). O resultado dessa autoavaliação é apresentado na Figura 1 deste relatório.

O propósito principal desse exercício foi oferecer às empresas e fundações uma ferramenta para apreciar a qualidade de sua atuação em relação a cinco aspectos relevantes: (a) participação; (b) flexibilidade e inovação; (c) efetividade; (d) alinhamento aos negócios; e (e) alinhamento a agendas públicas nacionais e internacionais. Para tanto, os respondentes foram instados a conferir uma nota de 0 a 10 a cada um desses cinco aspectos, conforme orientação apresentada no Manual de Orientações BISC.

Cabe assinalar que 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 com 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 254 empresas e 17 institutos / 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 2019, três encontros do Grupo de Debates BISC. Participaram dos trabalhos os gestores das empresas e dos institutos e representantes do Sistema Firjan. Os debates foram centrados nos seguintes temas: análise dos primeiros resultados quantitativos da pesquisa (lançados em junho); construção dos indicadores de avaliação dos programas de voluntariado (agosto); e apreciação das informações contidas na plataforma instituída pela Comunitas com o objetivo de fornecer a cada um dos participantes uma ferramenta de registro do histórico da atuação da instituição ao longo dos anos e que lhes permite fazer comparações com os seus pares (outubro de 2019).

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

⁴² Disponível em: <www.cof.org/organization/international-human-rights-funders-group>.

⁴³ O PNDH-3 está estruturado em seis eixos orientadores, subdivididos em 25 diretrizes, 82 objetivos estratégicos e 521 ações programáticas.

⁴⁴ Ver: <http://www.crianca.mppr.mp.br/arquivos/File/publi/sedh/08_2013_pnevsc.pdf>.

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.



Expediente

BENCHMARKING DO INVESTIMENTO SOCIAL CORPORATIVO

DIRETORA-PRESIDENTE

Regina Esteves

DIRETORA DE GESTÃO, COMUNICAÇÃO E INVESTIMENTO SOCIAL

Patricia Loyola

GERENTE DE COMUNICAÇÃO

Dayane Reis

COORDENAÇÃO GERAL DA PESQUISA

Anna Maria Medeiros Peliano

ANALISTA BISC

Hugo Pedro Guornik

CONTEÚDO E PESQUISA

Anna Maria Medeiros Peliano

EDIÇÃO

Anna Maria Medeiros Peliano

Hugo Pedro Guornik

Patricia Loyola

Dayane Reis

REVISÃO

Hugo Pedro Guornik

Renato Deitos

Dayane Reis

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Silvia Marchetti

PARCEIROS BISC



FUNDAÇÃO VALE



VOTORANTIM

PARCEIRO INSTITUCIONAL



Agora, os dados anuais do BISC estão disponíveis em:
www.bisc.org.br

Realização:



www.comunitas.org