

RELATÓRIO 2012



**BISC** Benchmarking do  
Investimento  
Social Corporativo

**Comunitas**



Comunitas



**BISC** Benchmarking do  
Investimento  
Social Corporativo

**Comunitas**

RELATÓRIO 2012

A nova edição do Relatório BISC traz resultados animadores sobre a atuação social do setor privado no Brasil. Pelo quinto ano consecutivo, os investimentos sociais das empresas participantes cresceram e alcançaram, em 2011, o patamar de 2 bilhões de reais – quase o dobro de cinco anos atrás. Em diversos aspectos o padrão alcançado no país equipara-se àquele observado entre as empresas norte-americanas que participam da pesquisa desenvolvida anualmente pelo *Committee Encouraging Corporate Philanthropy* (CECP), instituição parceira com a qual a Comunitas tem mantido uma permanente troca de experiências e aprendizados.

Os resultados ora divulgados sinalizam um excelente desempenho em diversos aspectos e também vários desafios que precisam ser enfrentados para manter essa trajetória. Isso porque a pesquisa está desenhada não só para retratar os avanços obtidos pelo grupo, mas para provocar questionamentos, inserir novos temas no debate, contribuir para o aprimoramento dos investimentos sociais privados e consolidar padrões de desempenho que estimulem a multiplicação dessas práticas.

Dentre as inovações deste ano, o Relatório traz análises inéditas sobre temas e tendências emergentes no cenário do investimento social privado. Assim, em 2012, foram introduzidas análises do papel desempenhado pelos bancos públicos no estímulo aos investimentos sociais corporativos, do perfil dos projetos de desenvolvimento territorial e das relações das empresas com as organizações da sociedade civil. Os indicadores qualitativos de benchmarking foram modificados e aprimorados, de forma a incorporar os aprendizados decorrentes do mapeamento de boas práticas.

Assim, o BISC tem se caracterizado como uma ferramenta flexível e inovadora. Com sua realização, a Comunitas, em parceria com o CECP, produz informações e gera conhecimentos que permitem às lideranças empresariais e aos gestores das áreas sociais avaliar o alcance de seu investimento social, comparar sua atuação com padrões de referências do investimento social corporativo nacional e internacional, e desenvolver estratégias de atuação.

Por último, cabe registrar o agradecimento a todas as organizações que têm participado e viabilizado a realização desse trabalho e, em especial, às equipes que se dedicaram a levantar e sistematizar as informações solicitadas. Sem esse esforço coletivo não seria possível oferecer esse panorama das contribuições e dos desafios do setor privado para o enfrentamento dos problemas sociais do país. Tal compromisso é o laço que nos une.

Renata de Camargo Nascimento

Presidente do Conselho da Comunitas

## SUMÁRIO

### INTRODUÇÃO

#### PARTE I

<b>As tendências do investimento social corporativo .....</b>	<b>11</b>
Sobre a evolução dos investimentos sociais .....	11
Sobre a influência da conjuntura econômica .....	15
Sobre as perspectivas dos investimentos sociais .....	22
<b>O novo retrato da atuação social das empresas .....</b>	<b>26</b>
Sobre a composição dos investimentos sociais corporativos .....	26
Sobre o uso dos incentivos fiscais .....	28
Sobre a participação do setor financeiro .....	31
Sobre o foco dos investimentos sociais .....	38
Sobre a qualidade das práticas sociais .....	45
Sobre a contribuição das empresas para o desenvolvimento do território .....	50
Sobre a participação voluntária dos colaboradores .....	60
<b>O processo de gestão das práticas sociais .....</b>	<b>64</b>
Sobre a operação dos investimentos sociais .....	64
Sobre a avaliação dos resultados .....	67
Sobre a comunicação e divulgação .....	72

#### PARTE II

<b>Tópico especial: as parcerias com as organizações da sociedade civil .....</b>	<b>76</b>
Sobre o apoio das empresas às organizações sem fins lucrativos .....	76
Sobre o perfil das organizações parceiras .....	80
Sobre as estratégias de ação conjunta .....	86

#### PARTE III

<b>O perfil das aplicações sociais obrigatórias .....</b>	<b>95</b>
Sobre a dimensão das aplicações sociais obrigatórias .....	95
Sobre a gestão das aplicações sociais obrigatórias .....	100

<b>CONCLUSÕES .....</b>	<b>104</b>
-------------------------	------------

<b>NOTA TÉCNICA .....</b>	<b>111</b>
---------------------------	------------

<b>ANEXOS .....</b>	<b>117</b>
---------------------	------------

## INTRODUÇÃO

Iniciada em 2008, a Pesquisa BISC – Benchmarking do Investimento Social Corporativo – foi inspirada na experiência pioneira do Committee Encouraging Corporate Philanthropy (CECP) de Nova York, instituição parceira da Comunitas que congrega o mais expressivo fórum internacional de CEOs dedicado ao investimento social corporativo. Inicialmente, os objetivos foram estabelecer padrões de referência para o investimento social privado que possam ser comparados nacional e internacionalmente, e promover o diálogo e a troca de experiências e de conhecimentos acumulados em outras partes do mundo. Sem perder essa perspectiva, várias transformações e aprimoramentos foram introduzidos na versão brasileira, tendo em vista a adaptação da pesquisa às características próprias da atuação social das empresas no Brasil e sua utilização como uma ferramenta de apoio à gestão social. Nesse sentido, 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, e para promover a sistematização das informações necessárias ao controle e monitoramento dos investimentos realizados.

Assim, por exemplo, na edição de 2010, a pesquisa adicionou às informações sobre os investimentos sociais voluntários dados inéditos no país sobre as aplicações sociais realizadas pelas empresas em decorrência de exigências legais – as aplicações obrigatórias –, que a cada ano absorvem um volume crescente de recursos. O objetivo foi traçar um perfil mais abrangente da atuação social das empresas parceiras, mediante a aferição da totalidade dos recursos dirigidos às comunidades para gerar benefícios sociais e ambientais. Além das informações sobre as aplicações sociais obrigatórias, naquele ano foram introduzidas outras novidades, destacando-se a inclusão de indicadores qualitativos de benchmarking que permitem avaliar a eficiência da gestão e a qualidade dos gastos em projetos sociais.

Em 2011, novos temas foram explorados, e o Relatório trouxe um importante retrato das parcerias público-privadas no campo social. Foram identificadas instituições públicas com as quais as empresas fazem parcerias; as motivações e finalidades dessas parcerias; as atividades desenvolvidas e as modalidades de atuação conjunta; as contribuições das empresas para a gestão das políticas governamentais; as dificuldades implícitas nessas parcerias; e sugestões para aprimorar as relações público-privadas. Outro tópico destacado na edição de 2011 foi o mapeamento das estratégias que funcionam e das que não funcionam na gestão dos investimentos sociais. Por meio de um método inovador, buscou-se analisar os procedimentos adotados pelas empresas parceiras do

BISC para atender aos requisitos básicos para o sucesso de práticas sociais. Introduziu-se, também, um conjunto de indicadores de benchmarking para verificar a qualidade dos projetos educacionais. Além dessas inovações, outras questões foram acrescentadas com o propósito de conhecer, por exemplo: as informações sobre o uso dos incentivos fiscais; os custos envolvidos na gestão dos investimentos sociais; e as iniciativas adotadas pelas empresas para avaliar a sua atuação social.

Nesta edição de 2012, a pesquisa busca novas informações sobre temas já trabalhados anteriormente e introduz questões sobre tópicos até então inexplorados em pesquisas dessa natureza, dentre as quais se destacam: (a) o papel dos financiamentos bancários (públicos e privados) como mecanismo de estímulo ao investimento social corporativo; (b) o perfil dos projetos de desenvolvimento territorial; e, (c) as relações das empresas com as organizações da sociedade civil, acompanhadas do perfil das organizações apoiadas pelo grupo. Os indicadores qualitativos de benchmarking dos projetos sociais foram modificados e aprimorados, de forma a incorporarem os aprendizados decorrentes do mapeamento de boas práticas<sup>1</sup>. Paralelamente, foram introduzidos novos indicadores para retratar a qualidade dos projetos de desenvolvimento territorial, destacados pelos CEOs como uma área de atuação prioritária do grupo de parceiros do BISC.

A importância da pesquisa pode ser aferida pela dimensão dos investimentos sociais analisados: R\$ 2 bilhões, em 2011. Participaram 23 instituições que respondem por um universo de 200 empresas, 29 fundações empresariais e 1 instituto independente. Diversas contribuições inéditas, que constituem uma exclusividade da pesquisa, merecem ser destacadas, dentre elas:

- A adoção de padrões de benchmarking corporativo similar ao adotado pelo CECP, que permite comparar o comportamento das empresas no Brasil com o de suas congêneres nos USA.
- A instituição do benchmarking qualitativo como ferramenta de avaliação e reflexão sobre a atuação das empresas parceiras.
- A análise anual do impacto da conjuntura econômica nos investimentos sociais privados.
- O dimensionamento e a evolução dos incentivos fiscais utilizados, por tipo de incentivo.
- A desagregação dos recursos investidos pelas empresas e por suas fundações, acompanhada de uma análise diferenciada da atuação desses dois grupos de organizações.

---

1. Mapeamento de Práticas Sociais: Fatores de Sucesso. Comunitas, São Paulo, 2011.

- A desagregação dos investimentos sociais por área de atuação e por fonte de recursos.
- As informações sobre tendências e perspectivas dos investimentos sociais.
- O mapeamento das organizações sem fins lucrativos que atuam em parceria com as empresas do grupo.
- O dimensionamento e o perfil das aplicações sociais realizadas pelas empresas, em decorrência de exigências legais.

Todos esses temas são abordados no presente relatório. A primeira parte oferece um amplo panorama dos investimentos sociais corporativos, destacando-se as tendências recentes no Brasil e no exterior, o perfil da atuação das empresas do grupo BISC e o processo de gestão das práticas sociais privadas. O tema das parcerias com as organizações da sociedade civil é tratado na segunda parte; e, na última seção, são apresentados os resultados extraídos da pesquisa com respeito às aplicações sociais obrigatórias.



## PARTE I

## AS TENDÊNCIAS DO INVESTIMENTO SOCIAL CORPORATIVO

### Sobre a evolução dos investimentos sociais

**Um desempenho marcante.** Nos últimos cinco anos, os investimentos sociais das empresas brasileiras cresceram de forma praticamente contínua. Em 2007 eles estavam na casa de 1,2 bilhão de reais, e em 2011 eles já haviam alcançado o patamar de 2 bilhões de reais – quase o dobro do valor registrado cinco anos atrás. E esse comportamento anual não decorre de ações isoladas. A mediana dos investimentos do grupo de empresas participantes do BISC subiu de 28,4 milhões em 2007 para 31 milhões em 2011, indicando que a preocupação em ampliar suas ações sociais está amplamente disseminada (Figura 1).

### Figura 1

#### Como se comportaram os investimentos sociais do grupo BISC no período 2007-2011?

Total dos investimentos

*(Em valores ajustados pela inflação)*



### Mediana do **valor** dos investimentos

(Em valores ajustados pela inflação)



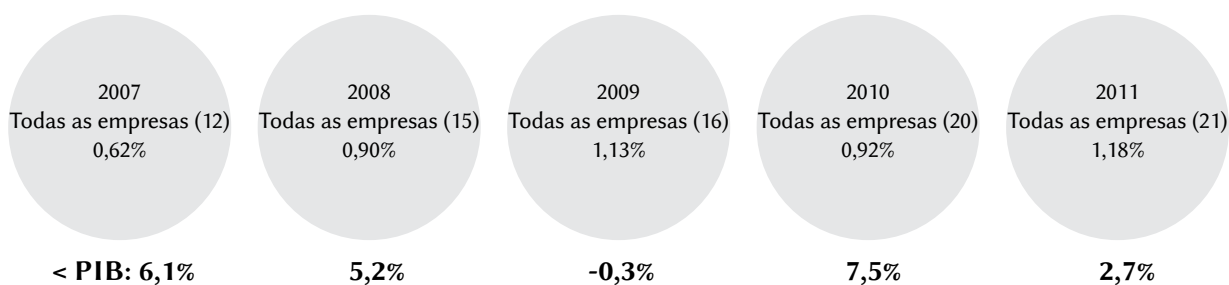
### Proporção dos investimentos na **receita**

(Mediana dos percentuais)



### Proporção dos investimentos nos **lucros brutos**

(Mediana dos percentuais)



Nesse curto espaço de tempo, o comportamento das empresas brasileiras, com respeito à aplicação de recursos em investimentos sociais, superou em alguns aspectos a marca registrada pelas empresas norte-americanas que participam da pesquisa do CECP. Em 2007, a participação dos investimentos sociais nos lucros das empresas brasileiras equivalia a um terço do nível alcançado pelas empresas americanas. Em 2011 essa posição se inverteu. As empresas participantes do BISC destinaram uma parcela maior dos lucros a investimentos em programas sociais do que a registrada pelas empresas americanas (Figura 2). Mesmo levando em conta o impacto diferenciado da conjuntura econômica em cada país e as diferenças de tamanho de cada grupo, o resultado deve ser comemorado.

**Figura 2**

### **BISC e CECP: Qual o peso dos investimentos sociais nos lucros das empresas?**

Proporção dos investimentos nos **lucros** brutos

*(Mediana dos percentuais)*

#### **BISC (2007/2010):**



#### **CECP (2007/2009):**



E agora, o que esperar? Após essa rápida escalada a tendência seria de acomodação? Uma vez que um patamar importante foi alcançado, o natural seria sustentar essa posição? Ou, como numa olimpíada, o objetivo seria sempre buscar a superação das marcas alcançadas nos certames anteriores?

**Acomodar ou superar?** As respostas colhidas pela pesquisa a indagações que buscam captar as motivações das empresas para incrementar seus investimentos sociais apontam para uma importante mudança de atitude. As razões historicamente relacionadas a questões humanitárias, ou religiosas, foram sendo progressivamente substituídas por uma preocupação com as novas exigências de uma economia globalizada, na qual a responsabilidade social desponta e se consolida como um fator de competitividade e não como um ato exclusivo de filantropia.

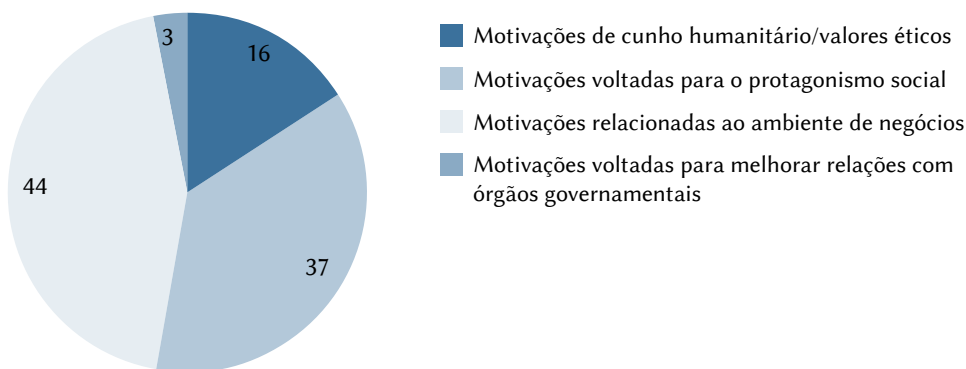
Corroborando essa percepção o fato de que quase a metade das respostas sobre o que motiva as empresas a investir em projetos sociais menciona o relacionamento desses investimentos com o ambiente dos negócios, vindo logo acima da menção a compromissos com o enfrentamento dos problemas sociais do país. As questões de cunho humanitário mereceram apenas 16% das citações (Gráfico 1).

Esse fato fornece uma perspectiva otimista. À medida que cresce o reconhecimento da importância do envolvimento das empresas com a questão social, a busca da superação tende a suplantar a tendência à acomodação. O benchmarking deixa de ser uma referência fixa para ser sucessivamente reavaliado.

## Gráfico 1

### O que move os investimentos sociais privados? (em %)

Motivações (n=90 citações)



## Sobre a influência da conjuntura econômica

**O clima afeta o desempenho.** Na olimpíada, o que mede o desempenho nas provas de atletismo é o cronômetro. O que importa é completar essas provas no menor tempo. Nos investimentos sociais, o instrumento mais apropriado para fazer a medição é um barômetro adaptado para medir, por exemplo, o clima econômico sob o qual as empresas operam. O que conta é a capacidade de superar ambientes adversos e aproveitar os momentos favoráveis. Isto é, o alcance das marcas e a verificação de se elas estão sendo, ou não, superadas, não podem ser observadas sem tomar na devida conta as condições sob as quais as empresas operam – no caso, a conjuntura econômica.

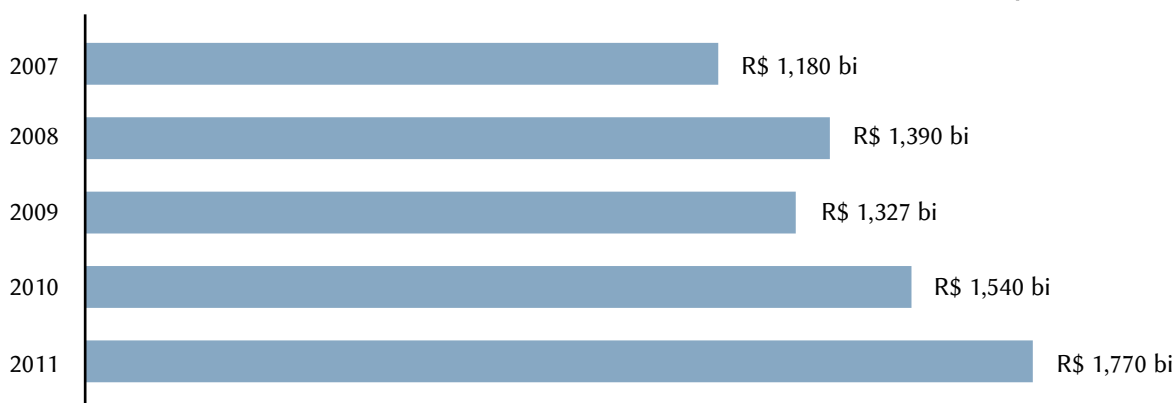
Os efeitos de oscilações da conjuntura na disposição e na capacidade de realizar investimentos sociais se manifestam de distintas maneiras. Nas flutuações observadas ao longo dos anos; na comparação do desempenho das empresas brasileiras com o de suas congêneres americanas; e nas diferenças entre empresas de setores de atividade distintos.

Um fato a ser destacado é que a instabilidade econômica nos últimos cinco anos não impediu que o volume dos recursos aplicados pelas empresas brasileiras em investimentos sociais mantivesse uma trajetória ascendente, como pode ser observado no Gráfico 2, que reflete o comportamento do mesmo grupo de empresas que participam do BISC desde 2007.

### Gráfico 2

**Comparando as mesmas empresas, qual a evolução dos investimentos entre 2007 e 2011? (n=11)**

*(Valores ajustados pela inflação)*



Pode soar estranho que a mediana dos investimentos, assim como sua relação com os lucros, suba nos anos em que a economia apresenta um pior desempenho (2009 e 2011), mas é possível que a ocorrência de bons resultados dos anos precedentes estimule a decisão de ampliar investimentos cuja execução se estende no ano seguinte. Por conseguinte, o perfil dos investimentos oscila em descompasso com o desempenho da economia: a relação entre investimentos e lucro cresce quando a economia desacelera e cai no caso oposto. O mesmo comportamento não se verifica com respeito à relação dos investimentos com as receitas, pois estas reagem mais rapidamente a uma inversão no clima da economia, como pode ser observado nos números anteriormente apresentados na Figura 1.

O efeito das variações climáticas, na comparação do desempenho das empresas brasileiras com as norte-americanas, pode ser visto nos números apresentados na Figura 3. As dificuldades que a economia norte-americana enfrenta para superar as repercussões da crise de 2008 refletem-se na trajetória dos investimentos das empresas do CECP, que não conseguiu sustentar a recuperação iniciada em 2010, voltando a recuar em 2011. Isso permitiu que a distância que as empresas brasileiras estavam do padrão alcançado pelas americanas em 2007 fosse sendo significativamente reduzida, caindo para um terço em 2011, em face do melhor desempenho da economia brasileira no período.

### Figura 3

#### BISC e CECP: Qual o padrão dos investimentos sociais corporativos?

Mediana do **valor** dos investimentos

*(Em valores correntes)*

#### BISC (2007/2011):



**CECP (2007/2011):**

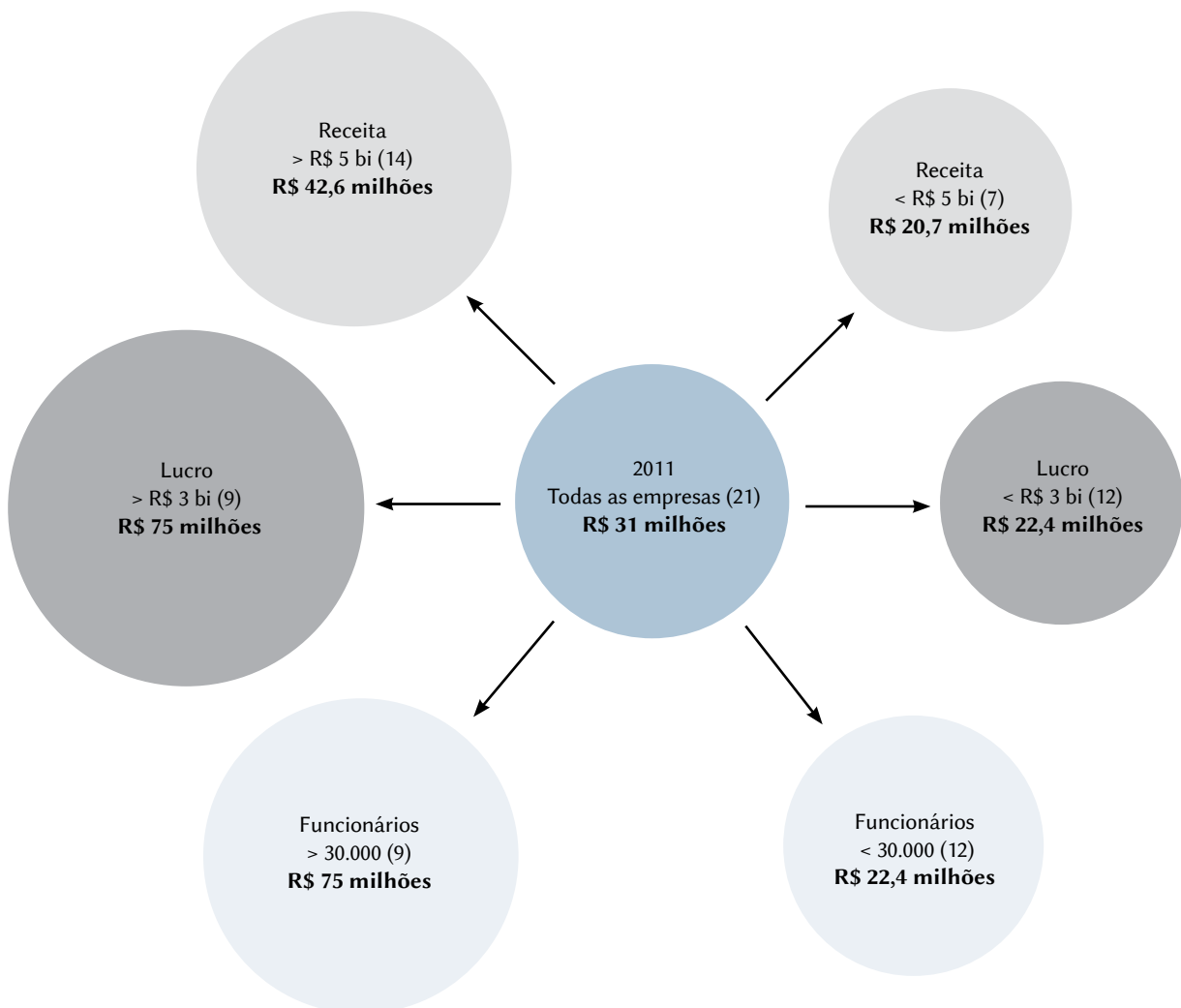
*Fonte: BISC, 2011 e CECP, 2011. Comunitas*

**E o tamanho também afeta.** É claro que o clima econômico não atinge igualmente a todos. Alguns setores são mais afetados por períodos de retração nos negócios do que outros, assim como nem todos respondem imediatamente e do mesmo modo a uma reversão do ciclo da economia. E esse fato se reflete nas diferenças entre a mediana dos investimentos do grupo e sua participação nas receitas e nos lucros das empresas.

Como era de esperar, o volume de investimentos varia diretamente com o tamanho, isto é, as empresas maiores aplicam bem mais do que as menores. Dividindo o grupo com base no tamanho dos lucros, a diferença na mediana dos recursos investidos pelos dois grupos é bastante significativa: em 2011, a mediana das aplicações sociais das empresas com lucros maiores do que 3 bilhões de reais foi de 75 milhões de reais, enquanto a das empresas que apresentaram lucro inferior ao montante acima indicado foi de 22,4 bilhões de reais (Figura 4).



Figura 4

**Como variam os valores dos investimentos sociais corporativos?***(Mediana dos valores)*

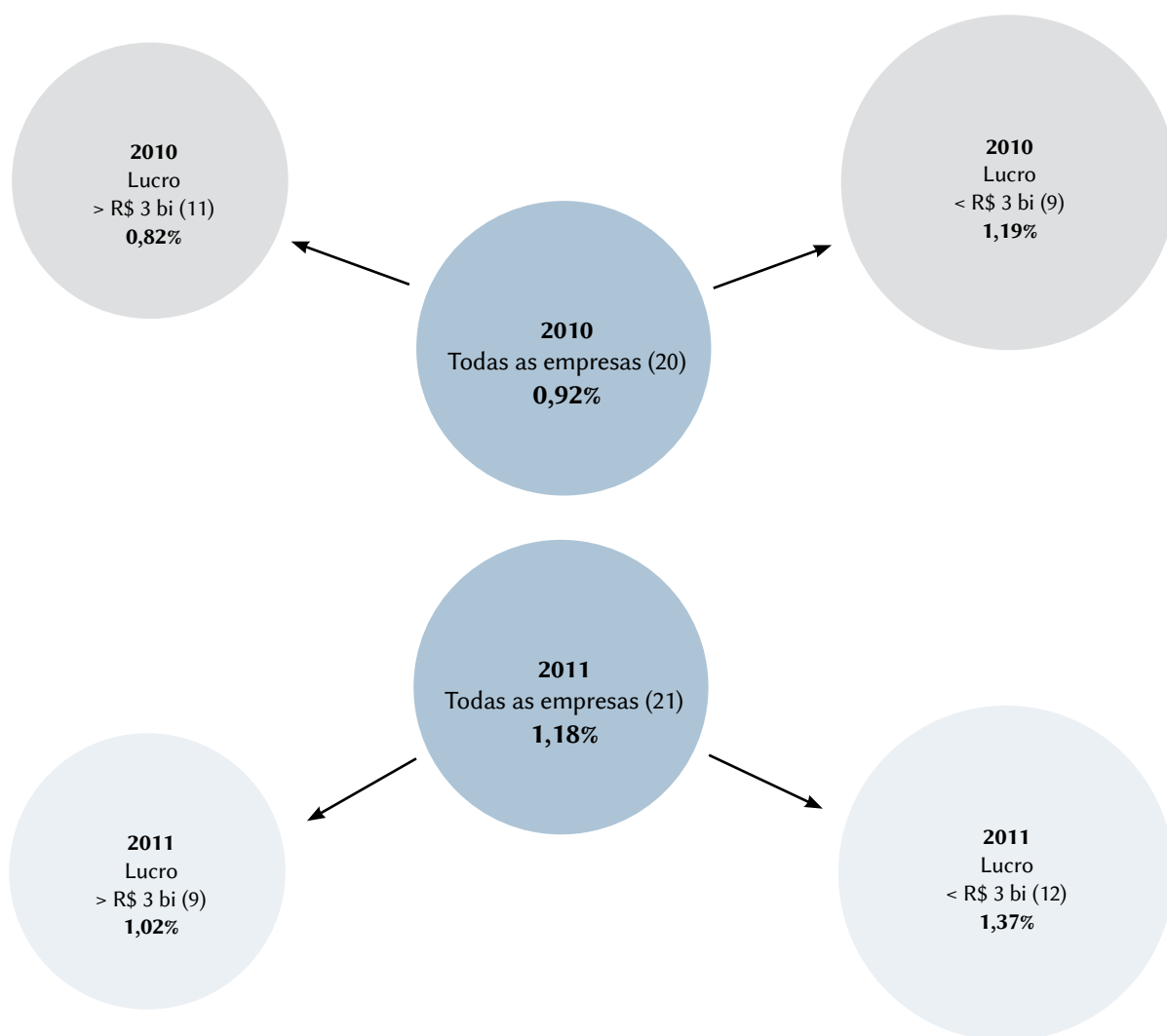
O maior valor investido individualmente foi da ordem de R\$ 567 milhões.

Um maior volume de investimentos não significa, todavia, que a diferença entre elas, com respeito ao comprometimento com a responsabilidade social, é da mesma ordem de magnitude. Como proporção dos lucros, a diferença se inverte. Aquelas cujos lucros foram menores investem relativamente mais do que as que acusaram lucros mais elevados. Não obstante, entre 2010 e 2011 a participação dos investimentos nos lucros cresceu mais entre as maiores empresas (Figura 5).

**Figura 5**

**Como variou a participação dos investimentos sociais nos lucros das empresas, entre 2010 e 2011? (em %)**

*(Mediana dos percentuais)*



Fonte: BISC, 2012. Comunitas

O excelente desempenho da economia brasileira em 2010 contribuiu para o aumento dos lucros e dos investimentos sociais em 2011, mas a repercussão do clima econômico no lucro das empresas depende de como os diferentes setores de atividade reagem a mudanças na conjuntura.

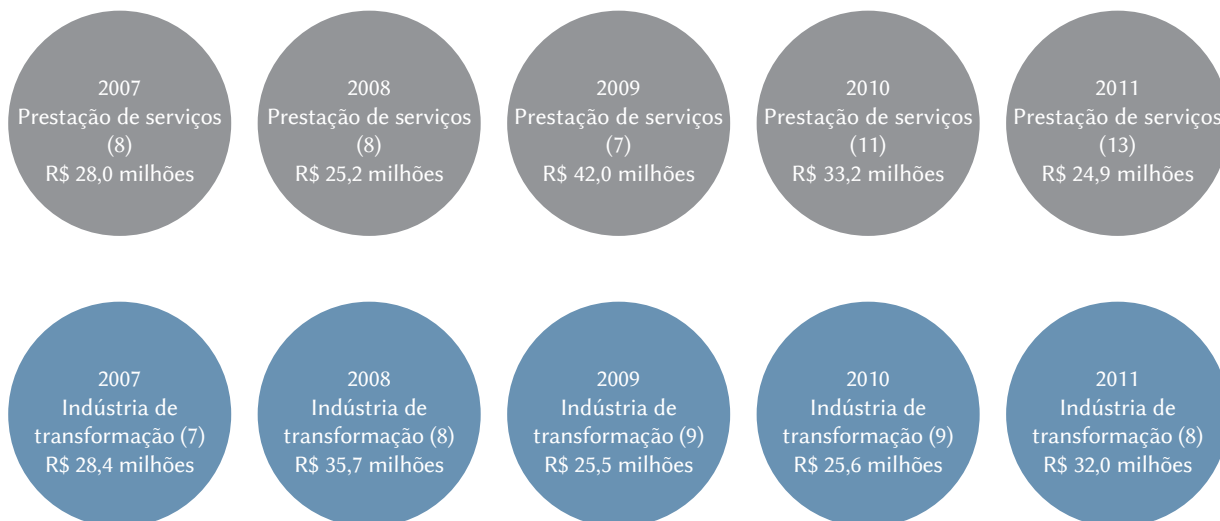
Nesse particular, as diferenças de comportamento da indústria e dos serviços nos anos recentes são marcantes. A forte oscilação do PIB industrial entre 2008 e 2011 se reflete no volume dos investimentos sociais, cuja mediana voltou a superar o patamar dos 30 milhões de reais neste último ano, em razão do crescimento registrado pelo setor em 2010. No entanto, o mesmo não se observa no setor de prestação de serviços, que não sustentou o volume de investimentos de 2009, apesar de exibir um crescimento econômico em 2011 bem maior do que o do setor industrial. Neste caso a explicação pode ser atribuída à mudança ocorrida na composição das empresas desse setor que participaram da pesquisa em 2011 (Figura 6).

**Figura 6**

**Indústria e Serviços: o que ocorreu com os seus investimentos sociais no período 2007-2010?**

Mediana do **valor** dos investimentos

*(Em valores, ajustados pela inflação)*



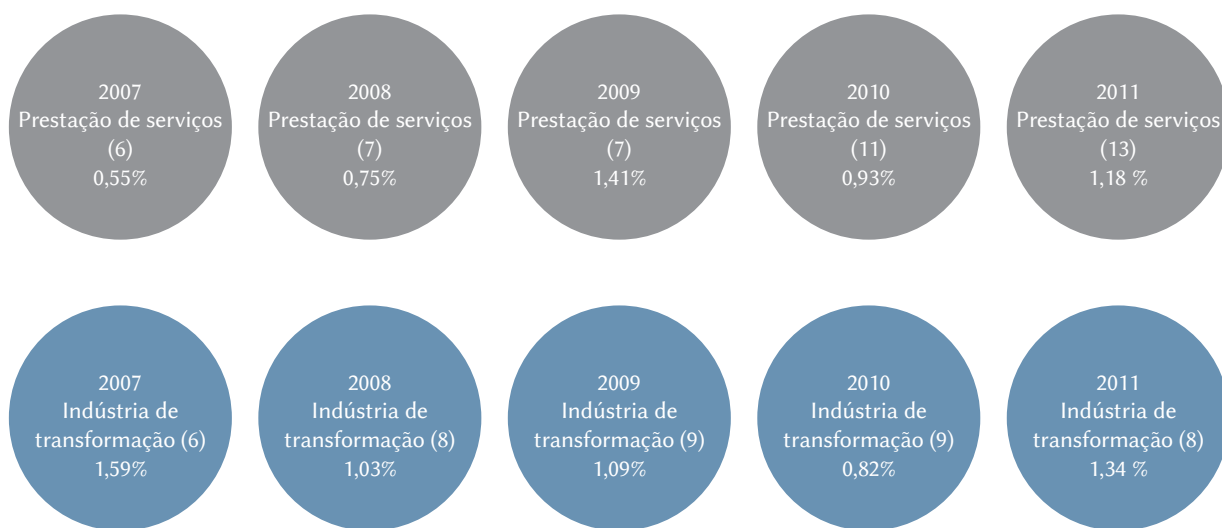
Não obstante as trajetórias divergentes, com respeito ao volume de investimentos realizados pelas empresas industriais e de prestação de serviços, o que merece destaque é a significativa convergência que se observa na relação entre investimentos e lucros nos dois casos. Em 2007, as empresas do setor de indústrias investiram três vezes mais, como proporção dos seus lucros, do que as do setor de serviços. Ao longo do período essa relação sofreu fortes oscilações que contribuíram para que os índices convergissem para valores próximos (Figura 7).

**Figura 7**

### **Indústria e Serviços: qual a proporção dos investimentos nos lucros?**

Proporção dos investimentos nos **lucros** brutos

*(Mediana dos percentuais)*



*Fonte: BISC, 2011. Comunitas*

O destaque negativo da economia brasileira em 2011 foi o desempenho da indústria de transformação, que permaneceu praticamente estagnada, enquanto outros setores, como o comércio, a agricultura e os serviços de informação e financeiros evitaram que o crescimento do PIB caísse abaixo de 2,5%. Esse fato deverá revelar novas mudanças na relação entre os setores quando os resultados de 2012 forem apurados.

## Sobre as perspectivas dos investimentos sociais

**Lá e cá: tendências.** As tendências observadas com respeito ao comportamento dos investimentos sociais das empresas que participam da pesquisa conduzida pelo CECP e das empresas do BISC indicam uma acentuada semelhança, embora com vantagens para as brasileiras.

No período 2009-2011, ambas as pesquisas apontam para índices de crescimento da mediana dos investimentos sociais iguais, embora em valores absolutos o crescimento dos investimentos das empresas do BISC tenha sido maior do que o registrado pelos participantes do CECP – 36% e 28%, respectivamente (Quadro 1). Essa notável semelhança sugere que, apesar do efeito de oscilações na conjuntura e de distintas reações a ela, as diferenças tendem a se diluir ao longo do tempo, sugerindo que outros fatores, a exemplo da consolidação do compromisso com a responsabilidade social, contribuem para comportamentos similares, que não são percebidos na observação dos dados anuais.

### Quadro 1

#### **BISC e CECP: Como evoluíram os investimentos sociais nos três últimos anos?**

*(Valores ajustados pela inflação)*

▶ **Mais da metade das empresas aumentou os seus investimentos:**

BISC > 64% das empresas aumentaram os investimentos  
CECP > 60% das empresas aumentaram os investimentos

▶ **O total dos investimentos cresceu de forma significativa:**

BISC > O total dos investimentos foi 36% superior ao de 2009  
CECP > O total dos investimentos foi 28% superior ao de 2009

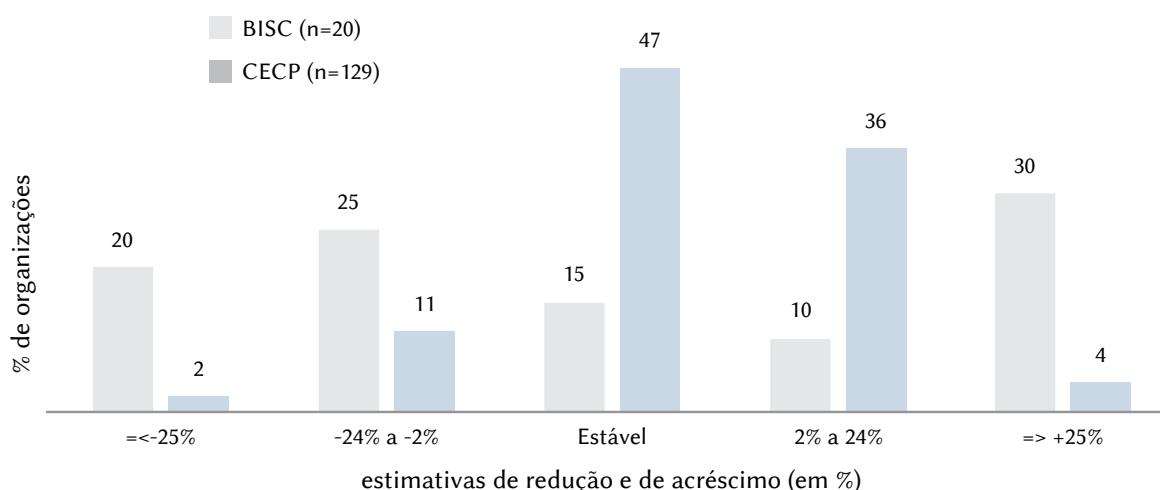
▶ **A mediana do total dos investimentos cresceu em 8%:**

BISC > a mediana do total dos investimentos, em 2011, é 8% maior do que em 2009.  
CECP > a mediana do total dos investimentos, em 2011, é 8% maior do que em 2009.

**Lá e cá – o que esperar em 2012.** As expectativas para 2012 indicam que o clima econômico está afetando o humor dos empresários, bem mais cá do que lá. No Brasil, 45% das respostas a perguntas que buscam aferir a expectativa para os investimentos sociais em 2012 apontam para uma redução das aplicações, em relação aos investimentos realizados em 2011, que se dividem em posições mais ou menos iguais dentre os que esperam uma redução maior ou menor do que 25%. No entanto, 40% esperam crescimento – a maioria de mais de 25% –, e apenas 10% acreditam em uma estabilidade nos valores (Gráfico 3). Supondo que os que não responderam a essa questão mantenham os seus investimentos, uma hipótese plausível é que o patamar de 2 bilhões de reais alcançado em 2011 seja preservado entre as empresas do BISC.

Gráfico 3

### Quais as expectativas para os investimentos sociais de 2012?



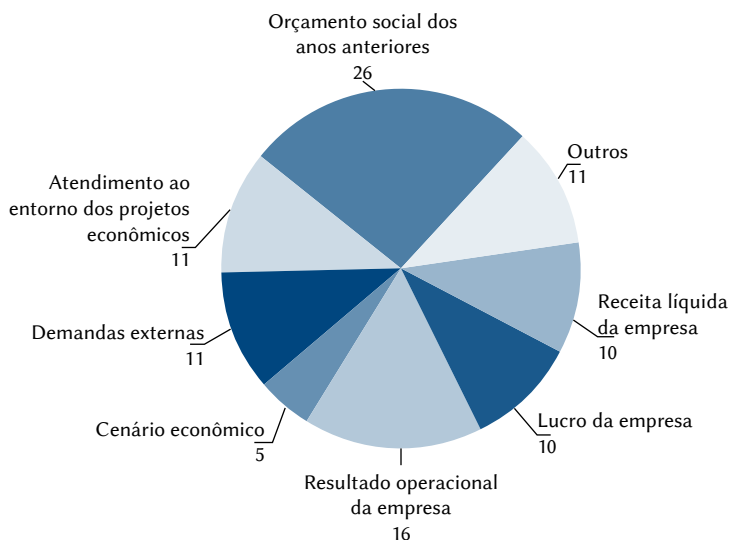
Fonte: BISC, 2012. Comunitas

No grupo do CECP, a maioria espera a manutenção dos investimentos e 40% acreditam em um crescimento, mas não muito forte. Apenas 13% vislumbram uma redução nos valores, o que parece indicar que a queda nos últimos anos tende a gerar uma expectativa de melhoria, o que parece refletir maior confiança com respeito ao desempenho da economia, ainda que modesta.

**Acompanhar a conjuntura ou sustentar os compromissos?** As expectativas das empresas no Brasil com respeito ao comportamento dos investimentos sociais refletem os critérios que informam predominar nas decisões sobre os recursos que são anualmente direcionados para os investimentos sociais (Gráfico 4). A repercussão da conjuntura econômica no desempenho da empresa tem maior peso, conforme o esperado, mas chamam a atenção o destaque dado ao orçamento social dos anos anteriores e a importância atribuída à realização de investimentos no entorno dos projetos econômicos das empresas. A influência desses outros fatores na determinação de destinar recursos a investimentos sociais sugere que eles tendem a resistir mais a um cenário adverso e, em contrapartida, a reagir mais lentamente a uma expectativa de melhoria do clima econômico, o que parece se conformar com o padrão da evolução dos investimentos do grupo nos últimos cinco anos.

Gráfico 4

**Qual o principal critério utilizado para a definição do valor dos investimentos sociais? (em %) (n=19)**



Fonte: BISC, 2011. Comunitas

Assim, o clima de incertezas, que afeta as previsões para o desempenho da economia mundial em 2013, e o medíocre resultado exibido pela economia brasileira neste ano podem influenciar a expectativa dos que preveem uma queda nos investimentos em 2012. Não obstante, não devem trazer mudanças muito significativas e nem abater o ânimo dos gestores dos programas sociais com respeito à continuidade do padrão registrado nos últimos cinco anos.

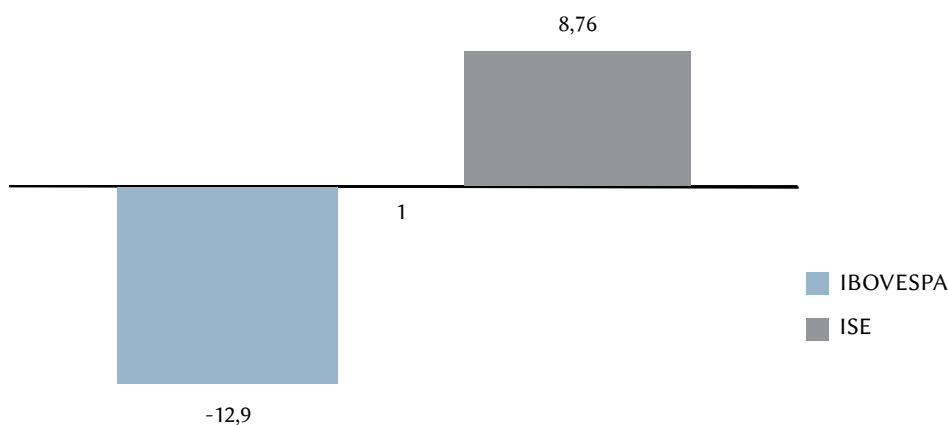
**A importância do reconhecimento.** Outro fator que contribui para emitir uma nota de otimismo é a percepção que parece se disseminar nas lideranças empresariais, com respeito ao fato de que o investimento social não resulta apenas de um ato ocasional de filantropia, sendo também importante para o ambiente dos negócios e a imagem da empresa perante seus *stakeholders*.

Conforme apontado no início deste capítulo (Gráfico 1), as motivações de cunho humanitário, que denotam a importância da filantropia para as decisões de aplicação de recursos em projetos sociais, têm um peso reduzido. A absoluta maioria das preocupações com o ambiente dos negócios está explícita na menção direta a este quesito, e implícita nas respostas que apontam para o reconhecimento da importância que tem o protagonismo na área social para a imagem da empresa, especialmente para sustentar a competitividade em um cenário econômico pouco favorável.

Quanto aos benefícios para os negócios, os dados do desempenho das ações das empresas que compõem a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) são bastante elucidativos. Nos 12 meses transcorridos entre meados de 2011 e de 2012, o ISE cresceu 8,6%, enquanto o IBOVESPA acusou uma queda de 12,9% (Gráfico 5).

Gráfico 5

**Valorização IBOVESPA x ISE (em %)**



*No período entre julho de 2011 e junho de 2012*

Fonte: Boletim ISE in: [www.bmfbovespa.com.br/Indices/download/062012\\_bolISE\\_pt-BR.pdf](http://www.bmfbovespa.com.br/Indices/download/062012_bolISE_pt-BR.pdf)

Em resumo: os aspectos acima apontados não são suficientes para esperar que os resultados da próxima edição da pesquisa BISC mostrem um novo aumento do volume de investimentos, mas a manutenção do patamar alcançado em 2011 não deverá ser objeto de surpresa.



## O NOVO RETRATO DA ATUAÇÃO SOCIAL DAS EMPRESAS

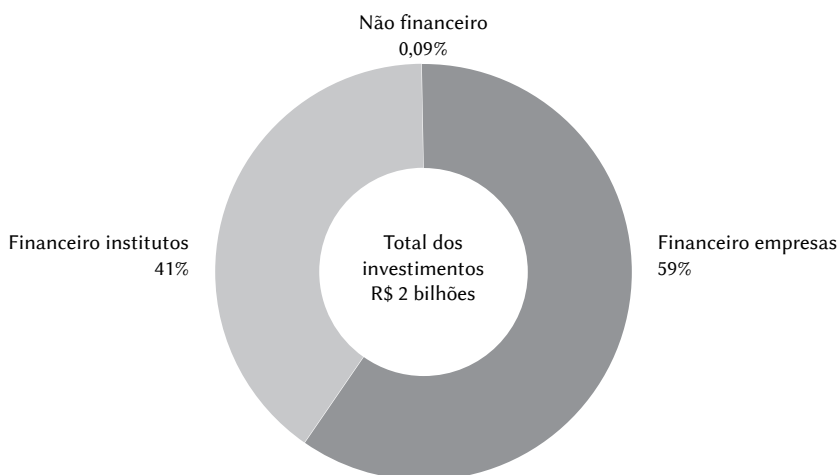
### Sobre a composição dos investimentos sociais corporativos

Conforme exposto na seção anterior, a previsão otimista registrada no relatório de 2011 foi plenamente confirmada. Os investimentos sociais do grupo BISC atingiram o valor previsto de 2 bilhões de reais<sup>2</sup>. A totalidade desse valor corresponde, praticamente, a recursos financeiros, pois poucas empresas informam sobre valores implícitos em doações ou prestação de serviços gratuitos, não obstante ser esta uma prática usual no setor privado (Gráfico 6).

#### Gráfico 6

#### Como são realizados os investimentos sociais voluntários?

Alternativas de investimentos (n=23)

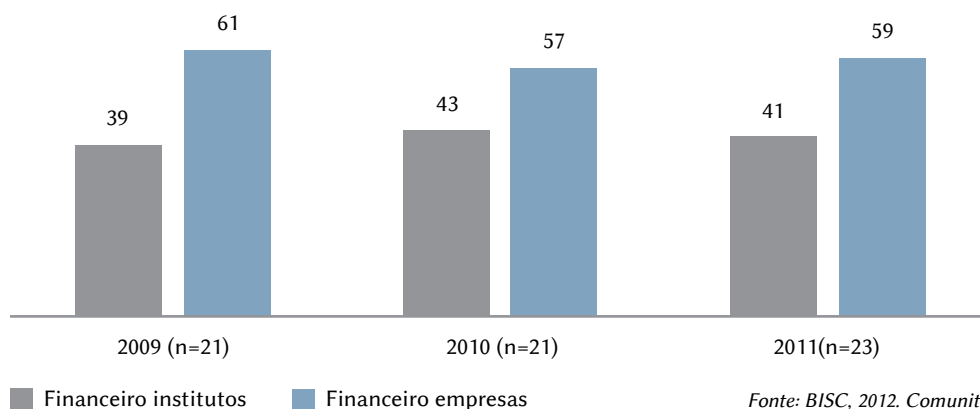


Cerca de 90% das empresas criaram institutos ou fundações para desenvolver os seus projetos sociais. Não obstante, a maior parte dos recursos é aplicada diretamente pelas próprias empresas: entre 57% a 61% do total investido entre 2009 e 2011. Nesse último ano, a mediana dos investimentos sociais das empresas foi de 15,3 milhões de reais, e a dos institutos, de 8,4 milhões de reais (Gráfico 7).

2. Esse valor equivale a 12% dos recursos investidos pelo governo federal, em 2011, no seu maior programa de combate à pobreza: o Bolsa Família (Fonte: SIAFI/STN).

## Gráfico 7

**Qual a proporção dos recursos investidos diretamente pelas empresas e por meio de seus institutos, no período de 2009 a 2011? (em %)**

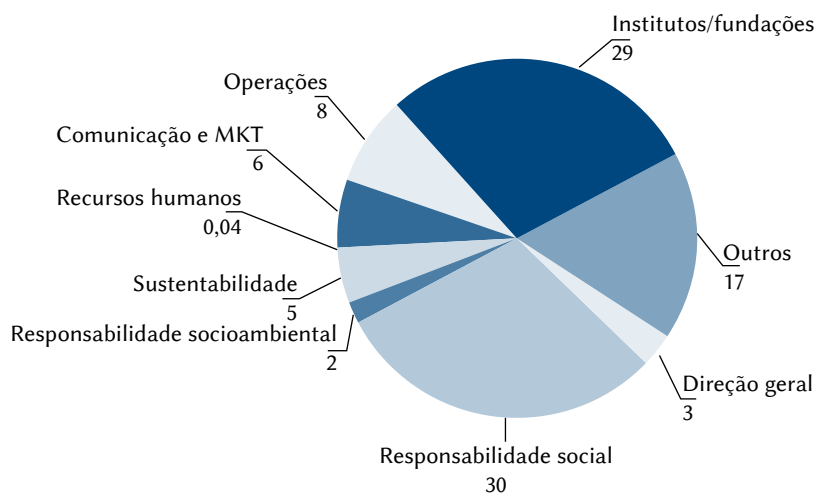


Conforme apresentado no Gráfico 8, na composição dos investimentos sociais por fonte de financiamento observa-se que cerca de 70% dos recursos provêm das empresas e o restante dos institutos. Resultado semelhante havia sido observado no ano anterior. A novidade é que em 2011 foi identificada uma contribuição mais significativa da área de responsabilidade social e uma redução dos recursos oriundos das áreas de operação e de comunicação e marketing.

## Gráfico 8

**De que áreas das empresas provêm os recursos investidos? (em %)**

**Composição interna do financiamento dos investimentos sociais segundo as unidades administrativas da empresa (n=21)**



Em que medida a origem dos recursos condiciona ou influencia a natureza dos investimentos realizados pelas empresas? Esta foi uma indagação que a pesquisa buscou explorar, e os primeiros resultados já apontam algumas tendências, ainda que se tenham observado situações bastante distintas entre as empresas respondentes. Os institutos, geralmente mais especializados na área social, privilegiam as atividades de educação e desenvolvimento territorial. Nas áreas de responsabilidade social observa-se uma variação maior de prioridades com uma tendência a privilegiar as atividades de educação e arte. As áreas de operações tendem a direcionar recursos para o desenvolvimento do território, ou ações correlatas, como a formação profissional, geração de renda, infraestrutura e meio ambiente. Na área de sustentabilidade sobressai a prioridade ao meio ambiente e à educação (possivelmente relacionada às questões ambientais). Conforme o esperado, as áreas de comunicação e marketing diferenciam-se pelos patrocínios a eventos culturais e pelo apoio a atividades esportivas. As diferenças apontadas sugerem que uma questão a ser futuramente explorada pelo BISC refere-se às estratégias adotadas pelas empresas para promover internamente o diálogo entre as diversas unidades administrativas envolvidas com a realização dos investimentos sociais.

## Sobre o uso dos incentivos fiscais

Os resultados da pesquisa sinalizam que os incentivos fiscais permitidos pela legislação brasileira não são suficientes para dinamizar a atuação social do setor privado: as empresas do grupo são de grande porte, destacam-se pela sua atuação no social e, ainda assim, a participação dos incentivos no financiamento dos investimentos é relativamente pequena: girou em torno de 23% do total investido nos últimos cinco anos (Gráfico 9).

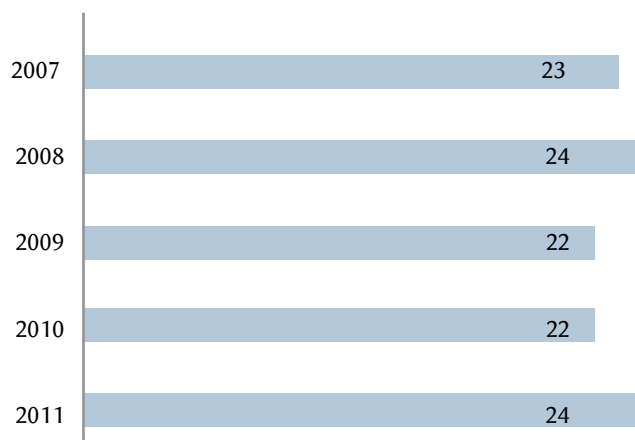
Outras informações reforçam essa afirmação:

- Em nenhuma empresa o incentivo representou mais do que 30% do total investido na área social.
- Para 73% das empresas que utilizam os incentivos, eles não chegam a 5% do total investido.
- Cerca de um terço das empresas não utiliza incentivos fiscais para financiar projetos sociais.
- Em 35% das empresas, os colaboradores são estimulados a fazer doações pessoais incentivadas.
- Dentre os respondentes, apenas um terço informa ter utilizado 100% dos incentivos permitidos pela legislação.

## Gráfico 9

### O que os incentivos fiscais representam para os investimentos sociais privados? (em%)

Percentual dos incentivos fiscais nos investimentos sociais (2007/2011)



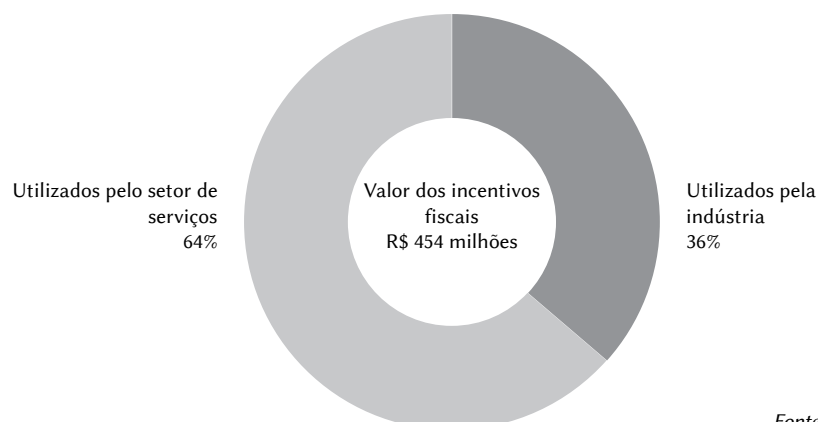
Fonte: BISC, 2012. Comunitas.

Em valores absolutos, o montante dos incentivos fiscais utilizados pelas empresas cresceu 17%, entre 2001 e 2011, alcançando o patamar de 454 milhões de reais (Gráfico 10). Dois terços desses recursos foram utilizados pelas empresas do setor de serviços, repetindo o padrão observado ao longo dos últimos três anos com respeito à diferença na utilização dos incentivos entre os setores.

## Gráfico 10

### Qual o montante de recursos investidos por meio dos incentivos fiscais?

Incentivos fiscais (n=15)



Fonte: BISC, 2012. Comunitas

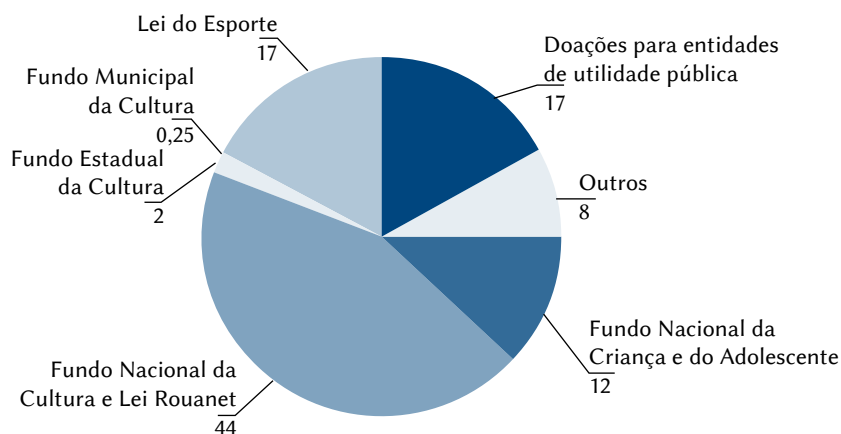
Pelas informações contidas no Gráfico 11, verifica-se que os incentivos fiscais se concentram na área de cultura, que absorve 46% do total utilizado. No entanto, os incentivos ao esporte também foram expressivos e contribuíram para um investimento na área de 76 milhões de reais em 2011 (17% do total).

Vale mencionar que a maior parte das empresas (80%) faz doações aos Fundos da Criança e do Adolescente, mas essas doações têm valores menores e correspondem a apenas 12% do total dos recursos investidos por meio dos incentivos.

## Gráfico 11

### Como se distribuem os recursos incentivados? (em %)

#### Composição dos incentivos utilizados (n=15)



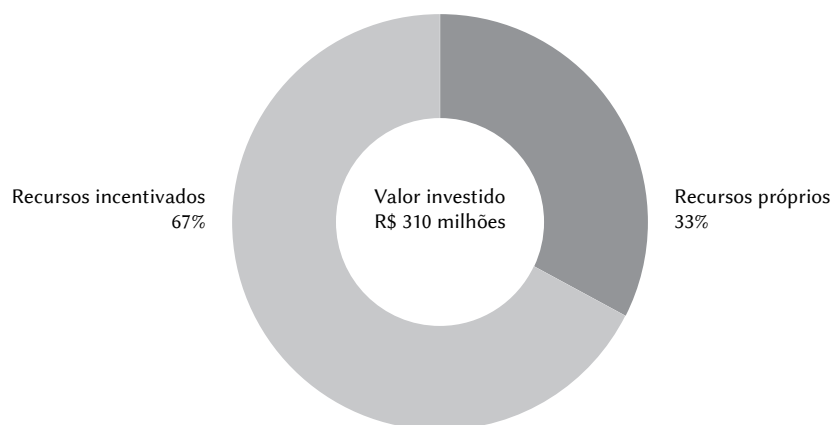
Fonte: BISC, 2012. Comunitas

A importância dos incentivos para a área da cultura pode ser observada no Gráfico 12: eles representam cerca de dois terços do total de recursos investidos pelas empresas nessa área. É importante ressaltar que são as comunidades pobres que recebem a maior fatia dos investimentos em cultura.

## Gráfico 12

### Qual o impacto dos incentivos fiscais na cultura?

Incentivo em cultura (n=15)



Fonte: BISC, 2012. Comunitas.

## Sobre a participação do setor financeiro

Dentre os novos temas explorados no BISC de 2012, destacam-se as contribuições das instituições financeiras para o estímulo e o aprimoramento dos investimentos sociais privados. Isso porque, cada vez mais, os bancos públicos e privados buscam reforçar o seu papel de agentes do desenvolvimento sustentável e redobram a preocupação com as questões sociais e ambientais envolvidas nos empreendimentos financiados. Ou seja, progressivamente a rede bancária passa a valorizar os empréstimos a projetos que incorporam os parâmetros do *Triple Bottom Line*.

Essa tendência foi captada no BISC. Inovações na política de crédito, com a introdução de requisitos sociais e ambientais para a aprovação dos projetos, têm sido adotadas, por exemplo, pela maioria absoluta das instituições financeiras do grupo. Assim é que 71% delas incluem em seus contratos de financiamento exigências sociais e ambientais além das previstas em lei, e que 57% preveem a realização de ações voltadas diretamente para as comunidades.

Os bancos públicos também adotam práticas semelhantes e vão além, com a criação de linhas de crédito especiais para o financiamento de investimentos sociais privados, como fez o BNDES, que instituiu, em anos recentes, uma linha especial de crédito para projetos de tal natureza (Quadro 2). Nesse campo surgem, então, novas possibilidades de parcerias público-privadas que necessitam ser exploradas, fortalecidas e aprimoradas.

Ao criar linha de crédito para projetos sociais e incluir compromissos sociais, nos contratos de financiamento de projetos econômicos, as instituições financeiras tencionam alavancar novos recursos para a área, ampliar o atendimento, fortalecer as políticas públicas e induzir avanços crescentes na qualidade dos investimentos sociais. E qual têm sido as contribuições dessas novas iniciativas? Que resultados podem ser captados na pesquisa BISC? O que pode ser melhorado? Foi para responder a indagações dessa natureza que a pesquisa introduziu algumas questões relacionadas especificamente às contribuições dos bancos públicos e cujas respostas são analisadas a seguir.

## Quadro 2

### **O BNDES e os Investimentos Sociais de Empresas (ISE)**

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social oferece, desde maio de 2006, uma linha de financiamento para projetos sociais realizados por empresas, isoladamente ou em parceria com instituições públicas ou associações sem fins lucrativos. O propósito é estimular a responsabilidade social do setor privado e a articulação e o fortalecimento de políticas públicas desenvolvidas nos diferentes níveis federativos.

A linha de financiamento se divide em duas modalidades: apoio a investimentos no âmbito da comunidade e apoio a investimentos no âmbito da empresa. No âmbito da comunidade, a preferência é para os projetos articulados com o poder público local e/ou que visem somar esforços com programas ou políticas públicas. As ações podem destinar-se tanto às populações localizadas em comunidades do entorno quanto a áreas de influência geográfica das empresas, como a segmentos da população não diretamente associados a iniciativas empresariais ou em suas áreas de influência.

Não são passíveis de financiamento: (a) as ações impostas por lei, ato administrativo ou decisão judicial, incluindo obrigações decorrentes de licenciamento ambiental e Termos de Ajustamento de Conduta; (b) as ações exclusivamente voltadas à performance comercial e competitiva ou ao desenvolvimento direto do mercado consumidor; e (c) as ações de marketing institucional.

As condições financeiras baseiam-se nas diretrizes do novo produto BNDES Finem com algumas especificidades. Independentemente

do valor do financiamento, as operações podem ser realizadas diretamente com o BNDES, na forma indireta não automática ou na forma mista, obedecendo às seguintes alternativas: subcrédito social vinculado ao financiamento do projeto produtivo; e contrato específico de financiamento para projeto ou programa de investimentos sociais. Para os investimentos no âmbito das comunidades o BNDES não cobra remuneração, apenas custo financeiro (TJLP) para operações diretas e para operações indiretas (não automáticas), o custo financeiro (TJLP) mais a remuneração da instituição financeira credenciada, negociada com cliente.

Desde a criação do ISE até agosto de 2012, cerca de R\$ 314 milhões foram aplicados com o desembolso na ordem de 134 operações de investimentos sociais nas comunidades. Em média, os empréstimos variam entre R\$ 25 mil e R\$ 18 milhões. Não há limite preestabelecido. O teto depende do próprio investidor, que apresenta o projeto e aguarda a avaliação dos técnicos responsáveis.

*Fonte: BNDES*

Excluindo as instituições financeiras, metade das empresas do grupo BISC recebeu financiamentos de bancos públicos federais para projetos econômicos e, em 71% desses casos, os contratos incluíram compromissos socioambientais, além dos previstos em lei, atos administrativos ou decisão judicial. No entanto, em 2011, apenas 14% das empresas receberam recursos para financiar os seus projetos sociais, e esses recursos representaram 38% do total do que investiram. Essa participação ainda reduzida dos bancos públicos no financiamento dos projetos sociais do grupo BISC pode explicar o fato de que as empresas ainda não mencionam o acesso a esses recursos dentre os motivos que contribuem para uma atuação no campo social, e nem dentre os principais critérios adotados para definir o volume dos seus investimentos.

Independentemente dos financiamentos diretos à área social, na percepção dos respondentes, os contratos com os bancos públicos trazem benefícios para os investimentos sociais privados<sup>3</sup>, que se manifestam, especialmente, no aumento dos valores investidos no social pelas próprias empresas, na adequação dos projetos às necessidades locais e na estruturação estratégica dos investimentos sociais voltados

3. Responderam às questões qualitativas sobre os financiamentos bancários não só as empresas que receberam financiamentos para projetos sociais em 2011, ou que estão em fase de negociação, mas também todas aquelas que receberam recursos apenas para os projetos econômicos.



para o desenvolvimento do território. No entanto, a maior parte não reconhece uma contribuição efetiva para a articulação e integração entre as empresas privadas e os órgãos governamentais (Quadro 3).

**Quadro 3**

<b>REFLEXOS DO RELACIONAMENTO COM OS BANCOS PÚBLICOS NOS INVESTIMENTOS SOCIAIS (em %)</b>				
	<b>Concordo totalmente</b>	<b>Concordo parcialmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Não sei informar</b>
Aumentou o valor total dos investimentos sociais previstos para o exercício	71	0	29	0
Permitiu a antecipação de investimentos sociais previstos para outros exercícios	14	29	57	0
Viabilizou novos investimentos sociais não previstos inicialmente pela empresa	29	42	29	0
Contribuiu para o aprimoramento da qualidade dos projetos sociais	43	43	14	0
Contribuiu para a adequação dos projetos sociais às necessidades locais	57	29	14	0
Contribuiu para o alinhamento dos projetos sociais às políticas públicas	29	42	29	0
Fomentou a adoção de melhores práticas de gestão dos investimentos sociais	43	14	29	14
Ajudou na estruturação de investimentos sociais estratégicos voltados para o desenvolvimento do território	57	29	0	14
Estimulou a análise de viabilidade e de sustentabilidade dos projetos sociais	29	57	0	14
Facilitou a integração com órgãos governamentais	29	14	57	0

Na gestão dos projetos sociais, as empresas também assinalam resultados positivos decorrentes do apoio das instituições financeiras estatais, especialmente no acompanhamento da implementação dos projetos e na avaliação dos resultados. Já em relação à mobilização e articulação de outros parceiros, a maior parte ainda não percebe avanços nessa área (Quadro 4).

**Quadro 4**

<b>REFLEXOS DO RELACIONAMENTO COM OS BANCOS PÚBLICOS NAS DIFERENTES ETAPAS DE EXECUÇÃO DOS INVESTIMENTOS SOCIAIS (em %)</b>					
	Muito importante	Importante	Pouco importante	Nenhuma importância	Não sabe
Definição dos projetos sociais	0	42	29	29	0
Acompanhamento da implementação dos projetos sociais	29	43	14	0	14
Mobilização e articulação e de potenciais parceiros	0	43	0	57	0
Avaliação de resultados	14	44	14	14	14
Outros	14	14	0	0	0

*Obs.: Em "Outros" foi mencionado apoio a ações específicas, tais como regularização fundiária e ambiental e revitalização de áreas urbanas.*

*Fonte: BISC, 2012. Comunitas*

Na busca de subsídios que possam contribuir para a reflexão e os debates sobre o fortalecimento dessas parcerias e a ampliação do impacto social dos financiamentos bancários às grandes empresas, a pesquisa indagou sobre as sugestões que elas poderiam apresentar aos bancos públicos. As respostas podem ser assim resumidas:

- Facilitar o acesso das comunidades beneficiadas pelo investimento social privado às linhas de créditos disponíveis nos bancos públicos.
- Desempenhar papel de articulador do diálogo e da parceria entre os setores público e privado.

- Exigir relatórios de execução e de prestação de contas dos investimentos sociais.
- Estimular o alinhamento dos investimentos sociais privados com políticas públicas ou com os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, visando o endereçamento para temas sociais estratégicos.
- Estimular a sinergia dos investimentos socioambientais no território com outras ações e empreendimentos da iniciativa privada ou do poder público.
- Estimular a adoção de boas práticas por parte das empresas a partir das diretrizes internacionais já existentes, em vez de criar novas diretrizes que terminam sendo contraproducentes.
- Incentivar as empresas a inserirem os investimentos socioambientais na rotina operacional e na estratégia dos negócios.
- Exigir que os investimentos socioambientais sejam apoiados em diagnósticos consistentes ou nos estudos que compõem o EIA (Environmental Impact Assessment).
- Criar rotinas/processos padronizados para a comprovação dos benefícios sociais resultantes dos investimentos socioambientais realizados.

A análise dessas sugestões e de outras informações obtidas ao longo da pesquisa sinaliza que há uma expectativa grande por parte das empresas com respeito ao papel dos bancos estatais na promoção da articulação e da integração de suas ações com as do setor público. Pesquisa anterior do BISC também já evidenciou a importância atribuída pelas empresas às parcerias público-privadas no campo social. Atualmente, conforme indicam as repostas apresentadas no Quadro 5, são as políticas relacionadas à educação que despertam maior interesse para a formação de parcerias: mais de dois terços das empresas assinalam uma grande disposição de contribuir com as políticas de educação básica e profissional. A metade delas destaca, ainda, um interesse grande em apoiar as políticas de erradicação da miséria, de promoção da cidadania e dos direitos humanos, e de desenvolvimento produtivo e territorial.

Finalmente sobressaem as questões relacionadas à economia solidária e ao aperfeiçoamento da gestão pública. A disposição de apoiar essas políticas foi assinalada como alta, ou média, por 68% e 55% das empresas, respectivamente. Da análise das repostas pode-se aferir que as empresas priorizaram aquelas áreas de atuação com as quais estão mais familiarizadas e, portanto, se sentem mais preparadas para trabalhar em parceria.

Quadro 5

DISPOSIÇÃO DAS EMPRESAS PARA CONTRIBUIR COM POLÍTICAS PÚBLICAS (em %)					
	Alta	Média	Baixa	Nenhuma	Não sabe
Agricultura familiar	27	14	14	27	18
Agricultura irrigada e agropecuária sustentável	14	5	27	32	22
Aperfeiçoamento da gestão pública	31	23	23	14	9
Cidadania, justiça e promoção dos direitos humanos	55	27	14	0	4
Coleta seletiva e manejo de resíduos sólidos	27	45	18	5	5
Desenvolvimento produtivo e territorial	50	18	14	9	9
Economia solidária	32	36	14	9	9
Educação básica	77	9	5	9	0
Educação profissional	68	23	0	0	9
Eradicação da miséria	50	18	14	5	13
Florestas, prevenção e controle do desmatamento e dos incêndios	27	18	18	23	14
Fortalecimento do sistema de assistência social	23	18	32	14	13
Gestão de riscos e respostas a desastres	18	18	9	32	23
Mobilidade urbana e trânsito	14	14	27	23	22
Moradia digna	18	14	23	27	18
Oferta de água	13	23	23	23	18
Políticas para a saúde	14	9	32	23	22
Reforma agrária e ordenamento da estrutura fundiária	0	9	18	45	28
Segurança alimentar	14	14	23	27	22
Segurança pública e cidadania	18	23	32	14	13

Obs.: Todas as políticas listadas no Quadro acima constam do Plano Plurianual 2012-2015: PLANO MAIS BRASIL, do Governo Federal.

Fonte: BISC, 2012. Comunitas

Em resumo, as iniciativas de apoio dos bancos públicos aos investimentos sociais privados são relativamente recentes e abrangem um número ainda reduzido de empresas do grupo, o que dificulta extrair observações mais precisas sobre essa nova forma de parceria. Não obstante, os resultados ora divulgados já trazem subsídios importantes para os debates sobre caminhos a serem percorridos e desafios a serem enfrentados.

## Sobre o foco dos investimentos sociais

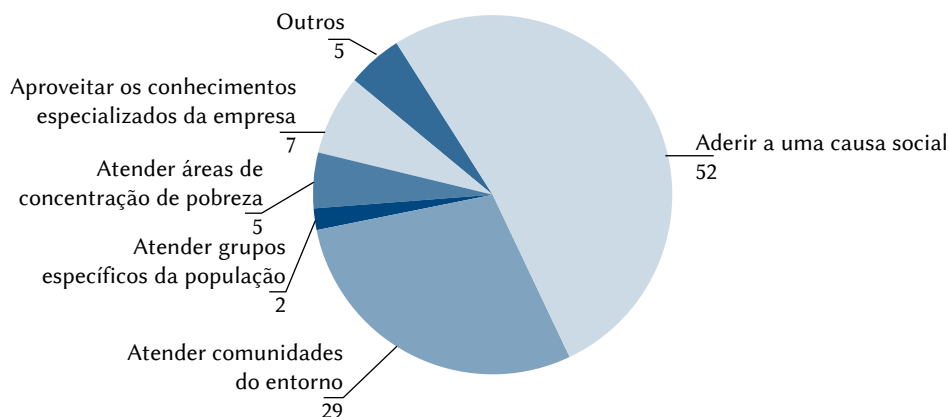
A fragmentação do atendimento e a dispersão de recursos entre diversas atividades não convergentes são fatos recorrentes nas iniciativas sociais do setor privado. Em cenários de recursos finitos e demandas ilimitadas, a focalização é defendida como uma opção técnica eficiente para ampliar os resultados das ações sociais. Para verificar como as empresas do BISC estão tratando esse tema, a pesquisa buscou analisar os critérios por elas adotados para definir a estratégia de atuação e o perfil da alocação dos recursos entre as diversas áreas sociais, segmentos da população e regiões geográficas do país.

Metade dos participantes, conforme consta do Gráfico 13, declara que foi a opção por aderir a uma causa social que determinou a escolha de seu foco de atenção. Esse fato explica, em parte, por que a maioria deles se volta para a educação, conforme será apresentado mais adiante. Em cerca de 30% das empresas predomina o objetivo de atender às necessidades das comunidades do entorno e, nesse caso, o foco passa a ser o território, o que pode significar uma atuação mais diversificada para adequar-se às diferentes realidades locais. A depender da forma como esses investimentos são realizados, a fragmentação na alocação dos recursos não significa, necessariamente, que os resultados sejam insatisfatórios. Por exemplo, projetos sociais diversos associados a políticas públicas abrangentes, ou integrados a outras iniciativas das organizações da sociedade civil, podem apresentar resultados muito positivos, a depender das estratégias adotadas para promover a integração e convergência da atuação nas respectivas localidades. É que os problemas sociais são multifacetados e requerem, para o seu enfrentamento, ações diversificadas e abrangentes e compromissos compartilhados. As estratégias adotadas pelas empresas para garantir essa atuação mais integrada e qualificada serão analisadas no próximo item.

### Gráfico 13

#### Como as empresas definem o foco de sua atuação social? (em %)

Critérios para definir o foco da atuação social (n=22 empresas)



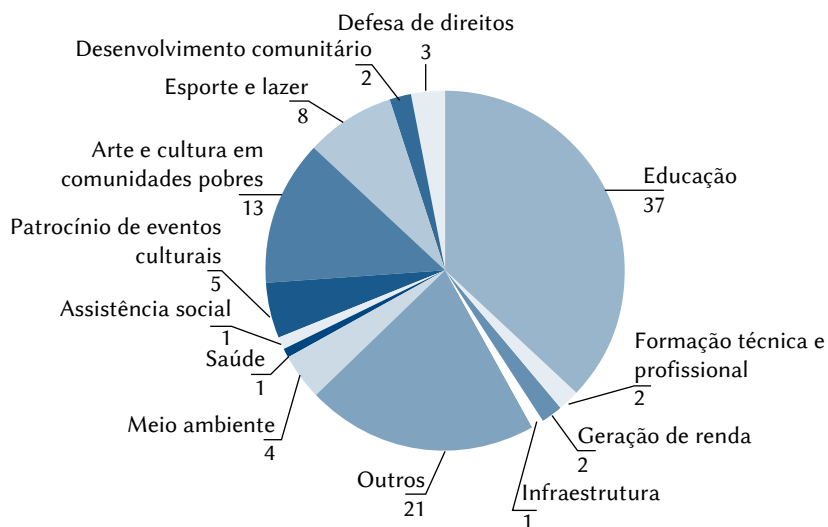
Fonte: BISC, 2012. Comunitas

Observando estritamente a distribuição do total dos recursos financeiros aplicados pelo grupo, os dados apresentados no Gráfico 14 apontam uma grande dispersão entre as diversas áreas de atuação: com exceção da educação, que concentra 37% do total, as demais áreas recebem proporções relativamente reduzidas dos investimentos sociais. Analisando separadamente as empresas e os seus institutos, observa-se que esses últimos tendem a concentrar mais sua atuação, mas, ainda assim, cerca de 40% dos recursos são distribuídos entre diversas atividades (Gráficos 15 e 16).

## Gráfico 14

## Como se distribuem os investimentos sociais do grupo BISC? (em %)

Investimentos sociais por área de atuação – Total (n=22 empresas)

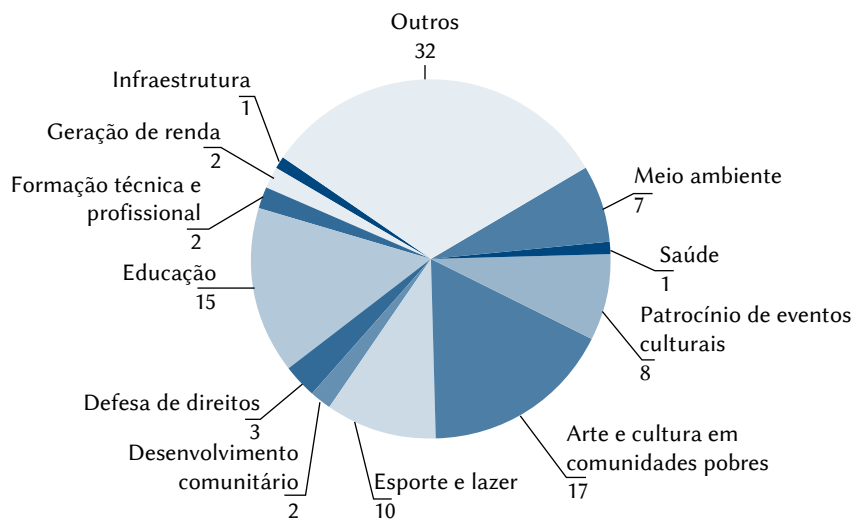


Fonte: BISC, 2012. Comunitas

## Gráfico 15

## Como se distribuem os investimentos sociais nas empresas? (em %)

Investimentos sociais por área de atuação – Empresas (n=19)

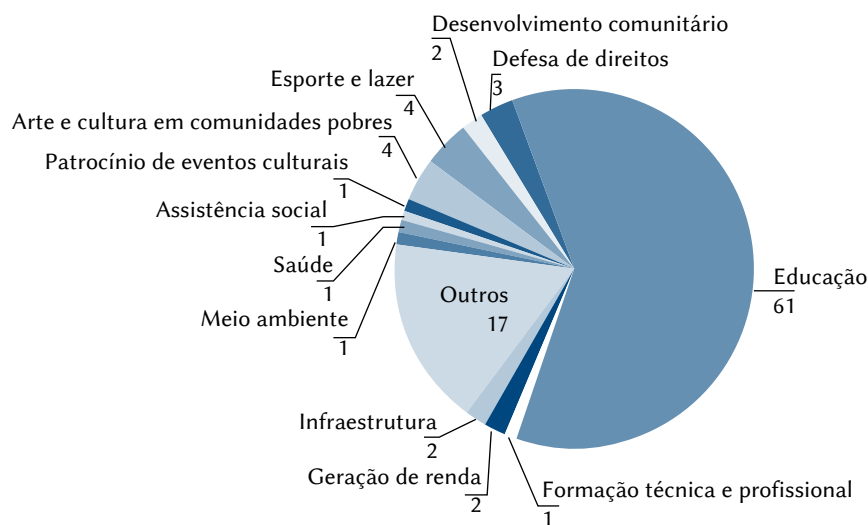


Fonte: BISC, 2012. Comunitas

## Gráfico 16

## Como se distribuem os investimentos sociais nos institutos? (em %)

## Investimentos sociais por área de atuação – Institutos (n=20)



Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

No entanto, uma leitura distinta pode ser feita a respeito dessas informações. Observando-se separadamente o comportamento de cada empresa, os dados refletem uma outra realidade. A análise individualizada aponta que a metade das empresas do BISC destina mais de 50% dos seus recursos para uma única área de atuação social (Gráfico 17). São as seguintes essas áreas de atuação prioritária: educação (46% das empresas), desenvolvimento do território (27%), formação técnica, patrocínio de eventos culturais e esporte e lazer (9% cada). Em apenas uma minoria das empresas (4%) os investimentos são bastante dispersos, ou seja, nenhuma área específica recebe mais do que 20% do total<sup>4</sup>. No grupo que ocupa uma posição intermediária – destina entre 20% e 50% dos recursos para uma área foco –, verifica-se uma preocupação em alocá-los em atividades correlatas, como por exemplo: formação profissional e geração de renda; arte e educação; e geração de renda e assistência social<sup>5</sup>.

4. Comparando com o grupo de participantes do CECP, as empresas no Brasil focalizam mais os seus investimentos sociais. Segundo o relatório apresentado em junho de 2012, nos EUA “mais de 31% das empresas doam 50% ou mais para uma área programa e apenas 4% dispersam fortemente as suas doações (definido como menos de 20% das doações para qualquer uma das áreas programas)”. Fonte: *First Look: 2011 Trends in Corporate Giving*. Coady, M. e Chin, C. CECP, Nova York, junho de 2012.

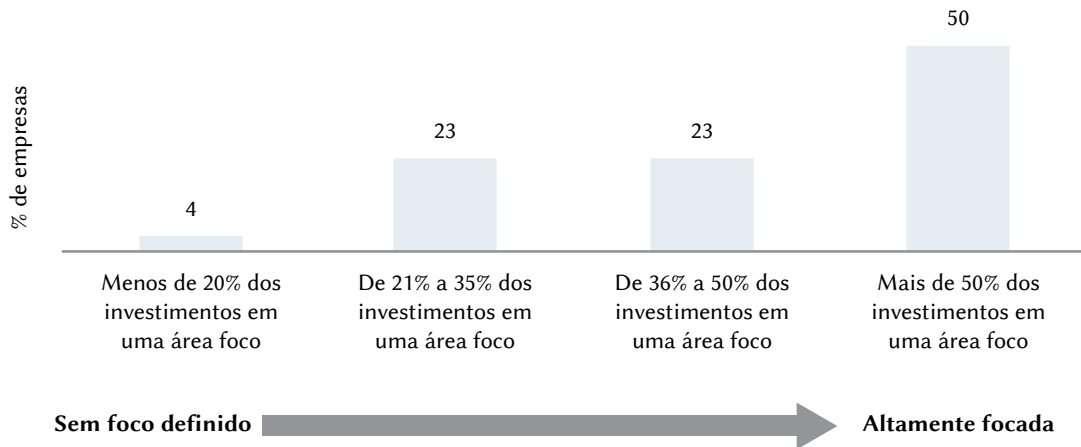
5. As grandes diferenças no volume dos investimentos entre as empresas do grupo explicam a discrepância dos resultados entre os dois tipos de análise: distribuição total dos investimentos *versus* distribuição dos investimentos de cada empresa.



## Gráfico 17

### Como se distribuem os investimentos sociais das empresas entre as diversas áreas foco da atuação? (em %)

Distribuição das empresas por faixas de investimentos em áreas foco (n=22)



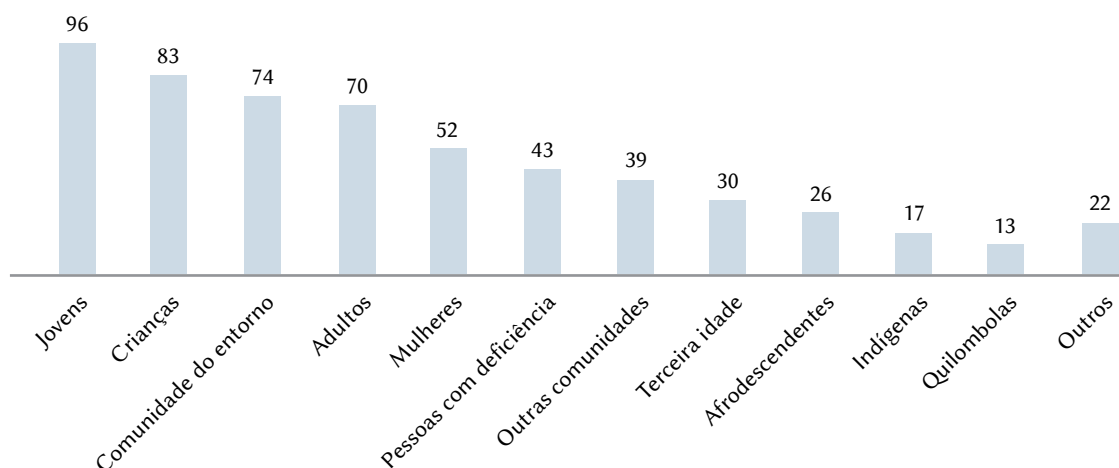
Fonte: BISC, 2012. Comunitas

É interessante observar que, ao contrário das políticas públicas, que muitas vezes focam seus programas em segmentos populacionais (grupo materno infantil, mulheres, indígenas etc.), apenas 3% das empresas do grupo assinalam como critério principal de atuação o atendimento a um determinado público-alvo. Conforme pode ser observado no Gráfico 18, os jovens, crianças e comunidades do entorno são os mais beneficiados, e esse resultado reflete as áreas de atuação prioritárias das empresas (educação, arte e cultura e desenvolvimento territorial).

Gráfico 18

### Que grupos da população se beneficiam dos investimentos sociais privados? (em %)

Público-alvo dos investimentos sociais (n=23)



Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

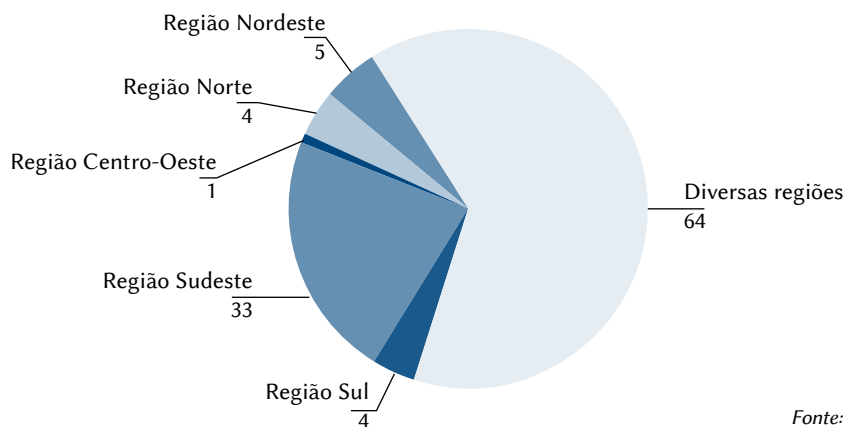
Em relação à atuação no território nacional, observa-se que a tendência das empresas é a de dirigir o atendimento para regiões próximas à área de influência dos seus negócios. Porém, essa área de influência extrapola o limite geográfico em que a empresa está fisicamente instalada e pode ter a dimensão e o alcance da sua marca ou de suas atividades econômicas. O que importa destacar é que o foco espacial, quando presente, não segue necessariamente a lógica da distribuição das carências sociais no território nacional. Em um país em que as demandas e as desigualdades sociais estão, de uma forma ou de outra, presentes em todas as regiões, o critério geográfico assume novos contornos para o setor privado.

Reforça essa percepção o fato de que as informações das empresas sobre uma parcela grande dos recursos (64%) não está sequer desagregada por regiões, o que denota que essa questão não é vista como importante (Gráfico 19). Mesmo nos institutos, nos quais o detalhamento é maior, não foi possível separar o destino de 27% do total investido (Gráfico 20). Vale mencionar que os investimentos sociais do grupo são concentrados no Brasil: apenas 23% dos participantes fizeram doações para outros países, e o respectivo montante de recursos foi da ordem de R\$ 33,2 milhões (menos de 2% do total).

## Gráfico 19

**Como as empresas distribuem os investimentos sociais entre as diversas regiões? (em %)**

Investimento social por região – Empresas (n=18)

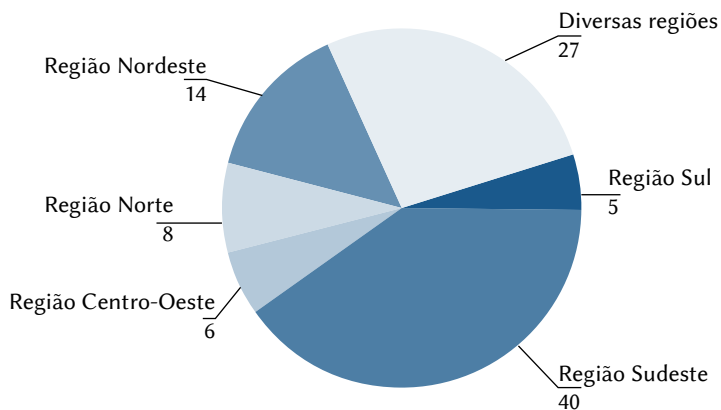


Fonte: BISC, 2012. Comunitas

## Gráfico 20

**Como os institutos distribuem os investimentos sociais entre as diversas regiões? (em %)**

Investimento social por região – Institutos (n=18)



Fonte: BISC, 2012. Comunitas

Em resumo, a análise acima sinaliza que, para as empresas do BISC, a tendência para focalizar é percebida quando se leva em conta o tipo de atividade desenvolvida e que ela está associada à opção por aderir a uma causa social. No entanto, dadas as características da atuação desse grupo, a questão do foco não se limita a uma determinada atividade, público-alvo ou espaço geográfico. É na qualidade dos investimentos que os esforços devem ser concentrados.

Assim, em um esforço coletivo de enfrentamento dos problemas sociais, as empresas devem focar sua atenção na integração e na convergência de suas ações, compartilhando a gestão e fortalecendo os compromissos com as comunidades atendidas. Dada a relevância desse tema para a eficácia das práticas sociais privadas, as empresas participantes do BISC poderiam aprofundar a reflexão e o debate sobre as implicações da focalização dos investimentos sociais e seus reflexos nos resultados finais.

## Sobre a qualidade das práticas sociais

O que têm feito as empresas para garantir a qualidade de seus investimentos sociais? Não basta ter foco, desenhar um bom projeto e alocar os recursos financeiros necessários para garantir o êxito das práticas sociais; observação já explorada em trabalho anteriormente divulgado pela Comunitas.<sup>6</sup> A análise da qualidade dos investimentos sociais privados deve abranger outros requisitos essenciais para a obtenção dos resultados almejados, tais como: o apoio das lideranças e a adesão das corporações, o estabelecimento de parcerias estratégicas, a adoção de um plano de comunicação capaz de mobilizar os atores envolvidos e o monitoramento e avaliação sistemática das ações desenvolvidas.

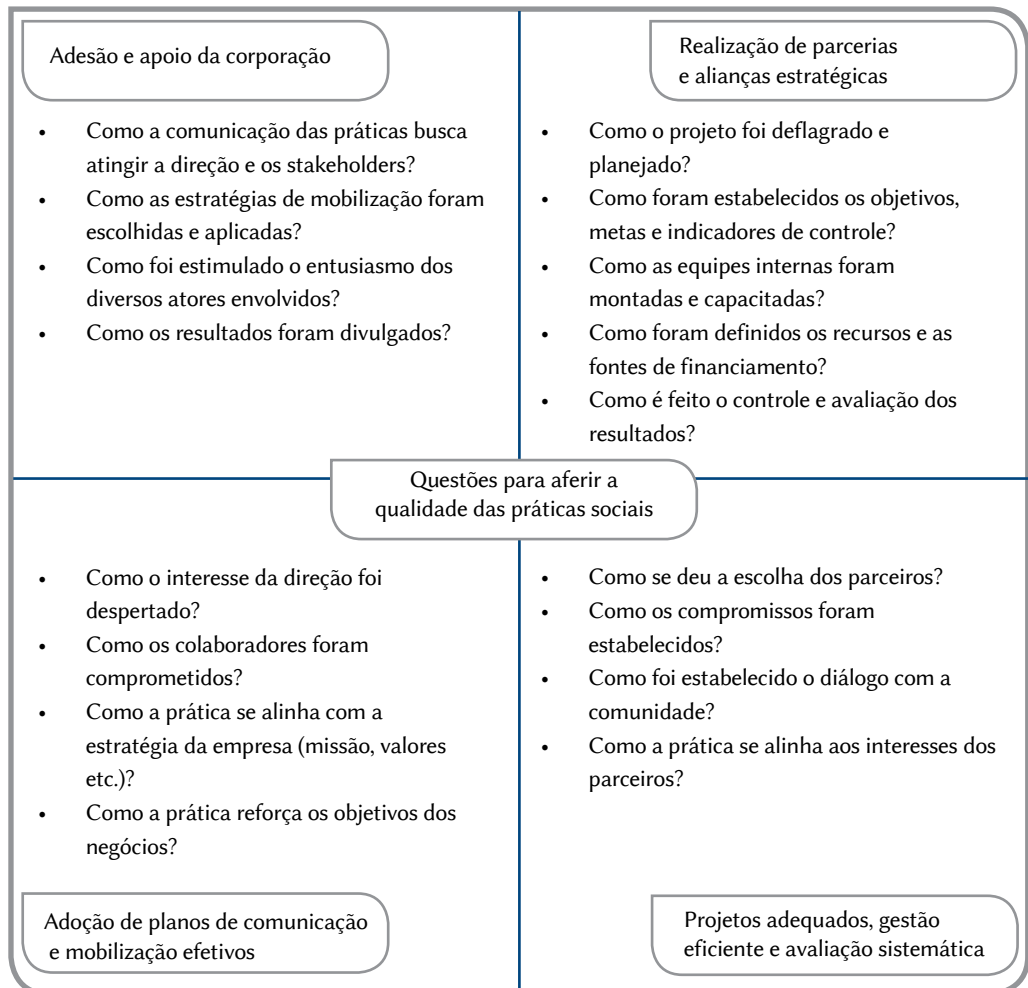
O Quadro 6 reúne algumas questões a serem observadas para verificar em que medida esses requisitos são atendidos. Elas serviram de base para a construção dos Indicadores de Qualidade BISC a seguir apresentados. No entanto, a busca de respostas às questões apresentadas no referido quadro é um exercício que pode subsidiar a reflexão de todos aqueles comprometidos com a qualidade das práticas sociais.

---

6. Mapeamento de Práticas Sociais: Fatores de Sucesso. Comunitas, São Paulo, 2011. Disponível em: [http://projetoscomunitas.org.br/?page\\_id=1218](http://projetoscomunitas.org.br/?page_id=1218).

## Quadro 6

### Que aspectos devem ser abordados na avaliação da qualidade das práticas sociais?



Os indicadores qualitativos de benchmarking foram introduzidos na pesquisa em 2010, como forma de ampliar o retrato dos investimentos sociais privados. Eles estão sendo aprimorados a cada ano, e nessa edição foram redesenhados de forma a captar as demais dimensões identificadas como essenciais para o êxito dos investimentos. Para tanto, foram destacados os seguintes aspectos: (a) a qualidade dos projetos; (b) a realização de alianças estratégicas; (c) a comunicação e mobilização dos atores envolvidos; (d) o envolvimento institucional da empresa; e (e) a avaliação e comprovação dos resultados. Para verificar o grau que cada um desses requisitos é atendido, foram estabelecidos os 25 indicadores apresentados

no Quadro 7. Os gestores responsáveis pelas práticas sociais das empresas foram solicitados a analisar cada um deles e assinalar em que medida eles foram atendidos (integralmente, parcialmente ou não foram atendidos). Foi recomendado que a análise se ativesse aos projetos estruturados, para os quais é possível reunir as informações solicitadas.

## Quadro 7

### Indicadores BISC de qualidade: práticas sociais

Os Indicadores Qualitativos de Benchmarking em Investimentos Sociais foram reformulados, em 2012, para incorporar os resultados do “Mapeamento de Boas Práticas” realizado pela Comunitas. A seguir são apresentados os 25 indicadores construídos para permitir a análise do mérito das práticas e dos projetos sociais privados em cinco dimensões relevantes:

- **Qualidade dos projetos.** Os indicadores captam a observância aos seguintes requisitos: (a) os projetos são desenhados com base em um diagnóstico abrangente dos problemas e das potencialidades locais, bem como das demandas das comunidades; (b) os objetivos e metas são estabelecidos levando em conta o diagnóstico realizado e o tempo requerido para alcançá-los; (c) o desenho dos projetos incorpora metodologias de trabalho coerentes com os objetivos estabelecidos, compatíveis com os meios disponíveis e flexíveis para adaptar-se à realidade local; (d) os meios necessários ao alcance dos objetivos e metas são adequadamente dimensionados; e (e) a operação dos projetos é conduzida por profissionais preparados e comprometidos com os seus objetivos.
- **Realização de alianças estratégicas.** Para avaliar esse quesito são considerados os seguintes indicadores: (a) a empresa mantém uma interação constante com atores sociais relevantes (lideranças) e organizações comunitárias para o desenvolvimento dos seus projetos; (b) faz parcerias com órgãos governamentais e busca a complementaridade de seus projetos com as políticas públicas; (c) articula-se com as organizações prestadoras de serviços locais para a construção de redes de atendimento às comunidades; (d) articula alianças com organizações reconhecidas e estratégicas (ex.: instituições com tradição/conhecimento na área ou agentes econômicos) para o desenvolvimento de seus projetos; e (e) a empresa criou ou participa de instâncias colegiadas (ex.: Comitês, Fóruns e Conselhos) que funcionam como espaço institucionalizado

para negociação, coordenação e preservação do cumprimento dos compromissos estabelecidos.

- **Comunicação e mobilização.** A adequação da estratégia de comunicação e mobilização da empresa é avaliada a partir dos seguintes indicadores: (a) a empresa estabelece estratégia de comunicação e mobilização (ex.: realização de eventos, campanhas de divulgação e premiações) para conquistar a adesão dos atores envolvidos; (b) mantém canais abertos (ex.: call center e site interativos) para um diálogo permanente com as partes interessadas; (c) divulga as metas estabelecidas e os resultados das avaliações de seus projetos; (d) cuida de valorizar a cultura local e regional e incorporar os conhecimentos das comunidades para a implantação de seus projetos; e (e) capacita e incorpora recursos humanos locais na execução de seus projetos (ex.: agentes comunitários e gestores públicos).
- **Envolvimento institucional da empresa.** O envolvimento e o apoio da corporação aos projetos sociais são analisados por meio dos seguintes indicadores: (a) a empresa compromete-se com a garantia dos recursos e os meios necessários ao cumprimento das metas estabelecidas; (b) a direção promove a sinergia entre as diversas unidades que cuidam de investimentos sociais e ambientais (ex.: investimentos voluntários e obrigatórios); (c) a empresa estimula o envolvimento dos colaboradores nos seus projetos sociais; (d) a direção reconhece que os projetos sociais trazem retorno para a própria organização (ex.: promove o desenvolvimento da região do entorno ou melhora a qualidade da mão de obra disponível); e (e) a empresa desenvolve projetos aderentes ao seu perfil de atuação ou à sua política corporativa.
- **Avaliação e comprovação dos resultados.** Os indicadores captam se a empresa adota os seguintes procedimentos: (a) monitora permanentemente a execução dos seus projetos sociais; (b) avalia sistematicamente o cumprimento das metas estabelecidas; (c) dispõe de informações mensuradas sobre os benefícios gerados para as comunidades atendidas; (d) mobiliza os diversos atores envolvidos no acompanhamento e avaliação de seus projetos sociais; e (e) utiliza avaliadores externos para aumentar a credibilidade das avaliações.

O objetivo desses Indicadores de Benchmarking em Investimentos Sociais é oferecer às empresas e fundações associadas ao BISC uma ferramenta de avaliação da qualidade de suas práticas sociais.

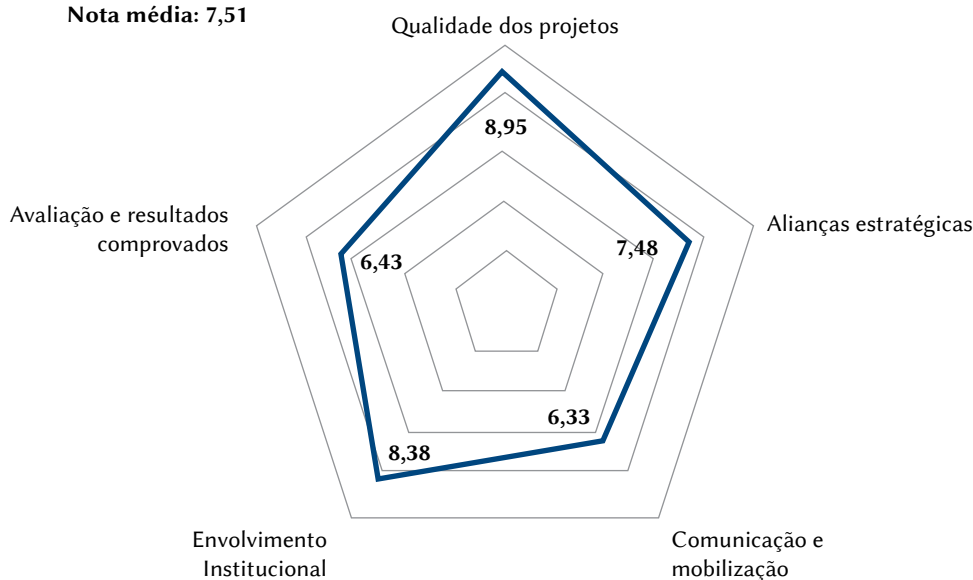
O autorretrato da qualidade gerado pelas participantes do BISC é favorável, mas sinaliza a necessidade de aprimoramentos: a nota média foi de 7,64, numa escala de 1 a 10. Os resultados adiante detalhados referem-se à análise de 129 práticas sociais, que absorveram 548,3 milhões de reais (28% do total investido).

Figura 8

### Benchmarking qualitativo: como se apresentam os indicadores de qualidade das práticas sociais?

Indicadores qualitativos de *benchmarking*: práticas sociais (n=21)

Nota média: 7,51



Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*.

A qualidade dos projetos recebeu a melhor avaliação dos respondentes: a nota média foi de 8,95, e os escores mais altos foram obtidos nos indicadores referentes ao desenho dos projetos (9,5) e à condução desses projetos por profissionais preparados e comprometidos com os seus objetivos (9,3). A menor nota, mas ainda assim bastante satisfatória, foi atribuída ao dimensionamento adequado dos meios necessários ao alcance dos objetivos estabelecidos (8,3).

A segunda dimensão bem avaliada refere-se ao *envolvimento institucional das empresas* com as práticas sociais que, segundo a percepção dos gestores, mereceu uma nota média de 8,38. Nesse quesito, o melhor desempenho refere-se à garantia



dos recursos necessários e, os piores, à sinergia das ações desenvolvidas pelas diversas unidades e ao estímulo à participação dos colaboradores: a nota de ambos (7,1) ficou distante da média observada.

No tocante às *alianças externas*, a nota média foi 7,48, graças especialmente às articulações das empresas com outras organizações reconhecidas nas respectivas áreas e estratégias para a execução de seus projetos. O pior desempenho ficou por conta item da parceria com órgãos governamentais e a busca de complementaridade com as políticas públicas, cuja nota foi 5,5.

A nota média do quesito *avaliação dos projetos* e comprovação dos resultados foi de 6,75. O monitoramento sistemático e o controle do cumprimento das metas estabelecidas foram considerados satisfatórios e receberam uma nota 8,5. No entanto, observa-se o reconhecimento por parte dos gestores de que faltam informações mensuradas sobre os benefícios gerados (esse item recebeu uma nota 6,5). O pior resultado refere-se à utilização de avaliadores externos para aumentar a qualidade e credibilidade das avaliações realizadas pelas empresas. Esse foi o indicador que recebeu a nota mais baixa de todos: 3.

O quesito *comunicação e mobilização* ficou em último lugar, com uma nota média de 6,65. Isso indica que os gestores têm clareza da necessidade de melhorias nessa área, especialmente no tocante ao envolvimento de recursos humanos locais na execução dos projetos sociais e na divulgação das metas estabelecidas e dos resultados obtidos: ambos receberam uma nota relativamente baixa (5,5). Nesse quesito o melhor desempenho foi atribuído à valorização da cultura local e à incorporação do conhecimento disponível nas comunidades, para a implantação dos projetos (7,8).

Em resumo: os resultados obtidos no exercício da autoavaliação das práticas sociais sinalizam que as empresas foram cuidadosas na execução da tarefa e mantiveram a autocrítica necessária àqueles que buscam conhecer e aprimorar a sua atuação. Segundo a percepção dos gestores, a adequação dos projetos e o apoio institucional são suas maiores conquistas. As maiores dificuldades identificadas referem-se à comprovação dos resultados e a uma boa comunicação externa.

## **Sobre a contribuição das empresas para o desenvolvimento do território**

Dentre as diversas atividades realizadas pelas empresas no campo social, é no desenvolvimento do território, por excelência, que elas podem expandir a sua capacidade de transformar adversidades em oportunidades.

Para conhecer melhor a atuação dos participantes do BISC no território, foi introduzido, na pesquisa de 2012, um capítulo com questões específicas sobre o tema. A primeira indagação teve por objetivo identificar como as empresas se posicionam junto às comunidades que vivem no entorno de suas unidades produtivas. As informações apresentadas no Quadro 8 sinalizam que não há um padrão nítido de comportamento em relação ao tema. Observa-se que a maioria se relaciona diretamente com essas comunidades, ainda que em frequências variadas. Uma resposta desperta especial interesse: parte das empresas considera que esse envolvimento com as comunidades não se aplica<sup>7</sup>. Vale um aprofundamento posterior sobre essa questão para verificar as singularidades desses casos.

**Quadro 8**

<b>PRÁTICAS ADOTADAS PELA EMPRESA NAS COMUNIDADES DO ENTORNO (em%)</b>				
	No entorno de todas as unidades produtivas	No entorno da maior parte das unidades produtivas	No entorno de algumas unidades produtivas	Não se aplica
Dialoga e consulta a comunidade para a definição dos investimentos sociais locais	35	29	18	18
Atribui prioridade aos investimentos sociais estruturantes e convergentes com as políticas públicas	29	24	18	29
Participa de conselhos, comitês (ou similares) para debater o desenvolvimento local	35	18	35	12
Contribui na construção participativa de uma agenda de desenvolvimento local	35	24	18	23
Articula e debate com outras empresas que atuam no mesmo território	29	24	24	23
Acompanha a contribuição da empresa para a economia e o desenvolvimento socioambiental local	35	29	12	24

Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*.

7. Vale observar que a pergunta se referia ao entorno das unidades produtivas e, por isso, as instituições financeiras que não responderam à questão não foram consideradas nessa tabulação.

No entanto, nem todas as ações desenvolvidas no entorno têm as características inerentes a um projeto de desenvolvimento territorial. Foi solicitado às empresas que considerassem como desenvolvimento territorial aqueles projetos implementados com o foco no território, desenhados a partir de um processo de construção coletiva, mediante a mobilização dos interesses e a incorporação de contribuições dos diferentes atores envolvidos. Não foram definidos os projetos a serem considerados, uma vez que as realidades trabalhadas são distintas e multifacetadas. As necessidades nos territórios variam de acordo com as expectativas dos atores envolvidos, com as potencialidades locais, e com a conjuntura política e social, não sendo recomendável a definição de modelos padronizados para o atendimento a situações que podem ser tão díspares. O que se destaca nesses projetos é que eles devem buscar interferir nas condições de vida das comunidades a partir de uma compreensão abrangente dos fenômenos políticos, sociais e econômicos em curso. Para essa abordagem mais ampla, eles devem envolver processos de discussão e implementação conduzidos com base técnica, de forma a qualificar “as questões relevantes e a definição de prioridades, bem como a complementaridade das ações e investimentos, não só a partir das demandas locais, mas também das perspectivas e capacidades dos agentes e da disponibilidade de recursos financeiros e técnicos”. Essa é a concepção preconizada, por exemplo, na Agenda de Desenvolvimento para o Território proposta pelo BNDES <sup>8</sup>.

Cerca da metade (45%) das empresas informam desenvolver projetos com essa concepção mais abrangente e investiram 662,7 milhões de reais em iniciativas sociais focalizadas no território. O que fazem as empresas nessa direção? O que se pode extrair da experiência acumulada pelo grupo para aperfeiçoar essa atuação?

Os dados revelam que é na melhoria do padrão educacional que as empresas depositam as esperanças de um desenvolvimento sustentado. Mesmo quando o enfoque é o território, 43% dos respondentes informam que sua principal atividade no âmbito local atende a um dos seguintes objetivos: elevação do nível de escolaridade das comunidades; melhoria da infraestrutura educacional; e aperfeiçoamento da gestão escolar (Gráfico 21). A opção pela educação reflete-se na alocação de recursos: a área absorve quase 90% do total dos recursos investidos no desenvolvimento territorial.

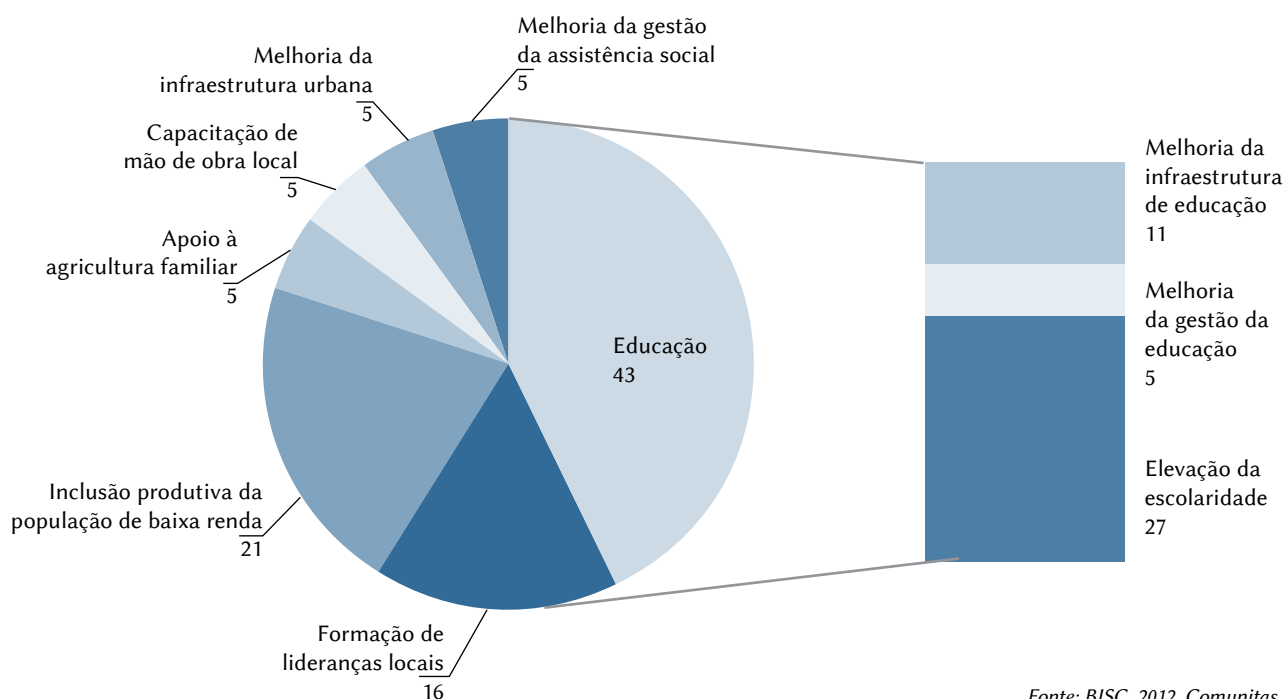
---

8. Disponível em: [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Institucional/Apoio\\_Financeiro/Políticas\\_Transversais/politica\\_entorno\\_projetos.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Apoio_Financeiro/Políticas_Transversais/politica_entorno_projetos.html).

## Gráfico 21

## Qual o foco dos projetos de desenvolvimento do território? (em %)

Foco de atuação no território (n=19 citações)

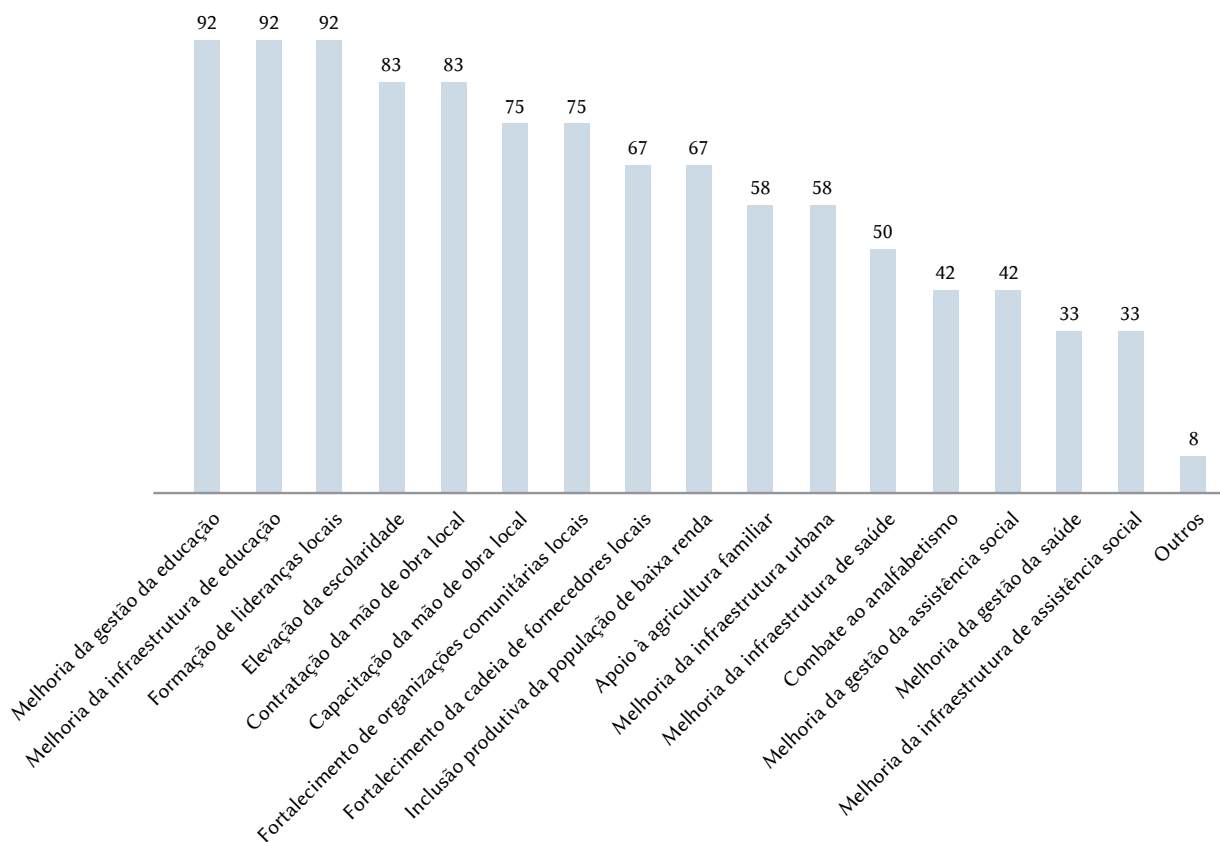


No entanto, o leque de atividades desenvolvidas é bem mais amplo. Pela leitura do Gráfico 22, observa-se que a grande maioria das empresas cuida também de desenvolver atividades voltadas para a formação de lideranças e o apoio às organizações comunitárias, bem como no campo econômico, para a capacitação e contratação de mão de obra local, a inclusão produtiva, o apoio à cadeia de fornecedores, e à agricultura familiar. Assim, o grupo sinaliza como tripé prioritário da sua atuação em prol do desenvolvimento territorial: a educação, a organização social e o fortalecimento da economia local.

## Gráfico 22

### O que fazem as empresas para promover o desenvolvimento do território? (em %)

Atividades desenvolvidas para o desenvolvimento do território (n=12)



Conforme observado na pesquisa, são diversas as dificuldades enfrentadas pelas empresas para implementar os projetos de desenvolvimento territorial, e esses resultados devem ser considerados no planejamento de projetos futuros. Os dados apresentados no Quadro 9 sinalizam que nada é fácil nesse campo de atuação, e os maiores desafios são garantir o necessário alinhamento com as políticas públicas e medir os resultados obtidos. Também não é trivial trabalhar de forma coletiva: todos enfrentam dificuldades de nível alto ou médio a esse respeito. Não obstante, o grupo parece estar superando tais obstáculos. Pelo menos é o que se extrai da avaliação apresentada a seguir.

Quadro 9

DIFICULDADES NA IMPLEMENTAÇÃO DE PROJETOS DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL (em %)					
	Alta	Média	Baixa	Nenhuma	Não sabe
Conhecer a realidade local	38	54	0	0	8
Articular os parceiros locais estratégicos	54	46	0	0	0
Alinhar com políticas públicas	77	23	0	0	0
Construir, de forma participativa, uma agenda de desenvolvimento do território	46	54	0	0	0
Garantir a transparência na execução dos projetos	8	38	54	0	0
Garantir a continuidade dos projetos	46	39	15	0	0
Mensurar os resultados dos projetos	69	31	0	0	0

Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

Com o objetivo de aprofundar o conhecimento sobre as estratégias adotadas pelas empresas para atuar nos territórios, foram introduzidos na pesquisa BISC de 2012 os indicadores qualitativos de benchmarking dos projetos de desenvolvimento territorial. Cinco requisitos foram selecionados para expressar a qualidade da gestão desses projetos:

- A elaboração de um diagnóstico abrangente do território.
- A construção de uma agenda de ações integradas.
- A garantia de uma gestão compartilhada.
- A instituição de instrumentos de medição e avaliação.
- A adoção de uma estratégia adequada de financiamento dos projetos.

Para aferir em que medida as empresas estão cuidando de cada um dos requisitos acima, os responsáveis pelos projetos foram solicitados a assinalar, dentre os 25 indicadores apresentados, aqueles que são integralmente atendidos, os que são apenas parcialmente, e os que não são cumpridos (ver a lista de indicadores no Quadro 10).

## Quadro 10

### Indicadores BISC de qualidade: projetos de desenvolvimento territorial

Para aferir a qualidade dos projetos de desenvolvimento territorial, foi construído um elenco de 25 indicadores que permitem analisar o mérito dos projetos nas seguintes dimensões:

- **Diagnóstico abrangente do território.** Nessa dimensão são considerados os seguintes indicadores: (a) o diagnóstico da realidade local é conduzido com base técnica (por profissionais especializados); (b) o diagnóstico é elaborado a partir de consultas às comunidades e incorporação de seus conhecimentos; (c) o diagnóstico reflete a problemática social, econômica e ambiental; (d) o diagnóstico explora e analisa as potencialidades locais a serem exploradas; e (e) o diagnóstico fornece as informações necessárias para a construção dos indicadores de avaliação (marco zero).
- **Agenda de ações integradas.** Na análise do processo de implementação dos projetos consideram-se os seguintes indicadores: (a) na metodologia de trabalho as prioridades, as ações e os respectivos investimentos são definidos com base numa visão estratégica do território; (b) as prioridades são estabelecidas de forma participativa e refletem compromissos com uma transformação social; (c) as metas estabelecidas refletem as prioridades definidas, e o seu cumprimento é objeto de verificação periódica; (d) os projetos integram ações multissetoriais voltadas para o enfrentamento dos diversos problemas identificados localmente; e (e) o desenho dos projetos se orienta por propósitos de apoiar e influenciar políticas públicas.
- **Gestão compartilhada.** Em relação à gestão busca-se observar se: (a) a participação dos diversos atores relevantes na gestão dos projetos é formalmente constituída e institucionalizada; (b) as responsabilidades e atribuições dos diversos atores estão claramente definidas nos projetos e o seu cumprimento é permanentemente acompanhado; (c) a gestão é

compartilhada com o poder público local; (d) a gestão é compartilhada com outras empresas privadas ou agentes econômicos; e (e) os gestores mantêm um diálogo permanente com as comunidades atendidas e envolvem as organizações sociais na execução dos projetos.

- **Instrumentos de medição e avaliação.** São observados nessa dimensão os seguintes procedimentos: (a) os projetos dispõem de indicadores para avaliar os recursos investidos na sua implantação e gestão (ex.: recursos financeiros aplicados, recursos humanos envolvidos, custos de atendimento per capita) (*Insumos e processo*); (b) os projetos dispõem de indicadores para mensurar os bens ou serviços disponibilizados ao público-alvo (ex.: número de cursos oferecidos, número de jovens capacitados e equipamentos doados) (*Produtos*); (c) os projetos dispõem de indicadores quantitativos para medir os resultados decorrentes da sua execução (ex.: número de empregos gerados, aumento percentual da renda dos trabalhadores, valor do incremento da produção agrícola) (*Resultados*); (d) os projetos dispõem de indicadores qualitativos para avaliar os resultados decorrentes da sua execução (ex.: aumento da capacidade de autogestão das organizações comunitárias, integração das instituições locais de prestação de serviços sociais e aumento do controle social) (*Resultados*); e (e) o desenho dos projetos prevê uma avaliação final dos resultados, bem como o envolvimento dos diversos atores na sua execução.
- **Financiamento e custos.** Nessa dimensão aplicam-se os seguintes indicadores: (a) a empresa dispõe de uma estratégia de financiamento que garante estabilidade dos recursos financeiros ao longo da vigência dos projetos; (b) existem informações discriminadas sobre os investimentos de cada um dos parceiros envolvidos; (d) o orçamento dos projetos é de conhecimento público e divulgado; (e) no financiamento dos projetos estão previstos recursos específicos para o monitoramento e avaliação; e (e) a organização dispõe de informações detalhadas sobre os custos incorridos na execução dos projetos.

A recomendação foi a de que a avaliação se ativesse aos projetos estruturados, portanto, os resultados apresentados na Figura 9 revelam as notas atribuídas a um conjunto de 67 projetos, que absorveram recursos da ordem de 70 milhões de reais. A leitura da lista com os nomes dos projetos permite identificar as mais distintas iniciativas, como, por exemplo: projetos de estímulo à agricultura familiar, de educação profissional, de geração de renda, de alfabetização, de complementação



escolar, de reciclagem, de eficiência energética, de incentivo às atividades esportivas e culturais, de revitalização de hospitais, de combate à exploração sexual, de apoio ao voluntariado, e de apoio aos Conselhos Municipais de Direitos da Criança e do Adolescente, dentre outros. Muitos desses projetos são contabilizados nos orçamentos das empresas como projetos setoriais de educação, cultura, esporte etc., mas podem ser também compreendidos como de desenvolvimento territorial, se estiverem inseridos em um conjunto de ações integradas e desenvolvidas por diversas organizações locais, públicas e privadas. Coube às empresas fazer essa distinção.

Aliás, na autoavaliação realizada pelo grupo, o quesito *construção de uma agenda de ações integradas* foi o que recebeu a melhor nota média: 8,9. Foi amplamente reconhecido que os projetos de desenvolvimento territorial avaliados integram ações multissetoriais voltadas para o enfrentamento dos diversos problemas identificados localmente (nota 9,6). O pior desempenho foi observado no indicador que busca captar se o desenho dos projetos se orienta por propósitos de apoiar e influenciar políticas públicas. Ainda assim, a nota desse item foi relativamente boa: 8,3.

A elaboração de um *diagnóstico abrangente* do território também foi muito bem avaliada e recebeu uma nota média de 8,6. Os resultados de todos os indicadores desse quesito foram bastante homogêneos, e as notas giraram entre 8,3 e 8,8. Tal resultado indica que os diagnósticos, na maior parte das vezes, são conduzidos em base técnica, a partir de consultas às comunidades, que identificam as potencialidades locais e fornecem informações para avaliações futuras.

A nota média atribuída à adoção de uma *estratégia adequada de financiamento* dos projetos foi de 7,7. Nesse caso, a análise de cada um dos indicadores reflete desempenhos muito diferentes. Por exemplo, uma excelente nota (9,6) foi atribuída ao indicador que busca captar se a empresa dispõe de uma estratégia de financiamento que garante estabilidade dos recursos financeiros ao longo da vigência dos projetos. No outro extremo, com uma nota de apenas 5,8, estão os indicadores que se referem à transparência dos orçamentos e à previsão de recursos específicos para o monitoramento e avaliação.

A garantia de uma *gestão compartilhada* está entre as maiores dificuldades enfrentadas pelo grupo e obteve uma nota média igual a 7. Nesse quesito, os maiores problemas parecem ser os de compartilhar a gestão com os órgãos públicos locais (nota 4,6), e com outras empresas privadas, ou demais agentes econômicos (nota 5). Não obstante, os indicadores referentes à definição de responsabilidades e atribuições dos diversos atores, e de envolvimento de organizações sociais na execução dos projetos, foram bem melhor avaliados e receberam as notas de 9,2 e 8,8, respectivamente.

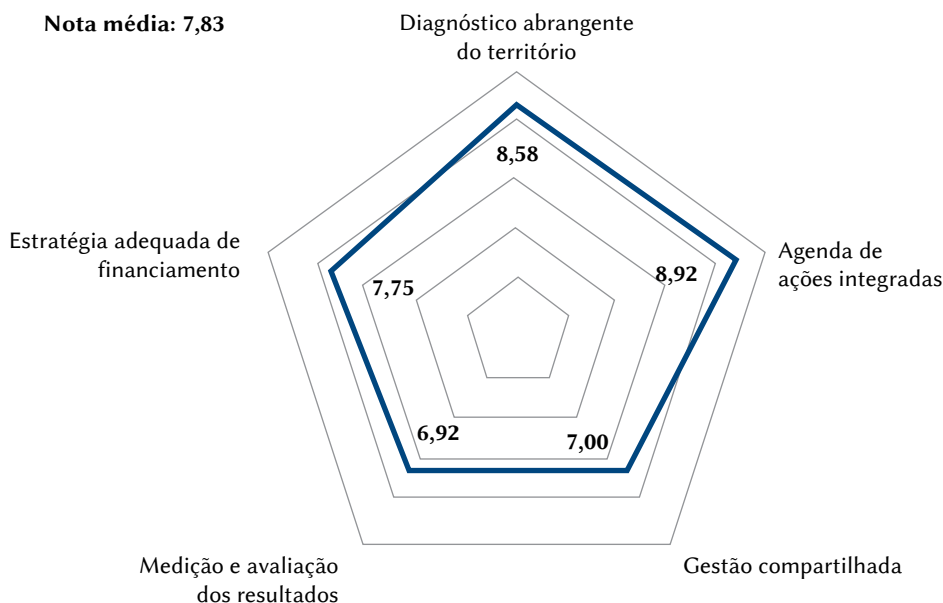
As dificuldades enfrentadas para *avaliar os projetos* sociais privados aparecem em diferentes questões da pesquisa. Em relação à avaliação da qualidade dos projetos de desenvolvimento territorial, esse quesito obteve a nota média mais baixa: 6,9. O melhor desempenho (nota 7,9) ficou com a definição de indicadores quantitativos para mensurar os bens e serviços disponibilizados ao público-alvo (produtos), e o pior foi para a definição de indicadores qualitativos para avaliar os resultados decorrentes dos projetos (5,8).

Em resumo: a autoavaliação realizada pelo grupo é favorável, e os resultados apontam para uma boa experiência na área, especialmente no tocante à capacidade de realizar bons diagnósticos e de construir uma agenda integrada de ações. Os maiores desafios referem-se à promoção de uma gestão compartilhada e à avaliação de resultados. A nota média dos projetos de desenvolvimento territorial foi de 7,8, numa escala de 1 a 10. Mas é importante destacar que vários indicadores apresentaram resultados bem inferiores à média, e isso indica a necessidade de aprimoramentos.

Figura 9

### O que revelam os indicadores de qualidade sobre os projetos de desenvolvimento territorial?

#### Indicadores qualitativos de *benchmarking* : projetos de desenvolvimento territorial (n=12)



Quais os principais benefícios gerados pelos projetos de desenvolvimento territorial? Nas respostas a essa questão estão refletidas as dificuldades de mensurar os benefícios gerados: um quarto das empresas nada informa sobre resultados, e quase a totalidade dos respondentes fornece apenas dados qualitativos.

Predomina a percepção de que esses projetos contribuem para dinamizar a economia local, gerar trabalho e renda e fortalecer cadeias de negócios. Apenas um terço cita impactos positivos na educação. Fica claro o entendimento de que esse tipo de atuação traz retorno para as próprias empresas: melhoram as relações com as comunidades atendidas, os colaboradores se envolvem com a solução das questões sociais e, ao mesmo tempo, o capital social das localidades do entorno é fortalecido.

## Sobre a participação voluntária dos colaboradores

Diversos estudos têm evidenciado a importância das iniciativas empresariais de incentivo ao voluntariado. Os resultados positivos vão além dos benefícios gerados para as comunidades atendidas e refletem no ambiente de trabalho e na vida dos colaboradores que se engajam com as questões sociais.

Programas de voluntariado são muitas vezes considerados como uma regalia para os funcionários, algo bem visto de se fazer, em vez de uma iniciativa estratégica de negócios. No entanto, a *Pesquisa de Impacto Voluntário 2011* revela que eles são muito mais do que isso; As empresas que ligam os pontos entre talento e voluntariado tem uma oportunidade de fortalecer o relacionamento com os jovens funcionários e provavelmente será recompensada com trabalhadores mais felizes. Quanto mais satisfeitos os funcionários estão, mais provável que eles permaneçam leais.<sup>9</sup>

Alguns resultados da pesquisa realizada pela Deloitte ilustram os benefícios gerados pela prática de voluntariado. Essa pesquisa indica que os colaboradores jovens que participam regularmente das atividades voluntárias de suas empresas:

- têm dobro de chances de classificar a sua cultura corporativa como muito positiva, em comparação com a geração de colaboradores que raramente ou nunca exerceu a prática do voluntariado (56 por cento versus 28 por cento)
- apresentam maior probabilidade de ter orgulho de trabalhar para a sua empresa (55 por cento versus 36 por cento);
- são mais propensos a ter lealdade com a sua empresa (52 por cento versus 33 por cento);

---

9. 2011 Executive Summary Deloitte Volunteer Impact Survey. Disponível em [http://www.deloitte.com/assets/Dcom-UnitedStates/Local%20Assets/Documents/us\\_2011DeloitteVolunteerIMPACTSurvey\\_datatable\\_060311.pdf](http://www.deloitte.com/assets/Dcom-UnitedStates/Local%20Assets/Documents/us_2011DeloitteVolunteerIMPACTSurvey_datatable_060311.pdf).

- têm quase duas vezes mais probabilidade de estar muito satisfeito com a progressão de sua carreira (37 por cento versus 21 por cento);
- apresentam maior probabilidade de estarem satisfeitos com o seu empregador (51 por cento versus 32 por cento);
- têm maior propensão a recomendar a sua empresa para um amigo (57 por cento versus 46 por cento)<sup>10</sup>.

A pesquisa BISC tem buscado acompanhar os esforços desenvolvidos pelas empresas participantes para envolver os seus colaboradores com as atividades sociais, e os resultados do levantamento de 2012, se comparados com os de 2009, apontam para o fortalecimento dos programas de voluntariado entre o grupo e para um provável ganho de eficiência: os recursos investidos permaneceram no mesmo patamar, enquanto o número de voluntários quase dobrou. Outros dados confirmam essa tendência de fortalecimento da área:

- Aumentou o percentual de empresas que possuem pelo menos um programa formal de voluntariado: de 75% para 83%.
- O número de voluntários passou de 29.233 para 55.240.
- O percentual de colaboradores que participam dos programas de voluntariado cresceu de 6% para 8%.
- A mediana do número de voluntários passou de 1.674 para 3.562.
- O valor dos investimentos em programas de voluntariado ficou no mesmo patamar: cerca de 16 milhões de reais.

Parte desse resultado pode ser atribuída a mudanças na composição dos participantes da pesquisa e à presença significativa de voluntários entre as novas empresas. Por outro lado, a análise das estratégias adotadas para incentivar os colaboradores, nos últimos três anos, não permite identificar quais fatores são determinantes para o fortalecimento dos seus programas de voluntariado. Pelos dados do Gráfico 23 observa-se que, independentemente da composição dos participantes do BISC, a prioridade tem sido estimular a formação de grupos de colaboradores para se engajarem nos projetos sociais desenvolvidos ou apoiados pelas empresas. Chama a atenção, no entanto, a redução significativa de empresas que incentivam o voluntariado por meio de prêmios e reconhecimentos. A liberação dos colaboradores para realizar trabalhos voluntários no horário de expediente, desde que essas horas sejam compensadas (horário flexível), parece que também não pode ser considerada uma estratégia bem sucedida, tendo se reduzido progressivamente desde 2009.

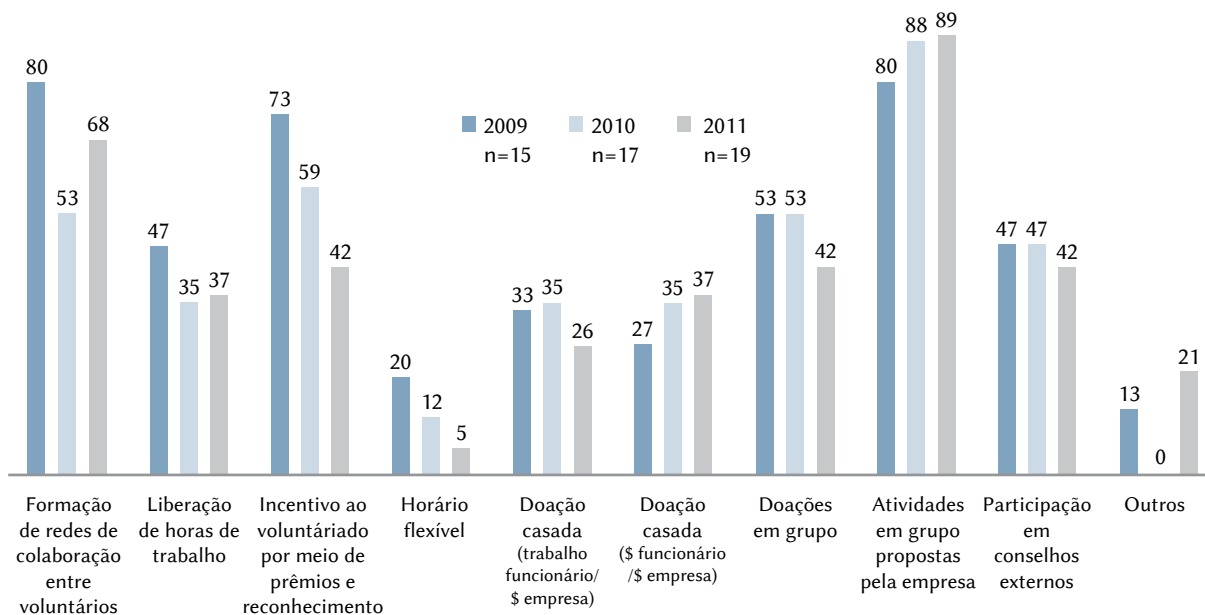
---

10. Results of 2011 Volunteer IMPACT Survey are based on online interviews with 1,500 millennials (ages 21-35) who work at companies with 1,000 or more employees that offer employee volunteer activities or programs. Disponível em: [http://www.deloitte.com/assets/DcomUnitedStates/Local%20Assets/Documents/us\\_2011DeloitteVolunteerIMPACTSurvey\\_ExecutiveSummary\\_060311.pdf](http://www.deloitte.com/assets/DcomUnitedStates/Local%20Assets/Documents/us_2011DeloitteVolunteerIMPACTSurvey_ExecutiveSummary_060311.pdf).

## Gráfico 23

## Que programas de voluntariado são mais adotados? (em %)

## Iniciativas de voluntariado realizadas pelas empresas



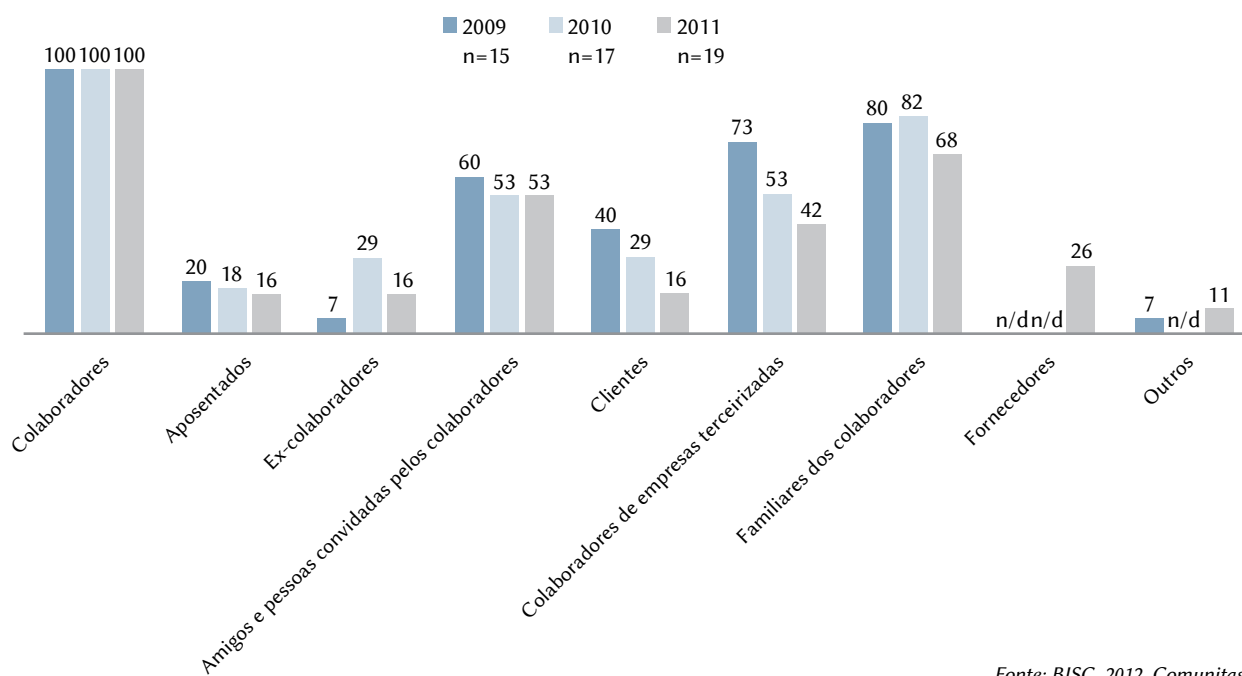
Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

A análise das pessoas envolvidas pelas empresas em trabalhos voluntários, nos últimos anos, também não permite conclusões sobre as diferenças dos resultados percebidos. De um modo geral, houve uma redução da participação dos diversos grupos, com exceção dos colaboradores, que permanecem como o foco principal desse trabalho. O diferencial, provavelmente, está nas outras estratégias de mobilização adotadas para ganhar a adesão desse grupo. Alguns poucos exemplos fornecidos reforçam essa hipótese e sugerem a necessidade de aprofundar o exame dos fatores de êxito desses programas nas próximas pesquisas BISC.

Gráfico 24

### Quem participa dos programas de voluntariado? (em %)

Grupos envolvidos nas ações voluntárias



Fonte: BISC, 2012. Comunitas

## O PROCESSO DE GESTÃO DAS PRÁTICAS SOCIAIS

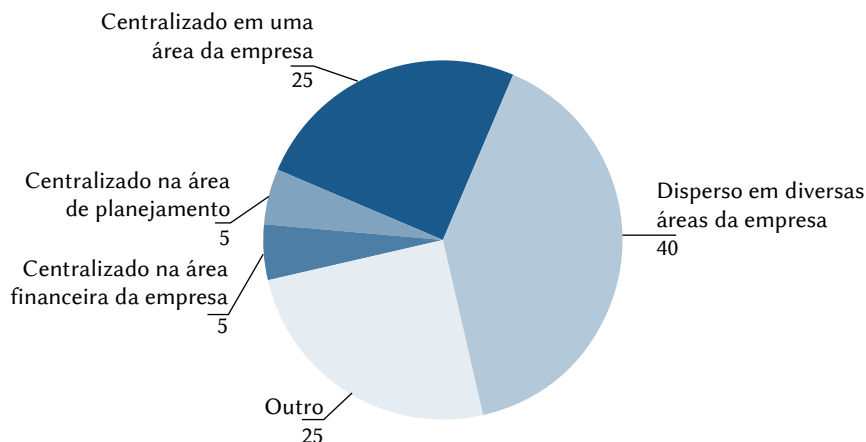
### Sobre a operação dos investimentos sociais

Uma observação importante tem sido ressaltada nos relatórios do BISC: a dificuldade encontrada pelas empresas para detalhar as informações relativas à gestão e aos custos operacionais dos empreendimentos sociais. Nem todos os participantes fornecem os dados e, em alguns casos, a representatividade das respostas é tão pequena que a opção é a de não utilizá-las na apresentação dos resultados finais. Já nos institutos, observa-se uma qualidade maior dessas informações, mas, ainda assim, nem todos dispõem dos dados requeridos para um bom dimensionamento dos custos operacionais envolvidos. Parte da explicação para essas dificuldades pode ser atribuída à forma como é feito o controle dos investimentos sociais. Em 40% das empresas, ele está disperso em diversas unidades administrativas (Gráfico 25 e 26). Um esforço de padronização e sistematização das informações poderia reduzir bastante as dificuldades encontradas e subsidiaria o planejamento, por parte dos gestores, e a tomada de decisão, por parte dos principais responsáveis pelos investimentos sociais.

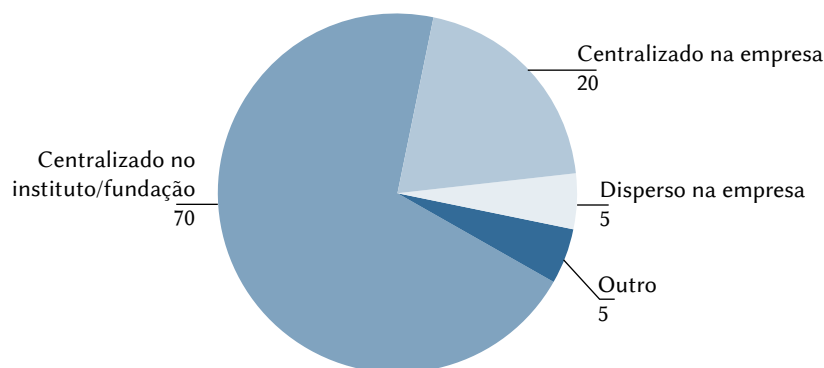
### Gráfico 25

#### Quem controla as despesas operacionais na empresas? (em %)

#### Controle das despesas operacionais – Empresas (n=20)



## Gráfico 26

**Quem controla as despesas operacionais nos institutos? (em %)****Controle das despesas operacionais – Institutos (n=20)**

Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

Variam as estratégias adotadas pelas empresas e por seus institutos para executar os investimentos sociais. Nas empresas, predominam as transferências de recursos para terceiros e, nos institutos, a execução direta dos projetos. A opção por uma ou outra alternativa traz reflexos diretos nos custos internos de gestão e na demanda por recursos humanos qualificados. Não obstante, pelas informações fornecidas, só foi possível calcular os custos operacionais despendidos pelos institutos. Quase a metade deles (45%) informou o valor total investido na gestão dos investimentos sociais, e os resultados indicam que a mediana foi de 1 milhão de reais. Já a mediana dos percentuais dos custos de gestão, em relação ao total dos investimentos, foi de 23%. Essa relação custo de gestão versus total investido tem que ser analisada com bastante cuidado, pois não existe um valor de referência ideal. A proporção dos custos de gestão varia de acordo com o tipo de serviços prestados, a distribuição espacial do atendimento, o nível de participação das equipes na execução das atividades e a dimensão dos investimentos, para citar apenas alguns exemplos.

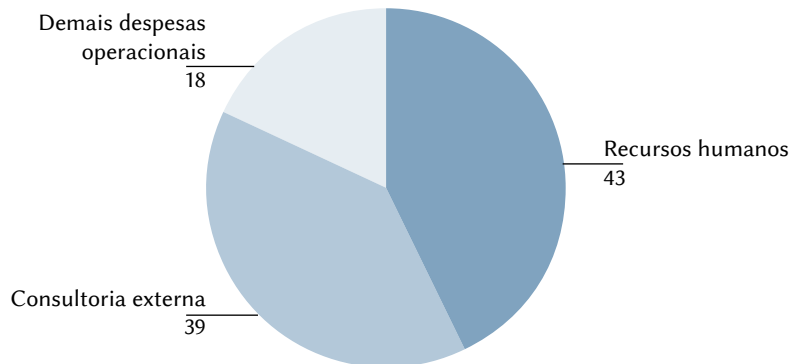
Buscou-se, ainda, detalhar na pesquisa a distribuição das despesas operacionais segundo o tipo de despesas: recursos humanos, serviços de consultorias e outras despesas operacionais (tais como infraestrutura, cursos de treinamento, tecnologia da informação, despesas judiciais, viagens e diárias, materiais de escritório). Para apenas 30% dos institutos foi possível fazer a análise comparativa dessas diversas despesas, e os resultados apontam que a maior parte dos custos, 43% do total, refere-se ao pagamento de salários e encargos de pessoal em tempo integral, o que é compatível com o perfil de atuação dessas organizações (Gráfico 27).



## Gráfico 27

**Como se distribui o custo de gestão dos investimentos sociais nos institutos? (em %)**

Distribuições das despesas operacionais nos institutos (n=6)



Fonte: BISC, 2012. Comunitas

Quanto aos recursos humanos envolvidos na gestão dos investimentos sociais, observou-se que nas empresas a média é de 18 pessoas trabalhando em *tempo integral*, e nos institutos, de 30 pessoas. No entanto, tanto no primeiro como no segundo caso, as médias escondem diferenças significativas no número de pessoas totalmente dedicadas às ações sociais. A mediana nos dois grupos é de cerca de 10 pessoas. O valor da mediana dos custos com pessoal (salários e encargos) foi de 904 mil reais nas empresas, e de 835 mil reais nos institutos.

Em relação aos colaboradores que participam em caráter *contínuo* das atividades relacionadas aos investimentos sociais (dedicam mensalmente mais de 20% de seu tempo a essas atividades), observou-se que essa prática é bem mais frequente nas empresas do que nos institutos, conforme seria de esperar: a mediana de colaboradores em tempo contínuo nas empresas, equiparados àqueles de tempo integral, é de 11 pessoas<sup>11</sup>. Poucos institutos informaram sobre a participação de colaboradores em caráter contínuo, e o número de pessoas envolvidas variou de 1 a 30. É importante observar que ninguém informa sobre o valor da remuneração desse grupo de colaboradores – o que, por um lado, denota a dificuldade de mensurar tal tipo de colaboração e, por outro, reforça a tese de que os recursos envolvidos nos investimentos sociais privados são subestimados.

11. A equivalência ao tempo integral baseia-se no tempo dedicado pelos colaboradores às atividades relacionadas ao investimento social em relação àqueles que trabalham em tempo integral. Assim, por exemplo, a empresa que utiliza oito colaboradores que dedicam um quarto do tempo aos investimentos sociais, estará utilizando o equivalente a duas pessoas em tempo integral.

É conhecido o fato de que, sobretudo nas empresas, muitos colaboradores contribuem eventualmente para as atividades sociais. Buscou-se identificar na pesquisa, por meio da percepção dos respondentes, o peso que atribuem à participação desse grupo nos custos de gestão dos investimentos sociais. As respostas abaixo indicam, sobretudo, a dificuldade de avaliar essa contribuição:

- Alta: 17%
- Média: 13 %
- Baixa: 26%
- Não sabe informar: 43%

Em síntese, o que se pode deduzir dos resultados extraídos da pesquisa é que há ainda um bom caminho a percorrer para a obtenção de um retrato mais fidedigno de diversos aspectos envolvidos na gestão dos investimentos sociais, especialmente no tocante aos custos de operação.

## Sobre a avaliação dos resultados

As dificuldades em informar sobre os resultados dos investimentos sociais privados estão presentes não só entre as empresas do grupo BISC, ou do conjunto de empresas no Brasil, mas também de outras partes do mundo. Publicação recente do CECP ilustra essa constatação:

*Como medir o valor e os resultados do investimento social corporativo permanece um dos maiores desafios dos profissionais desta área. Benefícios de investimentos sociais e de empreendimentos privados são, em geral, de longo prazo ou intangíveis, o que faz com que a mensuração sistemática seja complexa.*<sup>12</sup>

Levantar, organizar e sistematizar as informações sobre os recursos investidos, ações desenvolvidas, público atendido, mecanismos de gestão adotados, assim como avaliar a qualidade dos investimentos, são os primeiros passos para responder às demandas sobre as contribuições das empresas para o social. O BISC tem buscado atuar nessa direção. No entanto, as informações recolhidas na pesquisa não são suficientes para mostrar as mudanças positivas ocorridas na vida dos beneficiários em decorrência dos investimentos realizados. É preciso ir além e medir os resultados por meio de avaliações formais, ou seja, por meio de “processos de aquisição sistemática de informações que permitem qualificar, com base na aplicação de critérios publicamente defensáveis, até que ponto um determinado

12. LIM, Terence. *Measuring the Values of Corporate Philanthropy: Social Impact, Business Benefits and Investor Returns*. New York: CECP, 2010.

programa/ação realizou adequadamente as atividades previstas e atingiu os objetivos esperados”.<sup>13</sup>

Como o grupo de empresas do BISC tem avaliado formalmente as suas atividades sociais? Que tipo de retorno trazem as avaliações realizadas? Quais as maiores dificuldades que as empresas têm encontrado para medir os resultados de seus investimentos? Essas questões foram indagadas no BISC de 2012, e as respostas são apresentadas a seguir.

Uma primeira observação que merece ser destacada é a diferença observada no comportamento das empresas e de seus institutos/fundações em relação à avaliação. As fundações, geralmente instituídas como o braço especializado das empresas em questões sociais, avaliam mais os seus projetos. A metade delas afirma ter avaliado todos os projetos sociais desenvolvidos nos últimos três anos. Dentre as empresas, essa proporção cai para um terço (Quadro 11).

## Quadro 11

Projetos avaliados nos últimos 3 anos	Empresa (em %)	Instituto/fundação (em %)
Todos os projetos sociais	33	50
Apenas alguns projetos sociais	43	45
Nenhum projeto social foi avaliado	24	5

Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

Para identificar melhor o que fazem os participantes da pesquisa para avaliar os seus investimentos, buscou-se distinguir os procedimentos formais e informais adotados pelas empresas e pelos seus institutos/fundações. Os resultados apresentados nos Gráficos 28 e 29 sinalizam que os institutos/fundações estão mais avançados nessa atividade, tanto no que se refere à adoção dos procedimentos formais, quanto dos informais.

Em relação aos procedimentos formais, predomina o monitoramento ou controle da execução dos projetos; apenas uma minoria desenvolve pesquisas de campo para verificar o alcance das metas e dos resultados preestabelecidos, com base na aplicação de critérios/indicadores específicos. Não obstante, tanto as empresas

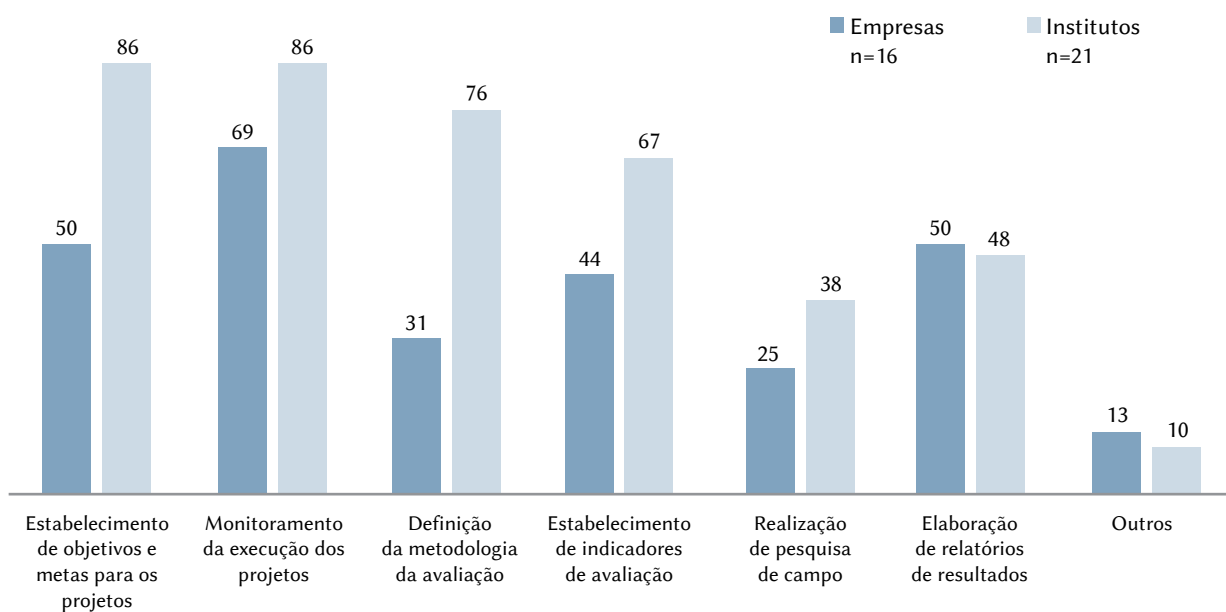
13. Peliano, Anna M. T. (Coord.). *Cultivando os frutos sociais: a importância da avaliação nas ações sociais das empresas*. Brasília: Ipea, 2009.

quanto seus institutos/fundações tratam de promover visitas periódicas aos projetos e estabelecer canais de diálogo permanentes com os diversos atores envolvidos. Vale destacar que esses procedimentos informais, ainda que não forneçam informações sistematizadas conforme os padrões clássicos de avaliações, são fundamentais para as empresas acompanharem e conhecerem o que acontece na ponta com os seus investimentos sociais.

## Gráfico 28

### Quais os procedimentos formais adotados nas avaliações? (em %)

#### Procedimentos formais adotados nas avaliações

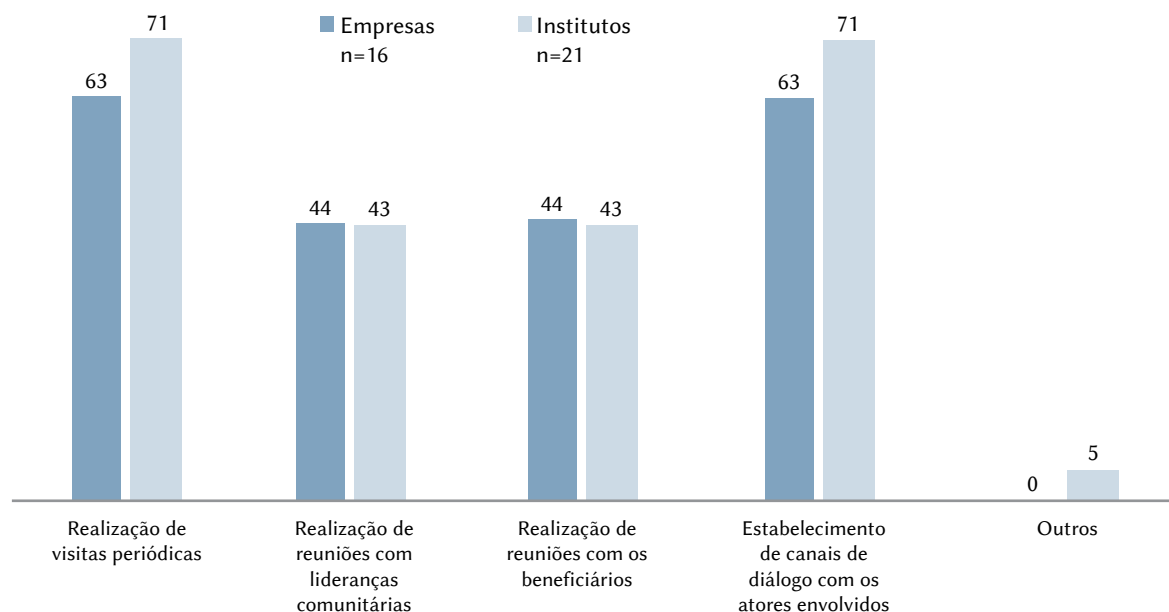


Fonte: BISC, 2012. Comunitas

## Gráfico 29

## Quais os procedimentos informais adotados nas avaliações? (em %)

## Procedimentos informais adotados nas avaliações



Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

As avaliações são reconhecidas pelas empresas como fundamentais para iluminar os caminhos a serem percorridos. “Ela é referida tanto no sentido de jogar a luz para dentro da empresa – visando ampliar o conhecimento e mostrar os caminhos e rotas alternativas –, quanto para fora – objetivando atrair parcerias, reproduzir a experiência em outras organizações privadas ou públicas, fortalecer a identidade e legitimar a atuação da empresa<sup>14</sup>. Essa percepção é claramente reconhecida pelos participantes do BISC.

Os resultados evidenciam que quase todos (96%) utilizam as avaliações para aprimorar a gestão dos projetos, e a maioria absoluta utiliza para corrigir rumos (70%) ou para decidir sobre a sua continuidade (65%). Interessante observar que as avaliações são de uso predominantemente interno: apenas 13% as utilizam para prestar contas aos acionistas e 9% para prestar contas ao Conselho ou informar aos beneficiários (Gráfico 30).

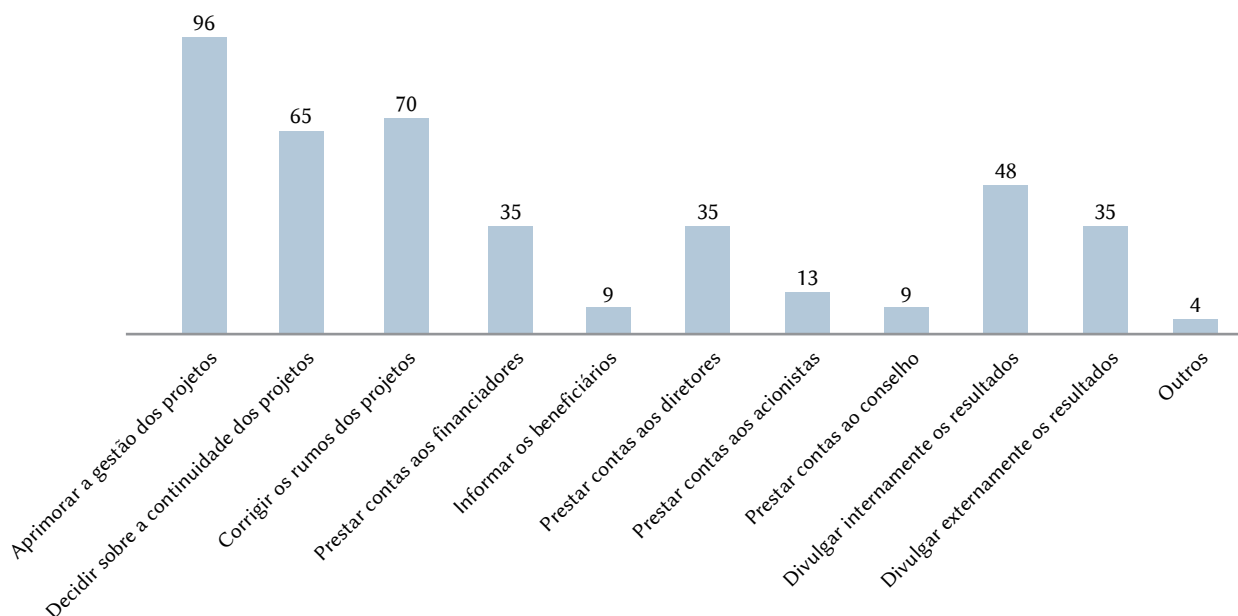
Em que pese a importância atribuída às avaliações, os investimentos na área são muito pequenos: representam apenas 0,2% do total dos recursos destinados pelo grupo para os projetos da área social. A mediana dos investimentos em avaliação nas empresas foi de apenas 81 mil reais e nos institutos, de 248 mil reais.

14. Peliano, Anna M. T. (Coord.). *Cultivando os frutos sociais: a importância da avaliação nas ações sociais das empresas*. Brasília: Ipea, 2009.

Gráfico 30

Para que servem as avaliações dos investimentos sociais privados? (em %)

Uso das avaliações pelas empresas (n=23)



Fonte: BISC, 2012. Comunitas

Conforme anteriormente mencionado, as dificuldades enfrentadas para avaliar os resultados dos investimentos sociais privados extrapolam as fronteiras nacionais. A maioria das empresas participantes do BISC considera que todos os procedimentos previstos nas avaliações são de dificuldade alta ou média. Destaca-se, porém, o reconhecimento de que os maiores desafios são identificar parâmetros externos de comparação, isolar a parcela dos resultados decorrentes da atuação da empresa e definir os procedimentos a serem adotados nas avaliações (Quadro 12).

## Quadro 12

DIFICULDADES ENCONTRADAS PARA MEDIR OS RESULTADOS DOS PROJETOS SOCIAIS (em %)					
	Alta	Média	Baixa	Nenhuma	Não sabe
Definir os procedimentos para a avaliação de resultados	42	32	16	5	5
Analisar a realidade local antes do início do projeto (marco zero)	26	48	21	0	5
Identificar parâmetros externos de comparação dos resultados	63	21	6	5	5
Isolar a parcela dos resultados decorrentes da atuação da empresa	42	16	11	5	26
Coletar as informações necessárias	26	53	16	0	5
Selecionar os indicadores mais apropriados	26	69	0	5	0
Dialogar com os diversos atores envolvidos	32	47	21	0	0

Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

## Sobre a comunicação e divulgação

Cresce entre as empresas o reconhecimento de que, além de mostrar os resultados dos investimentos sociais, é preciso comprometer-se publicamente com a defesa de causas sociais e sensibilizar as partes interessadas. Ou seja, para garantir a qualidade e ampliar os impactos das iniciativas adotadas, é preciso mobilizar os diversos atores envolvidos; para obter o apoio e cooperação dos colaboradores e *stakeholders*, é preciso que tenham conhecimento do que é feito; e, para garantir retornos positivos para a própria empresa, é preciso que ela seja amplamente identificada com a causa. Em suma, tudo isso requer a adoção de estratégias planejadas e diversificadas de comunicação e divulgação.

A pesquisa buscou identificar as iniciativas desenvolvidas pelas empresas nesse campo, e elas podem ser agrupadas em três tipos distintos, a depender de suas características. O primeiro tipo engloba o apoio a iniciativas de comunicação

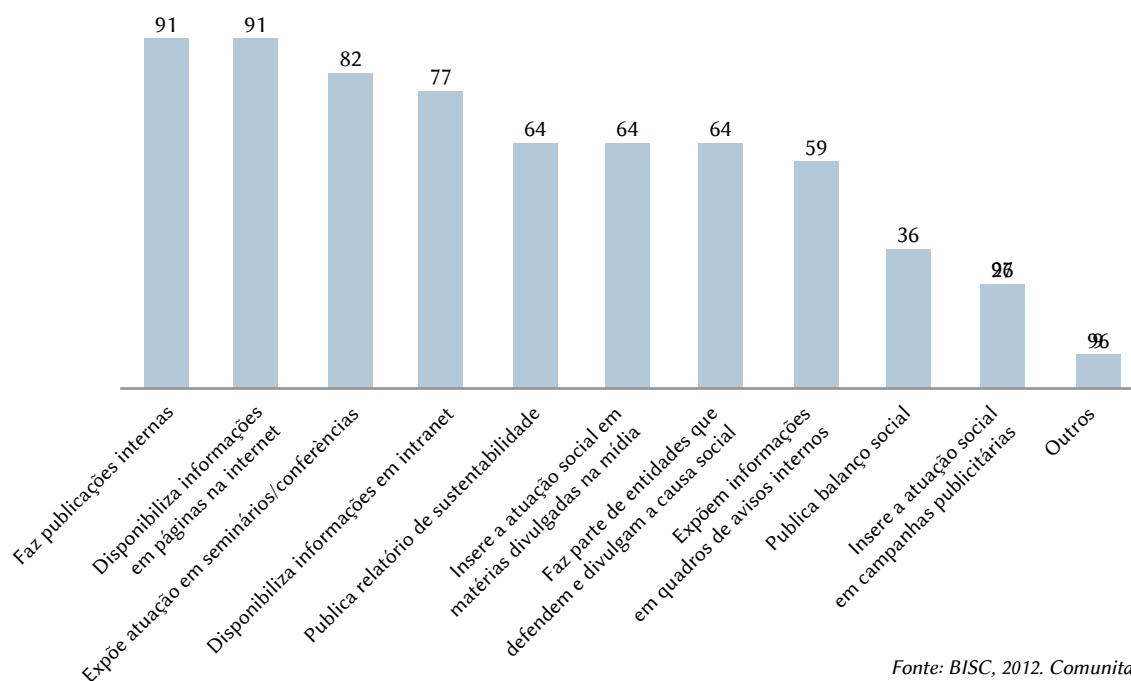
que buscam mobilizar o engajamento de diferentes atores com as causas sociais. Ao fazerem parte do BISC, por exemplo, todas as empresas do grupo sinalizam a sua preocupação em divulgar e estimular a ampliação, o aprimoramento e a disseminação das práticas sociais corporativas. Além desse apoio, cerca de dois terços delas se associam também a outras organizações que advogam publicamente em prol de causas sociais específicas, tais como o acesso à educação de qualidade, a erradicação do trabalho infantil, o combate à exploração sexual de crianças e a defesa do meio ambiente.

Um segundo tipo trata das práticas voltadas para divulgar as atividades sociais desenvolvidas pelas empresas junto às partes interessadas (comunicação institucional). Nesse campo, as iniciativas mais usuais, conforme se observa no Gráfico 31, são a exposição das atividades sociais desenvolvidas em publicações internas e em página na internet (91%). A grande maioria (82%) também participa de seminários e conferências sobre o tema, nos quais expõem sobre a atuação que realiza nessa área.

Gráfico 31

### Que estratégias as empresas utilizam para divulgar os seus investimentos sociais? (em %)

Formas de divulgação (n=22)



Fonte: BISC, 2012. Comunitas



As atividades de marketing, que buscam associar, em larga escala, a marca da empresa a questões sociais conformam um terceiro grupo de iniciativas. Enquadram-se nessa categoria as campanhas publicitárias, que buscam divulgar a marca da empresa e, simultaneamente, conscientizar a sociedade para importância de causas sociais e ambientais (preservação do meio ambiente, estímulo aos esportes etc.). A realização dessas atividades foi assinalada apenas por uma minoria (27%) dos participantes do BISC. Geralmente elas absorvem um grande volume de recursos e costumam suscitar críticas por parte dos mais céticos, que avaliam que “as empresas investem mais em marketing do que nas próprias comunidades”. Tal fato ainda não foi observado na pesquisa: segundo as informações fornecidas, os recursos destinados à comunicação e divulgação equivalem a apenas 1% do total dos investimentos sociais e, importante ressaltar, não foram inseridos no cálculo desses investimentos. Não obstante, a hipótese mais plausível é a que esses gastos com comunicação estejam bastante subestimados, uma vez que 56% dos respondentes não deram informações a esse respeito.

## PARTE II

## TÓPICO ESPECIAL: AS PARCERIAS COM AS ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL

### Sobre o apoio das empresas às organizações sem fins lucrativos

As parcerias são consideradas pelas empresas como essenciais para o êxito dos investimentos sociais, e o BISC de anos anteriores revelou que os principais parceiros do setor privado, no atendimento às comunidades, são as organizações não governamentais sem fins lucrativos. A partir dessa constatação, optou-se por introduzir, na pesquisa de 2012, um levantamento inédito sobre o tema com vistas a identificar, dentre outras questões, o número de organizações apoiadas, o volume de recursos transferidos, o tipo de atividades desenvolvidas conjuntamente, os benefícios percebidos, as dificuldades enfrentadas e os desafios para melhorias nessa relação. Um perfil das organizações parceiras também foi elaborado com informações específicas sobre a natureza jurídica, distribuição no território nacional, origem, finalidade e abrangência da sua atuação.

Os resultados extraídos da pesquisa confirmam a importância das parcerias com as entidades da sociedade que atendem às comunidades. Praticamente todas as empresas (96%) envolvem organizações sem fins lucrativos na realização de seus investimentos sociais e, nesse primeiro mapeamento, que ainda não cobre o universo completo das organizações, os dados mostram que um total de 1.110 organizações são *apoiadas diretamente* pelas empresas, ou por seus institutos/fundações, numa proporção equivalente. Outro grupo composto por 646 organizações sem fins lucrativos recebeu *apoio por meio dos fundos sociais* (ex.: Fundos da Criança e do Adolescente), tendo predominado, nesses casos, o apoio das próprias empresas (66%).

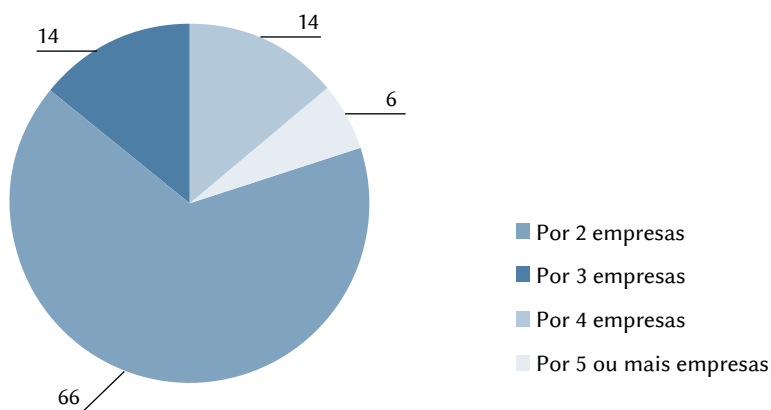
No total das organizações apoiadas diretamente pelas empresas estão computadas aquelas que receberam recursos de mais de uma empresa ou instituto. Portanto, para conhecer o número real de organizações apoiadas e evitar a dupla contagem foi necessário solicitar aos respondentes que fornecessem a razão social e a localização da sede de todas as organizações que receberam apoio direto. Esse detalhamento foi dado para um subconjunto de 858 organizações. Confrontando as informações, observou-se que 49 organizações (menos de 6%) com o mesmo

nome e na mesma cidade<sup>15</sup> foram apoiadas por diferentes empresas. Feita uma nova contagem, chegou-se a um total de 761 organizações que receberam apoio financeiro direto. É interessante observar que, dentre as organizações beneficiadas por mais de uma empresa, a grande maioria (66%) o foi por apenas duas empresas distintas (Gráfico 32).

## Gráfico 32

### Qual a proporção de organizações sem fins lucrativos que são apoiadas por diversas empresas? (em %)

Distribuição das organizações apoiadas por mais de uma empresa (n=49)



Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

Em relação aos recursos transferidos, que devem estar subestimados, o valor informado atingiu a casa dos 252 milhões de reais.<sup>16</sup> Pouco mais da metade das empresas informou sobre a finalidade dessas transferências. Os resultados apresentados no Gráfico 33 revelam que 85% dos recursos são destinados ao financiamento de projetos sociais de iniciativa das organizações. O apoio direto aos projetos é fundamental para a ampliação do atendimento às comunidades realizado pelas organizações não governamentais, mas é importante que seja acompanhado do apoio ao fortalecimento institucional dessas entidades. Para essa finalidade foram destinados apenas 11% do total investido.

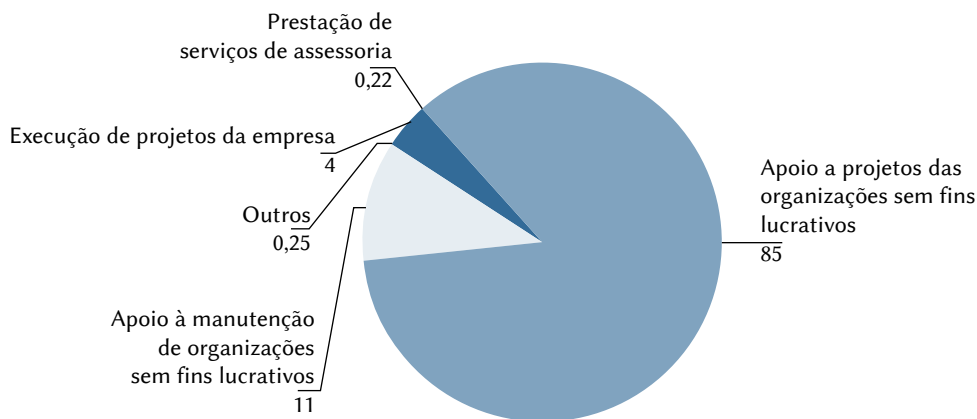
15. Organizações com o mesmo nome, mas sediadas em cidades diferentes, foram consideradas separadamente.

16. Para avaliar o significado desse montante, cabe notar que ele equivale a 15% do total de recursos repassados pelo governo federal, por meio de convênios, para 975 organizações sem fins lucrativos em todo o país (incluindo grandes hospitais, universidades e centros de pesquisa). Fonte: Convênios disponíveis no SIGABRASIL/ SICONV.

## Gráfico 33

**Qual o destino dos recursos repassados para as organizações sem fins lucrativos? (em %)**

Aportes financeiros para organizações sem fins lucrativos (n=13)

Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

Conforme apresentado no Gráfico 34, no caso das empresas predominam os repasses de pequeno porte: 44% das organizações receberam, em 2011, recursos inferiores ou iguais a 30 mil reais. Por outro lado, apenas um terço delas recebeu mais de 100 mil reais, para o mesmo ano.<sup>17</sup> Cabe mencionar que há continuidade nesses aportes financeiros: a maioria das empresas renova regularmente o seu apoio (45%) ou renova por períodos preestabelecidos (35%).

A exigência de contrapartida merece uma atenção especial. Por exemplo, um dos problemas enfrentados pelas organizações em relação aos financiamentos governamentais é que eles são engessados em regras burocráticas, que frequentemente não se adaptam à realidade dessas instituições e ao tipo de atividades que desenvolvem. Dentre os entraves à operação dessas organizações destaca-se a proibição de usar os recursos públicos para remunerar os profissionais que elas empregam, incluindo encargos sociais. Propostas para rever essa regra estão sendo cogitadas, dado o reconhecimento generalizado de sua inadequação. Observou-se, na pesquisa, que em 70% dos casos as empresas também exigem

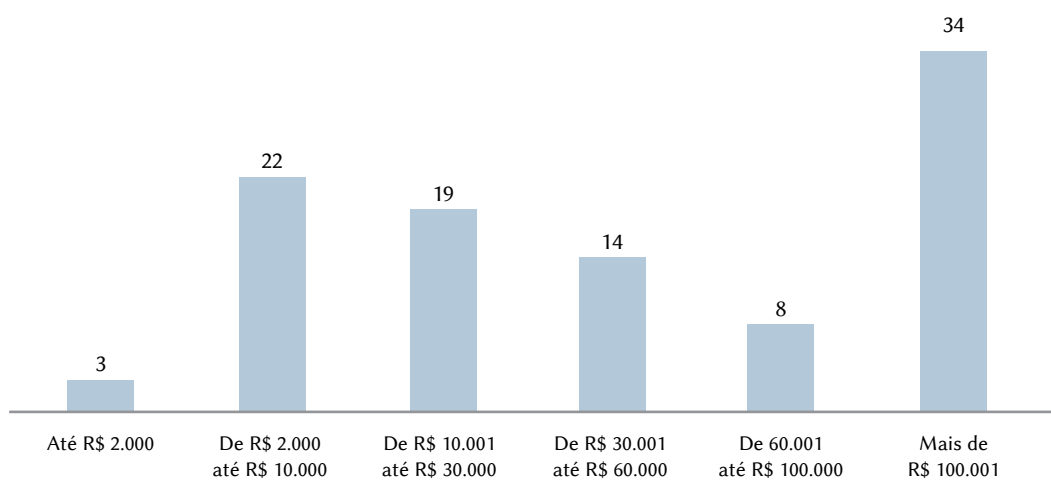
17. A título de ilustração, a mediana dos repasses do governo federal para as organizações sem fins lucrativos foi de 200 mil reais, em 2011. Fonte: Convênios disponíveis no SIGABRASIL/ SICONV, 2011.

algun tipo de contrapartida para a execução das atividades por elas apoiadas, seja sob a forma de recursos humanos, físicos ou financeiros, ou mediante apoio à divulgação de sua marca. Não obstante, a resposta de um dos participantes reflete a flexibilidade que as empresas podem manter na sua atuação: “Cada situação é avaliada de acordo com as possibilidades e o contexto”.

## Gráfico 34

### Qual o montante de recursos recebidos pelas organizações sem fins lucrativos? (em %)

Distribuição por faixas de recursos recebidos (n=691)



Fonte: BISC, 2012. Comunitas

## Sobre o perfil das organizações parceiras

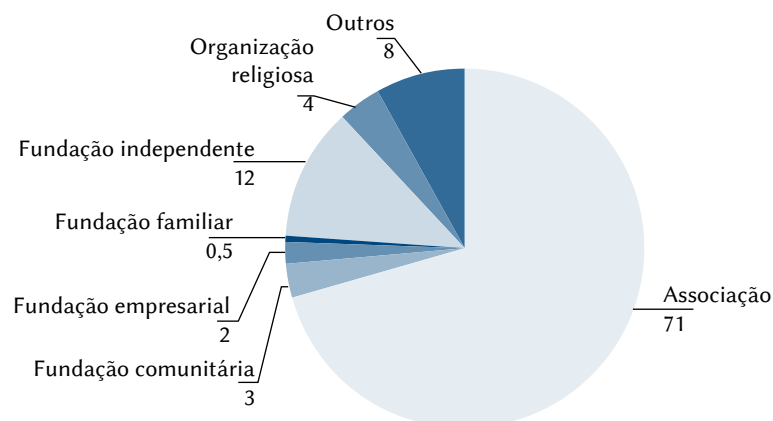
Conforme anteriormente mencionado, buscou-se delinear no BISC de 2012 um perfil das organizações apoiadas pelas empresas do grupo. A dificuldade para executar essa tarefa foi constatada ainda na fase de levantamento dos dados, em virtude das limitações enfrentadas pelos participantes para reunir e fornecer as informações solicitadas.<sup>18</sup> Contribuiu para isso o grande número de entidades envolvidas, o fato de que o apoio costuma ser fornecido por diferentes unidades das empresas, muitas vezes em volumes pequenos e em caráter pontual, e a inexistência de um sistema de informações centralizado nas empresas. Daí a sugestão para que a Comunitas organize um banco de dados sobre as organizações apoiadas pelos participantes do BISC.

As primeiras informações apresentadas no Gráfico 35, sobre a natureza jurídica das organizações, apontam para a forte predominância de associações formadas pela união espontânea de pessoas, que se organizam para a realização de atividades sem fins lucrativos (ver descrição das naturezas jurídicas no Quadro 13). Elas representam 71% do total de organizações apoiadas pelo grupo do BISC. No outro extremo estão as fundações familiares e as empresariais, que representam cerca de 2% do total (não foi considerado o apoio que cada empresa deu à sua própria fundação).

### Gráfico 35

#### Por natureza jurídica: que tipo de organizações sem fins lucrativos são apoiadas pelas empresas? (em %)

Distribuição das organizações sem fins lucrativos por natureza jurídica (n=575)



Fonte: BISC, 2012. Comunitas

18. Visando aprimorar e adequar as informações, a equipe da pesquisa fez algumas alterações nos dados fornecidos. Os critérios adotados estão explicitados na Nota Técnica apresentada no final deste Relatório.

## Quadro 13

### Sobre as organizações da sociedade civil analisadas no BISC

O Novo Código Civil define os seis formatos de pessoas jurídicas privadas existentes no direito brasileiro: associações, fundações, organizações religiosas, partidos políticos, sociedades e empresas individuais de responsabilidade limitada. OSCIPS e Institutos, dentre outros, são qualificações para essas organizações, mas não uma categoria específica do código civil.

A pesquisa BISC concentrou-se na análise do perfil das associações e das fundações que são as principais instituições parceiras das empresas na realização dos investimentos sociais. Elas diferem pelo fato de as associações reunirem pessoas que se organizam para fins não econômicos e de caráter coletivo, enquanto as fundações sem fins de lucro são instituídas a partir de uma dotação de bens destinados a finalidades específicas. No BISC, as fundações foram identificadas de acordo com a figura do seu instituidor e dos responsáveis pela sua operação, a partir das seguintes categorias:

- *Fundações/Institutos Empresariais*: organizações criadas e mantidas por uma empresa ou seus acionistas. São geridas por pessoas ligadas à empresa que as mantém.
- *Fundações/Institutos Familiares*: organizações criadas e mantidas por uma família e geridas por seus membros. Não apresentam vínculos de governança ou gestão com a empresa, mesmo que esta seja uma empresa familiar.
- *Fundação/Institutos Comunitários*: entidades que reúnem recursos de uma ou mais organizações ou indivíduos, gerando um fundo usado para investimentos em uma determinada comunidade. Atuam em uma área geográfica, ou em uma causa específica, e são geridas por pessoas que se identificam como pertencentes àquelas comunidades.
- *Fundações/Institutos Independentes*: organizações mantidas geralmente por mais de uma organização ou indivíduo. Sua gestão é independente de seus mantenedores.

Buscou-se ainda identificar a presença de organizações religiosas, que são as entidades sem fins lucrativos que desenvolvem atividades confessionais – administram diretamente serviços religiosos ou rituais, incluindo: ordens religiosas, templos, paróquias, pastorais, centros espíritas, dentre outras.



A análise das organizações apoiadas pelas empresas, segundo a sua finalidade<sup>19</sup>, mostra que não há uma concentração de qualquer tipo de entidade, porém o maior número delas tem como finalidade principal o *desenvolvimento e defesa de direitos dos cidadãos*: 28% do total (Tabela 1). As organizações de *educação* estão em segundo lugar (23%), mas as atividades educacionais apoiadas pelas empresas podem ser desenvolvidas também por diversas outras organizações (meio ambiente, cultura e arte e assistência social, por exemplo). O apoio a entidades que se dedicam a desenvolver atividades *religiosas* é muito restrito. Apenas 4% das organizações se enquadram nessa categoria. Não obstante, a influência religiosa pode estar presente em organizações que prestam outros tipos de serviços (entidades de assistência social, de saúde, de educação etc.). Buscou-se, na pesquisa, dimensionar essa influência com a pergunta sobre a origem das entidades. Foi verificada uma grande dificuldade para responder a tal questão, mas as respostas obtidas indicam que apenas 13% das organizações são de origem religiosa, isto é, foram criadas ou são mantidas por grupos religiosos.

---

19. A classificação das organizações foi realizada a partir dos critérios adotados pelo IBGE no estudo: *As Fundações Privadas e Associações Sem Fins Lucrativos no Brasil 2005*. Rio de Janeiro: IBGE, 2008. Ver no Anexo I os critérios adotados na pesquisa.

Tabela 1

**Por finalidade: qual a distribuição, absoluta e relativa, das organizações apoiadas pelas empresas?**

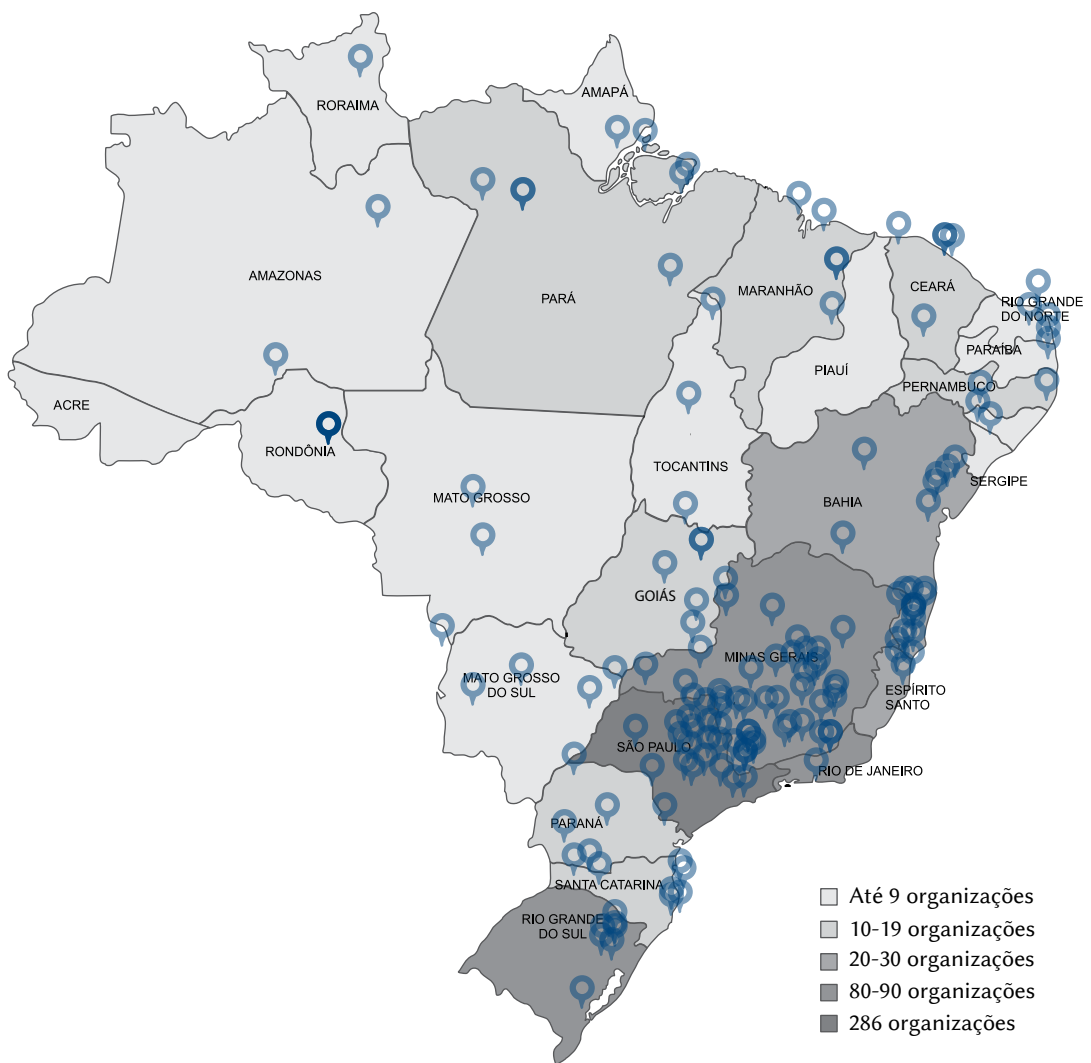
Classificação das organizações sem fins lucrativos em função de suas finalidades	Brasil	
	Absoluto	Relativo (%)
<b>Total</b>	<b>514</b>	<b>100</b>
<b>Saúde</b>	<b>41</b>	<b>8</b>
Hospital	9	2
Outros serviços de saúde	32	6
<b>Cultura e recreação</b>	<b>78</b>	<b>15</b>
Arte e cultura	60	12
Esporte e recreação	18	3
<b>Educação e pesquisa</b>	<b>118</b>	<b>23</b>
Educação de jovens e adultos	9	2
Educação Infantil	13	3
Educação profissional	8	2
Educação superior	5	1
Estudos e pesquisas	13	2
Outras formas de educação e ensino	70	13
<b>Assistência social</b>	<b>78</b>	<b>15</b>
Assistência Social	78	15
<b>Religião</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
Atividades religiosas	4	1
<b>Meio ambiente</b>	<b>29</b>	<b>6</b>
Meio Ambiente	29	6
<b>Desenvolvimento e defesa de direitos</b>	<b>143</b>	<b>28</b>
Associação de moradores	13	3
Centros e associações comunitárias	51	10
Defesa de direitos de grupos e minorias	31	6
Desenvolvimento rural	8	2
Trabalho e renda	23	4
Outras formas de desenvolvimento e defesa de direitos	17	3
<b>Outros</b>	<b>23</b>	<b>4</b>
Outras	23	4

Fonte: BISC, 2012. Comunitas

Observação: As informações sobre finalidade foram identificadas para 514 organizações.

A análise da distribuição espacial das organizações apoiadas mostra que elas estão localizadas em 176 cidades, em 25 estados do Brasil<sup>20</sup> e no Distrito Federal. Não obstante, o apoio do setor privado está fortemente concentrado na região Sudeste (ver Mapa e Tabela 2). Quase dois terços (63%) das entidades que receberam recursos diretamente das empresas têm sede nessa região. Apenas no Estado de São Paulo foram diretamente beneficiadas 286 organizações, das quais 200 são sediadas na capital. Tal distribuição, no entanto, acompanha a localização das empresas do grupo e da sua atuação social.

### Onde se localizam as organizações apoiadas diretamente pelas empresas? (n=757)



Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

20. Apenas no estado do Acre não foram encontradas organizações apoiadas pelas empresas do grupo.

Tabela 2

**Por localização geográfica: qual a distribuição, absoluta e relativa, das organizações sem fins lucrativos apoiadas pelas empresas?**

Grandes regiões e unidades da federação	Organizações sem fins lucrativos		
	Nº absoluto	Relativo à região (%)	Relativo ao total (%)
<b>Total</b>	<b>757</b>	<b>-</b>	<b>100</b>
<b>Norte</b>	<b>22</b>	<b>100</b>	<b>3</b>
AC	-	-	-
AM	2	9	0
AP	1	5	0
PA	13	59	2
RO	2	9	0
RR	1	5	0
TO	3	14	0
<b>Nordeste</b>	<b>94</b>	<b>100</b>	<b>12</b>
AL	2	2	0
BA	38	40	5
CE	15	16	2
MA	11	12	1
PB	3	3	0
PE	16	17	2
PI	2	2	0
RN	4	4	1
SE	3	3	0
<b>Centro-oeste</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>5</b>
DF	21	54	3
GO	10	26	1
MS	4	10	1
MT	4	10	1
<b>Sudeste</b>	<b>478</b>	<b>100</b>	<b>63</b>
ES	22	5	3
MG	83	17	11
RJ	87	18	11
SP	286	60	38
<b>Sul</b>	<b>124</b>	<b>100</b>	<b>16</b>
PR	17	14	2
RS	89	72	12
SC	18	15	2

Fonte: BISC, 2012. Comunitas

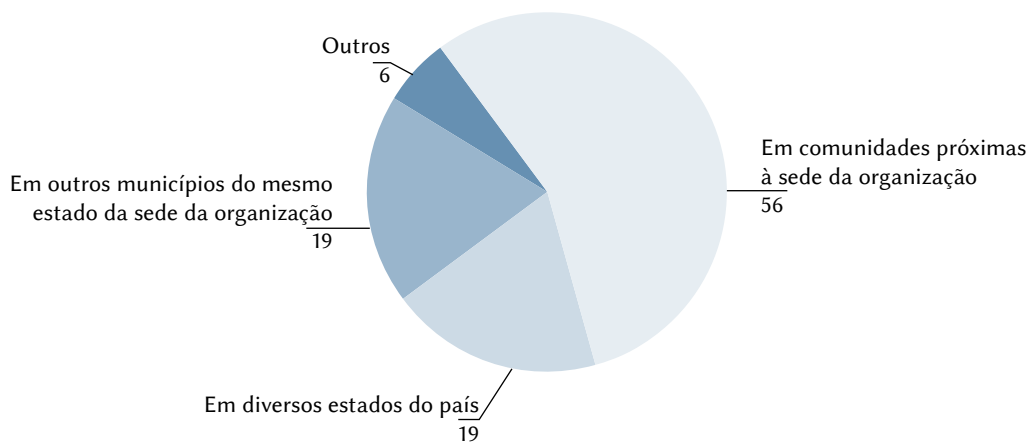
Obs.: Das 761 organizações que permaneceram na recontagem, não estão disponíveis informações da localização geográfica de quatro delas, daí o total de 757.

A concentração do atendimento na região Sudeste poderia ser menor se as organizações apoiadas tivessem um campo de atuação mais amplo no território nacional. Não foi isso, no entanto, o que se observou. Apenas um quinto delas estende suas atividades a outros estados ou regiões do país (Gráfico 36). A grande maioria atua apenas nas comunidades próximas à sua sede (56%) ou em outras cidades dentro do mesmo estado (19%). Esse resultado reforça a observação de que os investimentos sociais das empresas estão concentrados no Sudeste.

### Gráfico 36

#### Qual a abrangência da atuação das organizações no território? (em %)

Área de abrangência territorial da atuação das organizações sem fins lucrativos (n=422)



Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

### Sobre as estratégias de ação conjunta

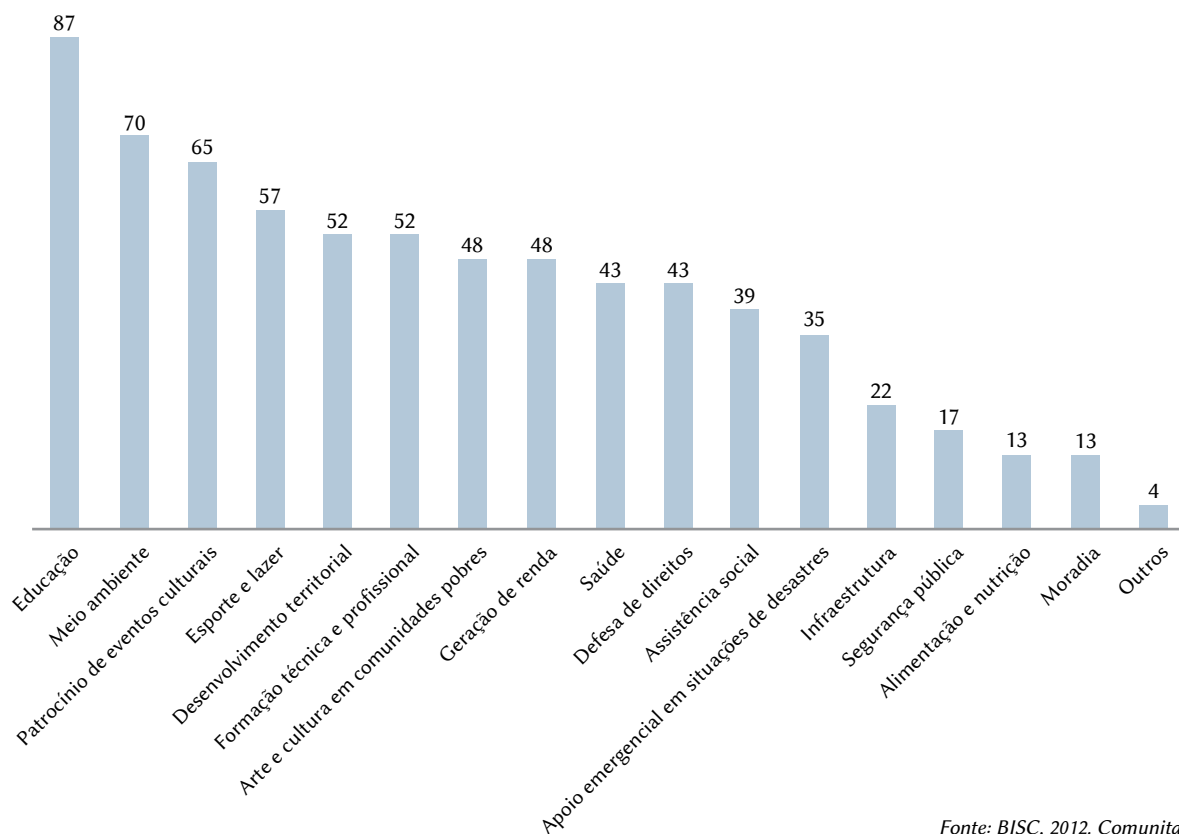
Em que áreas as empresas atuam em conjunto com as organizações sem fins lucrativos? Dentre os resultados observados no Gráfico 37, um já era esperado: o predomínio das parcerias voltadas para o desenvolvimento de atividades de educação, que é o foco prioritário dos investimentos sociais privados. No entanto, surpreende a informação de que 70% das empresas assinalam as atividades relacionadas ao meio ambiente como um espaço de atuação conjunta. Esse resultado desperta um interesse especial sobre os tipos de atividades direcionadas

ao meio ambiente que são desenvolvidas. A hipótese é que parte delas esteja integrada a outras ações, como as educacionais, as de defesa dos direitos ou de desenvolvimento rural, dentre outras. Isso porque, conforme anteriormente apresentado no perfil das entidades apoiadas, o percentual de organizações que possuem como finalidade principal a defesa e proteção do meio ambiente é relativamente reduzido (6% do total).

### Gráfico 37

#### Em que áreas de atuação ocorrem as parcerias com as organizações da sociedade civil? (em %)

Empresas e organizações sem fins lucrativos: áreas de atuação em parceria (n=22)



Fonte: BISC, 2012. Comunitas

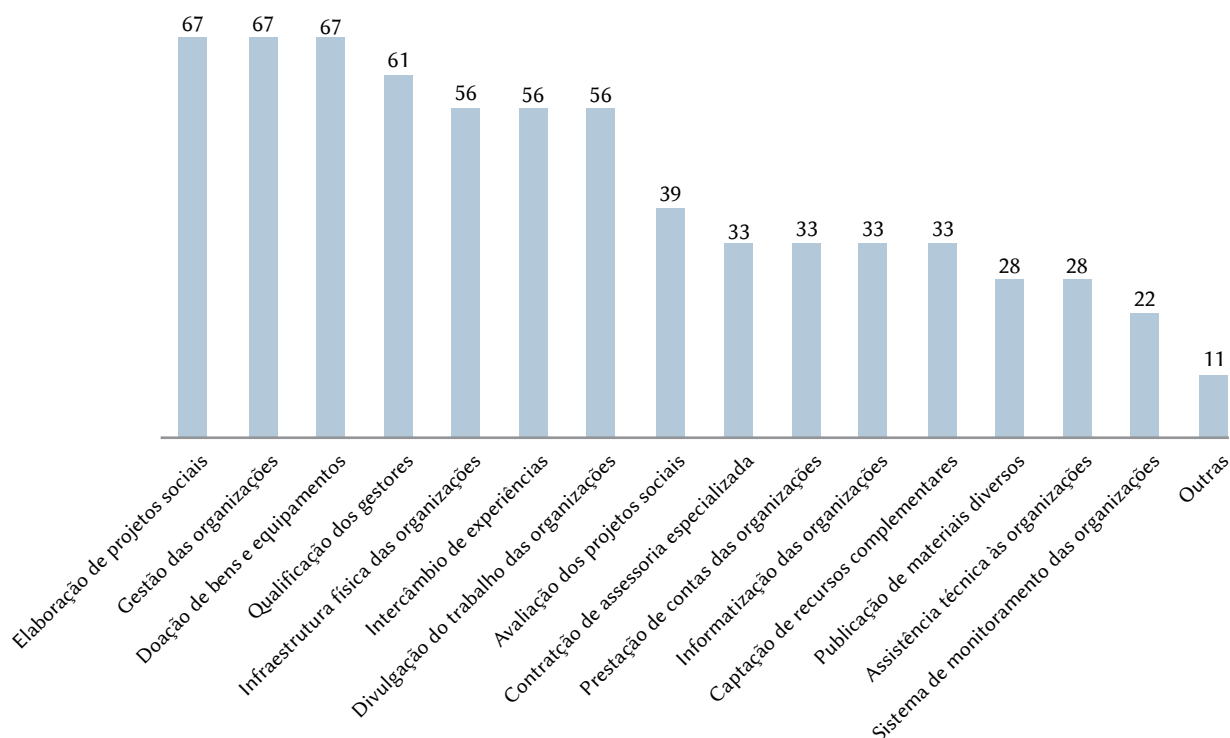
O apoio às organizações não governamentais que prestam serviços às comunidades, ou defendem os direitos sociais dos cidadãos, é uma contribuição importante que o setor privado oferece à sociedade. As limitações de recursos públicos e, em alguns casos, a restrição do apoio internacional a essas organizações que atuam no Brasil têm dificultado a expansão e o fortalecimento desse setor, não obstante a importância de sua atuação para a ampliação e a democratização das políticas públicas. Cabe assinalar que, para fortalecer as organizações sem fins lucrativos, não basta transferir recursos para a execução de seus projetos. É preciso estender o apoio a outros itens essenciais à ampliação e ao aprimoramento de suas atividades, como a remuneração dos recursos humanos e das demais despesas operacionais necessárias ao efetivo funcionamento de uma entidade.

As informações obtidas no BISC sinalizam que as empresas do grupo reconhecem tais necessidades, pois foram identificados outros tipos de contribuições, dentre as quais se destacam o apoio para o aprimoramento da gestão das organizações, para a qualificação dos seus gestores e para a elaboração de projetos, além das doações de equipamentos (Gráfico 38). Mais da metade das empresas declara também contribuir com melhorias da infraestrutura física, o intercâmbio de experiências e a divulgação dos trabalhos realizados. Não obstante, no caso de outras atividades essenciais para uma boa gestão pouco é feito. Nesses casos incluem-se: o apoio na preparação de prestações de contas, na informatização e na montagem de sistemas de controle e monitoramento. O apoio financeiro para o fortalecimento institucional, conforme anteriormente mencionado, também não é tão expressivo e equivale a 11% do total dos recursos transferidos. A ampliação sobre o papel desempenhado pelo setor privado nessa área merece ser levada em conta pelos diversos atores envolvidos.

## Gráfico 38

### Que atividades as empresas realizam para fortalecer as *organizações da sociedade civil*? (em %)

Modalidades de apoio às organizações sem fins lucrativos (n=17)



Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

Outro indicador que reflete a importância das contribuições das empresas para o fortalecimento das organizações refere-se ao período de duração desses apoios. Transferências pontuais de recursos, ainda que possam ajudar no curto prazo, não são suficientes para promover as transformações necessárias. Conforme pode ser observado no Gráfico 39, 23% das organizações foram apoiadas somente em 2011, mas o dado pode estar subestimado e não permite também aferir se o apoio foi pontual, visto que ele poderá permanecer por mais tempo. Nesse caso, o que a informação pode estar sinalizando é que cresceu o número de organizações que entraram na rede de parcerias das empresas em 2011. O mais importante a destacar nos resultados apresentados é que um quarto das organizações recebe apoio das empresas do grupo há sete anos ou mais. Dentre as conclusões que podem ser extraídas dessa informação, a primeira é a de que o trabalho desenvolvido pelas

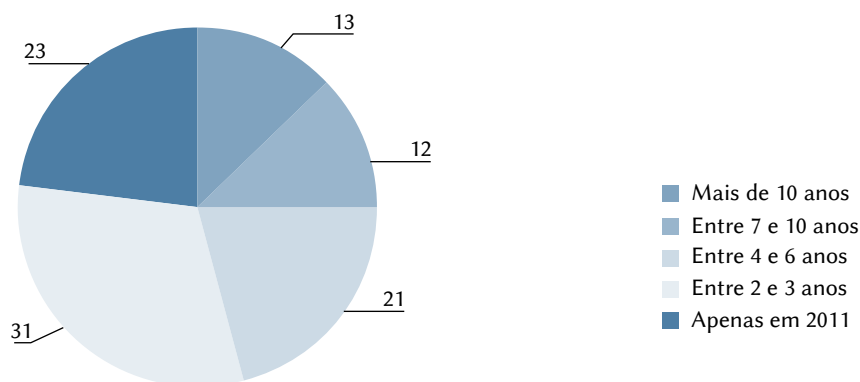


organizações está correspondendo às expectativas das empresas e, a segunda, é que essas relações, à medida que se tornam mais permanentes, podem ampliar os benefícios gerados para todos os envolvidos.

## Gráfico 39

### Desde quando as organizações são apoiadas pelas empresas? (em%)

Apoio das empresas às organizações sem fins lucrativos: em número de anos (n=420)



Fonte: BISC, 2012. Comunitas

Aliás, tal é a percepção predominante entre as empresas do BISC: todos ganham com essas parcerias com as organizações não governamentais. A sociedade beneficia-se com a melhoria na qualidade dos projetos, as organizações sociais são fortalecidas e as empresas melhoram suas relações com as comunidades. O Quadro 14 detalha em que medida os respondentes avaliam cada um dos possíveis benefícios gerados pelo trabalho conjunto. Chama a atenção o fato de que quase um terço deles não soube avaliar alguns dos benefícios gerados, como, por exemplo, se houve um fortalecimento das organizações, uma redução nos custos de gestão ou um retorno de aprendizagem para os quadros funcionais da empresa. Tal constatação sinaliza para a importância do grupo de participantes do BISC em ampliar a reflexão e o debate sobre esse tema.

## Quadro 14

### Quais os benefícios decorrentes das parcerias com as organizações sem fins lucrativos?

BENEFÍCIOS DECORRENTES DAS PARCERIAS ENTRE EMPRESAS E ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS (em %)					
	Alto	Médio	Baixo	Nenhum	Não sabe
Melhorias na gestão das organizações sociais	48	13	9	0	30
Melhorias na relação da empresa com as comunidades	52	9	4	9	26
Redução dos custos de gestão dos projetos sociais da empresa	9	17	17	26	31
Melhorias na qualidade dos projetos desenvolvidos	61	18	4	0	17
Melhorias no diálogo com as lideranças locais	39	26	0	9	26
Ganhos de escala no atendimento social da empresa	35	18	4	13	30
Melhorias da imagem pública da empresa	26	39	0	13	22
Melhorias na qualidade dos profissionais da empresa	13	17	13	26	31
Melhorias no relacionamento institucional com outros parceiros importantes	39	17	13	9	22
Maior alinhamento da empresa com as políticas públicas	9	39	13	9	30
Fortalecimento das organizações sem fins lucrativos	52	17	0	0	31

Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

Um subsídio para ajudar nessa reflexão pode ser extraído da análise dos resultados sobre as dificuldades enfrentadas pelas empresas para trabalharem conjuntamente com organizações da sociedade. Não há consenso nas respostas sobre os maiores entraves encontrados nas parcerias. No entanto, destacam-se dentre as dificuldades, de nível alto ou médio, as questões relativas à prestação de contas e à

falta de recursos humanos qualificados nas organizações. A maioria das empresas não assinala dificuldades em relação a dois aspectos importantes: falta de confiança por parte dos gestores das organizações e interferências de ordem político-partidária (Quadro 15).

## Quadro 15

### Quais as dificuldades de trabalhar em parceria com as organizações sem fins lucrativos?

DIFICULDADES ENFRENTADAS PARA ATUAR EM PARCERIA COM AS ORGANIZAÇÕES SEM FINS DE LUCRO (em %)					
	Alta	Média	Baixa	Nenhuma	Não sabe
Desconhecimentos das organizações qualificadas	21	37	16	26	0
Falta de transparência das organizações	5	37	42	16	0
Desconfiança por parte dos líderes das organizações	0	21	26	48	5
Morosidade dos processos decisórios das organizações	16	37	42	0	5
Falta de recursos humanos devidamente capacitados nas organizações	37	52	11	0	0
Dificuldade de prestação de contas por parte das organizações	42	47	0	11	0
Resistência por parte de gestores das organizações	5	32	37	21	5
Dificuldade de associar o investimento social à imagem da empresa	0	44	28	17	11
Rotatividade dos administradores e/ou gestores das organizações	17	37	26	11	11
Descontinuidade dos projetos das organizações	10	37	37	16	0
Não cumprimento dos compromissos assumidos	10	42	37	11	0
Interferências político-partidárias	5	21	27	42	5

As sugestões identificadas nas respostas à pesquisa para contornar as dificuldades e melhorar o relacionamento com as organizações sem fins lucrativos vão em duas direções: para as próprias empresas, no sentido de que reforcem o apoio às organizações e contribuam para o seu fortalecimento; e para as organizações parceiras, que deveriam investir na melhoria da gestão, em especial no estabelecimento de metas e na verificação de resultados, na adoção de tecnologias sociais adequadas às realidades locais, nas estratégias de comunicação, nas ferramentas de prestação de contas e na agilidade de respostas. A seguir, as sugestões apresentadas para o aprimoramento das relações com as organizações sociais:

*“Uma atuação dos investidores sociais mais voltada ao fortalecimento institucional das organizações, tendo em vista o conceito de capital de operação e capital de investimento de Lester Salomon.”*

*“Continuar investindo no fortalecimento das ONGs e na profissionalização de suas equipes gestoras.”*

*“Aplicar sempre o método participativo e contribuir na formação em gestão de empreendimentos comunitários.”*

*“Acreditamos que as organizações sem fins lucrativos precisam melhorar sua gestão, estabelecendo objetivos, regras, processos, acompanhamento de resultados, metas e oferecendo capacitação constante para a equipe.”*

*“É importante que as organizações estejam atentas às oportunidades oferecidas por empresas de grande porte, que em sua maioria atuam por meio de editais para patrocinar projetos sociais com diferentes focos.”*

*As organizações precisam ter “maior agilidade nas respostas”.*

*“As organizações sem fins lucrativos têm que buscar sempre alinhar as melhores tecnologias à realidade local.”*

*“É importante que as organizações sem fins lucrativos melhorem as suas estratégias de comunicação, adequando sua linguagem e os conteúdos apresentados para uma linguagem mais executiva e objetiva.”*

*“É fundamental que as organizações sem fins lucrativos incorporem práticas de mensuração de resultados e de avaliação de retorno mais precisas, compreendendo a importância de reportar aos investidores de maneira concreta e sustentada os resultados obtido com os recursos empregados nas ações.”*

*“É urgente que organizações sem fins lucrativos se comprometam com metas concretas de resultados, garantindo aos investidores segurança no aporte de recursos.”*

*“As organizações sem fins lucrativos precisam melhorar suas ferramentas de reporte e prestação de contas aos seus investidores.”*

## PARTE III

## O PERFIL DAS APLICAÇÕES SOCIAIS OBRIGATÓRIAS

### Sobre a dimensão das aplicações sociais obrigatórias

A partir de 2010 uma importante novidade foi introduzida na pesquisa BISC. Esta novidade consistiu em adicionar às informações sobre o perfil dos investimentos sociais voluntários uma análise complementar de dados até então inéditos no país sobre as aplicações sociais realizadas em decorrência da legislação brasileira, em especial a ambiental<sup>21</sup>, que exige das corporações a implementação de ações focadas na mitigação ou na compensação dos impactos ambientais e sociais de suas atividades. Trata-se de medidas que procuram garantir a função social dos empreendimentos econômicos no tocante à preservação do meio ambiente e à qualidade de vida da coletividade<sup>22</sup> (ver as observações sobre o Licenciamento Ambiental no Quadro 16).

---

21. Para mais informações sobre a legislação ambiental, ver: Cartilha de licenciamento ambiental / Tribunal de Contas da União; com colaboração do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis. -- 2.ed.-- Brasília : TCU, 4ª Secretaria de Controle Externo, 2007. Essa cartilha disponibiliza informações sobre a Legislação Ambiental Federal referente ao Licenciamento Ambiental (por tema).

22. O processo de licenciamento ambiental tem como principais normas legais a Lei nº 6.938/81; a Resolução CONAMA1 nº 001, de 23 de janeiro de 1986, que estabeleceu diretrizes gerais para elaboração do Estudo de Impacto Ambiental – EIA e respectivo Relatório de Impacto Ambiental – RIMA nos processos de licenciamento ambiental; e a Resolução CONAMA nº 237, de 19 de dezembro de 1997, que estabeleceu procedimentos e critérios, e reafirmou os princípios de descentralização presentes na Política Nacional de Meio Ambiente (Lei 6.938, de 31 de agosto de 1981) e na Constituição Federal de 1988. Adicionalmente, a Lei Complementar nº 140/2011 discorre sobre a competência estadual e federal para o licenciamento, tendo como fundamento a localização do empreendimento. Informações abrangentes sobre a Legislação podem ser encontradas na publicação: Legislação Brasileira Sobre Meio Ambiente. Biblioteca Digital da Câmara dos Deputados/Centro de Documentação e Informação. Brasília, 2010. Disponível em: <http://bd.camara.gov.br>.

## Quadro 16

### Licenciamento Ambiental

Instituído pela Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981, o objetivo desse licenciamento é promover o controle prévio à construção, instalação, ampliação e funcionamento de estabelecimentos e atividades que causem ou possam causar degradação ambiental. Isso significa que estão sujeitas ao licenciamento não apenas as atividades que poluem realmente, mas também as que simplesmente têm a possibilidade de poluir e que são realizadas por pessoas físicas ou jurídicas, tanto as de direito privado quanto as de direito público.

Pela legislação vigente (art. 3º, Lei 6.938/1981), o conceito de degradação abrange um leque extenso de atividades, incluindo todas aquelas que: “a) prejudiquem a saúde, a segurança e o bem-estar da população; b) criem condições adversas às atividades sociais e econômicas; c) afetem desfavoravelmente a biota; d) afetem as condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente; e) lancem matérias ou energia em desacordo com os padrões ambientais estabelecidos”. Além disso, a legislação brasileira inclui dentre os bens ambientais, além dos materiais e naturais, os artificiais e culturais, como, por exemplo, aqueles que compõem patrimônio cultural de um grupamento social. Trata-se, portanto, de uma concepção bastante ampla de meio ambiente, que envolve não somente os elementos naturais, mas simultaneamente os elementos econômicos, estéticos, sanitários e sociais. Nesse sentido, o Licenciamento Ambiental pode atingir os mais variados empreendimentos, tais como a construção de uma obra de infraestrutura, a instalação de uma fábrica ou mesmo o funcionamento de uma loja.

As evidências extraídas da pesquisa reforçam a importância desse novo enfoque: a maior parte das empresas do grupo do setor de indústria (77%) e parte das do setor serviços (31%) declara realizar aplicações obrigatórias junto às comunidades, e o montante de recursos que aplica, em caráter obrigatório, equivale aos investimentos sociais voluntários de todos os participantes do grupo BISC: 2 bilhões de reais, em 2011 (Gráfico 40)<sup>23</sup>. Este montante é quase o triplo (2,7 vezes maior) do registrado no ano anterior, mas isso não significa um aumento de aplicações dessa mesma ordem e, sim, melhoria na qualidade das informações fornecidas. Ainda assim, a

23. Surpreende a coincidência dos valores exatos dos investimentos voluntários e das aplicações sociais obrigatórias: R\$ 1.986.604.281,00 e R\$ 1.986.617.548,00, respectivamente.

hipótese é a de que esses recursos estejam subestimados, uma vez que 97% deles estão concentrados em apenas 20% das empresas que informam sobre os valores aplicados compulsoriamente.

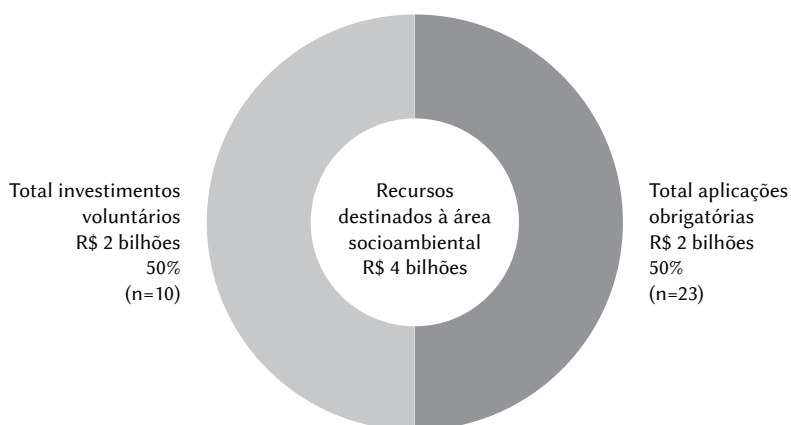
É importante mencionar que os recursos alocados nas aplicações sociais decorrentes de exigências legais são oriundos das próprias empresas, e que apenas 9% delas contaram com financiamentos públicos para tal finalidade. Quando isso ocorreu, o financiamento representou apenas 23% dos valores investidos.

A dificuldade em mensurar o valor das aplicações sociais obrigatórias é mencionada frequentemente pelos respondentes, e isso pode ser atribuído ao fato de que a gestão desses recursos, em 70% dos casos, está dispersa em diversas unidades das empresas ou dos conglomerados, revelando que ainda não se consolidou no grupo uma prática de centralizar o registro de informações a esse respeito.

## Gráfico 40

### Qual a proporção das aplicações sociais obrigatórias em relação aos investimentos voluntários?

#### Investimentos voluntários + Aplicações obrigatórias



Fonte: BISC, 2012. Comunitas



Poucas empresas (15%) informaram sobre a origem das exigências legais; dentre as que fizeram, predominam as exigências do Poder Executivo federal, que respondem por 96% dos recursos aplicados. São exemplos de programas ambientais envolvendo medidas mitigadoras exigidas pelo Poder Executivo: programas de educação ambiental, comunicação social, assistência social às famílias atingidas pelos empreendimentos, contratação de mão de obra local, recuperação de áreas degradadas, monitoramento e controle da qualidade da água, saneamento ambiental, desenvolvimento de tecnologias alternativas e sustentáveis de produção agropecuária, apoio ao desenvolvimento local e atenção à saúde. Quanto à compensação ambiental<sup>24</sup>, ela se aplica aos empreendimentos cujos impactos ambientais são significativos e não podem ser mitigados ou recuperados, tais como a perda da biodiversidade e de áreas representativas do patrimônio cultural, histórico e arqueológico. A compensação ambiental não se limita ao processo do licenciamento, e os empreendedores podem ser obrigados, a qualquer momento, a reparar danos específicos causados pela atividade desenvolvida, como, por exemplo, o derramamento de substância tóxica em um rio.

A predominância das exigências ambientais se reflete no perfil das ações desenvolvidas pelas empresas: 89% do total das aplicações obrigatórias foram destinados a atividades de mitigação ou compensação ambiental (Gráfico 41). Essas aplicações foram consideradas na pesquisa porque são amplamente reconhecidos os benefícios da preservação ou das melhorias ambientais para as comunidades pobres que são as mais afetadas pela deterioração do meio ambiente<sup>25</sup>.

---

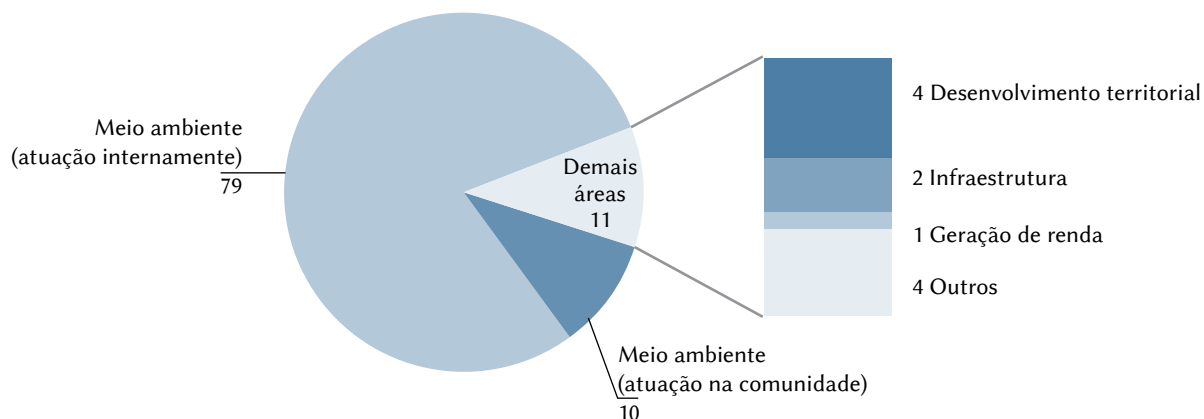
24. O instrumento da Compensação está contido no Art. 36 da Lei nº 9.985 de 18 Julho de 2000, que institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC). Foi regulamentado pelo Decreto nº 4.340, de 22 de agosto 2002 e alterado pelo Decreto nº 5.566/05, de 26 de outubro de 2005. O valor da compensação ambiental é definido com base no grau de impacto ambiental estabelecido pelo órgão ambiental licenciador, e os recursos aplicados se destinam à implantação ou manutenção de unidades de conservação do grupo de proteção integral (reserva biológica, estação ecológica, monumento natural, parque nacional e refúgio de vida silvestre).

25. Ver a esse respeito a publicação: *Mudanças Climáticas, Pobreza e Desigualdades: Novos Desafios para a Ação Social das Empresas*. Peliano, Anna M. T. (Coord.). Rio de Janeiro: COEP, 2011.

## Gráfico 41

## Qual o destino das aplicações sociais obrigatórias? (em %)

Distribuição das aplicações obrigatórias (n=10)

Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

Outras informações sobre o destino das aplicações sociais obrigatórias ilustram sua importância para as comunidades mais vulneráveis:

- 195 milhões de reais foram destinados a ações ambientais realizadas diretamente nas próprias comunidades.
- Para o desenvolvimento do território, foram destinados 87 milhões de reais – o que corresponde a 21% dos recursos investidos pelo Ministério de Desenvolvimento Agrário no Programa de Desenvolvimento Sustentável de Territórios Rurais.
- Práticas voltadas para a geração de renda das comunidades do entorno absorveram 13 milhões de reais, o equivalente a 57% dos recursos destinados pelo Ministério do Trabalho e Emprego ao Programa de Economia Solidária em Desenvolvimento<sup>26</sup>.

26. Fonte: SIAFI/STN.

## Sobre a gestão das aplicações sociais obrigatórias

Promover a sinergia entre as aplicações obrigatórias e os investimentos voluntários permanece sendo um grande desafio para as empresas. Em mais de 90% dos casos, eles destinam-se às mesmas comunidades e, não obstante, falta integração no planejamento e na gestão dos recursos.

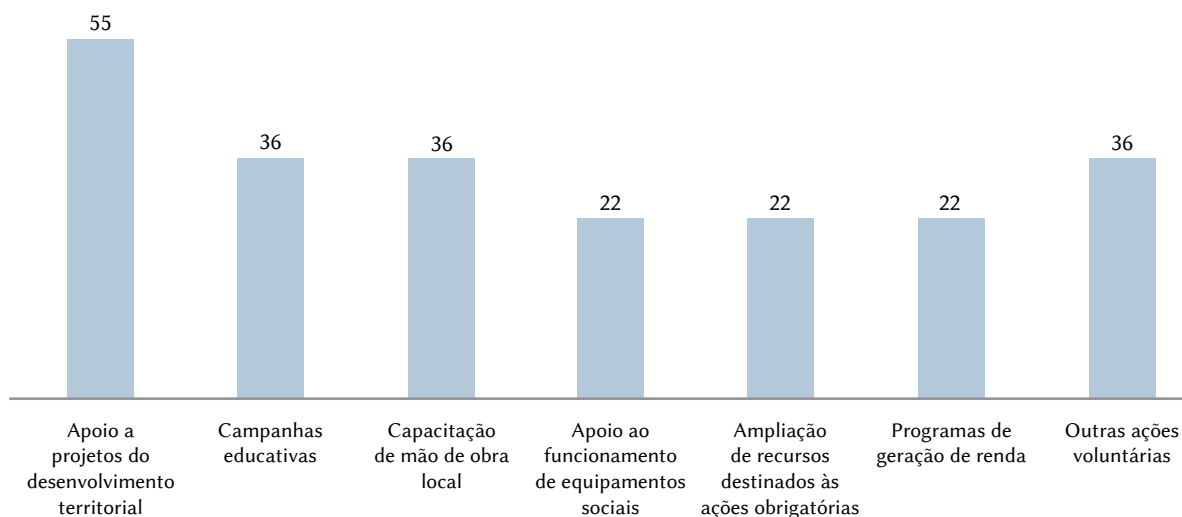
Em cerca de dois terços das empresas, a responsabilidade pelas aplicações obrigatórias está dispersa em diversas unidades administrativas e, em apenas 36% delas, as equipes da área social se envolvem permanentemente com a implementação das ações obrigatórias. As equipes dos institutos/fundações também não participam da gestão dessas aplicações na grande maioria das empresas (80%). Esses fatos se refletem nas dificuldades encontradas pela maioria dos respondentes para dimensionar e qualificar as aplicações obrigatórias, conforme foi anteriormente mencionado.

Não obstante as dificuldades mencionadas, alguns avanços foram identificados na gestão das aplicações sociais com respeito a uma maior integração com as ações voluntárias. Assim é que, por exemplo, 55% das empresas buscam associar as ações obrigatórias e voluntárias nos programas de desenvolvimento territorial, e parte delas desenvolve outras iniciativas complementares, de caráter voluntário, para promover a integração do atendimento às mesmas comunidades, tais como campanhas educativas, capacitação de mão de obra local e programas de geração de renda (Gráfico 42).

## Gráfico 42

### O que as empresas têm feito para promover a complementaridade entre a atuação social obrigatória e a voluntária? (em %)

#### Iniciativas voluntárias para complementar as ações sociais obrigatórias (n=11)

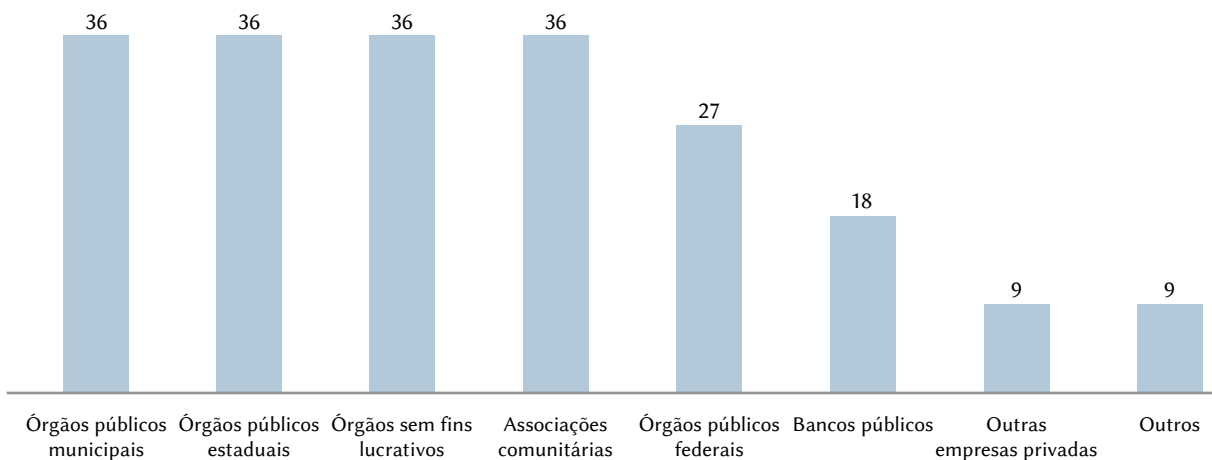


Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

Na pesquisa BISC do ano anterior, foram destacadas as parcerias com órgãos governamentais e não governamentais realizadas por quase todas as empresas do grupo (95%) para a realização dos seus investimentos voluntários. Diferentemente do que foi então observado, no caso das aplicações obrigatórias as parcerias são relativamente reduzidas: apenas um terço das empresas declara realizar parcerias para implementar as ações decorrentes de exigências legais (Gráfico 43). Novas informações a respeito deverão ser buscadas nas próximas pesquisas para explicar esse comportamento e identificar as possibilidades de promover o trabalho coletivo.

**Gráfico 43****Com que instituições as empresas fazem parcerias para executar as aplicações obrigatórias? (em %)**

Parcerias para execução das aplicações obrigatórias (n=11)

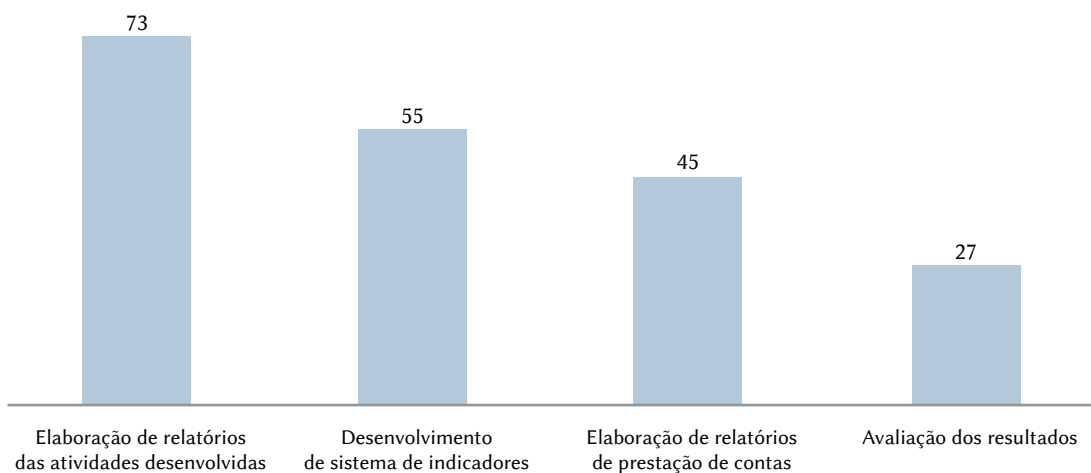
*Fonte: BISC, 2012. Comunitas*

As dificuldades mencionadas para avaliar as ações sociais privadas são observadas ainda mais fortemente em relação às aplicações obrigatórias: apenas 27% das empresas declaram avaliar esse tipo de atuação (Gráfico 44). Vale explorar melhor a qualidade dos relatórios dessas atividades produzidos por 73% das empresas do BISC. As dificuldades encontradas para identificar o volume total de recursos investidos e de desagregar a distribuição desses valores no território nacional, por exemplo, poderiam ser reduzidas se as informações estivessem disponíveis de forma centralizada e detalhada.

## Gráfico 44

**Como as empresas acompanham as suas aplicações obrigatórias? (em %)**

## Acompanhamento das aplicações obrigatórias (n=11)



Fonte: BISC, 2012. *Comunitas*

Em resumo, os resultados obtidos na pesquisa sobre as aplicações sociais obrigatórias revelam a atenção que o tema merece: são recursos volumosos, que se destinam a ações sociais e ambientais dirigidas à mitigação ou à compensação dos impactos decorrentes dos empreendimentos econômicos, com forte impacto na qualidade de vida das comunidades. Os investimentos sociais voluntários e os obrigatórios têm origens distintas, não obedecem às mesmas regras de aplicação e nem se substituem, mas podem ampliar os benefícios para a sociedade se forem tratados de forma sinérgica e complementar. Importa, pois, continuar pesquisando o assunto de forma a ampliar a análise sobre um tema tão pouco conhecido no país. Uma sugestão nessa linha é dimensionar, por exemplo, a proporção dessas aplicações no total dos investimentos econômicos.

## CONCLUSÕES

O que revela o BISC de 2012 sobre os investimentos sociais corporativos? As informações oferecidas permitem concluir que os investimentos sociais estão cada vez mais consolidados e que o padrão da atuação das empresas brasileiras participantes da pesquisa alcançou os patamares em que se encontram as grandes corporações internacionais.

Este fato merece ser comemorado e servir de estímulo para os avanços que se fazem necessários. Os dez pontos e contrapontos, que sobressaem da análise das informações colhidas na pesquisa, oferecem elementos importantes para estimular o aprofundamento da reflexão sobre os investimentos sociais privados. O que se pretende com a sua enumeração é explorar perspectivas distintas na apreciação de cada um dos pontos assinalados, de forma a atender ao objetivo maior da pesquisa, que é o de oferecer subsídios para a gestão e o aprimoramento permanente da atuação do setor privado na área social.

**1. O padrão dos investimentos sociais atingiu um alto patamar...** Em apenas cinco anos o volume dos investimentos cresceu 66% em termos reais, alcançando a cifra dos 2 bilhões de reais em 2011. Tal resultado resultou de um esforço coletivo do grupo, pois a mediana dos investimentos das empresas que participaram da pesquisa subiu para 31 milhões de reais em 2011 – um acréscimo em valores reais de quase 10% no período. E nesse curto espaço de tempo, a diferença, com respeito à participação dos investimentos nos lucros, que estava três degraus abaixo do ocupado pelas empresas do CECP, desapareceu.

**... mas não há espaço para acomodações.** Os desafios à frente são grandes e os problemas nacionais demandam soluções coletivas. O envolvimento das empresas com o tema ainda é relativamente novo no Brasil, e a percepção de que o setor privado deve assumir responsabilidades na redução das disparidades sociais do país alcança os mais variados setores da sociedade. Cabe ampliar e medir os resultados e demonstrar os benefícios gerados. A formação de parcerias, o intercâmbio de experiências e o desenvolvimento de novas metodologias para aumentar a eficiência e a eficácia das práticas sociais são questões que ainda carecem de ser aperfeiçoadas.



**2. Os incentivos fiscais são expressivos...** O valor dos incentivos fiscais utilizados pelas empresas cresceu e chegou à casa dos 454 milhões de reais. A área da cultura foi a grande beneficiada (46% do total), e a maior parte desses recursos dirigiu-se a projetos desenvolvidos para as comunidades mais pobres.

**... mas não são suficientes para dinamizar a atuação social do setor privado.**

Olhando para os últimos cinco anos, observa-se que os incentivos representam uma fatia pequena dos investimentos sociais privados e não ultrapassam a faixa de 23% do total investido. Na maioria absoluta das empresas, eles não chegam a representar 5% do total investido, e um terço dos participantes do BISC não utiliza qualquer tipo de incentivo para financiar os seus projetos sociais. A reflexão sobre as possibilidades de ampliar a utilização dos incentivos fiscais por parte das empresas, no Brasil, merece uma atenção especial do grupo.

**3. O financiamento bancário contribui para a atuação social...** As empresas que buscaram financiamento nos bancos públicos assinalam reflexos positivos na sua atuação social, especialmente no que se refere ao aumento dos valores investidos, à estruturação dos investimentos sociais de desenvolvimento do território e à adequação dos projetos à realidade local.

**... mas as empresas destacam novos desafios.** Dentre as sugestões para ampliar as contribuições dos bancos públicos, destacam-se a promoção do diálogo e das parcerias entre os setores público e privado, o estímulo ao alinhamento às políticas públicas e o acesso das comunidades beneficiadas pelos investimentos sociais privados às linhas de créditos disponíveis.

**4. Os investimentos focam em áreas programáticas...** Metade das empresas do grupo destina mais de 50% dos seus investimentos para uma única área foco, sendo que a educação é a grande prioridade. Os recursos investidos nessa área são da ordem de 660 milhões de reais.

**... mas importa garantir um atendimento integrado.** O caráter multifacetado dos problemas sociais exige intervenções diversificadas e abrangentes. Um grande desafio para as empresas do grupo é focar a sua atenção na integração e convergência de suas ações e no compartilhamento da gestão e dos compromissos com as comunidades atendidas. O esforço recente dos participantes do BISC de trabalharem juntos com o foco no território pode ser uma excelente oportunidade de testar novas tecnologias sociais e fortalecer os laços com as organizações locais, governamentais e não governamentais. Oportunidade também de explorar a experiência acumulada pelo grupo.

**5. As empresas apostam na educação como prioridade para desenvolver o território...** Mais da metade das empresas pesquisadas apoia iniciativas voltadas para o desenvolvimento do território, isto é, projetos desenhados a partir de um processo de construção coletiva, que contemplam uma agenda de ações integradas, e para os quais foram mobilizados os interesses e as contribuições dos diferentes atores envolvidos. A atuação do grupo concentra-se no tripé educação, organização social e fortalecimento da economia local; porém, é para as atividades educacionais que destinam 90% dos recursos investidos no território.

... **mas falta mensurar os resultados obtidos.** A autoavaliação dos projetos de desenvolvimento territorial indicou que as empresas acumulam experiências positivas, no tocante à elaboração de diagnósticos abrangentes e à construção de agendas de ações integradas. As maiores dificuldades estão nos quesitos da gestão compartilhada e da avaliação de resultados. Não por acaso, esses tópicos estão entre os maiores desafios apontados para uma atuação no território: alinhar com políticas públicas, mensurar resultados e articular os parceiros estratégicos. Apesar da percepção generalizada de que os projetos contribuem para o desenvolvimento local, apenas uma minoria apresenta resultados mensurados dessas iniciativas.

**6. Os indicadores de qualidade das práticas sociais são favoráveis...** Cinco fatores críticos para uma prática social de sucesso foram considerados no exercício de benchmarking qualitativo do BISC: a qualidade dos projetos, a realização de alianças estratégicas, a comunicação e mobilização dos atores envolvidos, o envolvimento institucional da empresa e a avaliação e comprovação dos resultados. Foram analisadas 129 práticas sociais, e a nota média foi de 7,64, numa escala de 1 a 10. Segundo a percepção dos gestores, a adequação dos projetos e o apoio institucional são suas maiores conquistas. As maiores dificuldades identificadas referem-se à comprovação dos resultados e a uma boa comunicação externa.

.... **mas os resultados não são homogêneos e há espaços para aprimoramentos.** As notas atribuídas a cada um dos 25 indicadores selecionados para aferir a qualidade das práticas empresariais variaram bastante (de 3 a 9,5), o que indica a necessidade de melhorias em diversos aspectos. Não obstante, os resultados sinalizam que as empresas foram cuidadosas na execução da tarefa e mantiveram a autocrítica necessária àqueles que buscam conhecer e aprimorar a sua atuação.

**7. Os programas de voluntariado ganharam eficiência...** Entre 2009 e 2011, os recursos investidos nos programas de voluntariado permaneceram no mesmo patamar (16 milhões de reais), enquanto o número de voluntariados dobrou, aumentou o número de empresas que possuem pelo menos um programa formal de voluntariado e ampliou a participação relativa dos colaboradores em trabalhos voluntários das empresas.

**... resta saber o que determinou os avanços obtidos.** A análise dos programas e dos atores envolvidos pelas empresas em trabalhos voluntários, nos últimos anos, não permite conclusões sobre os fatores determinantes das diferenças de resultados percebidas. O diferencial deve estar na adoção de outras estratégias de mobilização dos colaboradores, que não foram captadas na pesquisa. Alguns poucos exemplos fornecidos reforçam essa hipótese e sugerem a necessidade de aprofundar o exame dos fatores de êxito desses programas nas próximas pesquisas BISC.

**8. Todos ganham com as parcerias entre empresas e organizações sem fins lucrativos...** 96% das empresas envolvem organizações sem fins lucrativos na realização de seus investimentos sociais e indicaram apoiar diretamente 1.110 organizações, e indiretamente, por meio dos fundos sociais, outro grupo de 646 organizações. Predominam os aportes de recursos de pequeno porte (até 30 mil reais), por períodos de dois a seis anos, para organizações de defesa de direitos, e as sediadas na região Sudeste. A avaliação que fazem dessas parcerias é altamente positiva: a sociedade beneficia-se com a melhoria na qualidade dos projetos, as organizações sociais são fortalecidas e as empresas estreitam suas relações com as comunidades.

**... mas elas podem ser fortalecidas e aprimoradas.** Varia a percepção sobre as maiores dificuldades encontradas nessas parcerias, e as sugestões para melhorá-las apontam para duas direções: para as próprias empresas, no sentido de que reforcem o apoio às organizações e contribuam para o seu fortalecimento; e para as próprias organizações, que devem investir mais na agilidade das respostas e na melhoria da gestão, especialmente no tocante ao estabelecimento de metas e apresentação de resultados, à adoção de tecnologias sociais adequadas às realidades locais, e de ferramentas de prestação de contas mais eficientes. Muito ainda há que ser explorado sobre esse tema, e a ideia é desenvolver, futuramente, um banco de dados com informações detalhadas sobre o universo de organizações parceiras. Esse pleito foi apresentado pelos participantes do BISC durante a realização da pesquisa.

**9. As empresas monitoram e divulgam internamente os seus investimentos sociais...**

As empresas tratam de definir os objetivos e metas para as práticas sociais e controlar sistematicamente o seu cumprimento. Cuidam também de promover visitas periódicas aos projetos e estabelecer canais de diálogo com os diversos atores envolvidos. Esses procedimentos são fundamentais para acompanhar o que acontece na ponta com os seus investimentos sociais, porém não fornecem informações sistematizadas e mensuradas sobre os resultados obtidos, segundo os padrões clássicos das avaliações.

**... mas pouco investem em avaliações e não sabem exatamente o que gastam na gestão desses investimentos.**

As dificuldades em avaliar resultados e impactos dos investimentos sociais privados estão presentes não só entre as empresas brasileiras, mas também das outras partes do mundo. O reconhecimento generalizado é de que as avaliações são fundamentais para aprimorar a gestão, corrigir rumos dos projetos ou decidir sobre a sua continuidade. Não obstante, ainda se investe pouco nessa área: os recursos financeiros destinados à avaliação, por exemplo, representam apenas 0,2% do total dos recursos destinados pelo grupo para os projetos da área social. A falta de avaliações sistemáticas reflete-se, também, na dificuldade de mensurar os custos embutidos na gestão dos investimentos (gastos com pessoal, consultorias e despesas operacionais). A grande maioria não consegue fornecer tais informações. As empresas que participam do BISC fazem, anualmente, um esforço grande para levantar, organizar e sistematizar informações relativas aos recursos investidos na área social, às ações desenvolvidas, ao público atendido, aos mecanismos de gestão adotados, e à qualidade dos investimentos, dentre outros aspectos. O desafio, agora, é expandir e aprimorar cada vez mais a qualidade das informações disponíveis.

**10. As aplicações sociais obrigatórias atingem o mesmo patamar dos investimentos voluntários...**

As evidências extraídas da pesquisa reforçam a importância atribuída à atuação social realizada em decorrência de exigências legais: a maior parte das empresas do setor de indústria (77%) e parte do setor serviços (31%) declaram realizar aplicações obrigatórias junto às comunidades, e o montante de recursos que aplicaram, em caráter obrigatório, equivale aos investimentos sociais voluntários de todos os participantes do grupo BISC: 2 bilhões de reais, em 2011.

**... mas falta integração entre os dois tipos de atuação social.** Em mais de 90% das empresas, os dois tipos de atuação social (obrigatória e voluntária) destinam-se às mesmas comunidades e, não obstante, falta integração no planejamento e na gestão dos recursos. Em cerca de dois terços delas, a responsabilidade pelas aplicações obrigatórias está dispersa em diversas unidades administrativas e,

em apenas 36%, as equipes da área social se envolvem permanentemente com a implementação das ações obrigatórias. Promover a sinergia de esforços e a complementaridade dessas ações é um grande desafio para as empresas.

**Em suma**, a pesquisa BISC, que a Comunitas promove em parceria com o CECP, está desenhada não só para retratar o desempenho dos seus participantes na área social e comparar sua atuação com padrões de referência do investimento social corporativo nacional e internacional. Ela busca, acima de tudo, provocar questionamentos, inserir novos temas no debate, contribuir para o aprimoramento dos investimentos sociais privados e consolidar padrões de desempenho que estimulem a multiplicação dessas práticas.

A pesquisa colhe informações, e o processamento dessas informações suscita novos questionamentos, que alimentam o debate e propiciam analisar opções a serem consideradas para orientar o desenho de estratégias, a escolha de prioridades e a continuidade do esforço de aperfeiçoamento da gestão dos projetos sociais privados. O objetivo principal do BISC não é gerar estatísticas e, sim, alimentar um fórum para o debate de todas as dimensões relacionadas ao tema da responsabilidade empresarial.

## NOTA TÉCNICA

Na pesquisa BISC de 2012, foi mantida toda a parte dos indicadores quantitativos de Benchmarking em Investimentos Sociais Corporativos que permitem comparações com os resultados dos quatro anos anteriores e com a pesquisa realizada anualmente pelo Committee Encouraging Corporate Philanthropy (CECP). Manteve-se, também, dentro dos padrões do CECP, parte das questões referentes ao voluntariado.

A análise do perfil da atuação das empresas e fundações foi parcialmente mantida, tendo sido aprimorada para captar outras dimensões dos investimentos sociais privados. Nesse perfil destacam-se os seguintes temas: composição do financiamento, contribuições dos financiamentos bancários, critérios de alocação de recursos, estratégias operacionais, incentivos fiscais, áreas programáticas, público-alvo, distribuição geográfica de recursos, custos de gestão dos investimentos, avaliação e divulgação.

Paralelamente, foram ampliadas as informações sobre as aplicações sociais compulsórias, tema que não é explorado em nenhum dos estudos sobre os investimentos sociais privados, não obstante o impacto que podem causar nas comunidades mais pobres. Dentre os temas incluídos destacam-se: origem dos recursos por setor de atividade econômica; distribuição espacial dos recursos; atividades desenvolvidas para promover a complementaridade das ações obrigatórias e voluntárias; parcerias estabelecidas; procedimentos de avaliação; e o envolvimento das instituições financeiras.

Foram aprimorados os Indicadores Qualitativos de Benchmarking em Investimentos Sociais, com o objetivo de incorporar os aprendizados extraídos do mapeamento de boas práticas realizado pela Comunitas. O propósito principal da instituição desses indicadores é oferecer às empresas e fundações associadas uma ferramenta de avaliação de suas práticas de investimentos sociais corporativos. Os indicadores refletem a qualidade das práticas sociais corporativas em cinco dimensões, a saber: (a) a qualidade dos projetos; (b) a realização de alianças estratégicas; (c) a comunicação e mobilização dos atores envolvidos; (d) o envolvimento institucional da empresa; e (e) a avaliação e comprovação dos resultados. Para verificar o grau que cada um desses requisitos é atendido, foram estabelecidos 25 indicadores apresentados no Quadro 7, à pág. 47. Os gestores responsáveis pelas práticas sociais das empresas foram solicitados a analisar cada um deles e assinalar em que medida eles foram atendidos (integralmente, parcialmente ou não foram atendidos). Foi recomendado que a análise se ativesse aos projetos estruturados, para os quais é possível reunir as informações solicitadas. Solicitou-se, no questionário, que esses projetos fossem indicados nominalmente, assim como os recursos neles investidos.

Essa informação complementa a análise dos resultados e enriquece o entendimento sobre o perfil dos investimentos sociais.

Um capítulo específico sobre a atuação das empresas com o foco no território foi introduzido, incluindo os novos Indicadores de Qualidade de Gestão dos Investimentos em Projetos de Desenvolvimento Territorial. Sua inserção deve-se ao fato de que parte significativa dos investimentos das empresas concentra-se nessa área e que ela foi eleita com um espaço privilegiado de uma atuação conjunta dos participantes do BISC. Foram criados 25 indicadores que refletem o desempenho das empresas em cinco dimensões: (a) a elaboração de um diagnóstico abrangente do território; (b) a construção de uma agenda de ações integradas; (c) a garantia de uma gestão compartilhada; (d) a instituição de instrumentos de medição e avaliação; e (e) a adoção de uma estratégia adequada de financiamento dos projetos. Foram feitas as mesmas recomendações anteriormente mencionadas (seleção dos projetos estruturados, análise de cada indicador e informação sobre o grau de atendimento aos requisitos apresentados).

Um outro tema introduzido na edição do BISC de 2012 refere-se às parcerias das empresas com as organizações não governamentais, sem fins lucrativos. Para retratar essa atuação conjunta, buscou-se as seguintes informações: número de organizações apoiadas, volume de recursos transferidos diretamente para as organizações e, indiretamente, por meio dos fundos sociais, tipo de atividades desenvolvidas conjuntamente, benefícios percebidos, dificuldades enfrentadas e sugestões para o aprimoramento dessas parcerias. Foram solicitadas outras informações específicas para cada uma das organizações: razão social, natureza jurídica, localização no território nacional (cidade e estado), finalidade principal, origem (religiosa ou laica), abrangência da sua atuação e o número de anos que a organização recebe o apoio financeiro direto da empresa.

As empresas indicaram um total de 1.110 organizações *apoiadas diretamente* por elas ou por seus institutos/fundações, porém só forneceram informações sobre razão social para um subconjunto de 858 organizações (quase todas com indicações também para a localização da sede). Não obstante, várias informações não foram disponibilizadas para todo esse subconjunto de organizações e outras não eram compatíveis. Visando aprimorar e adequar tais informações, a equipe da pesquisa fez algumas (poucas) alterações ou acréscimos nos dados fornecidos. As incompatibilidades observadas e os critérios adotados para reclassificar tais organizações podem ser assim resumidos:



1. Duas ou mais empresas declararam apoiar uma mesma organização, na mesma localidade, mas as informações sobre a finalidade dessa organização não coincidem: considerou-se apenas uma organização e a finalidade que melhor retratava a organização. Por exemplo: uma empresa informa que a finalidade da organização é a de “Outras formas de educação e ensino”, e outra empresa assinala como “Assistência Social” – a finalidade mantida foi a de “Outras formas de educação e ensino”. Os sites das organizações foram consultados para confirmar a opção.
2. Duas ou mais empresas declararam apoiar uma mesma organização, na mesma localidade, mas as informações sobre a área de atuação da organização não coincidem: consideramos apenas uma organização e a finalidade mais abrangente. Exemplo: se uma empresa afirma que a organização só atende as comunidades próximas da sede e outra informa que ela atende em diversos estados do país, consideramos a segunda opção. Geralmente, o site da organização foi consultado para a devida correção.
3. A mesma organização é citada mais de uma vez pela mesma empresa, e o período em que o apoio financeiro foi fornecido é diferente. Considerou-se a data de apoio mais antiga. O mesmo aconteceu se a finalidade ou a área de atuação foram diferentes: foi considerada a informação mais abrangente.
4. A empresa não informou a finalidade da organização: assinalou apenas em “Outras”, mas em seguida indicou uma atividade específica. O procedimento foi buscar enquadrar a organização em uma das alternativas apresentadas no questionário. Exemplo: a empresa assinalou apenas “Outras” e no espaço de especificação inseriu: “Atividades educacionais”. A finalidade dessa organização foi reclassificada na finalidade apropriada, no caso, em “Outras formas de educação/ensino”.
5. A empresa não informou a localização ou a abrangência da atuação ou a finalidade de organizações conhecidas da equipe. A informação foi confirmada no site da organização e inserida no banco de dados.
6. Faltou informação sobre origem da organização. Esse caso foi muito frequente e, quando possível, a informação foi inserida. Foram consideradas informações do site, o conhecimento da equipe e, muito eventualmente, o nome da instituição. Ex.: no Centro Espírita André Luiz foi assinalada a origem religiosa, o que significa que a entidade foi criada, ou é mantida, por grupos vinculados a uma determinada religião. Ainda assim, a informação sobre a origem das organizações, religiosa ou laica, ficou reduzida a apenas 392 organizações.

7. Organizações com a mesma razão social, mas sediadas em cidades diferentes, foram consideradas separadamente.

Tais procedimentos ajudaram a adequar e ampliar as informações e devem ser posteriormente aprimorados a partir de debates com os respondentes da pesquisa. É importante mencionar que os critérios de classificação das organizações foram definidos com base na classificação proposta pelo IBGE para o mapeamento nacional das Fundações Privadas e Associações Sem Fins Lucrativos – FASFIL (ver no Anexo II os critérios de classificação adotados no BISC).

Assim como nas edições anteriores, os parceiros responderam um questionário on-line, a partir do sistema eletrônico instituído pela Comunitas. Para facilitar o preenchimento e garantir a qualidade das informações, foi elaborado um Manual de Orientações, realizadas reuniões de esclarecimento com os gestores que estavam respondendo o questionário, e prestado um assessoramento individual durante todo o período da pesquisa, por parte da equipe da Comunitas.

Vale ressaltar que a pesquisa é baseada exclusivamente nas informações fornecidas pelas empresas participantes e que não é feito nenhum tipo de auditoria para confrontá-las com a realidade de campo. As informações são confidenciais e a Comunitas só divulga os dados agregados.

## Definições e conceitos

O BISC busca dimensionar todos os recursos financeiros, em bens e em serviços, aplicados pela empresa em projetos e atividades *de interesse social*, incluindo: (a) o apoio a projetos sociais, ambientais e culturais; (b) a construção de infraestrutura social, inclusive aquelas realizadas em decorrência da instalação e 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 beneficiem exclusivamente os colaboradores da empresa e suas famílias; (b) as doações a comitês políticos e indivíduos; e (c) as ações realizadas com recursos doados por terceiros.

A pesquisa abrange tanto as aplicações obrigatórias quanto as voluntárias: (a) 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; (b) as **voluntárias**, *denominadas de investimentos sociais*, resultam de iniciativas espontâneas da empresa. Para efeito da pesquisa, as ações desenvolvidas em função de acordos entre partes (ex.: 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.

**N=(x):** Nos gráficos, figuras e quadros o número de respostas computadas é indicado por  $n=x$ , sendo que  $x$  indica quantas instituições responderam à respectiva questão.

## Universo dos respondentes

**23 instituições respondem pelo seguinte universo:**

- 11 conglomerados que respondem por 189 empresas incluídas na pesquisa
- 11 empresas
- 29 fundações vinculadas às instituições empresariais
- 1 instituto independente

## Perfil dos respondentes

**Todos os respondentes por setor:**

- Serviços: 13
- Indústria: 9
- Instituto independente: 1

**Empresas por receita:**

- Receita > R\$ 5 bi: 15
- Receita < R\$ 5 bi: 7

**Empresas por lucro bruto:**

- Lucro bruto > R\$ 3 bi: 9
- Lucro bruto < R\$ 3 bi: 12
- Lucro bruto não informado: 1

**Empresas por número de funcionários:**

- Funcionários > 30.000: 9
- Funcionários < 30.000: 13

**ANEXO**

## ANEXO

### Classificação das Organizações sem Fins Lucrativos<sup>27</sup>

#### 1. Educação infantil

*Este subgrupo compreende as organizações que desenvolvem as seguintes atividades:*

- As atividades de creches, ensino pré-escolar em escolas maternas e jardins de infância.
- As atividades de instituições de ensino que se destinam ao desenvolvimento integral da criança, em geral, de até 3 anos de idade.
- As atividades de ensino pré-escolar em escolas maternas e jardins de infância, preferencialmente, para crianças de 4 a 6 anos de idade.
- As instituições assistenciais que abrigam crianças cujas mães são necessitadas ou trabalham fora do lar.
- As atividades das classes de alfabetização (CA), quando prestadas por escolas maternas e jardins de infância.
- As escolas de educação especial que desenvolvem atividades educacionais regulares de educação infantil.

#### 2. Ensino fundamental

*Este subgrupo compreende as organizações que desenvolvem as seguintes atividades:*

- As atividades de ensino fundamental de 1ª a 4ª e 5ª a 8ª séries regulares.
- As atividades de classes de alfabetização (CA), quando prestadas em estabelecimentos de ensino fundamental.
- Os serviços educacionais de educação especial no ensino fundamental oferecidos em escola exclusivamente especializada.
- As atividades de ensino a distância no ensino fundamental.
- As atividades de ensino especial do ensino fundamental.

#### 3. Ensino médio

*Este subgrupo compreende as organizações que desenvolvem as seguintes atividades:*

- As atividades de ensino médio de formação geral (ensino médio regular).
- Os serviços educacionais de educação especial no ensino médio.
- O ensino médio profissionalizante, programa em extinção que está sendo substituído, gradativamente, pelos cursos de educação profissional.
- As instituições que oferecem cursos normais de nível médio.
- As atividades de ensino a distância do ensino médio.

---

27. Fonte: A classificação foi elaborada a partir da Classification of the Purpose of Non-Profit Institutions Serving Households – COPNI, definida pela Divisão de estatísticas das Nações Unidas e da adaptação realizada pelo IBGE (“COPNI Ampliada”).

- As atividades de ensino especial do ensino médio.

#### **4. Educação de jovens e adultos**

- *Este subgrupo compreende as organizações que desenvolvem as seguintes atividades:*
- As instituições que oferecem cursos e exames supletivos no nível de conclusão do ensino fundamental (1ª a 4ª e 5ª a 8ª séries), da modalidade de Educação de Jovens e Adultos (EJA), ministrados nos estabelecimentos de ensino fundamental.
- As atividades dos cursos de alfabetização de adulto.
- As instituições que oferecem os cursos e exames supletivos no nível de conclusão do ensino médio da modalidade de ensino de educação de jovens e adultos, ministrados nos estabelecimentos de ensino médio.

#### **5. Educação superior**

*Este subgrupo compreende as organizações que desenvolvem as seguintes atividades:*

- O ensino superior geral, profissional, técnico ou científico em cursos de graduação, pós-graduação, mestrado e doutorado em universidades, faculdades e escolas superiores isoladas.
- As instituições de educação superior que oferecem exclusivamente cursos de graduação, abertos a candidatos que tenham concluído o ensino médio ou equivalente e tenham sido classificados em processo seletivo, podendo ou não oferecer cursos de extensão universitária.
- As instituições de educação superior que oferecem cursos de graduação e com programas de mestrado, doutorado e pós-doutorado, podendo ainda oferecer cursos de especialização, aperfeiçoamento, dentre outros, abertos a candidatos diplomados em cursos de graduação e que atendam às exigências das instituições de educação superior.
- As instituições de educação superior que oferecem exclusivamente cursos de pós-graduação e/ou cursos de extensão abertos a candidatos que atendam aos requisitos estabelecidos em cada caso pelas instituições de ensino.
- As instituições de educação superior que oferecem cursos sequenciais, cursos por campo de saber (áreas de conhecimento) de diferentes níveis de abrangência, abertos a candidatos que atendam aos requisitos estabelecidos pelas instituições de ensino.

## 6. Estudos e pesquisas

*Este subgrupo compreende as organizações que desenvolvem as seguintes atividades:*

- Os centros de estudos e pesquisa em educação.
- As atividades de pesquisas básicas, trabalhos experimentais ou teóricos, desenvolvidas com o objetivo de obtenção de novos conhecimentos sobre causas de fenômenos ou efeitos observáveis, sem a previsão de sua aplicação ou uso determinado.

## 7. Educação profissional

*Este subgrupo compreende as organizações que desenvolvem as seguintes atividades:*

- As instituições que oferecem cursos destinados a proporcionar habilitação profissional, com organização curricular própria, a alunos matriculados no ensino médio ou egressos do ensino médio, por via regular ou supletiva, organizados por áreas profissionais, proporcionando aos alunos habilitação de ensino médio.
- As atividades de escolas técnicas, agrotécnicas, industriais, comerciais e de serviços terciários.
- As atividades das escolas de cursos técnicos, em geral.
- As instituições que oferecem cursos de nível superior, destinados a alunos egressos do ensino médio e técnico, estruturados em áreas especializadas para atender aos diversos setores da economia (regulamentados pela própria educação superior).
- As instituições que oferecem cursos normais em nível superior, que são cursos para licenciatura de profissionais em educação infantil e de professores para os anos iniciais do ensino fundamental.

## 8. Outras formas de educação/ensino

*Este subgrupo compreende as organizações que desenvolvem as seguintes atividades:*

- As instituições que desenvolvem trabalhos no campo da educação para a cidadania.
- As instituições que oferecem cursos de educação profissional de nível básico, de duração variável, destinados a qualificar e requalificar os trabalhadores independentemente da escolaridade prévia, não estando sujeitos à regulamentação curricular.
- As atividades de treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial.
- As atividades de cursos de informática, datilografia, taquigrafia, balé, música, artes, corte e costura, idiomas, preparatórios para concursos em geral etc.

## **9. Associações de moradores**

*Este subgrupo compreende:*

- As associações de moradores, de bairros e das habitações populares.

## **10. Centros e associações comunitárias**

*Este subgrupo compreende:*

- As associações e centros comunitários e as associações de desenvolvimento comunitário.

## **11. Desenvolvimento rural**

*Este subgrupo compreende:*

- As associações de desenvolvimento/apoio rural e agrícola.
- As associações de produtores rurais, de criadores de animais, de cultores e de pescadores.

## **12. Trabalho e renda**

*Este subgrupo compreende:*

- As instituições de crédito ou microcrédito como Banco do Povo, Banco do Empreendedor etc.
- As entidades de integração profissional.

## **13. Defesa de direitos de grupos e minorias**

*Este subgrupo compreende:*

- As associações de defesa de direitos das mulheres, de crianças, adolescentes, pessoa com deficiência, pessoa portadora do vírus HIV, negros, população indígena, GLBT (gays, lésbicas, bissexuais e transgêneros).

## **14. Outras formas de desenvolvimento e defesa de direitos**

*Este subgrupo compreende:*

- As demais formas de desenvolvimento e defesa de direitos não alocadas anteriormente.

## **15. Hospitais**

*Este subgrupo compreende:*

- Os hospitais, as casas de saúde.
- Os serviços de hospitalização prestados a pacientes internos, realizados em hospitais gerais e especializados, sanatórios, centros de medicina preventiva e outras instituições de saúde com internação.
- Os serviços prestados pelas unidades mistas de saúde, que são compostas por um centro de saúde e uma unidade de internação com características de hospital local de pequeno porte, sob administração única.



## **16. Outros serviços de saúde**

*Este subgrupo compreende:*

- Os centros de atenção à saúde e os agentes comunitários de saúde.
- As atividades de atendimento a urgências e emergências.
- As atividades de atenção ambulatorial.
- As atividades de serviços de complementação diagnóstica ou terapêutica.
- As atividades de outros profissionais da área de saúde.
- As associações, centros ou institutos de terapias alternativas.
- Outras atividades relacionadas com atenção à saúde.

## **17. Cultura e arte**

*Este subgrupo compreende:*

- As associações culturais, as associações de artesãos, as escolas de samba, os grupos carnavalescos, as academias de letras, os teatros, as bandas, os corais, os grupos folclóricos, os museus, as bibliotecas, as rádios, e as filarmônicas.
- As atividades cinematográficas e de vídeo.
- As atividades de rádio e de televisão.
- Outras atividades artísticas e de espetáculos.

## **18. Esporte e recreação**

*Este subgrupo compreende:*

- As associações recreativas, esportivas e atléticas.
- Os clubes diversos tais como, de futebol, esportivos, dentre outros.
- Outras atividades relacionadas ao lazer.

## **19. Assistência social**

*Este subgrupo compreende:*

- A assistência social a crianças, idosos, pessoas em situação de exclusão social e categorias especiais de pessoas com algum impedimento para se valerem por si mesmas, quando o tratamento médico e a educação não constituem o elemento central deste atendimento, podendo estas atividades ser realizadas em: orfanatos, albergues infantis, centros correccionais para jovens, asilos para idosos, instituições para pessoas incapacitadas física e mentalmente, centros de reabilitação para pessoas com tendência ao consumo de álcool e outras drogas.
- As atividades sociais de informação, assessoria, orientação e outras similares prestadas a famílias em seu domicílio ou em instituições privadas ou oficiais.
- Os centros de orientação: familiar, a detentos, a refugiados, a pessoas com tendência ao consumo de álcool e outras drogas etc.

## **20. Meio ambiente e proteção animal**

*Este subgrupo compreende:*

- As associações de defesa do meio ambiente, ecológicas, e de proteção da natureza.
- As atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais e reservas ecológicas.

## **21. Habitação**

*Este subgrupo compreende:*

- As associações responsáveis pelo desenvolvimento, construção, gestão, arrendamento, financiamento, renovação e reabilitação de habitações.

## **22. Religião**

*Este subgrupo compreende:*

- As atividades de igrejas, paróquias, sinagogas, templos, tendas, mesquitas, santuários, mosteiros, conventos, lojas maçônicas, capítulos Rosa Cruz, centros espíritas, evangélico.
- As dioceses, bispados, seminários ou organizações similares que promovem crenças religiosas e administram serviços religiosos e rituais.
- As associações e auxiliares de congregações religiosas e organizações que promovem e dão apoio a crenças, serviços e rituais religiosos.

## **23. Outras instituições privadas sem fins lucrativos não especificadas anteriormente**

*Este subgrupo compreende:*

- Demais organizações que não foram alocados em nenhum dos grupos/subgrupos descritos anteriormente.

## **BISC – Benchmarking do Investimento Social Corporativo**

### **Presidente do Conselho da Comunitas**

*Renata de Camargo Nascimento*

### **Superintendente Executiva da Comunitas**

*Regina Célia Esteves de Siqueira*

### **Gerente da Comunitas**

*Ligia Saad*

### **Analista de Pesquisa da Comunitas**

*Ana Maria Freitas Sacramento*

### **Coordenação Geral da Pesquisa BISC**

*Anna Maria T. Medeiros Peliano*

### **Equipe da pesquisa**

*Ana Maria Freitas Sacramento*

*Leonardo Oliveira*

*Tamiris Medeiros*

*Thiago de Jesus S. Freire*

### **Colaboração**

*Paloma Peinado*

*Helena Hypólito*

### **Elaboração do documento**

*Anna Maria T. Medeiros Peliano*

### **Parceria estratégica**

*Committee Encouraging Corporate Philanthropy (CECP)*

### **Edição / revisão**

*AlfaSol – Assessoria de Comunicação*

### **Design gráfico**

*Kiki Millan – Creatrix Design*



Relatório BISC 2012 / Comunitas. - São Paulo: AlfaSol, 2012.

180 p. : il. color.

1. BISC. 2. Benchmarking. 3. Investimento Social Corporativo.  
4. Incentivos Fiscais. I. Comunitas.



2012 Copyright Comunitas  
Rua Pamplona, 1005 – cj. 3A  
Edifício Ruth Cardoso, Jd Paulista  
São Paulo (SP) CEP: 01405-200  
Tel.: 3372-4344  
[www.comunitas.org.br](http://www.comunitas.org.br)

