



ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO DAS PRÁTICAS EMPRESARIAIS EM MATÉRIA DE APOIO À COMUNIDADE SAIR DA CASCA – NOVEMBRO 2016

“o combate ao desperdício tornou-se um grande consenso nacional e uma preocupação generalizada dos portugueses...”

FILANTROPIA EMPRESARIAL À LUPA
As empresas portuguesas são generosas. Alocam 1,8% dos seus resultados antes do imposto a donativos, mais do que a média das empresas a nível internacional que alocam 1,04% destes resultados, segundo a análise do London Benchmarking Group publicada em novembro de 2016. A Sair da Casca quis conhecer as práticas mais frequentes e comparou o desempenho empresarial em 2014 e 2015 com as análises anteriores de 2008 e 2012. O que mudou afinal?

O **Voluntariado**, que tinha conhecido um crescimento acentuado na altura do Ano Europeu do Voluntariado, tornou-se uma **prática consolidada e integrada** de 83% das organizações analisadas (número idêntico ao de 2013), criando assim oportunidades para os colaboradores conhecerem melhor o setor social e o contributo que podem ter, num contexto em que Portugal faz parte dos países onde os cidadãos menos aderem a esta prática. Segundo o Eurobarómetro de 2011 (pouco recente, mas que usamos a título indicativo), Portugal aparece no antepenúltimo lugar, com 11,5% de pessoas com mais de 15 anos a praticar voluntariado, face a uma média na União Europeia de 24%¹.

As causas que as empresas mais referem são a **Educação** e a **Solidariedade**, seguidas do Ambiente, Saúde, Cultura e Desporto. Se em 2008 era incontornável mostrar o papel solidário e reativo das empresas a situações de grande urgência social, hoje há uma nova dinâmica, mais positiva, que aposta na educação, na empregabilidade e formação e na igualdade de oportunidades. São muito diversificadas as formas de atuação: da

disponibilização de bolsas ao financiamento de cursos, passando pelo apoio a projetos específicos de combate ao insucesso escolar com a EPIS, por exemplo, ou ainda parcerias com o IIEP. O lado da solidariedade manteve-se e o Banco Alimentar Contra a Fome continua a ser das entidades mais referenciadas. Esta solidariedade das empresas manifestou-se também de forma muito espontânea na mobilização para apoiar os refugiados ou os bombeiros e as comunidades durante os incêndios.

A LUTA CONTRA O DESPERDÍCIO ALIMENTAR EM ALTA

Em 2015 começa também a surgir uma nova causa, com alguma visibilidade: a luta contra o desperdício. É um tema transversal aos setores empresariais (mais premente obviamente nas áreas da indústria de transformação alimentar e no retalho) e que sabemos que diz muito aos portugueses: segundo o estudo realizado pelo Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa e a Missão Continente (2016) “Primeiro Grande Inquérito sobre Sustentabilidade”, “o combate ao desperdício tornou-se um grande consenso nacional e uma preocupação generalizada dos portugueses – não só por motivos sociais (de apoio a quem necessita, o que abre para a ‘economia social’), mas também por motivos económicos (tudo pode ser matéria-prima, o que abre para ‘economia circular’) ”.

MELHORES PRÁTICAS – MAIOR TRANSPARÊNCIA E MONITORIZAÇÃO

Um pequeno grupo de grandes empresas, muito relevante pelos montantes de donativos atribuídos ao setor social e à cultura e pela sua capacidade de inovação social está a promover novas atitudes. Correspondem a cerca de 17% da nossa amostra e começaram nos últimos anos

¹ Fontes: Inquérito ao Trabalho Voluntário 2012 (PT); Eurobarómetro 2011 (restantes EM) Gráfico 1.17 - Taxa de Voluntariado na UE27



A vulnerabilidade do setor social é um travão ao impacto social

a implementar uma série de prémios/concursos e outras iniciativas que permitiram a todas as entidades sociais competirem em igualdade de circunstâncias, de forma muito transparente e em alguns casos com um compromisso do promotor do Prémio num apoio plurianual, que obviamente representa um fator de estabilidade para as organizações beneficiárias. Estas iniciativas promovem igualmente a criação de parcerias e de sinergias no setor social e com outros atores; insistem no tema do impacto social e na monitorização para otimizar o efeito dos donativos; e contribuem para melhorar a eficiência das organizações sociais.

O FUTURO – O INVESTIMENTO SOCIAL?

As empresas estão a evoluir para uma estratégia de filantropia cada vez mais bem organizada, com empresas que querem contribuir não apenas com financiamento, mas também com competências, e que manifestam o seu interesse em seguir o desenvolvimento dos projetos. Na perspetiva da Sair da Casca a próxima etapa para maximizar o impacto social dos donativos empresariais deveria passar pelo investimento social em que a empresa assume um papel ainda mais ativo de investidor, que está à espera de um retorno, mesmo que a longo prazo. Este formato permitirá reciclar o dinheiro dos donativos, criar parcerias fortes

entre os diferentes setores empresarial, social e público, e será uma alavanca para entidades do setor social poderem desenvolver a sua atividade geograficamente ou criando novas competências e soluções. Hoje muitas organizações sociais passam um tempo significativo na procura de financiamento, quando deviam dedicar-se à sua missão. A vulnerabilidade do setor social é um travão ao impacto social. Acreditamos que o investimento de impacto é crucial para a inovação social e a sustentabilidade das organizações e as empresas têm um papel essencial para desenvolver e fortalecer um setor chave para a coesão social e também para a economia, uma vez que representa 2,8% do Valor Acrescentado Bruto e 5,5% do emprego remunerado a nível nacional.

NOTA METODOLÓGICA

Foram analisadas 30 empresas que representam mais de 60 M€ de donativos (37% do total de donativos em Portugal). São empresas nacionais e multinacionais, pertencentes aos seguintes setores: banca e seguros, energia e água, indústria transformadora, construção, retalho, telecomunicações, transportes. 24 Empresas já faziam parte da amostra do estudo anterior; 6 são “novas”, com donativos superiores a 500 000 euros.

Fontes: informação publicada em relatórios e contas e relatórios de sustentabilidade em 2014 e 2015.

SOBRE A SAIR DA CASCA

Criada em 1994, a Sair da Casca foi a primeira empresa em Portugal de consultoria em desenvolvimento sustentável e responsabilidade social. Focada no impacto, é a única consultora nacional que baseia a sua oferta nas diferentes abordagens da sustentabilidade, da estratégia e gestão à inovação social passando pela comunicação e educação para o desenvolvimento sustentável, tendo desenvolvido conhecimentos, ferramentas e formação contínua das suas equipas nestas áreas.

CONTACTO:

Nathalie Ballan
nathalie@sairdacasca.com
91 700 91 79