



Pulse of the profession In-Depth Report

Por que o Impacto Social Importa

Entregando mudanças significativas por meio de projetos

Tradução: [Evandro Pires](#)

Missão Crítica: Faça a Diferença

Os projetos tem o poder de fazer um mundo melhor - criar novos empregos, promover diversidade, igualdade e inclusão, fornecer infraestrutura essencial, melhorar a educação, melhorar a saúde e a segurança pública. Todos os dias, os projetos ajudam o mundo a dar mais um passo para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (SDGs).

Mas essa mudança não acontece por acaso. Para realmente fazer a diferença, as organizações devem examinar o impacto social de seus projetos desde o início. Só então, com planejamento e rastreamento meticulosos, podem entregar projetos que gerem benefícios em toda a empresa e no mundo como um todo.

À medida que o mundo navega pela incerteza provocada pela pandemia, a necessidade de fazer o bem ressoa mais do que nunca. O desafio está em encontrar uma maneira de introduzir o conceito de impacto social positivo em todos os projetos, não apenas nos que se enquadram na “responsabilidade social corporativa”.

Impacto Social na Economia de Projetos

Cada projeto tem um impacto - e cada vez mais cabe aos líderes de projeto torná-lo positivo. O mesmo mindset definido por trás da busca por resultados financeiros também deve ser aplicado para garantir que os projetos criem um mundo melhor.

Seja erradicando a fome ou promovendo o crescimento econômico, promover mudanças sociais por meio da economia dos projetos é a melhor maneira de fazer as organizações - e o mundo - avançarem.

64% das organizações afirmam que sua abordagem relacionada ao impacto social melhorou nos últimos três anos.

Fonte: PMI



Em seu relatório de impacto social de 2019 publicado este ano, por exemplo, a gigante do café Starbucks proclamou: “A crise pela qual navegamos ressaltou que nosso mundo é pequeno, precisamos cuidar dele e uns dos outros.”

Os líderes de projeto parecem prontos para a ação: de acordo com a pesquisa realizada para este relatório, 8 em cada 10 profissionais de projeto listam o impacto social como uma preocupação pessoal e 87% dizem que o impacto social é uma preocupação para sua organização.

“As empresas precisam atender mais do que apenas seus acionistas. Elas precisam ser orientadas por um propósito”, diz Kamil Mroz, diretor, líder de gerenciamento de programas, da equipe de missões de valor inicial do paciente, na global UCB Pharma em Bruxelas, Bélgica. “Eles precisam mostrar como seu produto ou serviço afeta sua comunidade em geral e agrega valor à sociedade”.

Forças Positivas

Em um mundo cheio de problemas perversos, o impacto social está ocupando o centro do palco em projetos. Aqui estão as 10 principais iniciativas de bem social na lista de projetos mais influentes de 2020 do PMI:

1. UpLink

O Fórum Econômico Mundial se uniu aos executivos da Salesforce, Deloitte e LinkedIn para lançar uma plataforma digital para conectar os criadores de mudança da próxima geração e empreendedores sociais com os recursos de que precisam para cumprir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (SDGs). Lançado em Davos em janeiro, o UpLink já está ampliando as conexões práticas por meio de uma iniciativa focada no SDG 14: proteger os ecossistemas marinhos e reduzir a poluição do oceano.

Grandes Expectativas

Os impactos de um projeto na sociedade podem ser positivos ou negativos. Eles podem ser planejados com antecedência ou não intencionais. De qualquer maneira, eles existem.

“Não acho que exista um projeto em qualquer lugar do mundo que não tenha impacto social”, diz Arman Köklü, diretor de projeto na GE Power, Zürich, Suíça. “Todos os projetos tem impacto no mundo – esse é um dos principais motivos pelos quais os executamos”, afirma o líder do PMI Future 50. E cada vez mais, a demanda para que esse impacto seja positivo tem crescido, especialmente entre os jovens. Aproximadamente 3 em cada 4 das gerações millennials e Z planejam agir para impactar positivamente suas comunidades, de acordo com uma pesquisa da Deloitte de 2020.

E essa filosofia se estende a seus empregos, onde coletivamente representam 59% da base global de funcionários. “Os jovens de hoje querem trabalhar em empresas que são movidas por objetivos e que façam contribuições significativas para a sociedade”, diz Mroz, outro líder do PMI Future 50.

2. Algoritmo de pesquisa inclusiva

Procurando dar mais visibilidade ao LGBTQ e outras comunidades sub-representadas, a Pexels atualizou o algoritmo de busca em sua plataforma de fotos e vídeos. Lançado durante o Mês do Orgulho de 2020, ela começou a divulgar imagens de relacionamentos entre pessoas do mesmo sexo ao fazer buscas, como “casal” ou “casamento”, por exemplo.



Essa pressão está levando as empresas a agir. No ano passado, a Business Roundtable divulgou uma Declaração sobre o Propósito de uma Corporação assinada por 181 CEOs que se comprometeram a liderar suas empresas para o benefício de todas as partes interessadas: clientes, funcionários, fornecedores, comunidades e acionistas.

O sentimento foi ecoado em uma pesquisa de 2019 que revelou apenas 7% dos CEOs da Fortune 500 acreditam que suas empresas devem “focar principalmente em obter lucros e não se distrair com metas sociais”.

E no ano passado, 90% das empresas do índice S&P 500 publicaram relatórios sobre responsabilidade social corporativa e iniciativas relacionadas. Isso é um aumento de apenas 20% em 2011, de acordo com um relatório de 2020 do Governance & Accountability Institute.

Mesmo assim, muitas empresas enfrentam uma enorme lacuna.

3. Ferramenta para desfoque de rosto

Com a promessa de criptografia de ponta a ponta em aplicativos de mensagens, a Signal estava registrando downloads recordes à medida que o número de protestos aumentava em todo o mundo. Para melhor ajudar os organizadores na rua a se comunicarem com segurança e privacidade, a empresa lançou uma nova ferramenta para fotos compartilhadas que detecta automaticamente e desfoca rostos, permitindo que os usuários ocultem manualmente outros recursos que desejam ocultar.

4. Mural Vidas Negras Importam

Em resposta ao antirracismo e ao movimento Black Lives Matter reabastecidos pela morte de George Floyd em maio, o prefeito de Washington, D.C., nos EUA, autorizou artistas locais e equipes de obras públicas a pintar “Black Lives Matter” em dois blocos de asfalto da cidade. As letras amarelas eram tão grandes que podiam ser vistas do espaço. A obra de arte provou ser controversa - e influente, gerando murais semelhantes nas ruas de outras cidades dos EUA.

Embora contribuir para a sociedade seja uma prioridade para os trabalhadores dos EUA, por exemplo, é o foco de apenas 21% das declarações de propósito, de acordo com uma pesquisa da McKinsey feita em 2020.

A pesquisa Pulse revela que 35% dos entrevistados relatam que pelo menos alguns dos projetos de sua organização tem um impacto social negativo. E eles executam um plano de mitigação rápido sempre ou na maioria das vezes em menos da metade desses projetos.

5. Lego em Braille

O Lego Group e seu braço filantrópico desenvolveram uma nova abordagem dos icônicos tijolos de brinquedo da empresa – este com o objetivo de ajudar as crianças a aprender Braille. Os tijolos mantêm sua forma de assinatura, mas os botões típicos em cima deles são reaproveitados como pontos do alfabeto Braille. Um piloto de 2019 testou os blocos de Braille em vários idiomas, e a empresa de brinquedos dinamarquesa espera distribuir os blocos para escolas e educadores parceiros no próximo ano.

Deixar de reconhecer e agir sobre o impacto social pode devastar reputações em um instante. No mundo hiperconectado de hoje, um único passo em falso pode atrair o brilho indesejado de atenção.

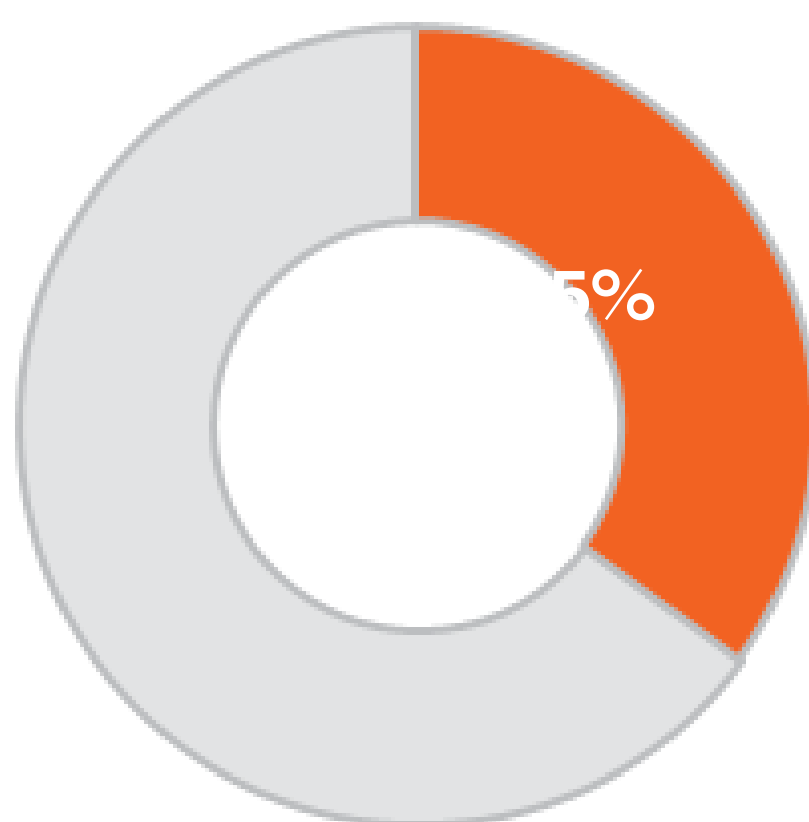
“Você tem que agregar valor à sociedade por meio de seu produto e serviço e, se não o fizer, uma vez que vivemos em uma era de transparência e mídia social, você será chamado para isso e as pessoas não irão apoiá-lo”, diz Mroz.

O estudo da Deloitte aponta para o risco de reputação de não prestar atenção ao impacto social: apenas metade dos millennials (51%) disse que os negócios são uma força para o bem, ante 55% no ano passado e 76% há apenas três anos.

E em uma pesquisa instantânea feita cinco meses depois, apenas 4 em cada 10 das gerações millennials e Z concordaram que os negócios em geral em todo o mundo estavam tendo um impacto positivo na sociedade.

Como o impacto social é medido?

% de Organizações que Possuem Métodos para Medir o Impacto Social



Entrevistas ou reuniões com as partes interessadas

69%

Escuta social / dados de clientes

68%

Pesquisa ou avaliação quantitativa

65%

Dados de saúde, bem-estar social ou econômicos:

59%

Teste físico / indicadores (ar, água, etc.)

38%

Outro método

4%

6. Facta

Para ajudar a separar o fato da ficção sobre a pandemia, a organização italiana de checagem de fatos políticos Pagella Politica desenvolveu o Facta, um site focado em boatos virais e desinformação por coronavírus. Em abril, a organização também recebeu um aporte para investir em um chatbot para responder a consultas de coronavírus.



Transformando Intenção em Ação

Simplemente querer fazer o bem não é suficiente. As organizações precisam ir além de alguns projetos simbólicos para acelerar uma ação ampla e profunda. Os líderes de projeto devem aproveitar a paixão pelo impacto social positivo com um planejamento cuidadoso e intencional. A pesquisa Pulse é clara: para alcançar um impacto social positivo, as organizações devem desenvolver uma estratégia deliberada e um plano de ação para os projetos. No entanto, muitas vezes não é assim que funciona no mundo real.

Enquanto 88% das organizações acreditam que estão superando seus colegas na conclusão bem-sucedida de projetos com impacto social positivo, apenas um terço incorpora o impacto social na maioria do planejamento de seus projetos. E apenas 35% dos entrevistados relatam usar métodos para medir o impacto social de seus projetos.

Elaborar uma declaração de impacto social é uma maneira de enfatizar a prioridade estratégica das equipes. O documento pode servir de base para o que a iniciativa pretende alcançar e quem se beneficiará com isto.





Como parte da elaboração dessa declaração, os líderes de projeto devem primeiro determinar qual será o impacto desejado e, em seguida, mapeá-lo. A Techint Engenharia e Construção do Brasil envia relatórios de impacto social que descrevem o escopo, as partes interessadas e os benefícios de seus projetos aos órgãos reguladores, bem como à U.N. para ilustrar como seus projetos se alinham com os SDGs (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas). Para nós, é fundamental considerar nosso impacto social na sociedade e no meio ambiente”, afirma Luciana Fabri, gerente de projetos na Techint, em Pontal do Paraná, Brasil.

Também torna o lançamento de projetos muito mais fácil: “Como resultado de nosso impacto social positivo e nossa reputação de transparência e responsabilidade nas comunidades onde operamos, podemos trabalhar em todo o Brasil e no mundo sem encontrar resistência das partes interessadas.”.

Para evitar que o impacto social caia no abstrato, as equipes precisam medir seus esforços com dados concretos, seja o número de empregos criados ou a quantidade de água tratada.

A primeira etapa é determinar o que medir, começando com os relatórios ambientais, sociais e de governança existentes. Em última análise, todos os esforços devem ser coordenados como parte e em alinhamento com uma estratégia de negócios mais ampla. As equipes também devem analisar detalhadamente os possíveis impactos negativos, como a perda de empregos ou a quantidade de água contaminada.

Como os líderes de projeto fazem isso? De acordo com os dados da Pulse, 69% das organizações que avaliam o impacto social contam em parte com entrevistas ou reuniões com as partes interessadas, enquanto 68% reúnem métricas por meio de escuta social e dados de clientes.



Por exemplo, a África tem 17% da população mundial, mas representa quase 70% da população global sem energia. Isso cria oportunidades para Arman Köklü da GE Power.

Conforme a empresa lançava projetos na região, as equipes estimaram o número de pessoas que receberiam eletricidade como parte de uma avaliação de impacto social.

Caso em questão: um projeto liderado por Köklü construirá uma instalação projetada para fornecer energia confiável e sustentável a milhares de pessoas até 2021.

Os líderes de projeto também devem avaliar o impacto social indireto. Por exemplo, quando o grupo Mujeres TICs RD (Mulheres de Tecnologia da República Dominicana) executa projetos para ajudar mulheres jovens a desenvolver carreiras em tecnologia, a fundadora Julissa Mateo Abad sabe que não são apenas essas mulheres que se beneficiam.

Suas comunidades também tem maior acesso a novos produtos e serviços orientados para a tecnologia, o que, por sua vez, cria novas oportunidades econômicas. Portanto, quando sua organização sem fins lucrativos mede o impacto, ela multiplica o número de pessoas afetadas por três ou quatro.



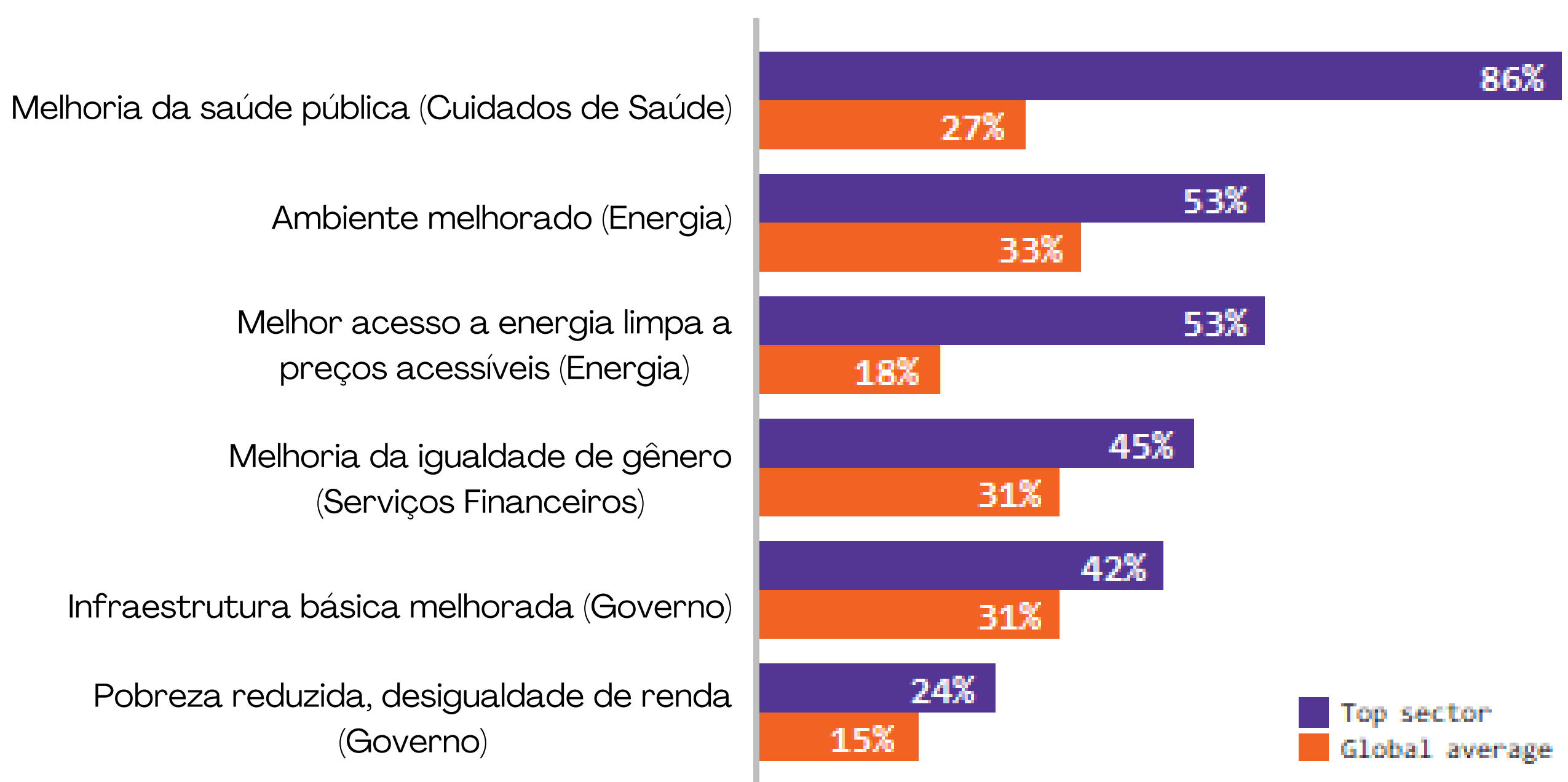
“O impacto social deve ser medido não apenas pelas pessoas cujas vidas mudamos, mas também por suas famílias”, diz Mateo Abad, que também é gerente de serviços de TI no Grupo Corripio, Santo Domingo, República Dominicana, e líder do PMI Future 50.

Apesar da crescente consciência da necessidade de abordar o impacto social, os líderes de projeto muitas vezes enfrentam “uma cultura de resistência”, diz Köklü.

Quase 40% dos entrevistados da Pulse afirmam que suas organizações enfrentam grandes barreiras para melhorar seu impacto social.

Liderando o Grupo

A pesquisa Pulse revela que esses setores lideraram o caminho no impacto social positivo nos últimos três anos nas seguintes áreas:





Os recursos financeiros são o maior obstáculo (31%), seguido pela falta de comprometimento organizacional (23%) e pela falta das habilidades certas (23%). Mas os ventos estão mudando.

A pesquisa Pulse revela que 64% das organizações afirmam que sua abordagem relacionada ao impacto social melhorou nos últimos três anos. Este resultado é mais forte entre as organizações que tomaram ações deliberadas:

■ Entre as organizações que iniciaram pelo menos alguns projetos com uma declaração de impacto social clara, 77% melhoraram seus resultados de impacto social.

■ Entre as organizações com uma força-tarefa ou outra entidade responsável pela identificação de impacto social potencial, 79% melhoraram seus resultados de impacto social.


■ Entre as organizações com métodos para medir o impacto social, 80% melhoraram seus resultados de impacto social.

7. Notas de amor

A gigante dos produtos de consumo dos EUA Kellogg fez parceria com a organização sem fins lucrativos Autism Speaks no ano passado para criar Notas de Amor sensoriais em embalagens de Rice Krispies Treats. Projetados especificamente para crianças autistas - que respondem positivamente às experiências táteis - os adesivos em forma de coração apresentam texturas diferentes, como lã, pele sintética, cetim e veludo.

8. BigUp.AI

A linguagem afeta a forma como as pessoas são percebidas - e as mulheres costumam escolher palavras que as fazem parecer passivas. Sendo assim, a agência britânica AnalogFolk desenvolveu uma ferramenta que usa processamento de linguagem natural e aprendizado de máquina (machine learning) para analisar blocos de texto e oferecer aos usuários uma redação mais poderosa.



Melhorar sua abordagem para entregar projetos com impacto social positivo requer compromisso organizacional. E as ações variam por setor. A pesquisa Pulse mostra que o governo, por exemplo, inicia mais projetos com uma declaração de impacto social (44% contra a média global de 33%).

No entanto, os entrevistados no setor veem mais barreiras importantes para melhorar o impacto social positivo (45% em relação à média global 39%). Perspectivas e resultados também variam de acordo com setor.

Em média, 58% dos entrevistados relataram impacto social positivo, mas esse número saltou para 64% na área de construção - onde iniciativas ecológicas estão em alta demanda - e caiu para 50% em serviços financeiros.

9. Além do Plástico

A startup de E-commerce Grove Collaborative pretende se tornar completamente livre de plástico até 2025. Para chegar lá, a varejista de limpeza doméstica e cuidados pessoais lançou um projeto de cinco anos que reduzirá e reinventará sua embalagem, oferecerá refis para muitos produtos e incorporará mais materiais alternativos.

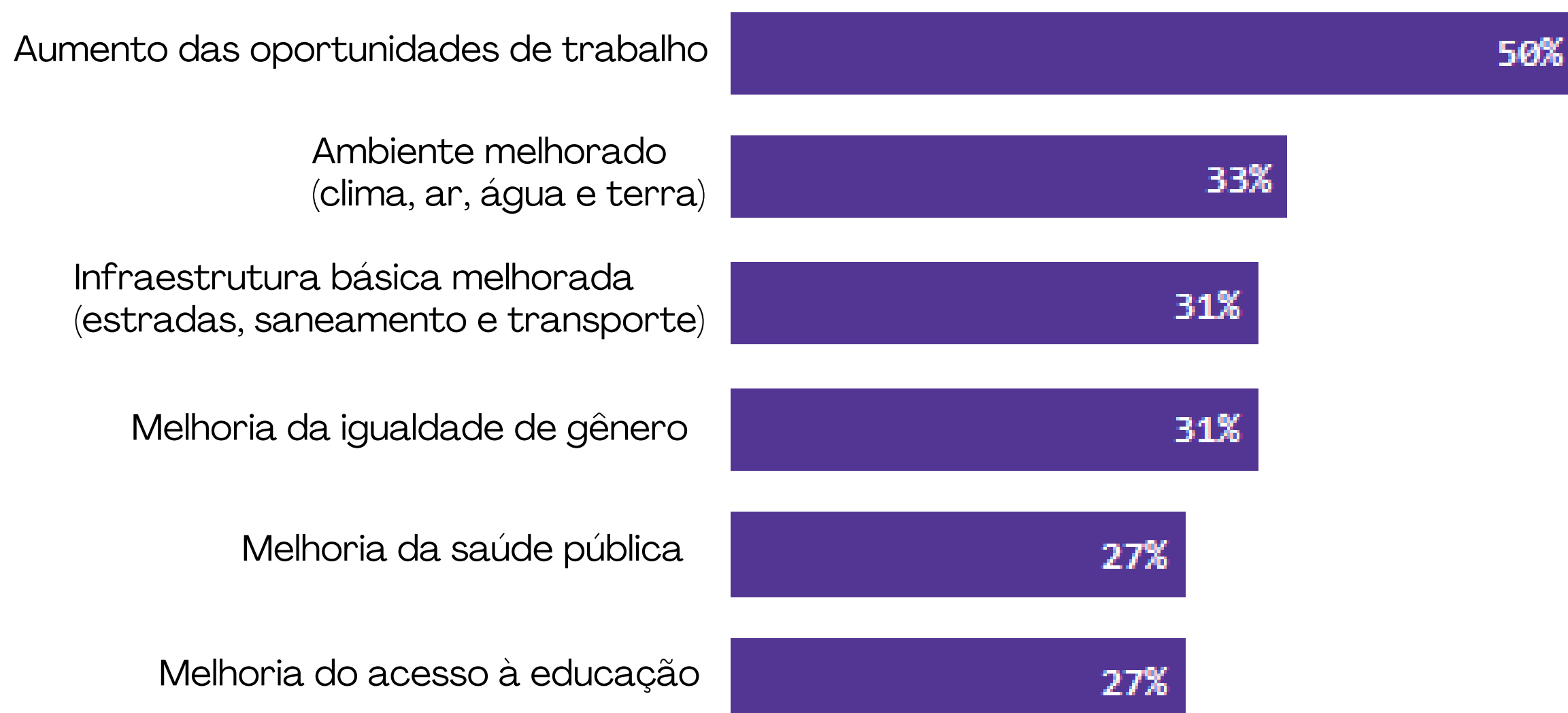
10. Curativos para Todos

Enquanto as discussões sobre diversidade e inclusão dominavam, a marca Band-Aid da Johnson & Johnson revisitou um projeto antigo e lançou uma nova linha de curativos representando tons de pele diferentes do branco. A marca centenária já havia lançado uma série de curativos em vários tons de pele em 2005, mas as descontinuou três anos depois. Muitas empresas entraram em ação para preencher a lacuna, mas o novo projeto é uma declaração poderosa de uma grande marca dos EUA.



O Poder do Impacto Positivo

Com um planejamento cuidadoso e um compromisso claro para medir os benefícios, as empresas que enfatizam o impacto social podem gerar ROI de longo prazo para si mesmas e para o mundo.



Isso não significa um sacrifício ao desempenho organizacional. Executados da maneira certa, os esforços de impacto social apresentam vantagens para as organizações - melhorando os resultados em toda a empresa, desde os resultados financeiros até o pipeline de talentos.

A Fidelity International descobriu que as ações de empresas que receberam as melhores classificações de sustentabilidade superaram o índice S&P 500 durante as primeiras semanas da pandemia, por exemplo.

Oferecer impacto social positivo também pode ajudar as empresas a reter os melhores talentos e atrair novos trabalhadores. De acordo com a Deloitte, 60% dos millennials e da geração Z dizem que as respostas positivas de seus empregadores à pandemia global os fazem querer ficar na empresa por mais tempo.

Faça o Bem, Faça Bem

Faça a coisa certa. Faça a coisa inteligente. Aqui estão três maneiras pelas quais os líderes de projeto em organizações com visão de futuro fazem com que o impacto social positivo aconteça:

1. Descubra uma Vantagem Competitiva

Gerar impacto social positivo não apenas melhora as comunidades em que vivemos, mas também pode ajudar as empresas a impulsionar os resultados financeiros e reter os melhores talentos.

2. Faça disso uma Prioridade Estratégica

Enfatizar o planejamento cuidadoso e intencional e garantir o apoio das partes interessadas de dentro e de fora da organização, garante que o impacto social positivo esteja enraizado no DNA da empresa.

3. Meça a Influência

Assim como outros benefícios pretendidos, o impacto social positivo deve ser rastreado e medido para garantir que as iniciativas entreguem o valor pretendido. Nem tudo é brilho de sol e arco-íris: As equipes também devem prever e mitigar qualquer impacto social negativo.





Sobre o PMI

O Project Management Institute (PMI) é a associação líder mundial para aqueles que consideram o gerenciamento de projetos, programas ou portfólio sua profissão.

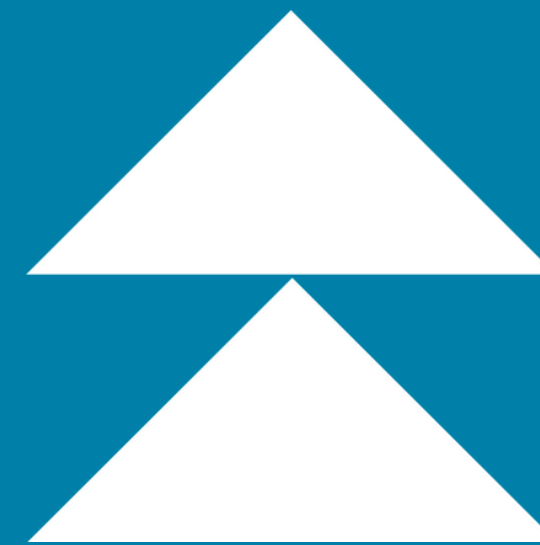
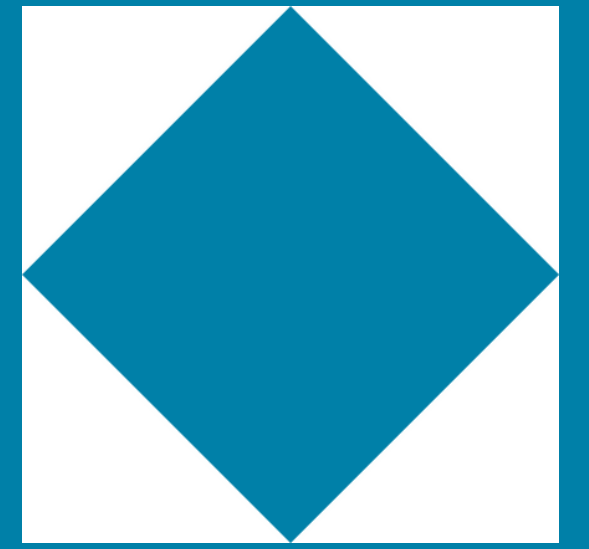
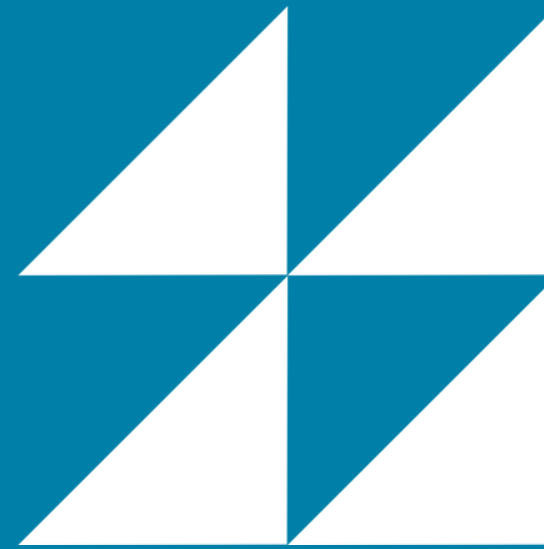
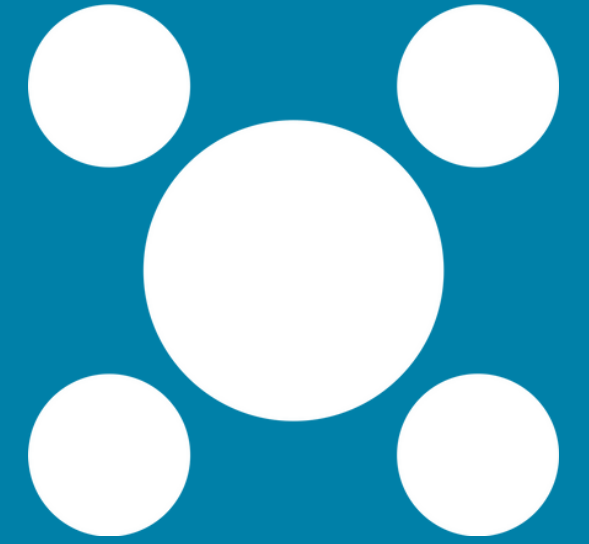
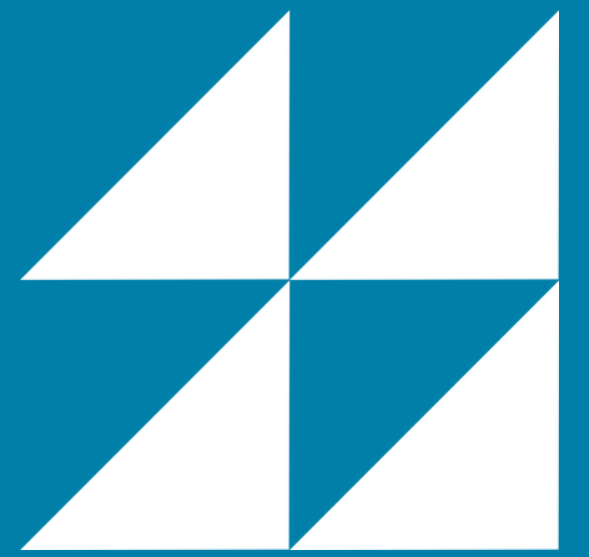
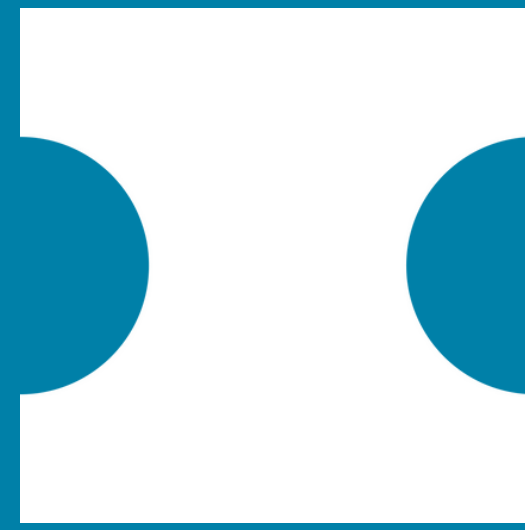
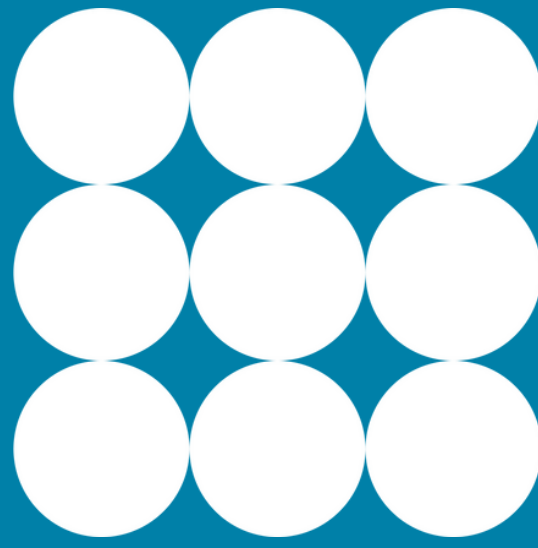
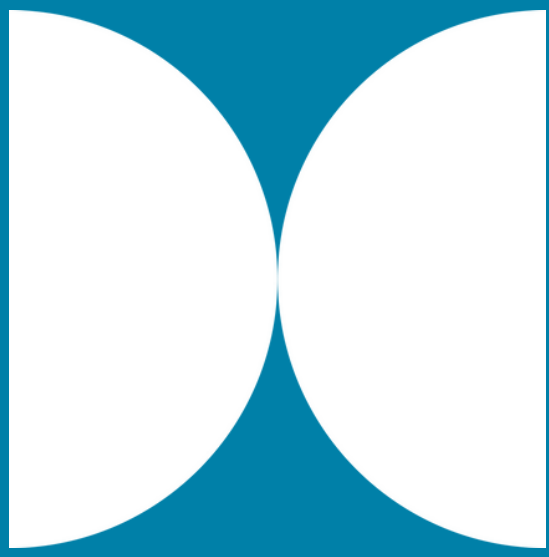
Por meio de advocacia, colaboração, educação e pesquisa globais, trabalhamos para preparar mais de 3 milhões de profissionais em todo o mundo para a Economia de Projetos: a economia na qual o trabalho e os indivíduos são organizados em torno de projetos.

Comemorando nosso 50º aniversário em 2019, trabalhamos em quase todos os países ao redor do mundo para progredir em carreiras, melhorar o sucesso organizacional e amadurecer ainda mais a profissão de gerenciamento de projetos por meio de padrões, certificações, comunidades, recursos, ferramentas, pesquisas acadêmicas, publicações, desenvolvimento profissional globalmente reconhecidos, cursos e oportunidades de networking.

Como parte da família PMI, o ProjectManagement.com cria comunidades globais online que oferecem mais recursos, melhores ferramentas, redes maiores e perspectivas mais amplas.

Sobre Este Relatório

A pesquisa foi conduzida online em julho de 2020 com uma amostra global de todos os setores de 1.035 profissionais de projetos.



Project
Management
Institute.

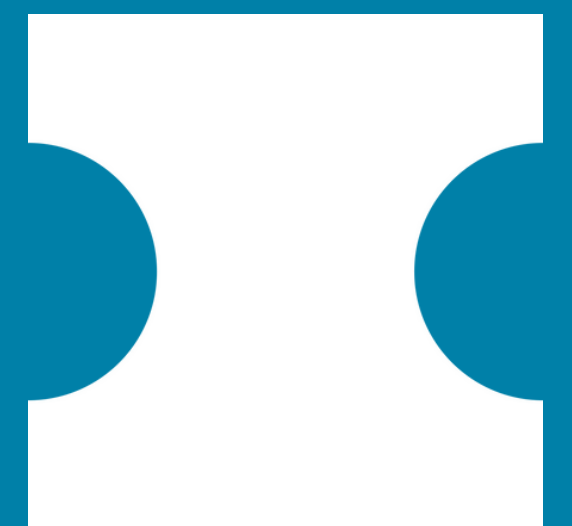


Project
Management
Institute.
Brazil Chapters



Project
Management
Institute.
Distrito Federal, Brazil

Powering The Project Economy®



© 2020 Project Management Institute. Todos os direitos reservados. "PMI", o logotipo do PMI e o slogan "Powering The Project Economy" são marcas do Project Management Institute, Inc. Para obter uma lista abrangente das marcas registradas do PMI, entre em contato com o Departamento Jurídico do PMI. Todas as outras marcas comerciais, marcas de serviço, nomes comerciais, imagem comercial, nomes de produtos e logotipos que aparecem aqui são de propriedade de seus respectivos proprietários. Quaisquer direitos não expressamente concedidos neste documento são reservados. CNT 20 023 Relatório Pulse nº 4 GDR-511.

Project Management Institute | Global Headquarters | 14 Campus Blvd Newtown Square, PA 19073-3299 USA | Tel: +1 610 356 4600 | PMI.org