

Política de Investimento

Transfor
mação
social



Objetivo

Em 2021, a FS realizou um trabalho para estabelecer a estratégia de atuação social da companhia, com o objetivo de consolidar seu Investimento Social Privado (ISP), de forma a garantir a melhor aplicação dos recursos e gerar cada vez mais impacto social positivo, principalmente nos locais onde possui operação. Dessa forma, essa política consolida e apresenta as diretrizes então estabelecidas para atuação, alocação de recursos financeiros, humanos e materiais, doações, patrocínios e contribuições para benefício da sociedade e em alinhamento total com os negócios e prioridades da FS.





Diretrizes

A FS investe em iniciativas que sejam relevantes, alinhadas às necessidades e demandas locais, que contribuam efetivamente para o desenvolvimento das regiões em que atua e que estejam conectadas à identidade e expertises do próprio negócio. No trabalho realizado em 2021, foram feitas entrevistas com executivos da organização e com entes públicos locais (de Sorriso e Lucas do Rio Verde), pesquisa sobre as localidades (incluindo Primavera do Leste) e um estudo sobre documentos já existentes da empresa, como matriz de materialidade, relatórios de sustentabilidade, o processo de implementação de cultura, norteadores, propósito, manifesto e o trabalho de comunicação com o propósito de reposicionamento da marca com foco no olhar da reputação. Além disso, realizamos visitas às comunidades mais vulneráveis para escuta de entidades sociais e associações de bairros e, por fim, promovemos um workshop com colaboradores da FS, escolhidos a partir de uma pesquisa sobre o tema, para o entendimento da função social da organização. Dessa forma, foi possível identificar os principais pilares e focos de atuação que fazem sentido para FS e que melhor atendem às questões locais prioritárias, em alinhamento com as comunidades e agendas realizadas. Assim, o objetivo da atuação social da FS é contribuir nos pilares: Conhecimento, Inclusão e Qualidade de Vida.



Foco de Atuação

Dentro dos três pilares mencionados, a empresa busca apoiar temas específicos como: Educação e Qualificação, Fortalecimento Comunitário, Voluntariado, Diversidade, Cultura e Esporte e Contratação Local. Estratégia de atuação social

	Pilares e Público	Temas
Pilares	Conhecimento	Educação e Qualificação
	Inclusão	Fortalecimento comunitário
	Qualidade de vida	Voluntariado
Público alvo	Crianças	Diversidade
	Jovens	Cultura e Esporte
	Famílias em vulnerabilidade	Contratação local
	Grupos minoritários	-
	Bairros em vulnerabilidade	-



Foco de Atuação

3.1 Educação e Qualificação

Na área de educação, a intenção é apoiar e executar iniciativas:

- *de qualificação profissional: voltadas à capacitação profissional para aumento da geração de renda (seja por meio de empregabilidade ou por meio de empreendedorismo) de moradores de comunidades em situação de vulnerabilidade social nos municípios de atuação da FS.*
- *de incentivo à educação integral no ensino público: outra demanda identificada foi a necessidade de manter as crianças mais tempo na escola com atividades que complementam o estudo formal, promovam o lazer e um ambiente seguro e positivo. Os projetos são realizados em parceria com entidades especializadas e/ou escolas públicas no contraturno escolar.*
- *de educação ambiental: a sustentabilidade é um dos pilares estratégicos da FS, já que agregamos benefícios socioambientais à cadeia produtiva de biocombustíveis. Por isso, focamos em projetos que auxiliam a empresa a compartilhar esse conhecimento com as comunidades locais, disseminando o senso de responsabilidade ambiental além do ambiente interno da organização.*
- *de incentivo à educação no geral: desde que estejam adequados às necessidades, demandas, agendas e locais*



3.2 Fortalecimento Comunitário

A partir do diagnóstico, foi identificada a necessidade de o setor privado apoiar e estar mais próximo das comunidades locais. Entende-se que projetos que podem ser executados ou apoiados nessa área são:

- *Ações pontuais e mutirões: iniciativas para atender demandas das comunidades (tanto estruturais como assistenciais) ou mesmo para promover lazer e/ou doações em datas específicas;*
- *de fortalecimento de organizações sem fins lucrativos: há diversas organizações sociais nas localidades que realizam importantes trabalhos, que podem ser potencializados e/ou aprimorados por meio de capacitações e trocas de experiências entre elas e com demais especialistas no assunto;*
- *canais de comunicação com a comunidade: foi identificado que a FS pode estar mais próxima das comunidades, articulando atores e disseminando os canais de comunicação da empresa com campanhas direcionadas para os públicos do entorno de suas unidades;*
- *apoios emergenciais: quando houver a necessidade e a possibilidade, como por meio de doações;*
- *centros de convivência: apoio estruturado para elaboração e melhoria dos centros de convivência e associações de bairro;*
- *outros: projetos de fortalecimento das comunidades alinhados com necessidades reais mapeadas e agendas locais, sempre conectados aos objetivos da empresa.*



Voluntariado

3.3 Voluntariado

Iniciativas diversas que devem unir duas pontas: a demanda interna da FS para participação de colaboradores nas ações sociais com as demandas das comunidades locais. Essas iniciativas devem seguir o que estiver estabelecido na Política de Voluntariado da companhia.

Diversidade

3.4 Diversidade

Na área da diversidade serão apoiados e executados projetos que auxiliem na luta contra o preconceito e violência contra mulheres, negros, público LGBTQIA+ e outros grupos minoritários

- *campanhas de conscientização: campanhas para conscientização sobre violência e preconceito, a fim de reduzir casos desse tipo nas localidades onde a FS atua;*
- *outros: projetos que atuem nesse tema de forma a contribuir para inclusão e disseminar conhecimento sobre a importância do respeito à diversidade.*



Cultura e Esporte

3.5 Cultura e Esporte

Apoio a projetos de incentivo à cultura e esporte nas comunidades nas quais a FS está presente, principalmente por meio da destinação de verba incentivada, para promover maior acesso a lazer e cultura.

Contratação Local

3.6 Contratação Local

Ter iniciativas sociais para fomento da contratação local por parte da própria FS e em parceria com outras organizações da região.

Público 4 Alvo





Público Alvo

Para além do foco de atuação determinado, entendeu-se necessário que as iniciativas sociais fossem voltadas a públicos específicos dos municípios onde a FS possui operação, designados abaixo:

Jovens e Crianças

**Famílias em situação
de vulnerabilidade;**

**Grupos minoritários
(mulheres e outras minorias);**

Comunidades vulneráveis.

5 Requisitos Mínimos





5. Requisitos Mínimos

O investimento social da FS considera os seguintes itens como pré-requisitos para seleção e apoio a projetos e iniciativas:

- *Ser uma organização sem fins lucrativos e com CNPJ;*
- *Um ano de experiência da organização ou de seus gestores e associados no tema de atuação;*
- *Estar devidamente regularizada e de acordo com normas e legislações vigentes;*
- *Estar em conformidade com as outras políticas da companhia, especialmente de compliance, sustentabilidade e código de ética e conduta;*
- *Que suas práticas de atuação estejam de acordo com a lei, não podendo ter recebido penalidades ou condenação definitiva em temas correlatos ao objeto do apoio.*

Critérios





6. Critérios

O investimento social da FS considera os seguintes critérios para seleção e apoio a projetos e iniciativas:

- *Adequação aos objetivos, diretrizes e foco de atuação acima determinados;*
- *Atender a uma necessidade diagnosticada da comunidade e/ou entidade a ser beneficiada, sem nenhum conflito de interesse com a companhia e/ou colaboradores, preservando o fim social do projeto e iniciativa;*
- *O poder genuíno de transformação e impacto social a ser gerado;*
- *Viabilidade do projeto, com dimensionamento adequado de equipe e recursos para sua realização;*
- *Oportunidade para engajamento dos voluntários da companhia;*
- *Intenção de sustentabilidade progressiva do projeto e entidade social, evitando a criação de dependência do mesmo com a companhia;*
- *Mensuração do resultado esperado do projeto.*

Abrangência





Abrangência

7. Abrangência

Esta política aplica-se a todas as iniciativas e ações de investimento social da companhia, no âmbito de todo território brasileiro, mas principalmente nos municípios e estados nos quais possui plantas produtivas.

Devendo abranger todos(as) os(as) colaboradores(as), suas unidades de negócios, fornecedores(as), prestadores(as) de serviços, clientes, instituições sociais, comunidades locais e parceiros(as) da empresa



8 Monitoramento & Indicadores



8. Monitoramento e Indicadores

Cada projeto tem uma necessidade de ter indicadores específicos de monitoramento de resultados. Aplica-se uma estratégia de avaliação e compilação de dados de acordo com cada iniciativa. Indicadores sugeridos para cada ação:

	Possível projeto	Indicadores
1	Programa de Voluntariado	<ul style="list-style-type: none">• Número de voluntários• Número de horas dedicadas ao voluntariado• Número de iniciativas de voluntariado realizadas• Número de beneficiários das ações voluntárias• Percentual de colaboradores da empresa engajados
2	Ações de melhorias em bairros	<ul style="list-style-type: none">• Número de pessoas envolvidas• Número de beneficiários• Número de bairros beneficiados• Número de parceiro locais envolvidos• Horas de atendimento realizadas no local (e números mais específicos a depender do tipo da ação)
3	Educação & Qualificação	<ul style="list-style-type: none">• Número de pessoas formadas• Percentual de pessoas empregadas na área após formação• Percentual de pessoas empreendendo na área após formação• Índice de recomendação/avaliação positiva da formação• Percentual de evasão do curso
4	Incentivo à Cultura e Esporte	<ul style="list-style-type: none">• Número de projetos apoiados com repasse de verba incentivada• Número de beneficiários dos projetos• Percentual de verba incentivada que foi repassada• Percentual de projetos realizados no estado do MT• Percentual de beneficiários do estado do MT
5	Plano de comunicação com as comunidades	<ul style="list-style-type: none">• Número de contatos recebidos• Número de contatos respondidos• NPS do canal de atendimento
6	Campanhas de onscientização	<ul style="list-style-type: none">• Número de campanhas por tema• Número de pessoas alcançadas pelas campanhas• Valor (em R\$) gerado em mídia espontânea pelas campanhas



8. Monitoramento e Indicadores

- **Engajamento de stakeholders** ou de partes interessadas: atividade realizada para criar oportunidades de diálogo entre uma organização e uma ou mais de suas partes interessadas visando fornecer uma base sólida para as decisões da organização. (ISO 26000)
- **Comunidade:** grupo de pessoas que partilham de normas, valores, hábitos e costumes próprios, possuem um objetivo comum a todos os seus integrantes, por mais que o nível de contato entre eles possa variar.
- **Envolvimento e desenvolvimento de comunidade:** refere-se ao envolvimento da comunidade; educação e cultura; geração de emprego e capacitação; desenvolvimento tecnológico e acesso a tecnologias; geração de riqueza e renda; saúde e investimento social. (ISO 26000)
- **Investimento Social Privado (ISP):** é o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais, culturais e científicos de interesse público. Pode ser alavancado por meio de incentivos fiscais concedidos pelo poder público e também pela alocação de recursos não-financeiros e intangíveis. (GIFE)
- **Entidades sociais/Organizações sem fins lucrativos/ONG/OSC:** são entidades civis que não têm fins lucrativos e realizam diversos tipos de ações solidárias para públicos específicos. Elas podem atuar nas áreas da saúde, educação, assistência social, economia, meio ambiente, defesa de minorias, religião entre outras, em âmbito local, estadual, nacional e até internacional. A atuação da OSC acontece na esfera pública, embora não seja estatal e compõe o terceiro setor. (Sebrae)



8. Monitoramento e Indicadores

- **Responsabilidade social empresarial:** é a responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente para além das obrigações legais e econômicas, por meio de um comportamento e relacionamento ético e transparente com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (ETHOS e ISO 26000)
- **Transparência:** franqueza sobre decisões e atividades que afetam a sociedade, a economia e o meio ambiente, e o desejo de comunicá-las de forma clara, precisa, oportuna, acessível, compreensível, honesta e completa. (ISO 26000)
- **Conflito de interesse:** quando alguém não é independente em relação à matéria em discussão e pode influenciar ou tomar decisões motivadas por interesses distintos, e individuais, daqueles da organização e do benefício comum. (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa - IBGC).
- **Recursos incentivados:** recursos financeiros provenientes de parte dos impostos das empresas, obtidos através de renúncia fiscal do governo, para ser aplicado em programas, projetos e iniciativas sociais de diversas áreas, desde que previamente aprovados pelos respectivos órgãos designados para gestão e distribuição dos recursos. (USP Depar)



8. Monitoramento e Indicadores

- **Doação:** transferência de bens ou recursos financeiros do patrimônio de uma pessoa ou instituição a outra pessoa física ou jurídica, de forma voluntária. Podem ser: aporte financeiro, cessão de espaço, voluntários, oportunidades, entre outros.
- **Patrocínio de projetos sociais:** uma forma de comunicação originada por duas ou mais entidades em que se estabelece uma relação de apoio financeiro ou de serviços do patrocinador firmando uma associação para a sua imagem, produtos e serviços, em troca do apoio oferecido para o patrocinado. Pode ocorrer com recurso direto ou incentivado.
- **Contribuição:** realização de ato qualquer com o fim de ajudar na concretização de um objetivo ou projeto social em conjunto com outra pessoa física ou jurídica.
- **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS):** são 17 objetivos ambiciosos e interconectados que abordam os principais desafios de desenvolvimento enfrentados por pessoas no Brasil e no mundo. Com um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade até 2030. (ONU)
- **Materialidade:** é o princípio que determina quais tópicos relevantes são suficientemente importantes para que seu relato de sustentabilidade seja essencial, e nem todos os tópicos materiais têm a mesma importância e a ênfase do relatório deve refletir sua prioridade relativa, pois há uma combinação de fatores internos e externos pode ser considerada para se determinar a materialidade de um tópico, assim como expectativas sociais mais amplas. (GRI)

Responsabilidades





9. Responsabilidade

- **Área de Comunicação e Responsabilidade Social:** acompanhamento do cumprimento da política e procedimentos relacionados. Desenvolvimento de conteúdo, revisão e disseminação desta política para todas as áreas envolvidas. Orientação e treinamento dos colaboradores. Caso seja constatada qualquer inconformidade ou afronta a esta ou demais políticas da companhia, em especial a Política de Anticorrupção, Prevenção a Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento ao Terrorismo (POL-CPC-0003), o projeto/iniciativa será imediatamente interrompido até que seja submetido a um órgão superior de Governança (Comitê de Sustentabilidade) (e, quando necessário, ao Comitê de Ética,) que decidirá sobre sua continuidade/conclusão.
- **Comitê de Sustentabilidade:** acompanhar o cumprimento da política por meio de indicadores apresentados pela área de Comunicação e Responsabilidade Social. Deliberar sobre casos de detecção de alguma anormalidade que necessitam de análise aprofundada, incluindo parecer jurídico. Aprovar alterações de conteúdo e práticas dentro dessa política.

10 Considerações Finais





10. Considerações Finais

Essa Política entra em vigor a partir da sua data de aprovação. Demandas que porventura não estão consideradas neste documento, podem ser encaminhadas formalmente à área de Comunicação e Responsabilidade Social, e após avaliação poderá entrar na próxima revisão.

Energia que abastece o bem, transforma a sociedade.

