

SOCIEDADE

Por **Hylda Cavalcanti**, de Brasília

Há cerca 15 anos, quando algumas empresas brasileiras começavam a aderir ao movimento de responsabilidade social, havia quem dissesse que não passava de moda, uma mera ação momentânea de marketing. De lá para cá, a realidade mudou bastante, pelo menos nas Regiões Sudeste e Nordeste, que representam 70% do Produto Interno Bruto nacional, pois cresceu o número de empresas que investem voluntariamente em algum tipo de ação social junto à comunidade. O percentual de companhias nordestinas passou de 55% do total em 1999 para 74% em 2003, enquanto no Sudeste a participação em ações sociais subiu de 67% para 71%, conforme mostrou a segunda edição da pesquisa Ação Social das Empresas, realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). O primeiro levantamento foi realizado em 1998 e 1999.

O Ipea apurou os dados em duas etapas. Na primeira, feita por telefone junto a 4.109 empresas que compõem a amostra e



Ação & reação

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada divulga estudo sobre a ação social das empresas e permite, pela primeira vez, que se trace a evolução da responsabilidade social nos últimos anos



Ricardo B. Labastier

O dono de uma rede de padarias de Brasília, Lázaro Flausino (no centro, cercado por seus funcionários) doa pães para famílias carentes

concluída em outubro de 2004, o objetivo foi identificar quais empresas praticavam ações sociais voluntárias. Para aquelas que responderam positivamente, foi enviado um questionário mais detalhado, para detectar a natureza dos investimentos de caráter social: o que as empresas fazem, a quem atendem, como operam, quanto aplicam. A amostra foi extraída de cadastro nacional mantido pelo Ministério do Trabalho e Emprego e composto da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) e do Cadastro de Empregados e Desempregados (Caged).

Os resultados não surpreenderam Oded Grajew, presidente do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, organização não-governamental sediada em São Paulo, para quem o nível de consciência do empresariado cresceu bastante nos últimos anos. Isso também fica evidente pelo aumento das adesões ao próprio Ethos, que foi fundado há sete anos, com 11 associados, e hoje já conta com 1.027 participantes pagando mensalidades regularmente, sendo que 45% do total são micros ou pe-

quenas empresas. Grajew acredita que o conceito de responsabilidade social já foi integrado à lógica dos negócios e faz parte da estratégia das empresas, sobretudo da mentalidade dos acionistas. De fato, a pesquisa mostrou que em 53% das empresas do Sudeste a responsabilidade pelas ações sociais cabe ao dono da empresa e no Nordeste a proporção é ainda maior, chega a 64%.

Recursos Mas o aumento da proporção das empresas com atuação social não foi acompanhado pelo crescimento proporcional do volume de recursos aplicados, ao menos no Sudeste, onde os investimentos sociais foram de 3,1 bilhões de reais em 2003, o que representou 0,35% do PIB da região, quando em 1998 representaram 0,61% do PIB. No Nordeste, no entanto, os investimentos em 2003 foram de 505 milhões de reais, ou 0,24% do PIB regional, comparado com 0,19% em 1999. De acordo com Anna Maria Peliano, coordenadora-geral da pesquisa e diretora de Estudos Sociais do Ipea, os dados podem indicar que os recur-

Desde 1998, o número de empresas que desenvolve algum tipo de ação social

sos destinados a ações sociais acompanham os movimentos da economia. E devem ter refletido as dificuldades econômicas do país em 2003, ano de estagnação da produção nacional.

Ao avaliar os dados gerais do levantamento, Peliano explica que o empresariado continua dando preferência a ações de caráter predominantemente filantrópico, com forte concentração nas atividades voltadas para as crianças. No Sudeste, 61% das empresas desenvolveram alguma atividade em benefício da infância, e no Nordeste a proporção foi de 55%. Este investimento poderia ser ainda maior, sustenta Grajew, pois muitos empresários não sabem que podem abater até 1% do Imposto de

Renda a pagar se fizeram doações para programas sociais destinados a crianças e adolescentes. E a pesquisa confirma que os benefícios fiscais pouco contribuem para financiar as ações sociais empresariais, pois no Sudeste apenas 1% das empresas os utilizaram em 2003, enquanto no Nordeste a proporção chegou a 7% do total. “Esse resultado confirma que o envolvimento social do setor privado ocorre independentemente do Estado: trata-se de um trabalho das próprias empresas, que não reconhecem influências do governo no processo de sua atuação”, explica o texto da pesquisa do Ipea.

O ministro de Desenvolvimento Social e Combate à Fome,

Grau de participação em ações sobre o total de empresas da região

Mineiros lideram

Minas Gerais	81%
Bahia	76%
Geará	74%
Pernambuco	73%
Rio de Janeiro	69%
São Paulo	68%

Maiores empresas participam mais

Número de empregados	Sudeste	Nordeste
1 a 10	70%	71%
11 a 100	81%	78%
101 a 500	75%	75%
Mais de 500	96%	94%

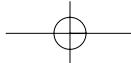
Destaque para a agricultura

Por setores econômicos	Sudeste	Nordeste
Agricultura	78%	86%
Comércio	72%	75%
Serviços	75%	69%
Construção civil	46%	75%
Indústria	66%	76%

Fonte: Ipea - Pesquisa Ação Social das Empresas/2004



Jovens que participam do programa “Pão, Ação e Arte” (acima), promovido pela



cresceu bastante, mas não necessariamente os recursos aplicados



Fotos Sebastião Alves/Divulgação FIEC

Qual a forma de ação social

	Sudeste	Nordeste
Recursos financeiros	48%	64%
Doação de materiais	56%	70%
Liberação de funcionários no horário de serviço	14%	7%
Cessão de espaço	18%	5%
Prestação gratuita de serviços	11%	12%

Fonte: Ipea - Pesquisa Ação Social das Empresas/2004

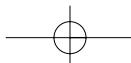
Patrus Ananias, considera extremamente válida a ação conjunta entre empresas e Estado na área social, mas julga fundamental a liderança estatal. “Por mais importantes que sejam as ações empresariais na área social, sem a ajuda do governo, muitas vezes acabam por demonstrar um caráter apenas setorial, quando poderiam ter um alcance muito maior”, analisa Ananias. Na opinião de Odilon Faccio, coordenador do instituto de pesquisa Observatório Social, a participação privada em ações sociais é importante, mas insuficiente, sobretudo porque o Estado brasileiro diminuiu sua capacidade de intervenção para corrigir a desigualdade social.

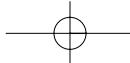
Identificação É crescente a percepção de que os atores do setor privado realizam ações sociais com finalidade de se aproximar da comunidade onde estão inseridos, de criar identificação com consumidores e clientes e até gerar estímulos aos próprios empregados. Para Jorge Parente, presidente do recém-criado conselho temático de responsabilidade social da Confederação Nacional da Indústria (CNI) e também presidente da Federação das Indústrias do Ceará (Fiec), a tradicional visão capitalista de que as empresas devem apenas gerar lucros está sendo superada pela busca de valores intangíveis, como “credibilidade e respeito, dois dos itens que as empresas perseguem ao trilhar a rota da responsabilidade social”. A Fiec procura dar o exemplo pois realiza, junto ao Sindicato dos Panificadores, o programa de inclusão social “Pão, Educação e Arte”. O projeto atinge 246 crianças e adolescentes que participam de suas atividades, incluindo educação musical, desde que não falem às aulas da rede escolar. Outra ação social da Fiec beneficia a comunidade indígena Tremembé, no município de Itarema, no litoral leste cearense, com treinamento profissionalizante, mas também com o objetivo de difundir a cultura desta tribo.

O estudo do Ipea comprova que as pequenas empresas também assumem ações sociais, pois entre as empresas com até dez



Fiec, que é presidida por Jorge Parente (foto no alto)





Em Minas Gerais, 81% das empresas investem em algum tipo de programa social



Sebastião Alves/Divulgação FIEC

Francisco José, da tribo Tremembé

funcionários a proporção daquelas que realizou ações sociais voluntárias foi de 70% no Sudeste e de 71% no Nordeste (leia tabela na pág. 28). É o caso do empresário Lázaro Flausino, proprietário de uma rede de padarias em Brasília, que doa pães e outros alimentos para famílias carentes, mas sem medir o retorno. “É um contato que se solidifica a cada dia, não apenas com a vizinhança, que conhece meu jeito de ser, como também com as famílias dos funcionários, que fazem uma comunicação boca-a-boca do trabalho social que realizamos. Cria-se, assim, um clima de simpatia e solidariedade”, enfatiza.

De acordo com o levantamento, Minas Gerais é o estado que apresenta o melhor desempenho da iniciativa privada na área social, pois 81% das empresas pesquisadas investem em algum tipo de programa voltado para redução da pobreza (leia tabela na pág. 28). Grajew, do Instituto Ethos, atribui a grande participação do empresariado mineiro à atuação de duas entidades: a Federação das Indústrias de Minas Gerais (Fiemg) e o Clube de Dirigentes Lojistas do estado. “A Fiemg é a entidade empresarial brasileira que mais se destaca pela promoção da responsabilidade social junto a seus associados”, afirma. Em segundo lugar vem a Bahia, onde o percentual é de 76% das empresas. O Ceará foi um dos estados que registraram maior crescimento da proporção de empresas atuantes, pois a participação, sobre o total de empresas, passou de 45% em 1998 para 74% em 2003.

Nas duas regiões avaliadas, as empresas de agricultura, silvicultura e pesca obtiveram, proporcionalmente, liderança no atendimento às comunidades (leia tabela na pág. 28). No Sudeste, 78% delas realizam algum tipo de assistência social e no Nordeste a proporção atinge 86%. Para Ronei Volpi, superintendente do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar), da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil, o empenho das em-

presas privadas do setor agropecuário em programas sociais mostra que mudou o pensamento do empresariado, que hoje dá mais importância à execução de programas educativos, de capacitação de técnicos agrícolas e profissionalização de agricultores em comunidades rurais. “As agroindústrias começam a tomar consciência da importância de ações sociais”, garante. No Paraná, empresários e entidades de classe firmaram parcerias com órgãos públicos para investir cerca de dois milhões de reais por ano em programas do Senar, desde cursos de formação profissional dentro de presídios agrícolas até mutirões de cidadania, com a entrega de carteiras de trabalho para a população da zona rural. Outro estímulo para as ações sociais do empresariado do agronegócio vem do exterior: consumidores europeus e norte-americanos evitam produtos de empresas que tenham má imagem no quesito responsabilidade social, conforme lembra Grajew.

Comércio A pesquisa ressalta o expressivo aumento da participação social das empresas comerciais, com participação de 70% do total, no Sudeste, enquanto no Nordeste a proporção chegou a 75%. Já em relação à construção civil, a participação em ações sociais no Nordeste subiu de 31% do total em 1999 para 75% em 2003, com aumento de 140%. Para o presidente da Câmara Brasileira das Indústrias da Construção Civil, Paulo Simão, a participação do segmento vem crescendo porque é amplo o leque de programas sociais realizados. O diretor do Sindicato da Construção Civil do Distrito Federal, Roberto Cortopassi, ressalta que as empresas da área costumam utilizar materiais que sobram para obras em escolas nas comunidades que atendem.

De fato, a forma predominante de ação social foi a doação de materiais, prática realizada por 56% das empresas do Sudeste e 70% das nordestinas (leia a tabela na pág. 29). O estudo do Ipea também mostra que ainda há espaço para crescimento, pois um quarto das empresas das duas regiões pesquisadas não realiza nenhuma ação social para a comunidade e os empresários desse grupo alegaram a falta de recursos como o motivo pelo não-engajamento. Fica a expectativa de que a retomada do crescimento da economia incentive esse grupo de empresários a assumir suas responsabilidades sociais. **d**

Saiba Mais:



Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada www.ipea.gov.br/asocial

Instituto Ethos www.ethos.org.br

Grupo de Institutos, Fundações e Empresas www.gife.org.br

Instituto de Pesquisa Observatório Social www.observatoriosocial.org.br

Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas www.ibase.org.br

Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social www.fides.org.br

