



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
NPGA - MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO**

SANDRO RICARDO RÔXO DE OLIVEIRA FRANÇA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NAS EMPRESAS
DO PÓLO INDUSTRIAL DE CAMAÇARI**

Salvador
2005

SANDRO RICARDO RÔXO DE O. FRANÇA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NAS EMPRESAS DO PÓLO
INDUSTRIAL DE CAMAÇARI**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado
Profissional em Administração da Universidade
Federal da Bahia como requisito parcial à obtenção
do grau de Mestre em Administração

Orientadora: Profa. Dra. Tânia Fischer

Salvador

2005

Escola de Administração - UFBA

F814 França, Sandro Ricardo Rôxo de Oliveira
Responsabilidade social empresarial nas empresas do Pólo Industrial
de Camaçari / Sandro Ricardo Rôxo de Oliveira França. -2005.
118 f.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Tânia Fischer.
Dissertação (mestrado profissional) – Universidade Federal da Bahia.
Escola de Administração, 2005.

1. Responsabilidade social da empresa. 2. Indústrias – Camaçari
(BA). I. Fischer, Tânia. II. Universidade Federal da Bahia. Escola de
Administração. III. Título.

658.408
CDD 20. ed.

SANDRO RICARDO RÔXO DE O. FRANÇA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NAS EMPRESAS DO PÓLO
INDUSTRIAL DE CAMAÇARI**

Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Administração

Banca Examinadora:

Tânia Maria Diederichs Fischer _____

Universidade Federal da Bahia - UFBA

Reginaldo Souza Santos _____

Universidade Federal da Bahia - UFBA

Nilton Vasconcelos Junior _____

Centro Federal da Educação Tecnológica da Bahia – CEFET-BA

*Aos meus pais,
Genauto e Lêda.*

A minha alma está armada
e apontada para a cara
do sossego
pois paz sem voz
não é paz é medo (medo)

às vezes eu falo com a vida
às vezes é ela quem diz
qual a paz que eu não quero
conservar
para tentar ser feliz

as grades do condomínio
são para trazer proteção

mas também trazem a dúvida
se não é você que está nessa prisão

me abrace e me dê um beijo
faça um filho comigo

mas não me deixe sentar
na poltrona no dia de domingo
procurando novas drogas
de aluguel nesse vídeo
coagido pela paz
que eu não quero seguir admitindo

É pela paz que eu não quero seguir
admitindo

Marcelo Yuka

AGRADECIMENTOS

A minha família e meus amigos, fundamentais e prioritários em tudo que faço.

A Prof. Tânia Fischer, pela paciência e confiança nesse árduo processo.

A meu irmão Genauto pela ajuda e, sobretudo, inspiração pelo exemplo.

A todos os colegas da turma 4 do MPA, pela amizade e o incondicional espírito de grupo. Muito bom constatar que esse é um dos melhores grupos que oportunidade de participar na vida, sobretudo pelo aspecto humano da convivência.

Aos professores do MPA em geral, pela dedicação e pelos valiosos conhecimentos transmitidos. Em especial aqueles professores que se tornaram referências para mim: Reginaldo, Suzana Moura e Robinson Tenório.

A todos do NPGA e NEPOL, pela seriedade profissional e cordialidade.

A Ricardo Pessoa, colega do MPA e parceiro em discussões e elaboração do trabalho.

A Patrícia Ávila, pela seriedade e competência e, sobretudo, pela imensa ajuda.

A Ana Luisa pela ajuda técnica e cordialidade nos preparativos da pesquisa.

A Érico Oliveira, do COFIC, pela boa vontade em contribuir com o estudo.

Aos representantes das empresas participantes na pesquisa, pelo interesse, cordialidade e profissionalismo. Agradecimentos especiais para:

Adriane Lima – Caraíba metais; Andréa Ventura – Bahia Pulp; Francisco Alves – Cetrel; Grace Brandão – Millennium; Daniela Franco – Monsanto; Jomara Ubaldo – Policarbonatos; Auxiliadora Moraes – Politenó.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo avaliar as ações de responsabilidade social de empresas integrantes do Pólo Industrial de Camaçari, na Bahia. De forma mais ampla, visa identificar os tipos de ações sociais praticadas pelas organizações do setor privado no Brasil, enfocando a legitimidade dessas ações sob a perspectiva de uma nova postura esperada das empresas em relação à realidade social na qual ela está inserida. Discute os conceitos relacionados com o tema da responsabilidade social, levantando a reflexão sobre suas implicações, origens e, sobretudo, sobre sua perspectiva legitimamente transformadora. Procura identificar os modelos de ações sociais praticados e sua relação com os conceitos consolidados sobre o tema. O estudo é de natureza essencialmente qualitativa, utilizando como amostra as empresas mais representativas do Pólo Industrial de Camaçari, cuja maioria das empresas é do setor químico e petroquímico, e apoiando-se em dados básicos fornecidos por essas empresas. Entre as conclusões, destaca-se a crescente adesão das empresas em programas de responsabilidade social, porém com focos, concepções e objetivos diversos, o que confirma a amplitude e imprecisão conceitual do tema, bem como dificulta a inferência sobre os reais propósitos dessas ações sociais. Além disso, algumas necessidades de desenvolvimento nos projetos sociais foram identificadas, as quais poderiam potencializar as atuais e futuras ações de responsabilidade sociais.

Palavras-chave: responsabilidade social, ações sociais, Indústria.

ABSTRACT

This work has the objective of evaluating the actions of corporate social responsibility for companies from Camaçari Industrial Complex, in Bahia state. In a larger perspective, it aims to identify the types of social actions developed by profit organizations in Brazil, focusing on the legitimating of those actions based on a new approach expected from companies regarding to the social reality which they are inserted. It debates concepts relating to the social responsibility theme, raising a reflection about sources, consequences and, mainly, the real transforming perspective. It looks for identify the social actions models used and their relationship with the consolidated concepts of this theme. The study is essentially qualitative, taking as studied population the main representative companies of the Camaçari Industrial Complex, the most from chemical and petrochemical sector, and using basic data provided by those companies. Within conclusions, a main point is the increasing adhesion of companies to corporate social responsibility programs, however with different focus, conceptions and objectives, which confirms the large amplitude and conceptual imprecision of this theme, as well as makes difficult to infer about the real purpose of those social actions. Furthermore, it were identified some needs to social projects development, which could help actual and future social responsibility actions.

Keywords: Corporate social responsibility, social actions, industry.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Contextualização.....	1
1.2. Justificativa e objetivos	7
1.3. Hipótese de pesquisa.....	10
2. REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1. Pobreza e Precarização Social	12
2.1.1. Pobreza e desigualdade – Parâmetros de medição	13
2.1.2. Desigualdade e Pobreza no Brasil.....	16
2.2. Responsabilidade Social Empresarial.....	21
2.2.1. Breve histórico da RSE	24
2.2.2. Concepções, dimensões e tipos de envolvimento de empresas na área social	29
2.2.3. Outros aspectos da Responsabilidade Social Empresarial.....	40
2.2.4. RSE no Brasil: alguns indicadores e referências	48
2.2.5. Principais críticas e resistências à idéia de RSE – alguns argumentos e debates no seu entorno.....	51
2.2.6. Principais referências institucionais e internacionais ao debate sobre a RSE	56
3. CONDUÇÃO DO ESTUDO	63
3.1. Metodologia	64
3.2. Empresas envolvidas na pesquisa.....	68
4. RESULTADOS DA PESQUISA	72
5. CONCLUSÕES	85

APÊNDICE A – Questionário de pesquisa

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Vetores da responsabilidade social.

Figura 2 - Mandala da empresa socialmente responsável.

Figura 3 - Modelo de Mitchel, Agle & Wood para análise dos *stakeholders*.

Figura 4 - Tipos de ações sociais desenvolvidas por empresas.

Figura 5 - Resultados da pesquisa para os fatores motivadores para a prática da RSE.

Figura 6 – Áreas de atuação de responsabilidade social, segundo pesquisa.

Figura 7 – Principais parceiros das empresas em projetos e ações sociais.

Quadro 1 - Modelos de responsabilidade social.

Quadro 2 - Visões sobre responsabilidade social segundo o IOS.

Quadro 3 - Diferenças básicas entre filantropia e responsabilidade social.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Números sobre a pobreza e indigência no Brasil entre 1977 e 1999.

Tabela 2 – Relação de empresas integrantes de Pólo industrial de Camaçari.

Tabela 3 – Características e perfis das empresas pesquisadas.

1. INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização

O atual desequilíbrio do mundo contemporâneo, evidenciado pelo contraste entre o desenvolvimento tecnológico das nações ricas e as crescentes carências sociais no resto do mundo, mostram que o modelo de desenvolvimento hegemônico no mundo nas últimas décadas tem reflexos estruturais muito graves no que se refere ao bem comum das sociedades. Grandes avanços em todas as áreas do conhecimento humano, incluindo medicina, biotecnologia e comunicações, caminham lado-a-lado com uma flagrante realidade de pobreza e exclusão social, sobretudo nos países subdesenvolvidos. Mesmo no chamado mundo desenvolvido tal desequilíbrio também tem sido evidenciado, sobretudo em função da pobreza e do fenômeno do desemprego e da sua da precarização estrutural.

O contraste entre o mundo rico e o pobre e os reflexos de precarização causados pelo modelo hegemônico de desenvolvimento trás à tona a necessidade de revisão desses modelos, do papel do estado como regulador/fomentador de desenvolvimento social e das organizações como agentes de transformação.

A redefinição de um modelo auto-sustentado de desenvolvimento econômico e social passa, portanto, pela redefinição dos papéis e dos objetivos das organizações, sobretudo das organizações privadas, normalmente denominadas e creditadas como setor produtivo. O papel de simples fomentador da produção e gerador de empregos em um mercado auto-regulado está, por assim dizer, classicamente superado, face aos indicadores sociais, de emprego e de renda, tanto em âmbito local, quanto em abrangência mundial.

Por sua vez, o chamado estado do bem estar social também não tem conseguido cumprir efetivamente seu papel regulador em uma economia de mercado e, por conseguinte, de garantidor da sustentabilidade social e do bem comum.

Essa redefinição de papéis nas organizações tem se traduzido em uma crescente discussão no mundo das empresas e causando profundas mudanças nos modelos de gestão das corporações privadas. Mudanças motivadas, por um lado, pela influência de uma nova compreensão de desenvolvimento econômico socialmente sustentado e, por outro, pela simples e unilateral adequação às mudanças do mercado e perfis dos consumidores, que transforma a sustentabilidade social em mero critério de *market share*. Essas mudanças, engendrada por um legítimo ou pretense maior envolvimento social, tem caracterizado o que se tem chamado de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) ou Cidadania Corporativa, cujas compreensões no entorno cobrem um amplo espectro de conceitos e concepções. A Responsabilidade Social, cujos primórdios remetem há algumas décadas atrás, como fenômeno incipiente, surge com mais força como alternativa de equilíbrio para os modelos de desenvolvimento em economias auto-reguladas, mas cujos propósitos a colocam sempre no limiar entre a transformação e a conservação dos modelos atuais, face às diversas práticas corporativas manifestadas em diferentes empresas.

A crescente evolução na participação de empresas em atividades e ações de responsabilidade social tem, portanto, evidenciado uma tendência a uma maior diversificação no envolvimento da sociedade em suas carências sociais e suas demandas públicas. Isso demonstra também a quebra da exclusividade estatal sobre a “questão pública”, o que permite um envolvimento mais integrado da sociedade em seus próprios problemas.

Vale ressaltar, também, que ao lado de uma visão transformadora, cuja concepção levanta a necessidade de um maior equilíbrio social em uma economia capitalista, com objetivo claro de justiça social, existe a concepção de Responsabilidade Social respaldada única e exclusivamente no fortalecimento dos mercados e, por conseqüência, da economia. Essa visão da RSE, entendendo-se como conservadora, considera o desequilíbrio social um perigo ao mercado, por enfraquecê-lo do ponto de vista do poder econômico dos indivíduos participantes desse mercado, além de criar outros entraves naturais às relações de consumo, nesse caso destacando-se o fenômeno da violência.

O advento das organizações não governamentais ou sem fins lucrativos, essência do chamado terceiro setor, também tem sido outro sinal da falência dos modelos atuais de desenvolvimento. Seja questionando, ou mesmo substituindo, o papel do estado, seja fortalecendo-o, o chamado terceiro setor cada vez mais ocupa um espaço na promoção de políticas sociais. Um dos exemplos é a freqüente parceria entre terceiro setor e empresas nas ações de responsabilidade social. Faz parte, portanto, das mudanças em curso e das redefinições sociais as relações intersetoriais, nas quais as ações de responsabilidade social das empresas ganham forças e o terceiro setor se consolida como agente social efetivo, forçando o estado a também redefinir-se ou remodelar-se. Encarando de forma otimista, esse envolvimento possibilita a articulação democrática entre o setor privado, a sociedade e o estado, fazendo emergir a figura do terceiro setor, normalmente como agente especializado nas ações/demandas públicas, e a iniciativa privada como um possível fomentador de ações sociais.

Longe da discussão ideológica, ainda que esta tenha sua importância na evolução do pensamento econômico e social, trata-se antes de qualquer coisa de uma questão pragmática e presente no cotidiano das sociedades contemporâneas. As desigualdades sociais estruturais são sentidas cada vez mais no modo de vida das sociedades, sobretudo nos chamados países pobres ou em desenvolvimento. Embora à priori não se pense a RSE como mecanismo de transformação estrutural da sociedade, uma vez que se trata de ações oriundas do principal agente de uma economia monetizada e auto-regulada, a iniciativa privada, pode-se ter algumas expectativas estruturantes das suas ações, sobretudo quando se consideram alguns possíveis desdobramentos sociais no que se refere ao enfrentamento da pobreza e desigualdade social, bem como em iniciativas no campo da educação e de promoção de políticas ambientais.

Mais especificamente, o fenômeno da pobreza, e de sua variável mais perversa, a desigualdade social, muito mais do que um pano de fundo, se apresenta como um problema central e a ser enfrentado com firmeza, urgência e cuidado. No mundo, a pobreza e desigualdades sociais têm se mostrado como um traço estrutural e conseqüente do modelo de desenvolvimento hegemônico. No Brasil, assim como no resto do mundo considerado pobre ou em desenvolvimento, a pobreza e a

desigualdade social atingem níveis alarmantes. Mesmo que no caso brasileiro os indicadores de pobreza tenham apresentado alguma melhora nas últimas décadas, a desigualdade social e de renda tem se mantida inaceitavelmente estável, consolidando uma idéia estrutural de precarização social provocada pelo modelo brasileiro de desenvolvimento experimentado nas últimas décadas.

Outro aspecto que justifica novas alternativas de enfrentamento é a questão do emprego e da renda. Nos últimos 30 anos, a emergência da Terceira Revolução Industrial e de um novo padrão tecnológico e produtivo revolucionou o mundo do trabalho, cujas inseguranças geradas condicionaram uma intensa desordem do trabalho (MATTOSO, 1995). No Brasil, além dos efeitos do mundo globalizado, as várias oscilações macroeconômicas têm contribuído para a diminuição dos postos de trabalho e da precarização do emprego e renda.

O advento da RSE em sua versão genuinamente transformadora e socialmente justa pode, então, ser encarado não só como atenuante de uma realidade social precária, mas como alternativas de enfrentamento ao problema da pobreza e desigualdade social. A RSE, portanto, reforça as iniciativas de ações e programas sociais. No entanto, as iniciativas de RSE precisam ratificar-se como legítimas, em detrimento de sua vertente conservadora.

Até mesmo por se enquadrar em um amplo espectro de iniciativas, ações e programas sociais e corporativos, a chamada RSE trava um enfrentamento interno entre ações de caráter assumidamente de mercado e aquelas ações embasadas na idéia da empresa como co-responsável pelo desenvolvimento social, cuja cadeia de negócios da empresa engloba preocupações com um público maior (www.ethos.org.br). Além destas, não se pode deixar de considerar as pretensas iniciativas de responsabilidade social meramente calcada em marketing superficial, cujas iniciativas não passam de meras ações demagógicas e manipuladoras.

Nesse aspecto, encarando o lado negativo do envolvimento das empresas na questão social, onde esse envolvimento se daria por interesses absolutamente unilaterais, pode-se levantar duas vertentes de análise *à priori*. Uma diz respeito à predominância da concepção de *estado mínimo*, em alusão ao conceito clássico de estado das funções de regulação social e econômica (SANTOS, W. G., 1993).

Nesse caso, o setor privado participaria “fazendo sua parte”, de forma a reforçar a idéia de um estado mínimo e ausente de um envolvimento mais amplo e efetivo na problemática social, quando a empresa entende que seu papel social é unicamente gerar emprego, promovendo assim o desenvolvimento social. Por conseqüência, as demandas sociais seriam tratadas por políticas públicas estatais, permitindo que o mercado auto-regulado atuasse como meio equacionador dessas demandas, evidenciando uma concepção clara de estado privatizado e predominância da visão liberal. Diante da gravidade da carência social do Brasil, essa concepção seria ineficiente, fato facilmente constatado na sociedade brasileira, face ao tipo de poder historicamente hegemônico sobre o estado e a sociedade em geral e ao aprofundamento das desigualdades sociais. A outra vertente, ainda mais perversa, e por muitos apontada como a verdadeira essência da RSE, enquadra as ações de responsabilidade social como meramente ilustrativas e visando unilateralmente melhoria de sua imagem e crescimento de mercado. Com isso, a pretensa responsabilidade social negligenciaria de fato a sua função social, uma vez que seu foco seria tão somente a sobrevivência da empresa e seu crescimento. Nesse aspecto, tem se observado com freqüência em algumas iniciativas de empresas o uso da idéia de responsabilidade social como mera busca de *market-share*, quando o compromisso social praticamente inexistente, comparando-se com os reais propósitos dessas iniciativas pretensamente sociais. Essa vertente, além de em nada contribuir para uma efetiva mudança social, ainda tem o efeito destrutivo da perda de credibilidade para aquelas ações com foco genuinamente social.

A legitimidade, portanto, das ações de responsabilidade social passa pelo efetivo envolvimento do setor produtivo-privado nas demandas sociais do país, articulando-o com os outros setores da sociedade capazes de promover uma verdadeira transformação do país, notadamente o terceiro setor e o estado. Essa transformação, obviamente, também contempla o desenvolvimento equilibrado de uma sociedade capitalista e mercado auto-regulado, incluindo a busca de maior competitividade entre as empresas e maior crescimento econômico via fortalecimento do mercado.

No contexto baiano, não precisa de muito esforço para entender a enorme carência da sociedade e a necessidade urgente de incentivos que possam promover

melhoria das condições de vida para o conjunto da sociedade. Algumas ações de responsabilidade social de empresas locais têm logrado êxito e algumas entidades do terceiro setor têm se destacado em seus fins. Na perspectiva do poder local, faz-se necessário compreender a efetividade das ações sociais das empresas. Embora alguns indicadores já reflitam o êxito de experiências sociais, o conflito engendrado pelo paradigma da competição x solidariedade, como suposto, domina a cena da legitimidade e real efetividade dessas ações sociais no âmbito das empresas (SCHOMMER, 2000).

O estado, por sua vez, por carregar por muito tempo a exclusividade da função pública, ocupa parte importante da reflexão sobre responsabilidade social das empresas e sua articulação intersetorial. O surgimento de instrumentos jurídicos de parceria visa justamente permitir ao estado regular sua influência com empresas e organizações do terceiro setor, legitimando uma nova institucionalidade e relações de parceria mais clara, autônoma e com maior controle público. Pode-se considerar que os novos instrumentos de parceria, a exemplo das leis 9637/98 e 9970/99, representam um avanço no envolvimento do estado com terceiro setor e setor privado em ações sociais. Nesse caso, o estado assume o papel de promotor, deixando a execução para entidade que tenham experiência em cada ação específica. Isso não impede outras iniciativas onde empresa ou terceiro setor sejam promotores, nem tampouco reforça a idéia de estado ausente das questões sociais, “estado mínimo” etc.

Toda a problemática envolvendo novas iniciativas sociais de empresas está muito longe de poder ser refletida de forma simplista. Pelo exposto anteriormente, essa questão assume muitas variáveis e concepções diferentes. Do ponto de vista prático, o envolvimento social das empresas, além de novos agentes sociais, a exemplo do terceiro setor, também está longe de ser considerado uma ação trivialmente considerada como comum e universalmente aceita, muito menos hegemônica no que se refere à consolidação de um modelo mais justo e democrático de desenvolvimento. Essa questão, aliás, remete a uma velha indagação de Keynes (BARROS, HENRIQUES, MENDONÇA, 2000), qual seja:

“O problema político da humanidade é combinar três questões: eficiência econômica, justiça social e liberdade individual”.

1.2. Justificativa e objetivos

A chamada “crise do título de utilidade pública” (MODESTO, 2002), a qual as instituições de interesse público e sem fins lucrativos tiveram sua legitimidade abalada, também afetou todo o tecido social, englobando o estado e as organizações privadas, afetando diretamente as estratégias de responsabilidade social das empresas. Essa crise foi provocada pela ocorrência de casos de malversação do dinheiro público via aplicação de projetos supostamente sociais, cuja finalidade real atendia interesses individuais ou de grupos privados. A falta de clareza e democratização nas relações entre estado, organizações sem fins lucrativos e setor privado nas iniciativas, por si só, já provocaria desconfiança nesse tipo de parceria, além de estimular de fato a chamada “pilantrópia”. Isso afetou a articulação entre os atores principais das iniciativas de responsabilidade social. Esse quadro representa, antes de tudo, a hegemonia de uma racionalidade instrumental, onde o individualismo é o ponto central do regime político-econômico (ENRIQUEZ, 1997).

Faz-se necessário, portanto, o surgimento de uma nova racionalidade, cujos princípios e valores devam ser consubstanciados com diretrizes de uma nova ordem econômica, o que não necessariamente representa uma ruptura da estrutura capitalista vigente, mas um novo arranjo institucional e político, cuja articulação entre diferentes atores possa promover o desenvolvimento econômico e social. É exatamente essa articulação que deverá tomar corpo com o surgimento de um setor produtivo-privado alinhado com a gestão das demandas sociais básicas. Nesse último caso a chamada responsabilidade social é um dos principais elementos na articulação das empresas com a questão social e demandas públicas.

No caso da Bahia, uma sociedade supostamente marcada pelo patrimonialismo¹, o envolvimento das empresas e seus líderes em iniciativas de projetos sociais seria, em tese, mais difícil. No entanto, algumas iniciativas positivas indicam casos de sucesso de envolvimento de empresas baianas em projetos sociais ou em práticas da chamada responsabilidade social. Cabe, portanto, compreender o propósito dessas iniciativas sociais e, sobretudo, da efetividade das ações sociais.

Notadamente, as empresas cumpririam um importante papel na quebra da cultura estatista e na consolidação de uma “esfera pública não estatal”, junto com as organizações do chamado terceiro setor. Nesse caso, assume-se que as ações de RSE se dariam no sentido de se tornar uma alternativa de combate às carências sociais e não substituição do estado. Pelo contrário, presume-se que a quebra do monopólio estatal de ação pública, além de conferir um caráter mais democrático a esse novo modelo, facilita o estado consolidar-se no seu papel de promotor do bem comum. Pelo lado do setor privado, mesmo mantendo-se a lógica do mercado capitalista e auto-regulado, a idéia da responsabilidade social serve como estimulador dessa mudança. Esse estudo procura identificar referências sobre os reais efeitos das iniciativas sociais de empresas na Bahia, porém com foco nas indústrias, tendo em vista que as empresas envolvidas na pesquisa pertencem ao setor industrial.

No contexto regional baiano, a imensa fragilidade social e a notável debilidade democrática fazem ressaltar a necessidade de ações articuladas no sentido da melhoria das condições sociais gerais, buscando alternativas que sejam potencializadas pelo fortalecimento democrático do poder local. Os baixos níveis de emprego e renda, o déficit habitacional, violência, analfabetismo, dentre outros, denunciam a enorme carência da sociedade e sua necessidade por ações urgentes e estruturais. Em síntese, as ações de responsabilidade social podem resgatar, ou minorar, a dívida social, além de efetivamente contribuir para a transformação da lógica do poder local. A idéia deste trabalho, portanto, é tentar responder “quais as características das iniciativas de responsabilidade social das empresas do Pólo Industrial de Camaçari?”.

¹ De acordo com Pinho (2001), entende-se por patrimonialismo a pequena distinção entre o público e o privado por uma parcela dominante da sociedade.

Algumas outras questões também fazem parte dessa discussão, sobretudo no que diz respeito aos fatores motivadores das ações sociais empresariais, às alternativas de ações sociais não estatais, à real efetividade das ações sociais, às relações intersetoriais, aos conflitos naturais entre o propósito coletivo das iniciativas sociais e os objetivos de competitividade das empresas privadas, dentre outros.

Dessa forma, os objetivos principais desse trabalho são os seguintes:

- Levantar informações que possam fornecer referências concretas sobre a real efetividade das ações de responsabilidade social das empresas ligadas ao pólo industrial de Camaçari, na Bahia.
- Avaliar qualitativamente a ênfase dada às ações sociais de empresas para a comunidade externa dentre as iniciativas de RSE.
- Identificar alternativas de ação social das empresas, dentro do escopo das possíveis iniciativas com fins públicos e não estatais.
- Buscar referências sobre os possíveis modelos de RSE adotados pelas empresas do pólo industrial de Camaçari.

A pesquisa desenvolvida é de natureza exploratória e comparativa, partindo-se da aplicação de um questionário com perguntas previamente estruturadas. Esse formulário foi elaborado tomando-se como base outras referências de estudos similares, a exemplo dos Indicadores ETHOS de Responsabilidade Social Empresarial, elaborados pelo mesmo Instituto, e da pesquisa sobre Responsabilidade social das Empresas, desenvolvido pelo IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada do ministério do planejamento. Também foram utilizadas como referência outras pesquisas desenvolvidas por alunos do mestrado acadêmico de administração NPGA/UFBA. O foco principal do questionário são as ações desenvolvidas por empresas para as comunidades externas, abordando também outros focos como transparência e parcerias. A comunidade, também um dos indicadores de avaliação de RSE do instituto ETHOS, é entendida nesse trabalho como o mais importante e, portanto, mais ilustrativo dos reais propósitos das indicativas sociais empresariais.

A amostra de empresas pesquisadas contempla basicamente as empresas do Pólo Industrial de Camaçari. Com essas empresas, supõe-se ter uma amostra representativa das ações de RSE, sem se pretender generalizá-la como reflexo de todas as iniciativas sociais empresariais na Bahia e, muito menos, no Brasil. É importante, também, ressaltar que os dados e análises gerados pela pesquisa devem ser entendidos como referências exploratórias e sem a pretensão de ser conclusivo.

Mais precisamente, essa amostra tenta representar o setor industrial na Bahia, tomando-se por base um grupo de empresas predominantemente do ramo petroquímico, embora existam também empresas do setor metalúrgico, bebidas e plástico. Ainda que essas empresas atuem em setores similares da atividade industrial, suas diferentes origens e modelos organizacionais conferem alguma diversidade à amostra, o que valoriza a pesquisa sobre o tema da RSE.

1.3. Hipótese de pesquisa

Em face da problematização apresentada e o tema escolhido para pesquisa, algumas hipóteses surgem naturalmente. A evolução da reflexão sobre o tema, bem como da fase inicial de pesquisa, poderá fazer emergir outras hipóteses ou, até mesmo, modificar as primeiras sugestões. As hipóteses são as seguintes:

1. Os resultados das iniciativas sociais na Bahia ainda são tímidos, diante de sua necessidade.
2. As empresas do meio industrial do pólo industrial de Camaçari envolvem-se na questão da Responsabilidade Social Empresarial de forma legítima, mesmo que associe aos propósitos dessas iniciativas os benefícios de melhoria de sua imagem e, por conseqüência, sua participação no mercado. Ainda que possam existir casos de adoção da RSE como mera ferramenta de disputa do mercado, a maior parte das atividades de RSE pode ser considerada séria e legítima, independente dos resultados efetivamente transformadores de suas ações.

3. As características gerais das ações de RSE no Pólo de Camaçari correspondem à amplitude do tema, por serem amplas e difusas, mas convergem essencialmente para os modelos de sociais de natureza instrumental, quando os objetivos sociais concorrem com objetivos de melhoria de imagem e ganhos de mercado.
4. O foco das ações de RSE é variado, não necessariamente restringindo-se às necessidades sociais das comunidades vizinhas, o que caracteriza objetivos amplos e difusos das iniciativas de RSE no Brasil.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Pobreza e Precarização Social

Não há como discutir a Responsabilidade Social Empresarial sem fazer menção direta ao fenômeno da pobreza, em todas as suas dimensões e manifestações. Especialmente nos chamados países em desenvolvimento, como o Brasil, esse fenômeno surge com mais força, não só por sua manifestação histórica, mas, sobretudo, pela inaceitável estabilidade dos seus indicadores, o que faz da pobreza nesses países algo muito próximo do crônico. O fenômeno da pobreza, no entanto, precisa ser entendido em sua natureza, suas características e seus indicadores, tentando compreendê-lo como um fenômeno social com raízes próprias em cada contexto, porém longe de ser caracterizado como uma variável aleatória. A pobreza, portanto, muito mais do que um pano de fundo para qualquer iniciativa social em países como o Brasil, é sim ponto central, por representar a síntese da enorme dívida social do país.

A compreensão técnica do que é pobreza, de como medi-la e de suas vertentes mais características é, portanto, um passo essencial na discussão do seu enfrentamento. Considerando a RSE, em sua versão legítima, como uma iniciativa que se pretende ser importante, esta precisa encarar a pobreza também não apenas como um simples pano de fundo, mas como um ponto central em relação aos objetivos de suas ações. Mesmo porque, ainda que a RSE englobe um leque muito amplo de ações, desde a ética empresarial, passando pelo ambiente interno, fornecedores, dentre outros focos variados, não faria sentido o debate em torno desse tema sem a vinculação direta com o fenômeno da pobreza.

No contexto mundial, não seriam necessários muitos indicadores e informações para se perceber a rota de precarização global nas últimas décadas. O final do século XX evidenciou uma enorme concentração de renda e problemas sociais e ambientais alarmantes. No final do século passado, 20% da população detinha 86% da renda mundial, o que põe em cheque a própria globalização. O acesso à

informação e conhecimento, por exemplo, também fez parte desse contexto de concentração, nesse caso como poderoso elemento de dominação. Segundo dados do banco mundial, os 10 países mais ricos do mundo eram responsáveis por 84% das despesas com pesquisa e desenvolvimento. Esses países também tinham o controle de 95% das patentes requeridas nos EUA. Outra ilustração, também segundo o banco mundial, os 20% mais ricos do mundo tinham 74% das linhas telefônicas e 93% dos acessos à internet. Para os 20% mais pobres esses números eram, respectivamente, 1,5% e 1% (MATTAR, 2001).

Atualmente, quase a metade da população mundial vive abaixo da linha de pobreza e, ainda segundo o banco mundial, das seis regiões do mundo com presença marcante da pobreza, apenas uma conseguiu reduzir seus indicadores no período entre 1987 e 1998, em um contexto no qual o banco mundial sugere que 1% da fortuna das 200 pessoas mais ricas do globo seria o suficiente para dar educação básica a todas as crianças carentes do mundo. Em um período de 10 anos (1989-1999), enquanto a lucratividade das 100 maiores empresas americanas aumentou duas vezes e meia, a sua empregabilidade caiu discretamente. A demonstração dessa dominação do sistema financeiro sobre o econômico evidencia o desequilíbrio do mercado auto-regulado, ratificando ainda mais que o problema, portanto, não é a falta de recursos, mas a concentração deste. Nesse aspecto, o mercado auto regulado não garantiu a sustentabilidade social por meio de um sistema de troca justo e efetivo para as demandas sociais diversas (MATTAR, 2001).

2.1.1. Pobreza e desigualdade – Parâmetros de medição

A pobreza como manifestação de carências e da falta de atendimento às necessidades básicas do ser humano é um fenômeno complexo. Portanto, para discutir o fenômeno é necessário entendê-lo em suas definições, critérios de mensuração e características técnicas, procurando também situar o fenômeno em contextos sociais diferentes. A compreensão da pobreza e sua definição é um passo essencial no enfrentamento do problema.

Uma diferença conceitual importante é a distinção entre pobreza absoluta e pobreza relativa. Conceitualmente, enquanto a primeira está diretamente relacionada com a sobrevivência física, a segunda – pobreza relativa - relaciona o não atendimento das necessidades ao modo de vida predominante em cada contexto (ROCHA, 2003).

De um modo geral, generalizou-se a utilização do critério de insuficiência de renda como critério de mensuração de pobreza, isso em função da predominância das necessidades humanas serem atendidas por meio de trocas mercantis. Nesse contexto, a chamada linha de indigência é definida pelo valor correspondente às necessidades mínimas nutricionais do indivíduo. No caso da linha de pobreza, trata-se do valor correspondente ao atendimento de um conjunto de necessidades mais amplas do indivíduo. Nesse caso, ainda que as linhas de pobreza e indigência correspondam a abordagens absolutas, a incorporação do padrão de consumo de cada sociedade as aproxima de uma abordagem relativa (ROCHA, 2003).

Nos países pobres ou em desenvolvimento, incluindo o Brasil, com um contingente grande de população carente, é útil a utilização de critérios absolutos de mensuração de pobreza, uma vez que o grande problema são as necessidades básicas e nutricionais. A mensuração prioritária, nesse caso, corresponde ao contingente não atendido pelas necessidades mais básicas de sobrevivência, normalmente alimentares. Segundo Hoffmann (2000), é interessante utilizar-se o conceito de pobreza absoluta no Brasil, por esta separar a pobreza independente do nível de renda dos ricos. Desta forma, a definição de “ser pobre”, dependente dos parâmetros de “pobres” e “ricos”, seria mais facilmente mensurada. Nesse caso, o conceito de pobreza se confundiria com o de desigualdade econômica (HOFFMANN, 2000). No Brasil isso é especialmente útil pelo fato da desigualdade econômica ser, talvez, a maior característica de carência social no país.

A caracterização absoluta da pobreza em países como o Brasil tem, também, a utilidade de contribuir com possíveis políticas públicas específicas, como, por exemplo, no atendimento parcelas populacionais de indigentes, nesse caso caracterizado como parte da população sem acesso à cesta básica alimentar.

Algumas abordagens tentaram criar referências comuns internacionais para níveis de pobreza, seja relativa ou absoluta, porém normalmente infrutíferas, dado às características exclusivas de cultura, alimentação e necessidades humanas gerais de cada região. Atualmente o Banco Mundial adota o valor de US\$1 ou 2US\$ *per capita*/dia como referência de linha de pobreza (ROCHA, 2003). Apesar de uma referência útil, sua aplicabilidade esbarra nas diferenças de cada região no mundo.

Uma outra abordagem de mensuração da pobreza, a chamada *basic needs*, implica que pobreza deve compreender necessidades mais amplas, como educação e habitação, por exemplo, e não apenas necessidade alimentares. Essa abordagem se opõe à abordagem da linha de pobreza por não utilizar o critério da renda como ponto central e por dar ênfase ao caráter multidimensional da pobreza (ROCHA, 2003).

Na linha do *basic needs*, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud) propôs em 1990 o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH). Proposto pelo economista Paquistanês Mahbub ul Haq, O IDH parte do pressuposto de que para aferir o avanço de uma população não se deve considerar apenas a dimensão econômica, mas também outras características sociais, culturais e políticas que influenciam a qualidade da vida humana. Esse índice leva em consideração três fatores básicos: PIB *per capita*, expectativa de vida ao nascer e educação. Esse último fator é avaliado pelo índice de analfabetismo e pela taxa de matrícula em todos os níveis de ensino. Dessa forma, o IDH se diferencia da abordagem *basic needs* essencialmente por incorporar indicadores de renda, nesse caso o PIB *per capita* (ROCHA, 2003).

Em relação aos indicadores de desigualdade de renda, um dos mais utilizados é o índice de Gini. Esse índice varia de 0 a 1 e expressa a desigualdade de uma determinada distribuição (renda, serviços educacionais ou de saúde, por exemplo), de modo que tende a igualdade quando seu valor se aproxima de zero, da mesma forma que quanto mais próximo de 1, mais desigual é a distribuição e maior é a concentração. O índice de Gini é obtido por meio da curva de Lorenz, que é uma representação gráfica construída em função da população e da sua renda. A curva de Lorenz representa pela função definida pela proporção acumulada de pessoas e

a proporção correspondente acumulada de renda. Associada a uma curva de desigualdade praticamente nula, onde a mesma proporção acumulada de pessoas corresponderia ao mesmo valor percentual de renda, essa diferença corresponderia à desigualdade de renda, podendo ser calculada e utilizada para a geração do índice de Gini (CARE, 2005).

2.1.2. Desigualdade e Pobreza no Brasil

Nos anos 70 ficou claro no meio acadêmico e instituições de fomento ao desenvolvimento que o crescimento econômico e a expansão do produto não tinham correspondência direta na sociedade. Evidenciou-se que, mesmo com crescimento econômico e geração de riqueza, a pobreza e marginalidade social permaneciam nos países ricos e a intensa desigualdade social mantinha-se crescente nos países pobres (ROCHA, 2003).

Nas últimas décadas o Brasil tem confirmado a tendência à estabilização dos altos índices de pobreza e concentração de renda. Uma desigualdade histórica, cujos efeitos excluem uma grande parte da população do acesso às condições básicas de vida e cidadania. Segundo Barros, Henriques e Mendonça (2000), o Brasil não é um país pobre, mas um país de muito pobres. Isso implica que os altos níveis de pobreza no país devem-se essencialmente à sua desigualdade estrutural de distribuição de renda e de oportunidades de inclusão social.

De um modo geral, a pobreza no Brasil tem mantido níveis inaceitáveis nas últimas três décadas, ainda que percentualmente, mesmo oscilando, os valores tenham diminuído. Na década de setenta, como chamado “milagre econômico”, houve uma queda acentuada no percentual de pobres, oscilando na década de 80, devido à instabilidade econômica do período. Na década de 90 houve outra melhora a partir do plano real, com a estabilidade dos preços, permanecendo-se nesse patamar a partir de então (ROCHA, 2003).

Entendendo a pobreza como situações de carência em que o indivíduo não atinge um padrão mínimo de vida compatível com os parâmetros socialmente estabelecidos em cada contexto histórico. Mais particularmente ainda,

considerando a pobreza como insuficiência de renda, pode-se ter uma idéia do estágio de pobreza no Brasil quando, em 1999, 14% de sua população viviam em condições de renda abaixo da linha de indigência e 34% abaixo da linha de pobreza, segundo dados da PNAD/IBGE e conforme tabela 1, o que correspondia naquele ano a 22 e 53 milhões de pessoas respectivamente vivendo como indigentes ou pobres (BARROS, HENRIQUES, MENDONÇA, 2000).

Pela tabela 1, pode-se notar que o país atinge um patamar melhor de pobreza a partir da segunda metade da década de 90, permanecendo-se novamente estável a partir de então. Esse novo patamar, embora melhor, ainda se situa em níveis inaceitáveis. Percebe-se, também, que, embora de um modo geral os percentuais tenham diminuído, a quantidade de pobres aumentou consideravelmente, o que demonstra que as alternativas de combate à pobreza, sobretudo via crescimento econômico, não conseguem efetivamente ter sucesso, face ao crescimento populacional e à estrutura de desigualdade no Brasil.

Observando isoladamente o critério da renda *per capita*, o Brasil não está entre o mais pobre do mundo, situando-se no terço mais rico dos países do mundo. Isso justifica o razoável poder político brasileiro e sua liderança na América Latina, bem como alguns indicadores positivos como o desempenho do agro negócio brasileiro, do aço, além da valorização do mercado interno brasileiro pelas grandes corporações. Com base no relatório de desenvolvimento humano de 1999 do PNUD, 64% dos países do mundo têm renda *per capita* abaixo do Brasil e 77% da população mundial vivem em países com renda *per capita* inferior à do Brasil (BARROS, HENRIQUES, MENDONÇA, 2000 p. 26).

Por outro lado, também com base relatório de desenvolvimento humano de 1999, o nível de pobreza no Brasil é sensivelmente maior do que a média dos países de renda *per capita* similar. Por exemplo, enquanto o percentual de população pobre nos países de renda *per capita* similar à brasileira situa-se em torno de 10%, no Brasil esse percentual é de 30%. Isso revela o elevado grau de desigualdade da sociedade brasileira. Para se ter uma idéia, caso o nível de pobreza no Brasil seguisse a média mundial para os países de renda *per capita* similar, o percentual de pobre seria em torno de 8% (BARROS, HENRIQUES, MENDONÇA, 2000).

Tabela 1 - Números sobre a pobreza e indigência no Brasil entre 1977 e 1999

Ano	Percentual de indigentes	Número de indigentes (em milhões)	Percentual de pobres	Número de pobres (em milhões)
1977	17	17,4	39,6	40,7
1978	21,8	23,2	42,6	45,2
1979	23,9	26	38,8	42
1981	18,8	22,1	43,2	50,7
1982	19,4	23,4	43,2	52
1983	25	30,7	51,1	62,8
1984	23,6	29,8	50,5	63,6
1985	19,3	25,1	43,6	56,9
1986	9,8	13,1	28,2	37,6
1987	18,5	25,1	40,9	55,4
1988	22,1	30,6	45,3	62,6
1989	20,7	29,3	42,9	60,7
1990	21,4	30,8	43,8	63,2
1992	19,3	27,1	40,8	57,3
1993	19,5	27,8	41,7	59,4
1995	14,6	21,6	33,9	50,2
1996	15	22,4	33,5	50,1
1997	14,8	22,5	33,9	51,5
1998	14,1	21,7	32,8	50,3
1999	14,5	22,6	34,1	53,1

Fonte: PNAD 1977-1999. Livro (BARROS, HENRIQUES, MENDONÇA, 2000).

Para ilustrar ainda mais o problema da concentração de renda no Brasil, pelos dados da PNAD/IBGE (BARROS, HENRIQUES, MENDONÇA, 2000), o PIB *per capita* no Brasil em 1999 representava mais de 8 e quatro vezes respectivamente a linha de indigência e pobreza. Fica fácil, portanto, associar a pobreza no Brasil à sua desigualdade estrutural, uma vez que a renda per capita demonstra a existência de recursos e concentração de renda a falta de acesso a esses recursos. Esse grau de desigualdade, portanto, seria a única explicação do país ter nos últimos 25 anos mais de 35% de sua população vivendo abaixo da linha de pobreza, mesmo com PIB *per capita* não correspondendo a esse nível de pobreza. Segundo Sonia Rocha (2003) essa intensa desigualdade de distribuição de renda seria resultado de uma dinâmica sócio econômica própria do país, a qual está associada a persistência da pobreza no Brasil.

Utilizando-se o coeficiente de Gini como parâmetro, segundo dados do banco mundial (www.worldbank.org), dentre um grupo de 92 países com informações disponíveis, apenas dois países apresentavam níveis de desigualdade maiores que o Brasil: África do Sul e Malavi. Enquanto o coeficiente de Gini para o Brasil aproximou-se do 0,60, 70 países ficaram abaixo de 0,50 e 40 países ficaram entre 0,30 e 0,40. Os dados da PNAD/IBGE entre 1977 e 1999 mostram uma impressionante estabilidade dos índices de desigualdade de renda. Nesse caso, o coeficiente de Gini variou muito pouco em torno do valor de 0,60 (BARROS, HENRIQUES, MENDONÇA, 2000 p. 38). Vale ressaltar que um dos dois países com desigualdade social pior do que o Brasil, a África do Sul, tem em seu passado recente a marca da política do *Apartheid*, cuja política, institucional, subjugou a grande maioria negra daquele país à marginalidade da sociedade. Isso dá uma dimensão da desigualdade social do Brasil, entenda-se exclusão social, quando este país institucionalmente não adotou nas últimas décadas nenhuma política pública de diferenciação étnica ou algo parecido. A desigualdade social no Brasil pode ser facilmente entendida como uma marca estrutural, ainda que não institucional.

Segundo Barros, Henriques e Mendonça (2000 p.34), no Brasil, a renda média dos 10% mais ricos representa 28 vezes a renda média dos 40% mais pobres. Nos Estados Unidos, Argentina e Colômbia esse valor é, respectivamente, 5, 10 e 15. Por sua vez, segundo o relatório de desenvolvimento humano de 1999 (PNUD), observando-se a diferença entre a renda média dos 20% mais ricos e os 20% mais pobres, no Brasil essa relação supera 30 vezes, enquanto na maioria dos países pesquisados (45 países), essa relação não supera 10 vezes.

Os dados da PNAD/IBGE também mostram que os 10% mais ricos da população brasileira detêm 50% da renda nacional, enquanto que os 50% mais pobres ficam com 10% da renda total. Além disso, o 1% mais rico detêm aproximadamente a mesma renda da metade mais pobre da população, evidenciando uma brutal concentração de renda.

Embora o percentual de pobreza tenha sofrido alguma redução nos últimos 30 anos, a expansão demográfica tem aumentado o número absoluto de pobres e

indigentes, o que agudiza o problema, ao mesmo tempo em que demonstra que o enfrentamento do problema via expansão econômica pode aparentemente melhorá-lo, mas efetivamente não o combate. Esse quando faz da questão da pobreza um problema estrutural, ainda que conjunturalmente possa oscilar. A desigualdade de distribuição de renda é, portanto, o elemento estruturante desse quadro geral de carência e perpetuação da pobreza.

O Nordeste brasileiro talvez seja o exemplo ilustrativo desse problema. Historicamente a região mais pobre do Brasil, chegando em 1980 a representar 49,17% dos pobres brasileiros, o Nordeste, embora também tenha experimentado um declínio geral do percentual de pobres nas últimas décadas, tem demonstrado alguns resultados alarmantes. Segundo Sonia Rocha (2003), ao longo da década de 90 há um leve aumento do nível de pobreza, de 38,54% do total de pobres brasileiros no início do período para 40,23% em 1999, ao mesmo tempo em que sua população declina de 30,4% do total do Brasil, em 1970 para 28,9%, em 1999. Isso demonstra o fracasso das iniciativas de redução das desigualdades regionais. Sonia Rocha mostra ainda que participação do Nordeste na pobreza rural brasileira passa de 45,8%, em 1970, para 68,17% em 1999, caracterizando ali o que ela chama de núcleo “duro” da pobreza no Brasil.

Entendendo a pobreza no Brasil como um fenômeno inaceitavelmente estável e diretamente vinculado com a desigualdade, fazendo o Brasil atingir um maiores índices de concentração de renda do mundo, é fundamental que o enfrentamento do problema passe pela formulação de políticas públicas distributivas, além da ênfase na educação como alternativa distributiva no desenvolvimento do país. Esse enfrentamento, embora coordenado pelo estado, não deve ser apenas prerrogativa sua, mas de outros atores sociais, dado à complexidade e abrangência do problema. Nesse aspecto, as iniciativas de responsabilidade social empresarial podem cumprir um importante papel, na medida em que participe efetivamente na formulação de políticas públicas pertinentes, na prática empresarial mais sadia e na quebra dessa hierarquia socioeconômica vertical, concentradora e excludente. É fundamental, portanto, que todos os atores sociais reconheçam e conheçam a causa raiz do problema da pobreza no país: a desigualdade social.

2.2. Responsabilidade Social Empresarial

O avanço do processo de globalização, a velocidade das inovações tecnológicas e a complexidade do mundo dos negócios, junto com as desigualdades sociais e suas demandas, condicionaram o repensar do desenvolvimento econômico, social e ambiental. Essas disparidades que promovem a simultaneidade entre, por exemplo, avanço tecnológico e exclusão social, fazem da idéia de *desenvolvimento sustentável* uma necessidade objetiva, a qual contemple tanto o aspecto econômico, quanto social e ambiental. Partindo do princípio, segundo Patrícia Ashley e outros (2004), de que o desenvolvimento econômico só possível se alicerçado em bases sólidas, a noção de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) passa pelo desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas por meio de soluções socialmente corretas, ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis.

Em uma visão geral, Cappellin e outros (2002, p. 253) referem à RSE da seguinte forma:

“Promoção da cidadania dos trabalhadores no local de trabalho, ao desenvolvimento de novas atitudes orientadas a conjugar lucro e competitividade com princípios éticos universais, à preservação do meio ambiente e da qualidade de vida da população”.

De forma ainda mais ampla, Ashley e outros (2004, p. 6) definem RSE como:

“Compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange ao seu papel na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. Dessa forma, as empresas assumem obrigações legais, além das exigências legais. Em uma visão expandida, Ashley resume RSE como “toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade”.

A Responsabilidade Social Empresarial genericamente representa a participação do setor privado da sociedade em atividades sociais e, em tese, sem fins lucrativos. Também de forma geral, a RSE expressa a necessidade de participação do setor privado em atividades que, há pouco tempo, eram exclusivas do estado, dado o seu

caráter público. Segundo o instituto Ethos (www.ethos.org.br), uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), criada para sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, a RSE “é uma forma de conduzir os negócios que torna a empresa parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social”. Para o Instituto Ethos, a empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, consumidores, comunidade, governo etc.) e conseguir incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos, não apenas dos acionistas ou proprietários, de modo a tornar as empresas parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa.

Outra influente organização brasileira no incentivo às práticas de RSE é o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase)². Buscando disseminar e fortalecer o pensamento e a ação pautados pela ética e responsabilidade social no meio empresarial, o Ibase procura dar visibilidade a questões específicas, demandas e propostas dos setores em situação de pobreza e exclusão social no debate e na agenda política, de modo a consolidar sujeitos coletivos e a esfera pública, visando estabelecer alianças estratégicas na promoção do bem comum. Nesse contexto, o Ibase trabalha com o projeto *Balanço Social* e RSE, buscando elaborar argumentos e indicadores, bem como consolidar e disseminar conceitos e informações sobre responsabilidade social das empresas (www.ibase.org.br).

Por sua vez, o Instituto Observatório Social (IOS)³ entende a RSE como uma reação das empresas às denúncias de práticas abusivas de poder econômico e desrespeito às relações de trabalho por parte das empresas. Para o IOS, a Responsabilidade Social é um movimento de grandes empresas que visa ajustar suas operações produtivas às expectativas dos atores sociais. O IOS compreende a RSE como uma estratégia de defesa das grandes empresas em resposta aos reflexos negativos da globalização e às denúncias dos movimentos sociais. Dessa forma, o IOS assume uma visão crítica, enquadrando a RSE como uma resposta à

² Criado em 1981, o Ibase é uma instituição de utilidade pública federal, sem fins lucrativos, cuja missão é a construção da democracia, combatendo desigualdades e estimulando a participação cidadã.

³ O Instituto Observatório Social é uma organização que analisa e pesquisa o comportamento de empresas multinacionais, nacionais e estatais em relação aos direitos fundamentais dos trabalhadores. Esses direitos estão assegurados, principalmente, nas convenções da OIT (Organização Internacional do Trabalho).

sociedade, porém no sentido de melhor moldar a empresa à ela e não necessariamente de transformá-la. Nesse contexto, são poucas, portanto, as empresas que assumem ações sociais por filosofia empresarial. Mais objetivamente, o IOS elege três principais fatores motivadores para iniciativas de responsabilidades social das empresas, quais sejam: pressão da sociedade; Sensibilidade dos produtos e serviços à pressão da sociedade; e obtenção de vantagem competitiva (IOS, 2004).

Os exemplos anteriores das três organizações da sociedade civil citadas (Ethos, Ibase e IOS) dão uma idéia geral da noção de RSE no Brasil. A enorme carência social e a necessidade imediata de ampliação dos atores sociais de combate às demandas da sociedade fazem desse tema algo relativamente complexo e amplo, sobretudo porque envolvem interesses não eminentemente públicos, mas que fazem parte da natureza das relações/atividades empresariais. Nesse caso, a discussão sobre RSE ganha a dimensão de legitimidade, quando se estão em questão os reais propósitos da RSE: se público, na medida em que legitimamente busca o bem comum da sociedade e todos os envolvidos na cadeia produtiva de cada organização privada, ou se unilateralmente visa tão somente a melhoria no desempenho empresarial via utilização do chamado *marketing social*. Segundo Gomes (2004), as ações de responsabilidade social devem representar uma mudança mais profunda.

“... a prática da responsabilidade social vai além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade. Significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na qualidade das relações e na geração de valores para todos” (GOMES, 2004, p. 48).

A dimensão da legitimidade é, talvez, a principal discussão no contexto da RSE. Antes de tudo, ela engendra o dilema vivido atualmente entre a competição e a cooperação, quando a necessidade de solidariedade e cooperação na buscas de novos sujeitos transformadores encontram obstáculos na própria lógica de competição das atividades do setor privado, quando este seria um dos sujeitos da cooperação (SCHOMMER, 2000).

Em geral, percebe-se que o conceito de RSE além de amplo, está em constante processo de disputa e desenvolvimento, sobretudo quando visões antagônicas disputam hegemonia e reivindicam a caracterização do tema.

2.2.1. Breve histórico da RSE

As últimas duas décadas marcaram o campo organizacional com a quebra da “autolegitimação” das atividades empresariais. Segundo Cappellin e outros (2002), essa situação era marcada por duas crenças básicas. A primeira credita o estado como único responsável pela questão social, cabendo a ele estruturar e satisfazer todas as demandas da sociedade (saúde, educação etc.). Nesse contexto, cabia ao setor empresarial tão somente a tarefa de gerar empregos. A segunda crença estava relacionada com a certeza de que produzir significava necessariamente desenvolver. Assim, o crescimento da economia de um país corresponderia naturalmente à melhoria das condições de vida da sua população.

Sobretudo nas últimas duas décadas, essa duas crenças perderam espaço em função da perda da capacidade do estado em atender às demandas sociais gerais, em alguns casos observando-se a retirada do estado de algumas funções sociais básicas, em outros, e com mais freqüência, constatando-se a diminuição dos investimentos sociais estatais. Esse contexto evidenciou a decadência do estado do bem estar social e necessidade de incorporação de novos atores sociais na promoção do bem comum. Por outro lado, o quadro geral de pobreza e indigência no mundo e fenômeno da alta concentração de renda em alguns países, especialmente no Brasil, refutou a crença da relação direta entre crescimento econômico e desenvolvimento social.

A quebra dessas crenças e, sobretudo, da pretensa “autolegitimação” empresarial serviram para impulsionar a idéia da responsabilidade social nas empresas, possibilitando a alguns empresários a aceitação da necessidade de uma atuação social mais efetiva, ao mesmo tempo em que gerava na sociedade de um modo geral uma maior cobrança sobre todos os atores sociais, incluindo, dentre esses, as empresas. Isso possibilitou, também, a geração de um novo conceito de excelência

empresarial, incorporando-se aspectos como preservação do meio ambiente, consumo responsável, dentre outros.

No mundo, a primeira grande questão, e a mais emblemática, envolvendo a relação entre ações sociais e empresas diz respeito à briga judicial do caso Dodge *versus* Ford. Por volta de 1916, Henry Ford, acionista majoritário da empresa de mesmo nome, por motivos sociais, resolveu não distribuir parte dos dividendos da empresa, buscando investi-lo produção e salário, dentre outros objetivos, em função da esperada diminuição de receita, fruto da diminuição dos preços dos carros. Essa decisão contrariou frontalmente os interesses dos acionistas John e Horace Dodge, os quais partiram para a disputa judicial. Mais tarde, a suprema corte de Michigan julgou o caso favorável aos Dodges, alegando que a empresa existe para benefício de seus acionistas e que qualquer ação filantrópica pode acontecer desde que favoreçam os lucros (ASHLEY E OUTROS, 2004).

A evolução do capitalismo, mudanças nas relações trabalhistas, além de eventos marcantes como a grande depressão e a segunda guerra mundial, desgastaram a idéia hegemônica até então de que as empresas existem exclusivamente para interesses dos acionistas. A partir dessa quebra de hegemonia, ações sociais sem o retorno direto e imediato para os acionistas começaram a ser aceitas como legítimas e entraram na cena mundial empresarial como parte das estratégias de gestão e funções das organizações. Noções como ética, respeito ao meio ambiente e investimento social passaram a fazer parte do ideário de algumas empresas, sem tampouco representar uma grande ruptura no setor. Logicamente, essas diferentes concepções fizeram parte da discussão sobre gestão das organizações empresariais, tal como ocorre nos dias atuais.

Além disso, a própria decadência do estado-previdência e do estado de bem-estar-social deixaram uma lacuna para a ação de novos atores na busca de melhores condições de vida das pessoas. Surgiram, então, as entidades solidárias e sem fins lucrativos e, na seqüência, as ações sociais empresariais. Nesse último caso, além da noção altruísta de sociedade e das pressões de uma sociedade civil mais forte, as corporações solidárias surgem também por uma visão estratégica de sua função no mercado. (LIMA, 2002)

Um momento marcante na discussão da RSE ocorreu na década de 50, nos EUA, quando o poder econômico das empresas americanas no pós-guerra tinha crescido muito e em detrimento da fragilização industrial de outros países, o que provocou um grande desequilíbrio social e econômico no mundo. Nessa fase, a idéia de filantropia surgiu com força, quando se discutia que as grandes empresas deveriam ajudar por meio de caridade as sociedades menos favorecidas. No final da década de 50 a justiça americana estabeleceu a lei de filantropia empresarial, argumentando que as empresas deveriam também buscar o desenvolvimento social. Na década de 60, cresceu no mundo a idéia de que a responsabilidade social deveria anteceder o lucro. Isso como resultado das pressões da sociedade civil. Na década de 70, por sua vez, consolidou-se a idéia, talvez básica para a sustentação do conceito de RSE, de que as empresas, como atores dinâmicos, dependem das relações estabelecidas com os demais segmentos da sociedade. Durante a mesma década de 70 foram criadas as diretrizes da OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico) para empresas multinacionais e a declaração tripartite da OIT para empresas multinacionais e política social. Esses documentos serviram de referência institucional não só para a condução de atividades vinculadas à noção de RSE, como também serviu para sedimentar seus conceitos e consolidar a responsabilidade social como uma prática comum de empresas (IOS, 2004).

Durante esse período de evolução das iniciativas sociais do setor privado, cuja referência americana é fundamental, vale destacar, em 1953, a publicação do livro *Responsibilities and Businessman*, de Howard Bowen. Esse livro enfatiza formalmente o compromisso social das empresas, ainda que estes valores estivessem, então, em franca evolução e claramente influenciados pela visão filantrópica, fruto da herança protestante e favorecedora do “espírito capitalista”, mas também puritana e impulsionadora das ações filantrópicas (Garcia, 2004).

De um modo geral, em uma breve visão, as décadas de 60 e 70 representam uma evolução crucial nas ações de responsabilidade social empresarial. Nos anos 60 a Europa se destacava por apresentar problemas sociais e suas possíveis soluções via ações sociais empresariais. Por sua vez, as empresas americanas se preocupavam com questões ambientais e em divulgar suas atividades sociais. Os

anos 70 trás a discussão do como e quando as empresas deveriam responder às demandas sociais (Toldo, 2002).

A partir da década de 90, ganha força no mundo uma visão de responsabilidade social além dos limites da tradicional filantropia. Dessa forma, as empresas passam a operacionalizar mais diretamente suas ações sociais, incorporando a RSE como importante elemento de desenvolvimento dos negócios. Vale ressaltar que, embora a imagem da empresa tenha sempre desempenhado um importante papel nos negócios, a partir das últimas décadas esse aspecto da imagem ganha uma dimensão mais forte no mundo globalizado, representado importante fator de vantagem competitiva em um mercado onde o público consumidor, de um modo geral, mostra-se mais esclarecido e com maior poder de influência sobre esse mesmo mercado. É fácil inferir, portanto, que a dimensão *marketing* da RSE passa a representar um importante elemento de desenvolvimento dos negócios, independente de possíveis iniciativas de RSE com propósito social genuíno. Esse poder de marketing tem transformado iniciativas filantrópicas, quando essas apresentavam-se como alternativa morais em um ambiente de troca e busca do lucro, por puras estratégias de desenvolvimento de negócios.

No Brasil, as ações sociais do setor empresarial têm sido historicamente marcadas pela influencia da igreja ou por seus representantes laicos (Garcia 2004). As primeiras discussões sobre RSE no Brasil foram protagonizadas pela Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), a qual, em meadas da década de 70, promove o debate sobre balanço social e cujas atividades marcam o pioneirismo do pensamento das empresas sobre sua dinâmica social no Brasil (ASHLEY E OUTROS, 2004). Vale ressaltar que as associações empresariais vinculadas a instituições religiosas surgiram na década de 60 no Brasil, dando os primeiros passos na direção dos conceitos do que é hoje conhecido como responsabilidade social empresarial. As primeiras referências sobre balanço social devem-se às entidades cristãs e datam de 1961. Em 1965 a ACDE aprova a Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas, dando os primeiros impulsos no país às questões de responsabilidade social empresarial. (Rizzi, 2002)

Na década de 80, as manifestações da sociedade civil em diversas áreas de interesse público e o surgimento das organizações não-governamentais quebram a exclusividade do estado pelo público, abrindo espaço para a participação do seguimento empresarial nas questões sociais gerais. Nesse período se dá a emergência da responsabilidade social no Brasil de forma mais institucionalizada. Na década de 90, o fenômeno das iniciativas não estatais produz grande impacto na vida social do país. Isto fortaleceu ainda mais a participação das empresas com projetos sociais, consolidando a idéia de Responsabilidade Social Empresarial. (Garcia 2004).

Um momento que merece destaque na evolução da RSE no país é a criação de um grupo denominado Pensamento Nacional das Bases Liberais (PNBE), surgido em 1987. Dentre diversas concepções, o grupo indicava um modelo de gestão muito ligado àquilo que hoje é conhecido como RSE. Durante a década de 90 o grupo teve participação política ativa no país, levantando a bandeira da ética e da moralidade pública (Garcia 2004). Isto ajudou a diminuir a relação histórica de favorecimento entre empresas e o estado.

Ainda na década de 90, como em todo o mundo, o debate sobre RSE no Brasil intensificou-se. No caso brasileiro um evento destaca-se: a Rio-92 – Conferência Mundial sobre Meio-Ambiente, quando vários chefes de estado discutiram desenvolvimento econômico sob a ótica da sustentabilidade. A RSE, nesse caso, ocupa um papel importante na interação das empresas com seus públicos diretos e indiretos e com a sociedade de um modo geral.

Outro fato marcante na década de 90 foi a constituição do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), criado em 1995, cujo objetivo era aperfeiçoar e difundir os conceitos e práticas relacionados à responsabilidade social de empresas. A partir de momento, as iniciativas sociais empresariais ganharam maior impulso, inclusive aumentando a institucionalização e qualidade de gestão dos projetos sociais. Tal como o GIFE, a criação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, em 1999, aumentou ainda mais a difusão da idéia de gestão socialmente responsável, aglutinando um número grande de empresas em torno do instituto (Garcia 2004).

É importante lembrar, também, outros momentos marcantes da evolução da responsabilidade social no Brasil. Em 1982 a Câmara Americana do Comércio de São Paulo lança o prêmio Eco de cidadania empresarial, o qual mantém-se até os dias atuais. Em 1984, a Nitrofertil publica o seu balanço social, inaugurando esse tipo de prática entre as empresas brasileiras. Em 1993, Betinho⁴ lança a Campanha Nacional da Ação da Cidadania contra a Fome, com o apoio da entidade Pensamento Liberal das Bases Empresariais (PNBE). Também Betinho, em 1997, lança um modelo de balanço social e cria o selo do balanço social. Em 1998 é fundado o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. (Toldo, 2002)

2.2.2. Concepções, dimensões e tipos de envolvimento de empresas na área social

O amplo universo de visões sobre o conceito de Responsabilidade social Empresarial expressa a disputa no entorno dos seus fundamentos, sua operacionalização e, sobretudo, das suas conseqüências para o mundo real. Várias concepções, muitas vezes conflitantes ou até antagônicas, cobram legitimidade e disputam a hegemonia do tema.

Uma primeira premissa adotada nesse trabalho é considerar como RSE as ações praticadas além do exigido pela lei. Embora algumas concepções de RSE restrinjam suas práticas ao limite das responsabilidades estritamente empresariais e das obrigações legais, entende-se, nesse trabalho, que não faz sentido restringir a responsabilidade social tão somente ao cumprimento da lei.

Segundo Cheibub e Locke (2002), há na literatura geral do tema quatro modelos básicos das diferentes formas como as empresas podem praticar a chamada responsabilidade social. Esses se enquadram em duas dimensões básicas. A primeira dimensão diz respeito aos *beneficiários das ações das empresas*, sendo esta dividida em dois modelos básicos: De um lado, dentro de uma visão mais liberal, os acionistas ou donos são os beneficiários diretos; de outro, entende-se

⁴ Herbert de Souza, sociólogo Brasileiro.

como público beneficiário todos os grupos que têm alguma relação com a empresa, dentre eles os funcionários, consumidores, comunidades, acionistas etc.

A segunda dimensão enfoca os fatores *motivadores* das ações sociais empresariais. Nesse caso existem, também, dois modelos principais. O primeiro diz respeito à motivação instrumental, quando as ações atendem interesses imediatos da empresa. O segundo modelo, relativo às motivações de ordem moral ou valorativa, enfatiza a necessidade de ações sociais mais amplas que os interesses restritos da empresa. O quadro 1, a seguir, mostra uma visão esquemática dos quatro modelos e suas duas dimensões.

Quadro 1 - Modelos de responsabilidade social

Motivação Beneficiários	Instrumental	Moral
Acionistas/Donos	<i>Produtivismo</i>	<i>Filantropia</i>
Stakeholders	<i>Progressista</i>	<i>Idealismo ético</i>

Fonte: Cheibub e Locke (2002)

O cruzamento das duas dimensões e respectivos modelos tipifica, segundo Cheibub e Locke (2002), os quatro campos de visão sobre RSE, normalmente encontrados na literatura, o delimita, também, as práticas comumente encontradas nas ações sociais das empresas. A Filantropia e o idealismo ético correspondem às ações de ordem moral/valorativa, porém com focos de abrangência bastante diferentes. Esses dois modelos entendem que as empresas também são atores sociais e, com mais recursos, devem assumir responsabilidades diretas sobre a realidade social. O campo progressista, embora esteja focado em interesses próprios da empresa, possui uma abrangência mais ampla, em tese envolvendo toda a cadeia produtiva e todos os envolvidos, direta ou indiretamente, com as atividades da empresa e, portanto, democraticamente melhor enquadrado. O progressista vê, portanto, a RSE como instrumento gerencial de ganho de competitividade. O campo do produtivismo, por sua vez, segundo a literatura

corrente, denota ausência de legitimidade da RSE, uma que essencialmente em ganhos para a empresa, ao mês mo tempo que privilegia seus donos e acionistas.

Vale frisar, no entanto, que esses quatro modelos tipificados nesse trabalho correspondem às diferentes práticas de RSE, porém sem estar relacionado com infração da lei, nem tampouco corresponder a algum tipo de prática de corrupção ou da chamada “pilarantropia”. O produtivismo, por exemplo, pode ser relacionado com uma visão mais liberal, do ponto de visto político/econômico, portanto identificada com a idéia de estado mínimo e do papel da empresa como exclusivamente de geração de lucro e empresa, sem necessariamente envolver algum tipo ação ilegal. Por outro lado, ações de RSE que extrapolem as exigências legais podem ser estimuladas por razões unilaterais de ganhos para a empresa, sem ser filantrópica e sem se enquadrar na idéia de produtivismo, nem tampouco praticar alguma ação fora da lei. Essa discussão dá uma idéia da complexidade da questão da responsabilidade social das empresas.

No campo das atividades de sociais de empresas legitimamente aceitas, uma discussão recorrente é a diferença entre filantropia e responsabilidade social. Em relação à tipologia do quadro 1, essa diferenciação se enquadraria basicamente na dimensão motivadora de ordem moral. Para Toldo (2002), os aspectos mais significativos na diferenciação dos dois tipos de ação é a *ajuda* e o *comprometimento*. No caso da filantropia, suas ações são pautadas e ações desvinculadas de um maior envolvimento com as demandas sociais, ressaltando a idéia de *ajuda*. As ações de responsabilidade social, por sua vez, estão diretamente ligadas à necessidade das empresas contribuírem com o bem estar social, além da satisfação dos seus clientes, e ao *comprometimento* inerente a essas atividades.

Baseado nos trabalhos de Carroll, Donaldson e Dunfee, Frederick e Wood *apud* Ashley e outros (2004), classifica os argumentos favoráveis à RSE em duas linhas básicas: ética e instrumental. A primeira sustenta-se por valores morais, princípios religiosos ou normas sociais, sugerindo que as empresas devem se comportar de maneira socialmente responsável, independente do benefício delas. A linha instrumental, por sua vez, associa o comportamento social das empresas à melhoria do seu desempenho econômico, fazendo uma associação de

conveniência entre sua maior consciência social e a obtenção de maior vantagem competitiva. Fazendo uma alusão aos modelos de Cheibub e Locke (2002), essa tipificação é similar à sua dimensão dos fatores *motivadores*, quando estes distinguem motivações de ordem moral e instrumental. As duas linhas de ações de RSE, ética e instrumental, também podem ser caracterizadas respectivamente como *pré-lucro* e *pós-lucro*.

Peter Drucker *apud* Ashley e outros (2004) argumenta que a necessidade da atuação socialmente responsável cresce ainda mais para as empresas bem-sucedidas, com o objetivo de diminuir os problemas sociais e, assim, melhorar a sustentabilidade das empresas. Sua visão se enquadra, portanto, no modelo progressista, por contemplar uma abrangência ampla, mas com sua lógica instrumental focada na empresa.

Uma visão diferente e que, de alguma forma, mistura dimensões moral e instrumental é a apresentada por Keith Davis *apud* Ashley e outros (2004). Para o mesmo Davis, as empresas têm obrigações em abordar diretamente alguns problemas da sociedade, visto que as atividades das empresas implicam em custos para a sociedade. No entanto, as ações sociais têm custos e estes devem ser repassados para seus produtos.

O modelo progressista também pode ser associado aos vetores da responsabilidade social, indicados por Melo Neto e Fróes *apud* Ashley e outros (2004). Os vetores, mostrados na figura 1, representa os principais focos das ações de RSE, os quais direcionam a gestão empresarial, onde também fica clara a idéia instrumental de benefício da empresas, porém abrangendo outros focos importantes.

Por sua vez, Cappellin e outros (2002) classificam as atitudes da empresas em relação ao tema da responsabilidade social, de modo a refletir o amplo espectro de envolvimento das empresas, desde o desinteresse puro e simples até o empenho prático e intelectual na gestão de projetos sociais. Desse modo, as atitudes das empresas são classificadas em três dimensões. A primeira, quando as empresas reconhecem as questões sociais como *pertinentes*. A segunda, quando as empresas se mostram *disponíveis* a alocar recursos (financeiros, técnicos etc.). A

terceira, quando elas se dispõem a ampliar a *gama dos atores* envolvidos em ações sociais. Essa classificação não tem intenção valorativa sobre os sujeitos da RSE ou quais os reais objetivos das ações sociais de empresas, mas é útil para entender os níveis de envolvimento em sua característica mais marcante, a atitude.

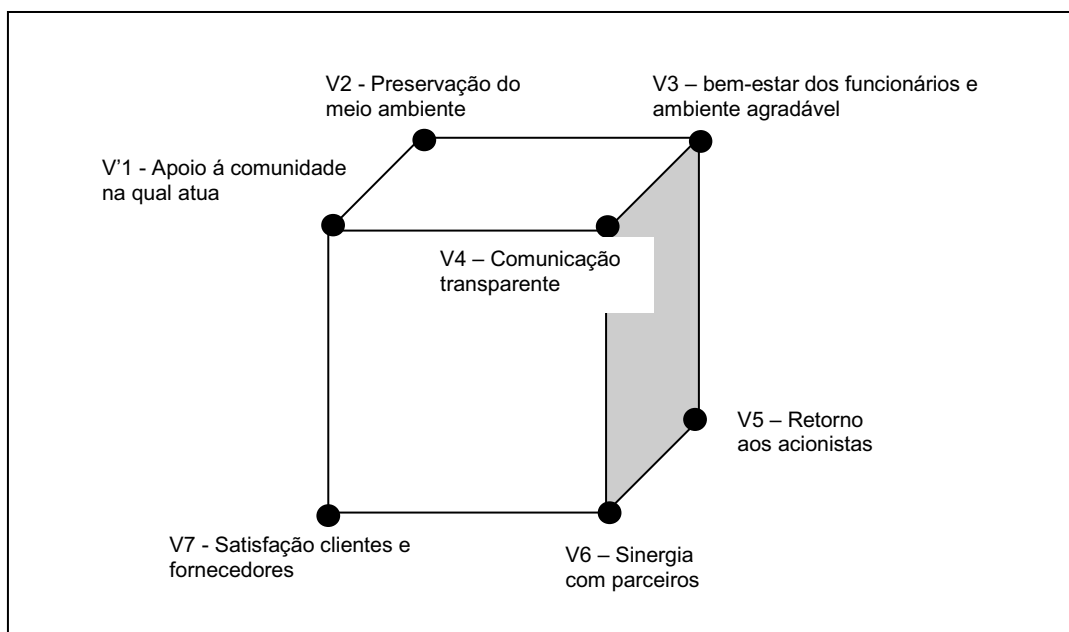


Figura 1- Vetores da responsabilidade social

Fonte: Baseado em Melo Neto e Froes *apud* Ashley e outros (2004)

Aprofundando-se mais no tema, Cappellin e outros (2002) cria uma tipologia de percepções e ações das empresas em relação à responsabilidades social. Para isso, classifica em sete níveis diferentes. Na descrição resumida desses sete níveis, à seguir, procura-se fazer uma analogia com os modelos de Cheibub e Locke (2002), adotados nesse trabalho como tipologia básica dos modelos de RSE.

- **Desenvolver cooperação** – Representa a percepção dos problemas sociais e de sua pertinência às atividades empresariais, incentivando as empresas a criarem ações cooperativas com organismos estatais ou privados. Também não deixa objetivar interesses das empresas na resolução de problemas de afetam elas próprias. Pode-se associar ao modelo de *Progressitas* (quadro

1), dado a abrangência dos envolvidos nas ações sociais, porém mantendo alguma lógica instrumental.

- **Conjugar ética e economia** – Parte do reconhecimento da função social da empresa, incentivando as organizar-se a partir de princípios éticos e morais. Reconhece, também, adoção dessa postura como vantajosa para as empresas. Nesse caso, pode-se associar a um híbrido entre os modelos *moral* e *instrumental*, em sua dimensão *motivação* (quadro 1).
- **Prioridade econômica** – Prioriza metas estritamente econômicas. Parte do princípio de que ações sociais representam custos e que podem ser evitadas ou adiadas em situações de dificuldade. Esse nível pode ser associado o modelo *produtivismo* de Cheibub e Locke (2002), porém deve estar mais próximo das concepções contrárias à RSE, notadamente representada pelo pensamento de Milton Friedman.
- **Opção pessoal** – Reconhece a importância da RSE, mas não assume envolvimento direto da empresa. Remete à participação individual de membros da organização e, na maioria das vezes, procura contribuir de forma filantrópica e distante. Representa tipicamente o modelo *Filantropia* do quadro 1.
- **Externalidades positivas** – Compreende que a função da empresa é de promoção econômica, cabendo ao estado as funções sociais. No entanto, pode envolver-se em ações sociais, desde que tragam vantagens comparativas (externalidades positivas). Representa o modelo *produtivismo* de Cheibub e Locke (2002), dada a sua exclusiva preocupação com as empresas e sua visão instrumental na RSE.
- **Segurança pública** – Restringe suas ações à questão da segurança pública, devido à compreensão da pertinência desta questão com as empresas. O foco é a empresa, visto o problema da segurança ameaça a sobrevivência desta. Também pode-se ser associado ao modelo *produtivismo*, devida ao seu caráter instrumental é foco na empresa.

- **Metas de médio e longo alcance** – Percebe a gravidade e os impactos dos problemas sociais, também pertinentes às empresas, e reconhece a necessidade de medidas profundas e de longo prazo. As empresas estariam envolvidas, inclusive mudando sua postura e cultura. Face à expectativa de transformação profunda e ampla abrangência da RSE, esse nível pode ser associado ao *Idealismo ético* de Cheibub e Locke (2002).

Restringindo-se à questão das dimensões da RSE, um modelo que tenta ilustrá-los é a Mandala de Empresa Socialmente Responsável, apresentado em Ashley e outros (2004) e ilustrado na figura 2. Trata-se de um modelo relacional que tenta demonstrar a inserção da empresa sociedade e ambiente. No modelo, quanto mais dimensões incorporadas (vértices), mais ampla é a abordagem de RSE, procurando enquadrar a empresa como resultado de ao longo do tempo de do espaço e quebrando a idéia da empresa como centro da sociedade.

Esse modelo apresenta as dimensões básicas da RSE. A primeira, a dimensão das *relações político-sociais*, apresenta o estado, a sociedade e a sociedade civil organizadas como parâmetros. Representa mais fortemente a responsabilidade social nos negócios, bem como as parcerias intersetoriais em ações sociais. A segunda dimensão, em preto na figura 2, é a das *relações de produção e distribuição internas*, representando o tipo da empresa (capital misto, sociedade anônima etc.) e, sobretudo, as estratégias de gestão utilizadas. Outra dimensão, do *core business*, representa os objetivos principais e históricos da empresa. Na mandala, essa dimensão é parametrizada pelos fornecedores, compradores, ecossistemas e ciência e tecnologia. Por último, a dimensão tempo/espaço, expressa que qualquer ação empresarial representará impactos no tempo e no espaço, procurando contextualizar que as organizações são construções sociais e dinâmicas, cuja evolução histórica as distancia da visão conservadora e de estreitos modelos econômicos e empresariais.

O modelo da mandala não visa apresentar uma tipologia das diferentes ações de RSE, mas sim mostrar as diferentes dimensões envolvidas no tema. Fazendo uma alusão ao modelo de Cheibub e Locke (2002), apresentado no quadro 1, a mandala não faz alusão aos fatores motivadores, porém pode apresentar, de alguma forma,

a amplitude dos beneficiários das ações sociais. Sem representar juízo de valor sobre o foco principal, mas demonstrando outros públicos beneficiários, pode-se inferir sobre o foco das ações de RSE, se para os donos/acionistas ou *stakeholders*, tal como modelo do quadro 1.

No entendimento do Instituto Observatório Social (IOS), os conceitos de RSE combinam quatro funções principais: *Responsabilidade econômica*, quando a função da empresa é produzir bens e serviços; *Responsabilidade legal*, ressaltando o respeito às leis; *Responsabilidade ética*, comportamento ético esperado pela sociedade; e *Responsabilidade filantrópica*, quando as empresas assumem ações sociais de forma voluntária e sem expectativas por parte da sociedade (IOS, 2004).

Em relação ao modelo de referência para RSE adotado nesse trabalho, de Cheibub e Locke (2002), apenas a última caracterização (filantrópica) do IOS se enquadra no modelo. As demais categorias são entendidas de um modo geral na literatura do tema apenas como obrigações básicas das empresas, e não propriamente ações de responsabilidade social. No caso da *responsabilidade econômica*, esta se enquadra na visão liberal clássica de oposição às práticas de RSE pelas empresas.

Observando-se os conceitos de RSE segundo o observatório social, percebe-se que em nenhum momento é considerado algum tipo de visão genuinamente transformadora da realidade social. Pelo contrário, o IOS entende as ações de responsabilidade social como estratégia de manutenção do mercado para as empresas e sua sobrevivência em longo prazo. Nesse contexto, não convém às empresas apenas a geração do lucro e cumprimento das leis, mas sim uma maior interação com outros atores determinantes da sobrevivência da empresa. Para isso é importante uma relação positiva com esses atores. Percebe-se, portanto, uma visão mais pessimista da RSE e que, de certo modo, não reconhece a legitimidade das ações de responsabilidade social como um movimento verdadeiramente transformador.

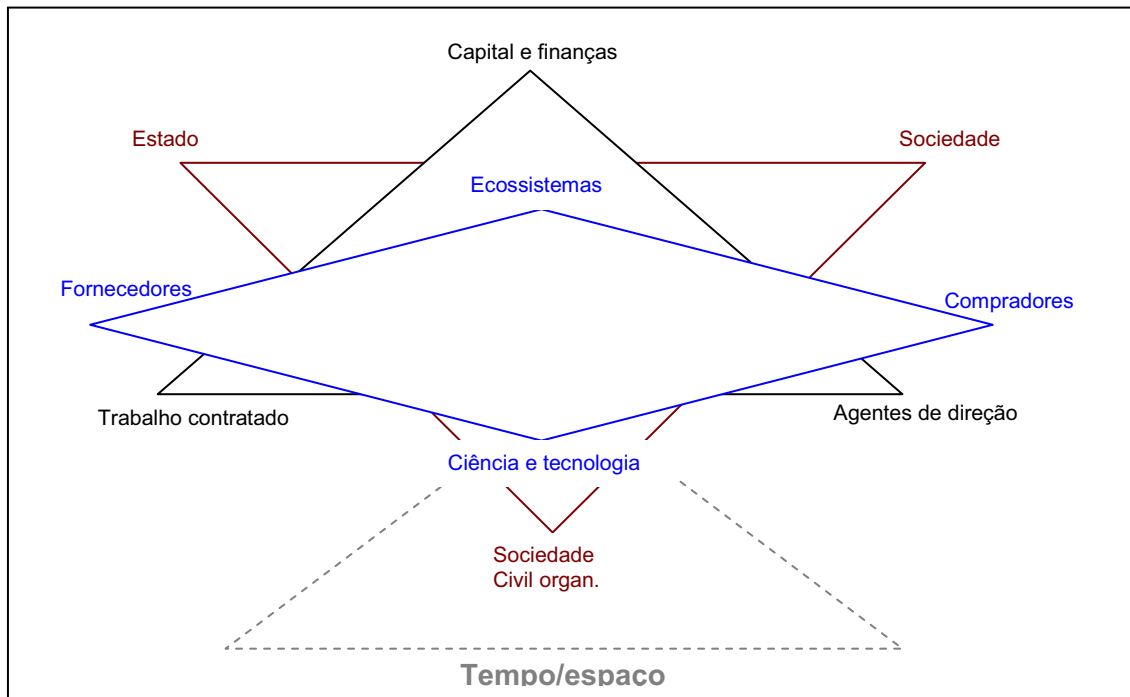


Figura 2 - Mandala da empresa socialmente responsável⁵

Por outro lado, o IOS reconhece a idéia de responsabilidade social como cultura empresarial, quando as ações de RSE são efetuadas “anteriormente ao lucro” (pré lucro). Para melhor compreender essa visão, o quadro 2 mostra essas diferentes visões segundo os propósitos moral e instrumental e sua característica pré ou pós lucro.

Quadro 2 – Visões sobre responsabilidade social segundo o IOS

<u>VISÕES SOBRE RSE</u>	Instrumental	Moral
Após o negócio	<i>Retorno para os acionista e pagamento de impostos</i>	<i>Investimentos em ações filantrópicas</i>
Integrada ao negócio	<i>Estratégia de negocio para a perpetuação da empresa</i>	<i>Cultura empresarial. Contribui para o desenvolvimento da sociedade</i>

Fonte: INSTITUTO OBSERVATÓRIO SOCIAL, 2004.

O quadro 2 traçam algumas visões sobre RSE bastante semelhantes com os modelos de referência nesse trabalho, de Cheibub e Locke (2002), mostrados no

⁵ Fonte: Ashley e outros (2004, p46)

quadro 1. Dentre os quatro campos de visão sobre RSE apresentados no quadro 1, o *idealismo ético* se assemelha à *cultura empresarial incorporada à RSE* (citada no IOS), não só pelo enfoque moral, mas por considerar genuinamente a necessidade de estruturar a empresa para o desenvolvimento da sociedade onde ela atua. Nos demais campos de visão do quadro 2, os seus conteúdos também se assemelham aos modelos de Cheibub e Locke (2002), porém mudando a dimensão beneficiários para visões pré e pós lucro. Nesse caso, a visão da RSE pós lucro se aproxima dos acionistas/donos por permitir ações de RSE apenas quando os negócios estiverem garantidos. Por sua vez, a visão pré lucro se assemelha à idéia dos stakeholders por incorporar a RSE à estratégia de gestão da empresa, o que implica em maior interação com diferentes públicos.

Em relação especificamente ao Brasil, segundo o IOS há predominantemente dois modelos básicos de responsabilidade social em curso. O primeiro é espelhado nas experiências americanas da década de 50 e o segundo, mais emergente no país, é inspirado da social democracia europeia das décadas de 80 e 90. O IOS, indo mais além, traça as principais características do modelo hegemônico de RSE no Brasil, quais sejam (IOS, 2004):

- ✓ Elaborado unilateralmente pela empresa. Portanto sem participação dos trabalhadores e suas entidades representativas.
- ✓ Essencialmente filantrópico (em participação nos processos de produção).
- ✓ Forte ênfase no *marketing* social.
- ✓ Participação dos trabalhadores limitada às atividades voluntárias.
- ✓ Discursos das empresas sem a efetiva correspondência em benefícios aos trabalhadores.
- ✓ Falta de compromisso e ações sobre a cadeia produtiva.

Mais uma vez, a visão do IOS sobre o modelo predominante de RSE no Brasil segue uma visão pessimista, porém sem parecer algo exagerado ou ideologicamente distorcido, sobretudo porque procura enquadrar os pontos centrais das deficiências nos programas sociais das empresas no Brasil. Porém, observando-se a tendência emergente dos programas de RSE no Brasil, algumas inovações positivas já são percebidas. São elas:

- Trabalhadores reconhecidos como principais partes interessadas.
- Referência a temas importante como segurança no trabalho, trabalho infantil, saúde etc.
- Algumas empresas já reconhecem a RSE como incorporada a seus processos de produção e não apenas como ações filantrópicas.
- Preocupação inicial com a cadeia produtiva.
- Inclusão da transparência e acesso a informações como parte da RSE.
- Entendimento das ações filantrópicas como públicas, sem intenção de substituí-las.
- Reconhecimento de normas internacionais, sobretudo convenções da OIT e diretrizes da OCDE.
- Ocorrência de acordos globais com sindicatos internacionais.

Nesse caso, percebe-se uma tendência emergente bem positiva para a RSE. Esses pontos, porém, ainda são considerados incipientes e iniciais, porém já se apresentando como contraponto da visão de RSE tradicional no país, de influência americana.

Percebe-se pela discussão anterior que a questão da geração de riqueza e legitimidade engendra naturalmente ao conflito conceitual entre filantropia e responsabilidade social. Embora a primeira faça parte da segunda nesse amplo universo de concepções sobre ações sociais empresariais, conforme visto nas tipologias apresentadas, a filantropia carrega alguns valores consagrados e, muitas vezes, conflitantes com visões mais atuais sobre RSE. Segundo Garcia (2004), no debate teórico do tema, frequentemente atribui-se à filantropia um caráter amador e despolitizado, de modo a se afirmar como prática alheia às relações e vínculos sociais de seus promotores e beneficiários, muitas vezes indicando uma prática restrita e paternalista. Ainda segundo Garcia (2004) a necessidade de distinção entre ações de responsabilidade social e ações filantrópicas não se dá uma questão de abrangência, mas por uma questão de diferença conotativa, em que, segundo a autora, “a responsabilidade social aparece como portadora de valores considerados mais consistentes e fomentadores de capital social”. O quadro 3, segundo Garcia (2004), indicam algumas diferenças básicas entre responsabilidade social e filantropia.

Quadro 3 – Diferenças básicas entre filantropia e responsabilidade social

FILANTROPIA	RESPONSABILIDADE SOCIAL
Motivações humanitárias.	Sentimento de responsabilidade
Participação reativa; ações isoladas.	Participação pró ativa; ações mais integradas.
Relação com o público-alvo é de demandante/doador.	Relação com o público-alvo é de parceria.
Ação social decorre de opção pessoal dos dirigentes.	Ação social incorporada na cultura da empresa e envolve todos colaboradores.
Resultados reduzidos à gratificação pessoal de poder ajudar.	Resultados são preestabelecidos e há preocupação com cumprimento dos objetivos propostos.
Sem preocupação de associar imagem da empresa à ação social.	Busca-se dar transparência à atuação e multiplicar as iniciativas sociais.
Sem preocupação em relacionar-se com o estado.	Busca-se completar a ação do estado, em uma relação de parceria e controle.

Fonte: Garcia, 2004

Observa-se, portanto, uma clara distinção entre uma visão mais moderna e integrada da responsabilidade social e a filantropia. Vale salientar que a influência hegemônica no Brasil é a americana, com suas já citadas herança protestante e “espírito capitalista”, o que propicia as ações sociais empresariais do cunho filantrópico, segundo o modelo da *corporate phylanthropy*. Como contraponto a essa visão, vale citar a vertente de responsabilidade social inspirada em países com Itália, Suécia e Inglaterra, cujos modelos de proteção social são mais abrangentes. Segundo Garcia (2004), nessas sociedades a idéia de cidadania implica em compreender serviços sociais como direitos. Nesse caso, a participação das empresas em ações sociais assume uma conotação mais politizadora e integrada a acordos sociais mais amplos.

2.2.3. Outros aspectos da Responsabilidade Social Empresarial

Além dos modelos possíveis de RSE e suas implicações reais para a sociedade, Cheibub e Locke (2002) argumentam a necessidade de incorporação da dimensão política à discussão sobre a RSE, na medida em que envolve as conseqüências políticas para a sociedade, sobretudo no que se refere incorporação de direitos e

legitimação por parte do estado. Assim, as empresas participam, dentre outras formas, como novos atores sociais e tensionadores desse novo *status quo*. Nesse caso, apenas para se ter uma idéia da sua dimensão política, caso as empresas praticassem a RSE ao extremo, ao ponto de garantir o bem estar dos trabalhadores (moradia, saúde etc.), essa situação tenderia a um desequilíbrio na sociedade, na medida em que incorporaria o poder social ao seu já consolidado poder econômico das empresas, reduzindo a esfera pública e fragilizando a noção de cidadania como direito público garantido pela sociedade. Na prática, esse contexto poderia esvaziar o espaço da cidadania, visto que sua conquista é uma obrigação de toda a sociedade e não de parte dela, por mais que essa seja forte. Essa dimensão política seria, portanto, seria mais um objeto importante de discussão sobre a questão da RSE, além dos aspectos moral e econômico, normalmente focados, conforme inquirido do quadro 1.

Outras dimensões importantes sugeridas por Ashley e outros (2004) são a ética e a cultura. Segundo os autores, ética, cultura e valores morais são inseparáveis em qualquer noção de responsabilidade social. Nesse caso, a ética e valores morais são dimensões complementares. A moral pode ser entendida como um conjunto de valores e regras de comportamento julgadas corretas ou desejáveis pela coletividade. A ética, por sua vez, mais sistematizadas, corresponde a uma teoria de ação rigidamente estabelecida. Essas duas dimensões, portanto, servem como pilares de sustentação das ações de RSE.

Para o instituto Ethos, a ética é a base da responsabilidade social, expressa nos princípios e valores adotados pela organização. Não há responsabilidade social sem ética nos negócios. Não adianta uma empresa pagar mal seus funcionários, corromper a área de compras de seus clientes, pagar propinas a fiscais do governo e, ao mesmo tempo, desenvolver programas voltados a entidades sociais da comunidade. Essa postura não condiz com uma empresa que quer trilhar um caminho de responsabilidade social. É importante haver coerência entre ação e discurso.

No entanto, como ressalta Gomes (2004, p. 41), uma empresa ética não necessariamente é uma empresa socialmente responsável, pois não significa que

suas práticas vão além das suas obrigações éticas, notadamente incluindo nesse contexto suas obrigações fiscais, trabalhistas, os compromissos com os clientes, dentre outras. Por outro lado, uma empresa socialmente responsável necessita ter uma conduta rigidamente ética, casos contrários suas ações sociais perderiam o sentido. Essa reflexão, porém, exige uma conceituação do que representa uma empresa ética. Segundo Manhães (1999, p. 28 apud GOMES, 2004), “ética empresarial é o comportamento da empresa quando ela age em conformidade com os princípios morais e as regras do bom proceder aceitas pela coletividade”.

Para se ter clarezas da relação entre a gestão das organizações e suas ações sociais e, por consequência, da relação ética das empresas com o tema, dois aspectos se destacam. O primeiro é o nível de comprometimento das empresas com suas ações de RSE. A segunda é o nível de entendimento sobre a RSE (ASHLEY E OUTROS, 2004). No primeiro caso, esse compromisso serve como indicador dos reais propósitos da empresa com suas iniciativas sociais. Fazendo uma alusão aos modelos de Cheibub e Locke (2002), mostrado no quadro 1, talvez caracterizando suas ações na dimensão *motivação*, se *instrumental* ou *moral*. Por sua vez, o nível de entendimento caracteriza o aprofundamento da idéia de responsabilidade social, podendo afetar diretamente os objetivos centrais da RSE, talvez caracterizando beneficiários das ações sociais, se apenas voltado para donos e acionistas ou para os chamados stakeholders. Nesse último caso, um maior entendimento sobre a RSE e um maior nível de consciência sobre o papel social das empresas de implicar em ações sociais das empresas que verdadeiramente atinjam toda sua cadeia produtiva e um leque amplo da sociedade em geral.

Para uma melhor compreensão da discussão sobre RSE é importante entender para quem se destinam essas ações sociais. Embora a RSE parta da idéia de contribuição à melhoria das condições sociais gerais, é importante que se entenda que essas ações precisam ter foco, sobretudo porque normalmente são concebidas a partir de programas planejados, estruturados e geridos para objetivos específicos. Além disso, a própria amplitude do tema reforça a necessidade de definição dos públicos beneficiados, para que as ações de RSE não se percam no seu nebuloso

espectro de concepções. Nesse sentido, surge a teoria dos *stakeholders*, como definidor dos públicos-alvos das ações de RSE.

A empresa, de um modo geral, pode ser vista como uma rede de relacionamentos entre os seus *stakeholders*, os quais correspondem aos indivíduos, grupos, organizações e instituições que afetam ou sejam afetados pela empresa. Mais especificamente, podem-se destacar acionistas, clientes, fornecedores, estado, comunidades e empregados como os principais grupos de *stakeholders*. O perfil de RSE, em geral, está baseado na combinação de ações orientadas para esses diferentes públicos. No entanto, o foco da gestão da empresa poderá ser definido pela disputa de hegemonia e poder na orientação para diferentes públicos.

A partir da evolução recente das concepções de gestão empresariais e, sobretudo, contrastando-se com a visão clássica de Milton Friedman – empresa voltada exclusivamente para seus acionistas – pode-se inferir, tal como argumenta Ashley e outros (2004), que empresa socialmente responsável é aquela que atende às expectativas dos seus *stakeholders* atuais e futuros, na visão mais radical de sociedade sustentável.

É importante salientar que a atenção aos *stakeholders* também pode ser encarado como uma necessidade das empresas em sua relação com o mercado e sua evolução. Cappellin e outros (2002) argumentam que a globalização e alta concorrência dos mercados remetem as empresas na busca de outros canais de relacionamento, de modo a manter uma maior sintonia com o mercado. Esse processo estimula as empresas a buscarem os diversos espaços de interlocução, incluindo, dentre outros, sindicatos de trabalhadores, associações empresariais, fornecedores e instancias estatais. Dessa forma, empresa e sociedade convivem em uma rede de trocas ampla e flexível, abrangendo todos os diferentes públicos relacionados direta e indiretamente com a empresa. Essa rede de relações que envolvem a sociedade e a empresa é, portanto, uma necessidade da empresa, inclusive em função de sua evolução organizacional e tecnológica, por necessitar sempre de adaptações e de maior sinergia entre as partes.

Para uma melhor compreensão do que representam os *stakeholders* como análise dos diversos públicos empresariais, Lettieri (2004) apresenta três modelos,

segundo a literatura do tema. O primeiro modelo, proposto por Preston & Post (1981 *apud* LETTIERI, 2004), sugere que as ações de responsabilidade social das empresas sejam analisadas a partir do envolvimento *primário* ou *secundário* com o ambiente social. O envolvimento primário diz respeito às atividades essencialmente econômicas das empresas e, portanto, de caráter fundamental para a sua sobrevivência. Contratações de funcionários, novos investimentos e comercialização de produtos são exemplos de envolvimento primário. Por sua vez, o envolvimento secundário o impacto ambiente no ambiente social que envolve as empresas, causadas pelas atividades do envolvimento primário. Desse modo, entende-se que todas as ações primárias das empresas podem refletir direta ou indiretamente sobre clientes, comunidade ou outros públicos relacionados com a empresa.

O segundo modelo, proposto por Freeman & Gilbert (1987 *apud* LETTIERI, 2004), partindo da idéia *à priori* de que *stakeholder* é qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou ser afetado pela empresa, sugere a identificação de grupos de interesse, o que aumenta a precisão do modelo na identificação dos públicos-alvos. O modelo estabelece três níveis de análise: o *racional*, o *processual* e o *transacional*. O nível racional representa o ambiente no qual a empresa está inserida, onde é possível apontar o grau de relacionamento da empresa com os diversos grupos ou indivíduos, incluindo grupos de interesses bem específicos. O nível *processual* analisa os procedimentos operacionais que permitem à empresa relacionar-se com os diversos *stakeholders* do seu ambiente social, possibilitando uma melhor compreensão de como a empresa lida com seus grupos de interesse. Conforme Lettieri (2004, p. 23), a idéia do nível *processual* é “a de que as atividades internas de uma empresa devem refletir a complexidade do ambiente externo [...] enfatiza a capacidade gerencial da empresa de priorizar um planejamento estratégico”. O terceiro nível proposto por Freeman & Gilbert, o nível Transacional, visa compreender a relação entre gerentes e os públicos da empresa e identificar possíveis divergências, de modo a não permitir que relação entre a empresa e os grupos de interesse seja prejudicada em função de disjunções pontuais, ainda que o planejamento estratégico tenha sido bem feito.

O terceiro modelo foi proposto por Mitchel, Agle & Wood (*apud* LETTIERI, 2004) e procura não só identificar os grupos de interesse, como também criar uma priorização pragmática, de modo a facilitar e orientar a relação das empresas com os diversos grupos de interesse, segundo suas características e demandas específicas. O modelo baseia-se em três atributos: *Poder*, *legitimidade* e *urgência*. O atributo *poder* compreende três tipos. O primeiro é o coercitivo, apoiado na força. O segundo, utilitário, baseia-se no controle de bens e serviços. O terceiro, poder normativo, tem a capacidade de promover prestígio e estima. Por sua vez, o atributo *legitimidade* é fundamental, pois sem ele o *poder* sozinho poderia provocar crises e não sustentaria uma relação coesa entre empresa e grupos de interesse. O terceiro atributo, a *urgência*, envolve a relação de tempo das ações sociais e o seu caráter crítico, de modo uma ação urgente seja mandatória e imperativa e, portanto, não possa esperar.

A idéia central do modelo e que confere a priorização dos grupos de interesse é a confluência entre os três atributos de interesse (poder, legitimidade e urgência). A figura 3 mostra como o modelo pode ser esboçado. Nela os três círculos representam os três atributos do modelo e são unidos formando sete zonas distintas. Em três delas, representadas pela letra A, os grupos participantes possuem apenas um dos três atributos. Nas outras três zonas, letra B, dois atributos combinados são representados nos grupos correspondentes. Na última zona, letra C, os três atributos estão representados em nos seus grupos de interesse. Fica fácil perceber, portanto, que essa classificação facilita a identificação e a priorização dos diversos grupos de interesse às empresas. Nesse caso, os grupos representados na zona C do modelo esquemático (figura 3) representam maior priorização nas ações de responsabilidade social.

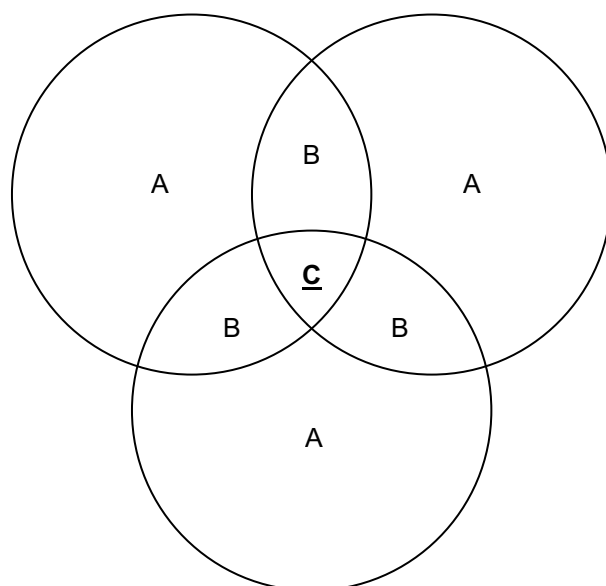


Figura 3 – Modelo de Mitchel, Agle & Wood para análise dos stakeholders⁶.

Outro aspecto relevante na discussão da RSE é a participação dos trabalhadores na condução do tema dentro da empresa. Em geral, a participação atual dos trabalhadores em projetos de responsabilidades social ainda é muito pequena, sobretudo comparando-se com os países desenvolvidos (BACAL, 2003). Essa questão normalmente apresenta-se para os trabalhadores como um reflexo do caráter meramente propagandístico da maior parte dos projetos de RSE no Brasil, visto que são elaborados sem a consulta do seu público interno, ou pior, com objetivos para fora dos muros da empresa. É importante frisar que a participação ativa dos trabalhadores na gestão de projetos de RSE não é só uma questão de atendimento ao público interno da empresa, mas sim a validação de uma visão mais ampla, a qual considera o ambiente interno de trabalho como parte indissociável do chamado meio-ambiente, ressaltando ainda mais o caráter humano da questão ambiental.

Similarmente, é muito fácil de notar no Brasil a falta de diálogo entre empresários e trabalhadores, incluindo suas representações de classe sindical. Em alguns países da Europa, a participação de trabalhadores na gestão da empresa é uma tradição, o que reforça uma prática mais ampla no que diz respeito à RSE. No Brasil, existe uma lacuna enorme entre o que é dito e o que é feito, ao contrário do que prega a

⁶ Figura baseada no modelo proposto por Mitchel, Agle e Wood para análise e priorização dos diversos grupos de interesse ligados à empresa (*apud* LETTIERI, 2004).

boa prática de RSE, sobretudo no que se refere ao diálogo com os trabalhadores. Da mesma forma, a inclusão dos trabalhadores do setor informal é também um desafio a ser enfrentado pela RSE (Sijbrandij, 2003).

Ainda em alusão à participação dos trabalhadores, é importante frisar que uma empresa para ser responsável, além dos aspectos sociais diretos em benefícios dos trabalhadores e população em geral, deve garantir a liberdade sindical, direito de organização dos trabalhadores e direito à negociação coletiva. A prática de RSE de vê garantir, portanto, o respeito aos direitos fundamentais do trabalho estabelecidos pela Organização internacional do Trabalho - OIT (IOS, 2004). Esse aspecto também diz respeito à dimensão política das relações de trabalho, muitas vezes negligenciada ou mesmo combatida pelas empresas, sob o jargão de tratar de um assunto “político”, quando este, na verdade, está intrinsecamente relacionado com a luta pela garantia dos direitos individuais e coletivos e de liberdade democrática.

A relação entre a RSE e os investidores sempre ocupa lugar importante na discussão sobre o tema. Primeiro porque os investidores são componentes centrais da lógica capitalista, de disputa de espaços econômicos em um mercado auto-regulado. O senso comum normalmente costuma negar o interesse genuíno e espontâneo das empresas em ações sociais, sobretudo por que entende que esta deverá organicamente atender aos interesses dos investidores, o que normalmente compões opções mutuamente excludentes do ponto de vista das prioridades.

O advento da RSE tem alentado a possibilidade de quebra dessa lógica rígida entre empresa e investidores. Essa discussão tem levantado duas visões distintas sobre os objetivos da empresa. A primeira, e mais tradicional, entende que o objetivo principal da empresa é gerar retorno aos seus acionistas. A segunda visão, mais atual e oposta à primeira, diz que o papel das empresas é gerar riqueza para todas as partes interessadas (IOS, 2004). A segunda visão tem ganhado espaço recentemente quando alguns investidores têm chegado à conclusão de que não faz sentido ter seu capital remunerado em detrimento de outras partes interessadas, muitas vezes até condicionando os administradores a adotarem práticas de RSE. Em alguns casos, a adoção de práticas de RSE tem sido considerada como

critérios de investimento, como têm ocorrido com alguns fundos de pensão. Essa é uma visão inovadora, ainda que não possa ser inferida como uma tendência, dado o seu caráter inovador na gestão das empresas, mas que abre espaço para uma mudança forte de postura dos investidores na direção da RSE.

Um importante aspecto estimulado pela RSE é a possível quebra da cultura empresarial baseada unicamente no lucro (Garcia, 2004). A RSE, nesse caso, mesmo que o fundamento de sua adoção seja a vantagem competitiva ou pressões da sociedade, funciona como elemento prático de transformação das culturas de empresas. Esse por si só é um elemento muito positivo no debate sobre RSE. Outra consequência positiva, também segundo Garcia, é a geração de consciência cívica em torno da idéia de responsabilidades compartilhadas. Esse contexto fortaleceria, em tese, a imagem do coletivo diante do individual, o que ajudaria a salientar uma maior consciência social e a necessidade de cultivar-se o dever cívico. A busca do lucro pelo lucro passaria a ter um contraponto maior na disputa de hegemonia de idéias na sociedade e, sobretudo, no comportamento de gestão dos fatores de produção.

2.2.4. RSE no Brasil: alguns indicadores e referências

A principal referência utilizada nesse trabalho para a compreensão da evolução da RSE no Brasil é a pesquisa *A iniciativa privada e o espírito público*, realizada em 2000 pelo IPEA⁷, a qual abrangeu empresas localizadas na região sudeste do país (Peliano, 2000). Também foram utilizados alguns dados da mesma pesquisa, porém abrangendo todo o país, finalizada em 2002.

O foco da pesquisa foi a região sudeste por essa concentrar mais da metade das empresas brasileira (60% do PIB nacional). A pesquisa tentou traçar o perfil do envolvimento empresarial brasileiro em ações sociais, utilizando-se uma conceituação de ação social empresarial bastante abrangente. Assim, foi considerada como tal qualquer atividade realizada por empresas que atendam

⁷ O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) é um órgão do ministério do planejamento.

comunidades em diversas áreas (saúde, educação etc.), excluindo as obrigações legais, contribuições compulsórias e pagamento de tributos.

Os resultados do estudo não podem ser considerados rigidamente como a composição de um retrato fiel da RSE no Brasil, sobretudo pela natureza ampla do tema, porém serve como boa referência para a definição dos contornos das ações sociais de empresa no país.

A pesquisa revelou que aproximadamente dois terços das empresas realizam algum tipo de ação social para a comunidade, o que representa algo em torno de 300 mil empresas no sudeste do Brasil. Do ponto de vista quantitativo, esse resultado é surpreendente e pode dar uma idéia, ainda que superficial, de um envolvimento amplo e crescente das empresas com ações de responsabilidade social. Parte desse envolvimento, no entanto, corresponde apenas a apoio à projetos ou ações sociais, não representando necessariamente um efetivo um envolvimento direto com a RSE. Conforme apresentado mostrado na figura 4, a pesquisa revelou que 57% das ações sociais foram relacionadas com assistência social, normalmente associada a apoio a programas assistenciais. Em segundo lugar de preferência, 40% das ações sociais empresariais voltaram-se para algum tipo de ajuda alimentar e abastecimento, o que também pode revelar mais uma proximidade com programas assistenciais. Por outro lado, ações que poderiam representar incentivo real à transformação social, como educação/alfabetização e desenvolvimento comunitário e mobilização social representaram, respectivamente, apenas 14% e 9% das ações sociais, dentre as estimadas 300 mil empresas envolvidas. Esses números refletem o provável caráter assistencialista da maioria das ações sociais declaradas. Utilizando-se a tipologia de Cheibub e Locke (2002), apresentada anteriormente, o modelo de responsabilidade social predominante nos resultados da pesquisa do IPEA é o da *Filantropia*. Adotando-se uma visão mais pessimista, poderia-se também inferir que essas ações de RSE majoritariamente se enquadrariam no modelo *Produtivismo*, caso seu propósito seja unilateralmente o benefício da própria empresa, ainda que por meio da exaltação da sua imagem. Sabe-se, no entanto, que é difícil aferir a legitimidade e foco público das ações sociais pesquisadas. Vale ressaltar que na mesma pesquisa, 81% dos empresários

declararam atender à comunidade por razões humanitárias, o que pode reforçar o predomínio dos objetivos filantrópicos.

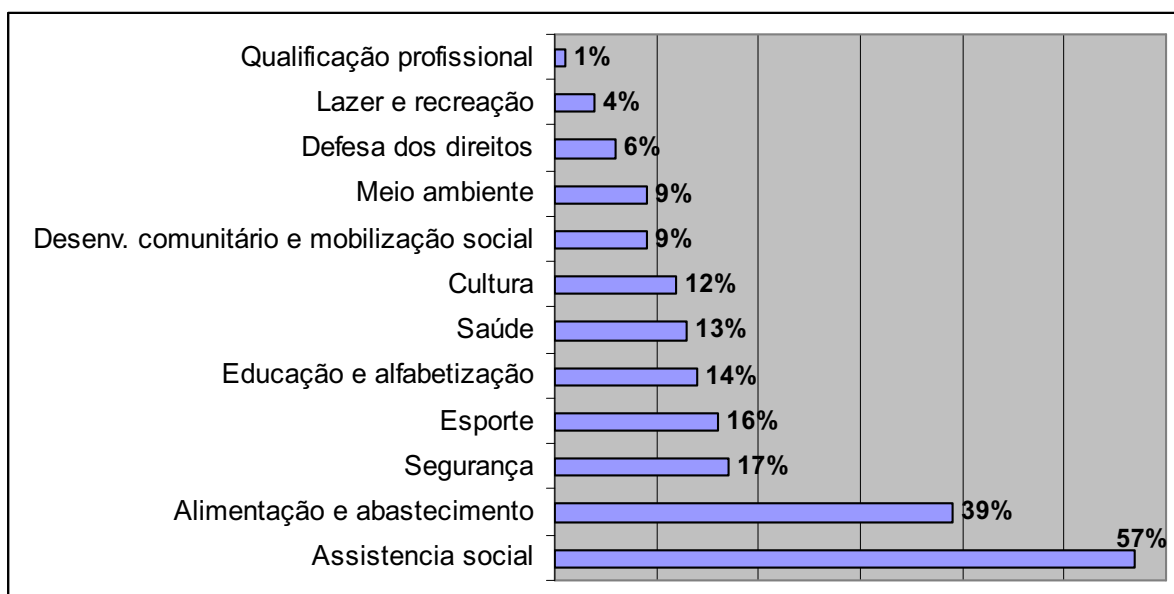


Figura 4 - tipos de ações sociais desenvolvidas por empresas⁸.

Outro aspecto interessante é que os mesmos dois terços que declararam praticar algum tipo de ação social para comunidade, também declararam fazê-lo para seus funcionários. Esse indicador é importante, sobretudo por manifestar *à priori* um certo equilíbrio entre ações sociais externa e interna à empresa, ajudando a quebrar aquela visão de RSE apenas para fora dos muros da empresa. Outro dado importante é sobre os fatores motivadores das ações sociais. Nesse caso, além dos já mencionados 81% de motivação humanitária, a pesquisa revelou que apenas 15% das empresas declararam razões de melhoria da imagem da empresa. Isso pode revelar, por um lado, a motivação filantrópica das ações e, por outro, a não declaração dos reais motivos das ações sociais das empresas, fato esse que não pode ser aferido na pesquisa, a qual se limita a coletar e compilar dados. No entanto, tomando-se como referência o fato de apenas 2% das empresas divulgarem suas ações por algum meio de comunicação, o não objetivo na melhoria da imagem da empresa parece coerente.

Outro ponto importante na pesquisa é sobre a responsabilidade interna pelas ações sociais. A pesquisa revelou que em 71% dos casos o dono é o responsável e em

⁸ Fonte: Pesquisa Ação Social das Empresas na Região Sudeste – IPEA/DICOD

31% a responsabilidade é da diretoria. Isso pode atestar um caráter típico das ações de RSE no Brasil: a falta de envolvimento dos trabalhadores. Normalmente as ações são definidas, planejadas e executadas sem a participação dos empregados das empresas, ficando restrita aos donos, diretoria e acionistas.

2.2.5. Principais críticas e resistências à idéia de RSE – alguns argumentos e debates no seu entorno

As visões contrárias à RSE, se pensada de forma livre e isenta, fazem surgir alguns questionamentos naturais: Ao invés de investir diretamente no social, as empresas não deveria fortalecer o estado e, assim, promover o bem estar social? Ou deveriam ser eficientes, cumprindo as leis e gerando emprego e renda, cumprindo, assim, sua função básica?

De um modo geral podem-se separar as visões contrárias a RSE em duas vertentes diferentes. A primeira critica as ações sociais de empresas por entendê-la como mera propaganda ideológica e marketing social. Assim, essas ações sociais seriam tão somente um disfarce, o que terminaria por esvaziar a figura do estado como regulador das questões sociais. A segunda vertente diz respeito ao segmento que afirma “a incongruência de tomar o mundo dos negócios fora do interesse estrito do lucro e da competitividade” (Garcia, 2004).

Notadamente é claro que o marketing é um componente muito importante em qualquer estratégia empresarial. A adoção da RSE como estratégia de marketing, portanto, um recurso crescente em várias empresas. O problema, no entanto, diferenciar quais ações sociais são genuínas, embora normalmente divulgadas e com ganhos diretos à imagem da empresa, daquelas cujo objetivo é exclusivamente a promoção da reputação da empresa. A questão da responsabilidade social ganha maior potencialidade como estratégia de marketing quando se observa a mudança do padrão de exigência do consumidor. As empresas cuja marca está associada a programas sociais ou atitudes sustentáveis são cada vez mais valorizadas no mercado moderno. Se por um lado estimula as empresas à adoção de práticas responsáveis, por outro estimula a “corrida” pelo

marketing social como um fim em si mesmo. É importante também perceber as ações pautadas unicamente no marketing e no interesse unilateral das empresas, não necessariamente significa que uma empresa não pratique a ética empresarial. Segundo Gomes (2004, p. 42), um comportamento em práticas de responsabilidade social pode ser motivado pelo interesse, portanto sem a legitimidade transformadora esperada, pode ser praticado por empresas “que mantenham atitudes éticas nas suas relações comerciais, porém éticas no sentido de obedecer às regras de boa conduta e ao cumprimento das leis”, revelando um convívio freqüente entre a ética e o interesse.

Dentre as principais correntes de pensamento e argumentos contrários à RSE da segunda vertente citada, destaca-se a visão articulada por Milton Friedman, economista americano da escola de Chicago. Para ele e outros autores que compartilham a mesma concepção, a única responsabilidade da empresa é conseguir lucro e dar retorno de capitais aos seus acionistas, de modo a manter a empresa com capacidade de gerar empregos, pagar salários justos e melhorar as condições de trabalho, além contribuir para o estado e bem público ao pagarem impostos. Mais que isso, a corrente de Friedman argumenta que a empresa que desvia recursos para ações sociais pode perder competitividade, deixando assim de cumprir sua função principal (ASHLEY E OUTROS, 2004). Vale destacar, portanto, que para essa corrente de pensamento não é de uma oposição prévia à idéia de RSE, mas sim a indicação da incompatibilidade entre negócio e altruísmo (Garcia, 2004).

Por outro lado, é verdade que a adesão das empresas às práticas de responsabilidade social tem crescido acentuadamente no Brasil nos últimos anos. Para se ter uma idéia desse crescimento, dentre as 400 empresas certificadas pela norma SA8000 (verifica bem-estar e condições de trabalho), 51 encontram-se no Brasil (SAFATLE, 2004). Isso representa um avanço da RSE no país, porém não pode ser inferido unilateralmente como um crescimento equilibrado do tema, muito menos que representa uma melhoria direta ao bem-estar de trabalhadores e população em geral ou a solução de problemas sociais históricos. Para se ter uma idéia, dentre as 238 empresas que publicam o balanço social do IBASE, somente 18% das mulheres e 2% dos negros ocupam cargos de chefia, enquanto a

proporção geral de funcionários é de 30% de mulheres e 13,7% de negros (SAFATLE, 2004). Logicamente que esse quadro reproduz o histórico brasileiro de injustiça social, sobretudo no que se refere à discriminação das mulheres e falta de acesso dos negros à melhores condições de trabalho e educação. O que se esperava, no entanto, é que empresas pretensamente envolvidas com a RSE guardasse um devido equilíbrio étnico e de gênero nos seus cargos de liderança. Em relação aos ambientes internos de trabalho, outras questões ilustrativas do pequeno avanço efetivo da RSE no Brasil é o abismo salarial entre os cargos mais valorizados e aqueles mais baixos na escala hierárquica e a frequência acidente de trabalho. Vale ressaltar que o Brasil é hoje considerado um dos campeões mundiais de acidente de trabalho.

Contrariamente à visão representada pelo pensamento de Milton Friedman e das correntes de pensamento notadamente mais liberais e junto com a evolução, ainda que difusa, das concepções de responsabilidade social, tem se difundido no mundo o debate em torno do papel público das empresas, cuja idéia central é de que a empresa é muito mais do que simples geradora de empregos, produtos e serviços para o mercado e pagadora de tributos. Estados, organizações da sociedade civil e a sociedade, de um modo geral, têm compreendido que a mudança da realidade social e a redução das distâncias entre ricos e pobres passam pelo trabalho em conjunto com as empresas. Essa configuração, portanto, contradiz frontalmente a visão liberal citada anteriormente, sobretudo porque estimula a participação ativa das empresas nas ações sociais, a partir do que se tenta construir como um modelo legítimo de responsabilidade social empresarial. (Lettieri, 2002).

Em relação especificamente à provável contradição empresas e ações sociais ou “do mundo dos negócios fora do interesse estrito do lucro”, Cappellin e outros (2002) levantam alguns focos de tensão típico dos empresários surgidos junto com o crescimento da idéia de RSE, sobretudo em fóruns empresariais, quais sejam: o conflito da sua visão individualista; a necessidade de definição de modelos de organização que favoreçam seus projetos; e necessidade de “legitimar” sua riqueza e poder, face à pobreza e desigualdade social. Esses pontos revelam possíveis fatores motivadores (ou desmotivadores) das ações sociais das empresas, porém

mais intimamente ligados ao aspecto individual dos empresários, o que ressalta o possível poder individual relacionado com a responsabilidade social das empresas.

Uma das principais críticas e, talvez, o maior desafio em relação às práticas de RSE diz respeito à aplicação de seus princípios à cadeia produtiva das empresas. É comum no Brasil, por exemplo, a ocorrência de flagrantes desrespeitos aos direitos humanos e dos trabalhadores em atividades que fazem parte da cadeia produtiva de setores nobres da indústria. Um típico exemplo é a alta incidência de trabalho escravo nas carvoarias da região amazônica, cuja produção de carvão abastece as empresas siderúrgicas da região. Vale frisar que o ferro gusa (um dos melhores do mundo), e sua posterior transformação em aço, produzido nessas empresas, abastecem principalmente a indústria automobilística. Isso caracteriza a ocorrência de trabalho escravo, portanto uma das formas mais aviltantes de tratamento humano e relação de trabalho, na base da cadeia produtiva da indústria siderúrgica e automobilística (Grajew, 2004). Esse problema assume dimensões dramáticas quando a OIT (Organização internacional do trabalho), segundo Grajew, estima existir no Brasil cerca de 25 mil brasileiros trabalhando em regime de escravidão. Há de se supor, portanto, que outras atividades econômicas também podem admitir (consciente ou não) esse tipo de prática em sua cadeia produtiva.

Nesse contexto, poderiam empresas de forma contraditória propalar a adesão à RSE e, ao mesmo tempo, contribuírem de alguma forma para práticas de escravidão ou outra atitude perversa? Exemplos como os das carvoarias do Pará e Maranhão, bem como a utilização de mão de obra infantil na cadeia produtiva do suco de laranja (importante produto de exportação), indicam que essa é uma possibilidade concreta. Essa contradição ressalta não só a dimensão do tema, como também o caráter contraditório e superficial de ações ditas de responsabilidade social por algumas empresas. O perigo maior dessas práticas se dá justamente em atividades vinculadas às cadeias produtivas de baixo valor agregado, quando o trabalhador, de um modo geral, passa a ser considerado um cidadão de segunda classe, sobretudo quando comparado às atividades de alto valor intelectual.

Para o Instituto Ethos, a responsabilidade social é focada na cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações com um público maior (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), cuja demanda e necessidade a empresa deve buscar entender e incorporar aos negócios (www.ethos.org.br). Assim, a responsabilidade social trata diretamente dos negócios da empresa e de como ela os conduz, de modo que deva atingir socialmente todos os empregados da cadeia produtiva da empresa. Caso contrário não estará cumprindo seu papel ou pelo menos sendo contraditório.

Outro aspecto que merece um destaque na evolução da RSE no Brasil é o chamado “clientelismo”. Fruto de uma herança histórica do país, a cultura da “política de clientela” é, segundo Joana Garcia (2004), um dos aspectos que mais comprometem a consolidação da cidadania no país, sobretudo em relação aos diversos agentes de intervenção social. Isso implica na influência direta desse “clientelismo” nas relações de poder no país.

Outro traço próximo ao “clientelismo” e, talvez, diretamente relacionado com ele é o chamado “patrimonialismo”. Também resultante de uma herança histórica, cunhou no país uma fronteira negativamente tênue entre o público e privado, o que afetou também as relações de poder e configurou um *status quo* perverso de dominação do público pelo privado, além de influenciar na ineficiência do estado no provimento das demandas sociais.

Não se pode deixar levantar, também, outra clássica crítica à RSE, notadamente mais associada a uma visão político/ideológico mais à esquerda, que associa as ações sociais de empresas e ONGS à ideia de estado mínimo e à “ofensiva neoliberal”, o que esvaziaria as funções sociais precípuas do estado. Logicamente o perigo da desresponsabilização do estado como garantidor das políticas públicas, como apontado por Garcia (2004), seja real, a entrada de novos atores na resolução de demandas sociais não necessariamente implica hegemonia liberal do estado. Olhando por outro ângulo, esse múltiplo envolvimento promove uma interlocução com o estado que pode ser muito saudável à democratização das esferas de gestão e controle social.

Nesse contexto, não se pode confundir o fortalecimento da sociedade civil, como noção de esfera pública não estatal, com a transferência de responsabilidades do estado. A visão liberal, em geral, tende a compreender o fortalecimento dessa sociedade civil com a redução do estado, enquanto que outras concepções, notadamente não liberais, entendem a sociedade civil forte com a ampliação de novas interlocuções com o estado e o crescimento da importância de novos atores participativos nas decisões sobre políticas públicas (Garcia, 2002).

Portanto, a legitimidade das iniciativas de RSE passa pela hegemonia de uma nova lógica de poder, com a participação de setores organizados nas decisões sobre as políticas públicas em geral, caracterizando uma quebra do monopólio público estatal e reconhecendo o caráter público estatal de novas iniciativas societárias (Garcia, 2004). Dentre essas iniciativas destacam-se as ações de RSE, muito embora se deva enfatizar que uma nova hegemonia com ações públicas envolvendo setores não estatais não signifique a desconstrução das responsabilidades do estado.

Esses questionamentos e os modelos de RSE discutidos anteriormente tornam ainda mais clara a amplitude do tema. Antes, porém, é fundamental que todos os questionamentos e concepções, desde que sérios do ponto de vista ético, sejam considerados legítimos, independente de preferências ou opções teóricas.

2.2.6. Principais referências institucionais e internacionais ao debate sobre a RSE

Nas últimas décadas tem crescido internacionalmente a preocupação com direitos dos trabalhadores e cidadãos em geral, enfocando principalmente a formulação de normas reguladoras das relações de trabalho e das várias esferas e interações da vida social. Em se tratando de economias de mercado, as empresas, suas relações de trabalho e as conseqüências de suas atividades para as sociedades envolvidas, naturalmente têm se transformado em um dos principais focos da discussão.

Com o crescimento da Responsabilidade Social Empresarial ou Corporativa, também conhecido como Cidadania Empresarial, esse tema tem ocupado espaço

crescente nas discussões sobre regulações das atividades produtivas e sociais das empresas na criação de diretrizes formais de conduta das organizações empresarias. O desenvolvimento conceitual da RSE, ainda objeto de amplo debate e disputa de hegemonia, tem ajudado a formulação dessas diretrizes e referências internacionais.

O primeiro grande marco institucional relacionado com responsabilidade social é a **declaração universal dos direitos humanos** da ONU⁹, aprovada em sua assembléia geral em 10 de dezembro de 1948. Na declaração, dentre seus 30 artigos envolvendo direitos fundamentais do homem, estão inclusos direitos trabalhistas, assim considerados como direitos humanos. Os principais aspectos do mundo do trabalho na declaração dos direitos humanos da ONU são (IOS, 2004, p.33):

- Segurança no trabalho.
- Repúdio ao trabalho escravo
- Defesa da liberdade de expressão e associação dos trabalhadores. Incluindo, obviamente, liberdade sindical.
- Direito a ter trabalho
- Direito à proteção contra o desemprego.
- Remuneração deve garantir ao indivíduo e sua família uma existência digna.
- Direito a repouso e lazer, horário de trabalho limitado e férias.

Logicamente que a questão da RSE envolve vários outros aspectos além das relações trabalhistas. Porém, este é, sem dúvida, um dos seus principais pilares e daí a sua importância e pioneirismo como marco institucional relacionado com o tema.

A declaração da OIT¹⁰ sobre os princípios de direitos fundamentais do trabalho e seu segmento também é outra referência institucional importante.

⁹ Organização das Nações Unidas é uma instituição internacional formada por 191 Estados soberanos, fundada após a 2ª Guerra Mundial para manter a paz e a segurança no mundo, fomentar relações cordiais entre as nações, promover progresso social, melhores padrões de vida e direitos humanos (www.onu-brasil.org.br).

¹⁰ A Organização Internacional do Trabalho (OIT) é uma agência multilateral ligada à Organização das Nações Unidas (ONU), especializada nas questões do trabalho (www.ilo.org).

Aprovada em 1998, esse documento representa a reafirmação dos países membros da OIT em respeitar, promover e aplicar princípios fundamentais e direitos no trabalho (IOS, 2004), contemplados em oito convenções anteriores. Os temas tratados nas convenções são:

- Liberdade sindical
- Direito à sindicalização e convenção coletiva
- Trabalho forçado
- Idade mínima para o trabalho
- Trabalho infantil.
- Igualdade de remuneração entre homens e mulheres.
- Discriminação no emprego.

A **declaração tripartite de princípios sobre empresas multinacionais e política social**, formulada pela OIT em 1977 e revisada/ampliada em 2000, estabelece instrumentos de regulação para a conduta de empresas multinacionais em países em que estas mantêm operações. Visa, portanto, regular a conduta das empresas multinacionais. Dentre as principais recomendações no documento destacam-se (IOS, 2004, p.36):

- Promoção do emprego.
- Segurança no emprego (emprego mais estável).
- Formação de trabalhadores.
- Condições de trabalho e de vida.
- Segurança e higiene.
- Mecanismos para solução de conflitos trabalhistas.

As **diretrizes para as empresas multinacionais**, elaboradas pela **OCDE**¹¹ em 1976, visa promover uma conduta empresarial responsável, por meio de recomendações gerais às empresas, de modo a reforçar a necessidade do cumprimento das diretrizes e documentos da ONU e OIT, bem como das normas nacionais de cada país. Nas décadas de 90 e 2000, as diretrizes foram revisadas,

¹¹ A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) é uma entidade internacional intergovernamental composta pelos 30 países mais industrializados do mundo, cujo objetivo é impulsionar o desenvolvimento econômico, assumindo compromissos com a democracia e a economia de mercado (www.oecd.org).

de modo a incluir aspectos ambientais, bem como adequá-las a um novo contexto sócio-econômico.

Os princípios gerais das diretrizes da OCDE são (IOS, 2004, p.37):

- Progresso econômico, social e ambiente com desenvolvimento sustentável.
- Respeito aos direitos humanos.
- Criação de capacidades locais em cooperação com a comunidade.
- Oportunidades de emprego e estímulo à formação profissional.
- Boas práticas de gestão empresarial.
- Promover confiança mútua entre empresas e sociedades.
- Incentivo à divulgação das políticas das empresas e adequação de suas práticas.
- Não perseguir trabalhadores.
- Estimular fornecedores e terceirizados a uma conduta empresarial adequada.
- Evitar ingerência em atividades políticas locais.

Percebe-se uma maior amplitude das diretrizes da OCDE, comparando-se com os documentos institucionais anteriores. Talvez o maior foco em desenvolvimento econômico e sua natural relação com as organizações produtivas aproximem mais as diretrizes da OCDE com princípios mais amplos da RSE. Mais especificamente, e também aproximando-se de uma visão de RSE mais ampla, as diretrizes da OCDE observam outros aspectos sobre os quais faz recomendações, quais sejam: meio-ambiente, combate à corrupção, Interesses do consumidor, ciência e tecnologia, concorrência e tributação.

Outras referências que também se relacionam com a questão da RSE são as **declarações do Rio e agenda 21**. No primeiro caso, trata-se do documento aprovado conferência das Nações Unidas para o meio ambiente e desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro, em 1992. Por sua vez, a agenda 21 pode ser considerada como um desdobramento da Rio 92. Em ambos os casos, tratam-se de documentos de cunho mais abrangente e político, enfatizando o desenvolvimento sustentável associando desenvolvimento econômico e

consciência ecológica. Mais especificamente, dentre outras diretrizes e programas da agenda 21, um deles, dirigido para a indústria e o comércio, trata da promoção da responsabilidade empresarial (IOS, 2004).

Ainda no âmbito das Nações Unidas, uma iniciativa recente que ganhou bastante peso e credibilidade internacional foi o *Global Compact*. Surgido durante o fórum econômico mundial, em 1999, seu objetivo é estabelecer um compromisso das grandes corporações mundiais com princípios sociais e ambientais, em benefício da população mundial. O *Global Compact*, cujas adesões foram oficialmente assinadas em 2000, enfatiza basicamente a promoção de práticas empresariais positivas. Embora apenas aconselhe a sua incorporação às práticas empresariais, sem caráter mandatório, os seus dez princípios são os seguintes (www.un.org):

1. Apoiar e respeitar a proteção aos direitos humanos internacionais.
2. Recusar em participar e condenar abusos aos direitos humanos.
3. Garantir a liberdade de associação e direito de negociação coletiva.
4. Abolir o trabalho forçado e compulsório.
5. Abolir o trabalho infantil.
6. Eliminar discriminação em relação ao emprego e ocupação.
7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.
8. Adotar iniciativas promotoras de maior responsabilidade ambiental.
9. Encorajar o desenvolvimento e difusão de tecnologias limpas.
10. Promoção e adoção de iniciativas de combate a todas as formas de corrupção.

A Conferência sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio 1992), além da declaração do Rio, deu início a uma tendência a normatização de ações ambientais. Em 1996 foi criada a série ISO14000, que trata de diretrizes de gestão ambiental. Ampliando as diretrizes normatizadoras para questões sociais, foi criada em 1997, pelo *Council of economic Priorities Accreditation Agency* (CEPAA), a norma internacional *Social Accountability 8000* (SA 8000). Na seqüência, em 1999 foi desenvolvido pelo *Institute of Social and Ethical Accountability* (ISEA) a norma AA-1000, cujo foco é a qualidade das ações de responsabilidade social (Orchis, 2002).

No caso da SA-8000, trata-se de uma norma internacional, baseada no sistema ISO 9000, cuja finalidade é estabelecer padrões de comportamento social de empresas, permitindo a emissão de certificados aferidores de empresa socialmente responsável. A SA 8000 engloba nove requisitos básicos de responsabilidade social, quais sejam (www.balancosocial.org.br):

- i. Os cinco direitos fundamentais da OIT (trabalho infantil, trabalho forçado, Saúde e segurança, liberdade de associação e discriminação no local de trabalho).
- ii. Coibir práticas disciplinares abusivas como punição corporal, coação, ofensa verbal etc.
- iii. Respeitar limites horários de trabalho semanal, bem como folgas e regras de hora extra.
- iv. Assegurar que a remuneração paga aos trabalhadores atenda os padrões mínimos locais.
- v. Estabelecer política de responsabilidade social e procedimentos que permitam a contínua adequação da organização aos requisitos da gestão social, monitorando e registrando a melhoria contínua do sistema.

Visto que o *Global Compact* é dirigido essencialmente para empresas e seus princípios refletem amplos aspectos sociais e ambientais para os trabalhadores e sociedades, seu conteúdo guarda uma estreita relação com a discussão da RSE. Esse documento pode servir, portanto, de um importante balizador na condução de programas de responsabilidade social corporativa. Vale salientar que o *Global Compact* também se baseia na declaração universal dos direitos humanos da ONU, na declaração dos direitos fundamentais da OIT e na declaração do Rio, o que confere um caráter sócio-ambiental mais abrangente e alinhado com as principais diretrizes de direitos humanos no mundo.

Por sua vez, os governos também podem contribuir com o avanço da RSE. Embora não esteja, em tese, envolvido com as questões sobre RSE, muitas vezes até sendo considerado como contrapontos desta, os governos podem ter grande influência, sobretudo por sua capacidade de criar um ambiente propício às ações de RSE, servindo também como elemento aglutinador de políticas empresariais sociais.

Segundo o IOS (2004, p.68), os governos podem contribuir para o debate da RSE por meio de três pontos principais:

- Criação de estratégias legais para incentivar a adoção de práticas gerenciais particulares, bem como elaborar leis e normas de conduta das empresas.
- Criação de tributos que beneficiem organizações sem fins lucrativos e incentivem empresas que pratiquem ações sociais.
- Participação direta em iniciativas setoriais, a exemplo do apoio às diretrizes da OCDE ou adesão às declarações institucionais da OIT.

3. CONDUÇÃO DO ESTUDO

Este capítulo visa fornecer informações básicas sobre a condução do estudo, identificando os procedimentos metodológicos adotados. O texto refere-se, também, às etapas do estudo, sua motivação, bem como informações sobre o escopo de empresas incluídas na pesquisa.

Trata-se de um estudo exploratório e essencialmente qualitativo, no qual se procura levantar aspectos conceituais sobre tema da Responsabilidade Social Empresarial, buscando-se confrontá-los com observações de natureza empírica, oriundas da amostra de empresas pesquisadas. Essa amostra de empresas corresponde à algumas indústrias pertencentes ao Pólo Industrial de Camaçari, na Bahia, e ligadas ao Comitê de Fomento Industrial de Camaçari (COFIC), órgão gestor desse complexo industrial.

O desenvolvimento foi baseado essencialmente em pesquisa bibliográfica do tema e aplicação de questionário previamente estruturado. Vale salientar, entretanto, que discussões e entrevistas prévias e de caráter exploratório ajudaram a embasar o aluno-pesquisador na condução da pesquisa propriamente dita.

Conforme descrito anteriormente, os objetivos da pesquisa são:

- Levantar informações que possam fornecer referências concretas sobre a real efetividade das ações de responsabilidade social das empresas ligadas ao pólo industrial de Camaçari, na Bahia.
- Avaliar qualitativamente a ênfase dada às ações sociais de empresas para a comunidade externa dentre as iniciativas de RSE.
- Identificar alternativas de ação social das empresas, dentro do escopo das possíveis iniciativas com fins públicos e não estatais.
- Buscar referências sobre os possíveis modelos de RSE adotados pelas empresas do pólo industrial de Camaçari.

3.1. Metodologia

O quadro de precarização social do Brasil, e mais especificamente da Bahia é, por si só, um fator motivador mais do que suficiente para o estudo de temas relacionados com a busca de novos mecanismos institucionais de mudança dessa realidade social. O tema da responsabilidade social empresarial (RSE), por fazer parte dessa e pela natureza ampla e difusa do tema reforça a necessidade de pesquisa sobre o assunto. Além disso, é fundamental que se identifiquem indicadores da real efetividade dos programas de responsabilidade social das empresas, até para legitimá-los perante a sociedade e estimulá-los na busca de melhorias às condições sociais gerais.

A escolha das empresas do Pólo Industrial de Camaçari ocorreu primeiramente pela importância econômica dessas empresas para o estado da Bahia, dado sua contribuição significativa à geração de riqueza do estado, cuja participação no PIB baiano supera a 15%. Além disso, a própria relação profissional do aluno-pesquisador com as empresas do Pólo reforça a escolha dessa população de empresas para o estudo, assim como aumenta a curiosidade sobre os resultados da análise, o que seria natural face à identidade gerada pela relação profissional cotidiana. De uma forma geral, pretende-se também que essa amostra de empresas represente o ramo industrial da atividade econômica do estado, muito embora não exista a intenção de extrapolar os resultados e inferências como genéricas para todas as empresas do ramo industrial baiano. Pretende-se sim traçar indicadores de conduta das empresas do Pólo Industrial de Camaçari com o tema da RSE.

Por outro lado, como reforço à escolha do tema e do espaço de empresas pesquisadas, o NEPOL – Núcleo de Estudos sobre Poder e Organizações Locais da Escola de Administração da UFBA vem desenvolvendo pesquisas sobre o tema da RSE, procurando abranger um espectro mais amplo possível das empresas estudadas. Assim, pretende-se que o grupo de empresas do Pólo de Camaçari estudadas nesse trabalho faça parte de uma pesquisa mais ampla, envolvendo outros trabalhos de mestrado da escola e outros grupos de empresas.

O estudo tem como foco um levantamento de informações sobre o envolvimento de empresas em ações de RSE. A intenção é levantar informações sobre as ações de responsabilidade social das empresas do Pólo Industrial de Camaçari, composto por cerca de 40 empresas, visando criar referências e percepções sobre a efetividade dessas ações sociais pretensamente transformadoras, além de tentar identificar algumas características preponderantes das ações de RSE. No entanto, é importante destacar que essa pesquisa não tem a pretensão de concluir objetivamente sobre as questões acerca da RSE no Pólo de Camaçari, uma vez que o tamanho da amostra de empresas utilizada não permite resultados concretos, mas tão somente inferir sobre informações que tracem referências das ações sociais dessas empresas.

A metodologia, de uma forma geral, foi elaborada tomando-se por base estudos similares, ainda que de magnitude diferente. Foi utilizada como referência, por exemplo, a pesquisa sobre ação social das empresas do sudeste brasileiro, realizada pelo IPEA em 2000. Outra referência forte foram os indicadores Ethos de responsabilidade social, para aplicação interna às empresas, e elaborado pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Para consolidar uma metodologia final, sobretudo em relação ao questionário de coleta de dados secundários e primários, foram utilizadas também como referência outras pesquisas conduzidas no NEPOL – Escola de Administração da UFBA.

A metodologia de pesquisa, em resumo, contempla as seguintes etapas/atividades:

- Pesquisa bibliográfica, incluindo consulta a livros, revistas especializadas, periódicos, dissertações sobre o tema, *papers* de congressos, *sites* de internet, dentre outros;
- Levantamento de dados secundários sobre as empresas do Pólo de Camaçari, buscando definir a amostra de empresas da pesquisa;
- Definição de dados e indicadores a serem coletados no trabalho de campo, incluindo dados cadastrais; perfil e gestão da organização; transparência; ações para a comunidade etc.

- Coleta de informações de campo, com as empresas envolvidas na pesquisa, por meio de aplicação de questionário previamente estruturado;
- Tabulação e organização das informações coletadas;
- Análises, inferências e reflexões com base nos dados obtidos no trabalho de campo (análise qualitativa com base nos questionários respondidos);
- Produção de relatório final de pesquisa, contemplando inferências sobre os objetivos da pesquisa.

O levantamento de dados para a definição de uma amostra final de empresas a ser incluídas na pesquisa baseou-se em informações fornecidas pelo COFIC – Comitê de Fomento Industrial de Camaçari. O COFIC é uma Associação Privada, que congrega as empresas associadas no Pólo Industrial de Camaçari e em suas áreas de influência (Dias D'Ávila e Candeias), exercendo um papel de articulador, coordenador e estimulador de ações de natureza coletiva das empresas associadas. A partir das informações fornecidas pelo COFIC, foi elaborada uma lista contendo 40 empresas para pesquisa, constituindo-se na amostra não-probabilística da pesquisa.

Simultaneamente, foi desenvolvido um instrumento de pesquisa a ser aplicado coleta de dados de campo. Nesse caso, foi elaborado um questionário estruturado e com campos para preenchimento de dados objetivos e subjetivos, o que caracteriza uma compilação posterior de dados de natureza essencialmente qualitativa. O questionário foi elaborado de forma conjunta, com outros alunos do NEPOL, de modo a construir uma ferramenta única para as diferentes pesquisas sobre RSE, o que garantiria a mesma referência de comparação entre os diferentes escopos de pesquisa, possibilitando a eventual formação posterior de um mapeamento mais amplo das ações de responsabilidade social das empresas na Bahia. Vale salientar que a participação na elaboração do instrumento de pesquisa de outras pessoas com experiência em pesquisas similares foi fundamental para a definição de questões tecnicamente apropriadas para análises posteriores.

Com instrumento de pesquisa pronto – ver Apêndice A, após aplicações em pré-testes, foram realizadas as entrevistas de campo com as empresas envolvidas na pesquisa. As entrevistas foram, realizadas por telefone, após agendamento prévio. Antes, porém, o questionário foi enviado por *e-mail* para cada empresa entrevistada, a fim de permitir uma melhor interação com o entrevistado, além de antecipar a obtenção de algumas informações.

A pesquisa de campo foi realizada entre os meses de abril e maio de 2005, contando com o apoio efetivo de um estudante de graduação e estagiário do NEPOL. Vale observar que a participação de estagiários do NEPOL contemplou o critério de identificação do estudante com temas sociais, o que conferiu maior sensibilidade pessoal ao assunto e maior eficiência na coleta de informações.

O primeiro contato feito com as empresas da amostra foi feito via correio eletrônico, cujo conteúdo da mensagem explicava os propósitos e abordagem metodológica da pesquisa. Em seguida, para as empresas que não se manifestaram quanto a sua participação, foram feitos contatos telefônicos, também explicando o conteúdo do trabalho e solicitando a participação da empresa. As mensagens foram enviadas para os representantes das empresas, conforme indicação do COFIC. As entrevistas foram realizadas para as empresas cujos representantes para o tema da RSE concordaram em participar da pesquisa. Os casos de insucesso na aplicação da pesquisa deveram-se a não confirmação de quem era o representante oficial da empresa para assuntos de RSE, ou a simples não resposta às solicitações, ou mesmo à negativa oficial da empresa em não participar da pesquisa. As análises dessa dissertação tomam por base os resultados com entrevista de 8 (oito) empresas, as quais se dispuseram em participar da pesquisa, por entender a sua relevância.

A maioria das empresas é do ramo industrial químico e petroquímico. Existem, porém, empresas de outros ramos, como de bebidas e metalúrgica. Essa amostra se torna interessante na medida em que permite inferir sobre um possível comportamento típico de um determinado ramo industrial. Por outro lado, os exemplos de indústria de outros ramos de atividade conferem alguma diversidade à amostra estudada.

A pesquisa realizada pode ser classificada como do tipo *survey*, em função do seu caráter vasculhador sobre o que pode ser analisado sobre um determinado assunto, procurando descrever uma realidade, a partir da ótica da ciência, da lógica e da razão (CARMO-NETO, 1993). De um modo geral, o estudo tem característica exploratória, envolvendo dados de natureza qualitativa e quantitativa e questões objetivas e subjetivas em um mesmo instrumento de coleta de dados (ABRAMO, 1974).

Vale ressaltar que a tamanho da amostra e a reduzida quantidade de empresas que participaram da pesquisa conferem limitações naturais ao estudo. Porém, dado a relevância do tema e todos os procedimentos metodológicos desenvolvidos para os objetivos da pesquisa, outras amostras poderão ser utilizadas para novas análises, bem como a presente abordagem metodológica pode ser aprimorada no sentido de aperfeiçoar futuras pesquisas sobre o tema.

Conforme comentado anteriormente, é importante que os dados e análises gerados pela pesquisa sejam entendidos como referências exploratórias e sem a pretensão de ser conclusivo sobre o tema, sobretudo quando esse tema é tão amplo e difuso como a questão da responsabilidade social empresarial.

3.2. Empresas envolvidas na pesquisa

A amostra escolhida para o estudo corresponde conglomerados de empresas de atividade industrial, pertencentes ao Pólo Industrial de Camaçari. Conforme tabela 2, são 40 empresas reunidas em uma região, formando o maior complexo industrial integrado do Hemisfério Sul. Considerando empresas metalúrgica, logística e de serviços, dentre outras, o Pólo compreende mais de 60 empresas.

Localizado no município de Camaçari, a 50 quilômetros de Salvador-Bahia, o Pólo Industrial de Camaçari iniciou suas operações em 1978, então chamado de Pólo Petroquímico de Camaçari, por comportar empresas apenas do ramo químico e petroquímico. Atualmente fazem parte do pólo, além das indústrias químicas e petroquímicas, outros ramos de atividade como indústria automotiva, de celulose, metalurgia do cobre, têxtil e bebidas (COFIC, 2005).

Tabela 2¹² – Relação de empresas integrantes de Pólo industrial de Camaçari

Empresa	Endereço
ABB Ltda.	Rua Eteno, 2406 Pólo Ind. Camaçari 42810-000 – Camaçari-BA.
Acrinor S.A.	Rua Hidrogênio, 824, Pólo Ind. Camaçari 42810-010 – Camaçari-BA.
Air Products Brasil Ltda.	Rua Nafta, 717 Pólo Ind. Camaçari 42810-210 – Camaçari-BA.
Ambev – Cia de Bebidas das Américas.	Rua João Úrsulo, 1620, Pólo Ind. Camaçari 42810-030 – Camaçari-BA.
Bahia Pulp S.A.	Rua Alfa, 1033-Pólo Ind. Camaçari 42810-290 - Camaçari-BA.
Basf S.A.	Rua Benzeno, 765 Pólo Ind. Camaçari 42810-020 – Camaçari-BA.
Braskem S.A.	Rua Eteno, 1561-Pólo Ind. Camaçari 42810-000 - Camaçari-BA.
Caraiba Metais S.A.	Via do Cobre, 3700 42850-000 – Dias D'Ávila-BA.
Cetrel Empresa de Proteção Ambiental.	Via Atlântica, Km 9 42810-000 - Camaçari-BA.
Chesf – Cia Hidroelétrica do São Francisco.	Av. São Rafael, s/n Prédio das Chesf Pituaçu 41250-390 – Salvador-BA.
Ciba Especialidades Químicas Ltda.	Rua Gama, 520-Pólo Ind. Camaçari 42810-310 - Camaçari-BA.
Cibrafétil – Cia Bras. de Fertilizantes	Rua Alfa, 1428 Pólo Ind. Camaçari 42810-290 - Camaçari-BA.
Cobafi – Cia Bahiana de Fibras	Rua Eteno, 3832-Pólo Ind. Camaçari 42810-000 - Camaçari-BA.
Daxoil Refino S.A.	Rua Oxigênio, 245-Pólo Ind. Camaçari 42810-000 - Camaçari-BA.
Deten Química S.A.	Rua Hidrogênio, 1744-Pólo Ind. Camaçari 42810-010 - Camaçari-BA.
Dow Brasil Nordeste Ltda.	Rua Hidrogênio, 3076 Pólo Ind. Camaçari 42810-280 - Camaçari-BA.
Dusa Dupont – Sabanci Brasil S/A	Rua Eteno, 3832 Pólo Ind. Camaçari 42810-000 - Camaçari-BA.
Elekeiroz S.A	Rua João Úrsulo, 1.261 Pólo Ind. Camaçari 42810-030 - Camaçari-BA.
EMCA – Emp. Carioca de Prod. Químicos	Rua Eteno, 3189-Pólo Ind. Camaçari 42810-000 - Camaçari-BA.
FAFEN – Fáb. de Fert. Nitrogenados	Rua Eteno, 2198, Pólo Ind. Camaçari 42810-000 - Camaçari-BA.
Ford Company Brasil Ltda.	Rua dos Polímeros, 2000, Pólo Ind. Camaçari 42810-220 - Camaçari-BA.
Griffin Brasil Ltda.	Rua Oxigênio, 748-Pólo Ind. Camaçari 42810-270 - Camaçari-BA.
Invista Polímeros Ltda.	Rua Eteno, 3832 Pólo Ind. Camaçari 42810-000 - Camaçari-BA.
IPC do Nordeste.	Rua Hidrogênio, 785 – Pólo Ind. Camaçari 42810-010 - Camaçari-BA.
ITF Chemical Ltda.	Rua Beta, 574 Pólo Ind. Camaçari 42810-300 - Camaçari-BA.
LANXESS Ind. de Prod. Quím. e Plásticos Ltda.	Rua dos Plásticos, 1564 Pólo Ind. Camaçari 42810-240 – Camaçari-BA.
Metanor/Copenor	Rua Eteno, 1242, Pólo Ind. Camaçari 42810-000 - Camaçari-BA.
Millennium Inorganic Chemicals	Rod. BA 099, Km 20-Abrantes 42840-000 - Camaçari-BA.
Monsanto Nordeste S/A	Rua Eteno, 5001 Pólo Ind. Camaçari 42810-000 - Camaçari-BA.
Oxítено do Nordeste S/A	Rua Benzeno, 1065-Pólo Ind. Camaçari 42810-020 - Camaçari-BA.
Petrobrás Distrib. – BACAM	Rua Edístio Ponde, 143 Stiep 41760-310 – Salvador-BA.
Polibrasil Resinas S.A.	Rua Hidrogênio, 1404, Pólo Ind. Camaçari 42810-010 - Camaçari-BA.
Policarbonatos do Brasil S.A	Rua Hidrogênio, 3076 – Pólo Ind. Camaçari 42810-280 - Camaçari-BA.
Politeno Ind. e Comércio S.A	Rua Benzeno, 2319-Pólo Ind. Camaçari 42810-020 - Camaçari-BA.
QGN – Química Geral do Nordeste S.A.	Rua Octanol, 640 Pólo Ind. Camaçari 42810-000 - Camaçari-BA.
Sansuy S.A – Indústria de Plásticos	Rua dos Plásticos, 761 Pólo Ind. Camaçari 42810-240 - Camaçari-BA.
TEQUIMAR – Term.Químico de Aratu S.A.	Caixa Postal, 58 43805-970 – Candeias-BA.
Tigre S/A – Tubos e Conexões.	Rua dos Pigmentos, 285, Pólo Ind. Camaçari 42810-230 - Camaçari-BA.
UTE Bahia I.	Rua João Ursulo, 200 - Pólo Ind. Camaçari 42810-000 – Camaçari-BA.
White Martins Gases Ind. do Nordeste S.A	Rua Benzeno, s/n -Pólo Ind. Camaçari 42810-020 - Camaçari-BA.

¹² A Braskem está identificada como uma única empresa, embora congregue sete antigas empresas independentes, incorporados no processo de criação da empresa. A Dow Química também inclui plantas diferentes: Isopol e EDN.

Com a incorporação de empresas de ramos diferentes, o pólo experimenta um novo ciclo de expansão, na perspectiva de integração do segmento petroquímico com a indústria de transformação, gerando maior crescimento dos empreendimentos industriais e maior geração de riqueza pela incorporação de maior valor agregado aos seus produtos.

Para se ter uma noção da importância do Pólo Industrial de Camaçari para a economia do estado da Bahia, alguns dados valem a pena ser observados (COFIC, 2005):

- Investimento global superior a 10 bilhões de dólares.
- Atende a mais da metade das necessidades de produtos químicos e petroquímicos do país.
- As exportações representam US\$ 600 milhões/ano, cerca de 35% do total exportado pelo Estado da Bahia.
- Faturamento de aproximadamente US\$ 5 bilhões/ano.
- Responde por cerca 25% do total da arrecadação estadual de ICMS e por mais de 90% da receita tributária de Camaçari.
- Emprega 12 mil pessoas diretamente e 11 mil pessoas através de empresas contratadas.
- Sua participação no Produto Interno Bruto baiano é superior a 15%.

Conforme mencionado anteriormente, a importância econômica do Pólo Industrial de Camaçari, por si só, seria um critério para escolha de uma amostra de empresas para pesquisa sobre SER. Os dados acima mostram a relevância estratégica do pólo para todo o estado. Dessa forma, torna-se especialmente importante as observações e inferências sobre o comportamento dessas empresas em relação à realidade social que o cerca, mais especificamente em relação a possíveis ações sociais de enfrentamento dessa realidade.

Desse total de empresas, apenas 8 (oito) responderam ao questionário e assim participaram ativamente da pesquisa. No entanto, independente da quantidade de empresas efetivamente avaliadas, não se pode simplesmente extrapolar os resultados da análise para todo o universo industrial baiano, nem mesmo para

todas as demais empresas do pólo de Camaçari. Pode-se, no entanto, e esse é objetivo maior, inferir sobre tendências de comportamento das empresas do pólo em relação ao tema da responsabilidade social empresarial.

As sete empresas efetivamente participantes da pesquisa foram as seguintes:

1. Bahia Pulp S.A.
2. Caraíba Metais S.A.
3. Millennium Inorganic Chemicals
4. Policarbonatos do Brasil S.A.
5. Monsanto Nordeste S.A.
6. Cetrel Empresa de Proteção Ambiental
7. Politeño Indústria e Comércio S.A.
8. Deten Química S.A.

4. RESULTADOS DA PESQUISA

A pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de explorar o tema da responsabilidade social empresarial entre as empresas que compõem o Pólo Industrial de Camaçari, na Bahia. Essa população pesquisada é composta por mais de 40 empresas do ramo industrial, atuando essencialmente no ramo químico e petroquímico, embora existam empresas de outros setores industriais. Por si só, esse escopo de análise seria muito significativo, sobretudo por representar uma parcela significativa da arrecadação do estado da Bahia.

No entanto, considerando que a amostra trabalhada na pesquisa, por razões diversas e anteriormente comentadas, foi de oito empresas, não se pretende extrair resultados conclusivos da pesquisa em relação às práticas de responsabilidade social entre as empresas do Pólo. Muito menos ainda, seria imprudente inferir conclusivamente sobre o ramo industrial baiano e sua relação com a responsabilidade social empresarial. Por outro lado, pode-se inferir sobre características gerais ou predominantes das ações sociais dentre as empresas pesquisadas, considerando estas como uma amostra significativa de um pólo de empresas representativo da atividade industrial na Bahia. Vale ressaltar que, embora a pesquisa seja de natureza qualitativa, alguns dados foram quantificados, mas com o objetivo de ilustrar e facilitar a análise, sem a pretensão de tornar a pesquisa quantitativa, dado o tamanho da amostra utilizada.

As oito empresas estudadas e listadas no capítulo 3 (“condição do estudo”) foram analisadas conforme os itens do questionário previamente estruturado, mostrado no apêndice A. É importante lembrar que outras empresas chegaram a passar algumas informações iniciais sobre suas atividades sociais, porém antes de participar efetivamente da pesquisa, respondendo aos itens do questionário. Essas empresas supostamente iriam participar da pesquisa, tão logo obtivesse uma autorização formal da direção ou gerência. Como essa participação formal não se consumou, as informações prévias obtidas por telefone não foram utilizadas na

análise, por não se enquadrar no conjunto de dados previamente preparados para a pesquisa, além de se tratar de dados muito gerais e de pouca utilidade metodológica.

As características gerais das empresas estudadas, bem como informações básicas sobre seus perfis, estão apresentadas na tabela 3. De acordo com as informações, o grupo está dividido mais ou menos meio a meio entre filiais de empresas e empresas sede. Essas características poderiam representar diferenças significativas entre as empresas, uma vez que poderia se supor que empresas com sede no Pólo teriam seus centros de decisão e controle locais, podendo estar mais intimamente ligados aos problemas sociais locais/regionais e com mais capacidade de decisão sobre as ações sociais da organização. Isso muda de figura na medida em que se espera uma maior autonomia das unidades filiais, inclusive em relação às suas ações sociais, normalmente voltadas para o universo social local ou regional, muito embora todas as ações relacionadas à área de RSE dessas empresas filiais estejam submetidas às orientações gerais da companhia. Enfim, essa característica (filial e sede) pode representar, em tese, uma diferença significativa entre as empresas estudadas, porém isso não pareceu de fato ser significativo, quando se observou que suas ações são predominantemente locais.

Tabela 3 – Características e perfis das empresas pesquisadas.

	Tipo de unidade	Ano fundação¹³	Nacionalidade (fundação e atual)¹⁴	Quantidade de funcionários¹⁵	Faturamento anual (aproximado)	Setor
Empresa 1	Filial	1976 (comprada 2003)	Nacional - atual controle internacional	100-499	20 milhões	Celulose
Empresa 2	Sede	1969 (privatizada em 1988)	Nacional	500-999	1,2 bilhão	Transformação (siderurgia/química)
Empresa 3	Sede	1978	Nacional	100-499	77 milhões	Proteção ambiental
Empresa 4	Sede	1977	Nacional - atual controle internacional .	100-499	750 milhões	Transformação (Química/Petroq.)
Empresa 5	Filial	1971 (comprada 2003)	Nacional - atual controle internacional	500-999	350 milhões	Transformação (Química/Petroq.)
Empresa 6	Filial	2001	Internacional	100-499	750 milhões	Transformação (Química/Petroq.)
Empresa 7	Sede	1985	Nacional	50-99	120 milhões	Transformação (Química/Petroq.)
Empresa 8	Sede	1974	Nacional	100-499	1,3 bilhão	Transformação (Química/Petroq.)

¹³ O ano de fundação considerado na tabela refere-se ao ano de instalação da empresa no Pólo de Camaçari.

¹⁴ Foi considerado o controle acionário da empresa no ano de sua instalação no Pólo e o controle atual.

¹⁵ No questionário (apêndice A), foram consideradas cinco classes para o item “quantidade de funcionários”, quais sejam: até 9, 10-49, 50-99, 500-999 e acima de 1000 funcionários.

A maioria das empresas iniciou suas atividades industriais no pólo durante a década de 70, o que, no mínimo, revê-la a longa convivência dessas empresas com a realidade social local e do estado. Ainda que em alguns casos o controle acionário da empresa tenha mudado há poucos anos, o que muda naturalmente as políticas das empresas (inclusive sociais), o recente envolvimento das empresas em ações social, à exceção de poucos caso com maior histórico social, pode indicar a tendência das empresas em envolver-se com o tema da responsabilidade pelo momento atual. Não se pode concluir objetivamente que esse envolvimento se dá unicamente por uma tendência ou “onda” de mercado, uma vez que as ações supostamente são sérias e com reais propósitos sociais. Porém, pode-se inferir que a maioria das empresas passou a envolver-se em questões sociais após o mercado entender isso como uma nova realidade na qual as empresas deveriam adaptar-se, o que poderia indicar a predominância da dimensão instrumental nessas ações de responsabilidade social, segundo o modelo de Cheibub e Locke (2002), apresentado no capítulo 2.

Caracterizando melhor a amostra estudada, a maior parte das empresas é do setor químico e petroquímico e metade da amostra é de empresas nacionais (controle acionário nacional). No entanto, das outras quatro, três eram nacionais na época de sua instalação no Pólo de Camaçari. Desse modo, sete empresas eram nacionais (com participação acionária forte de grupos estrangeiros) durante boa parte da sua existência em Camaçari. Quanto ao tamanho das empresas da amostra pesquisada, segundo os critérios do Sebrae¹⁶ (www.sebrae.com.br), duas empresas são caracterizadas como de *grande* porte, cinco como *média* e apenas uma como *pequena*. Porém, levando-se em consideração o faturamento bruto anual, sete das oito empresas apresentam valores acima do limite característico de médias empresas (R\$35 milhões), de acordo com os critérios de financiamento utilizados pelo BNDES para micro, pequenas e médias empresas (BNDES, 2000). Portanto, pelo porte das empresas, trata-se de organizações de importante influência na atividade econômica no estado, caracterizando um significativo poder

¹⁶ De acordo como o Sebrae, os critérios de classificação de empresas por tamanho é o seguinte: Micro empresa – até 19 empregados; pequena - 20 à 99; média – 100 à 499; grande – acima de 500. Esse critério é adotado para o setor industrial e construção.

econômico e político, o que creditaria força às eventuais ações sociais dessas organizações.

Quanto aos aspectos de gestão da organização em relação ao tema da responsabilidade social, observa-se que não há uma uniformidade em relação aos setores que gerem as atividades sociais nas empresas estudadas. Embora tenha havido uma predominância do setor de recursos humanos como responsáveis pela área de responsabilidade social, apareceram também setores como comunicação social, relações públicas, qualidade e SSMA (saúde segurança e meio ambiente). Em alguns casos, assuntos relacionados à RSE são de responsabilidade de mais de um setor. Isso revela a que a amplitude do tema da responsabilidade social tem reflexos na própria gestão do assunto nas empresas. Além disso, pode revelar, também, a compreensão difusa do tema nas empresas, com impactos diretos nos diferentes focos dado pelas empresas às suas atividades sociais.

Um aspecto que vale destacar em relação à gestão da responsabilidade social nas empresas é que a maioria das empresas (seis dentre as oito) declarou que promovem a capacitação de seus membros em relação à RSE, na maioria dos casos para funcionários, mas em algumas empresas a capacitação acontece, também, para dirigentes. Esse tipo de ação pode caracterizar o interesse da empresa em massificar internamente o conceito da RSE, além de caracterizar uma maior profissionalização na gestão de temas sociais nas empresas. Aliás, o maior *know how* de gestão e organização interna é uma das marcas da influência das empresas em atividades sociais. De um modo geral, os responsáveis pela área de responsabilidade social nas empresas têm, em sua maioria, entre 31 e 50 anos de idade, com formação profissional em nível de pós-graduação e dividido de forma mais ou menos equilibrada entre os sexos masculino e feminino.

Ainda no quesito gestão das ações de responsabilidade social, dentre as oito empresas, cinco contam com assessoria ou consultoria especializada. Na maior parte dos casos, trata-se de profissionais especializados ou organizações ligadas ao setor patronal, como o sistema S¹⁷ ou organizações especializadas no apoio a

¹⁷ O sistema S é formado por organizações de direito privado, criadas na década de 1940, com o objetivo de promover serviços sociais aos trabalhadores em seus setores econômicos. Como exemplo, pode-se citar: SESI, SENAI, SENAC, dentre outros.

ações gerenciais. Embora não se possa confirmar, mas esses dados dão uma boa noção da pouca relação interorganizacional das empresas do Pólo de Camaçari na gestão de suas atividades sociais, sobretudo em relação à parcerias com organizações representativas de trabalhadores ou comunidades. Foi observado posteriormente que essa relação em outros níveis das atividades sociais empresariais, sobretudo como beneficiários. No entanto, existe uma forte indicação da fraca relação na gestão das políticas sociais.

Com relação à avaliação de suas atividades sociais, a maioria das empresas declarou proceder a algum tipo de avaliação, o que denota o caráter profissional das ações sociais empresariais, ainda que as metodologias utilizadas tenham sido diversas, algumas vezes até mesmo dentro de uma mesma empresa. Vale ressaltar que duas empresas destacaram que incluem a comunidade externa em suas avaliações. Todas as empresas pesquisadas fazem algum tipo de “prestação de contas”, e incluem, em sua grande maioria, a comunidade e os sócios e acionistas como o foco de suas prestações de contas. Isso pode indicar a seriedade no trato das ações sociais, ao mesmo tempo em que indica os amplos objetivos da adoção da RSE, envolvendo interesses empresariais e comunitários, normalmente tratados como típicos da RSE. Essa característica também denota a amplitude dos *stakeholders* relacionados, conforme indica o campo progressista/instrumental dos modelos de Cheibub e Locke (2002). Vale destacar, também, que três empresas declararam utilizar o balanço social para sua prestação de contas, indicando o crescente envolvimento das empresas com ferramentas consagradas e tidas como legítimas de gestão de RSE.

Conforme o apêndice A, para algumas respostas foram relacionados pesos entre 0 e 3, evoluindo do “não considerado/atendido” até o “plenamente considerado/atendido”. Em relação à observação dos resultados obtidos com a RSE, o item que foi mais destacado foi o “*contribuiu para os objetivos estratégicos da empresa*”, com média de 2,57 em suas notas. Em seguida, os dois itens destacados nos resultados foram, em ordem de classificação, a “*melhoria da relação da organização com a comunidade*” e “*melhoria da imagem institucional da organização*”. Apenas em quarto lugar aparece o item “*melhorou as condições de vida da comunidade*”, junto com “*melhorou compromisso do empregado com a*

organização". Pode-se notar facilmente, portanto, um forte enfoque em aspectos de interesse da própria empresa nas ações sociais praticadas por ela. Isso não deslegitima seus programas de RSE, mas tende a enquadrá-los no modelo progressista de Cheibub e Locke (2002), no qual a prioridade dos benefícios é a própria empresa (donos/acionistas). Como mencionado outras vezes, não se pode concluir decisivamente nessa pesquisa, mas apenas levantar indicações exploratórias sobre as características das ações de RSE. Nesse caso vale sempre lembrar que alguns itens essencialmente sociais também tiveram peso nos resultados observados pelas empresas em suas atividades sociais, ainda que não tenham sido os resultados principais.

Dentre as principais dificuldades mencionadas pelas empresas na implementação de ações de RSE destaca-se a *"falta de qualidade nos projetos dos parceiros"*, o que pode indicar a necessidade de melhoria da qualificação profissional e melhoria da organização das entidades não empresariais envolvidas com a RSE. Curiosamente, segunda grande dificuldade sentida foi a *"falta de incentivo governamental"*. Isso indica de alguma forma a expectativa das empresas em relação ao envolvimento do estado nas atividades de RSE, quando se esperaria uma evolução nas relações entre empresas e terceiro setor e maior independência em relação ao estado.

Em relação aos projetos e programas de RSE, um aspecto destacável é que todas as empresas declararam que a RSE faz parte do planejamento estratégico da empresa, caracterizando uma indicação da força institucional da RSE nas empresas. Nesse quesito de pesquisa destaca-se uma de suas questões mais importantes: a motivação da empresa em praticar a RSE. Dentre as opções de respostas destaca-se o comprometimento da empresa com a causa social e ambiental. Em seguida aparecem as motivações de ordem ética, filosófica e religiosa. Em um terceiro nível de motivação aparecem a satisfação dos funcionários, o atendimento às comunidades próximas e a difusão dos conceitos de RSE. Em último lugar no critério de motivação por incentivos fiscais. Esse último aspecto mostra que a expectativa das empresas em relação ao envolvimento do estado, mencionado anteriormente, se dá por outras formas, mas não por expectativas de isenção fiscal. Caso seja essa a expectativa, a pesquisa mostra

uma contradição clara entre discurso e prática. Vale ressaltar, também, que aspectos motivacionais como *satisfação dos acionistas, consumidores e clientes e qualificação da mão de obra* aparecem com relativo destaque na pesquisa, todos com peso médio em torno de 2 (motiva medianamente). Aspectos motivacionais também apontam para a amplitude dos interesses das ações sociais das empresas, mesclando interesses das empresas com outros marcadamente sociais. A figura 5 mostra os resultados dos pesos médios atribuídos aos fatores motivacionais para a prática da RSE.

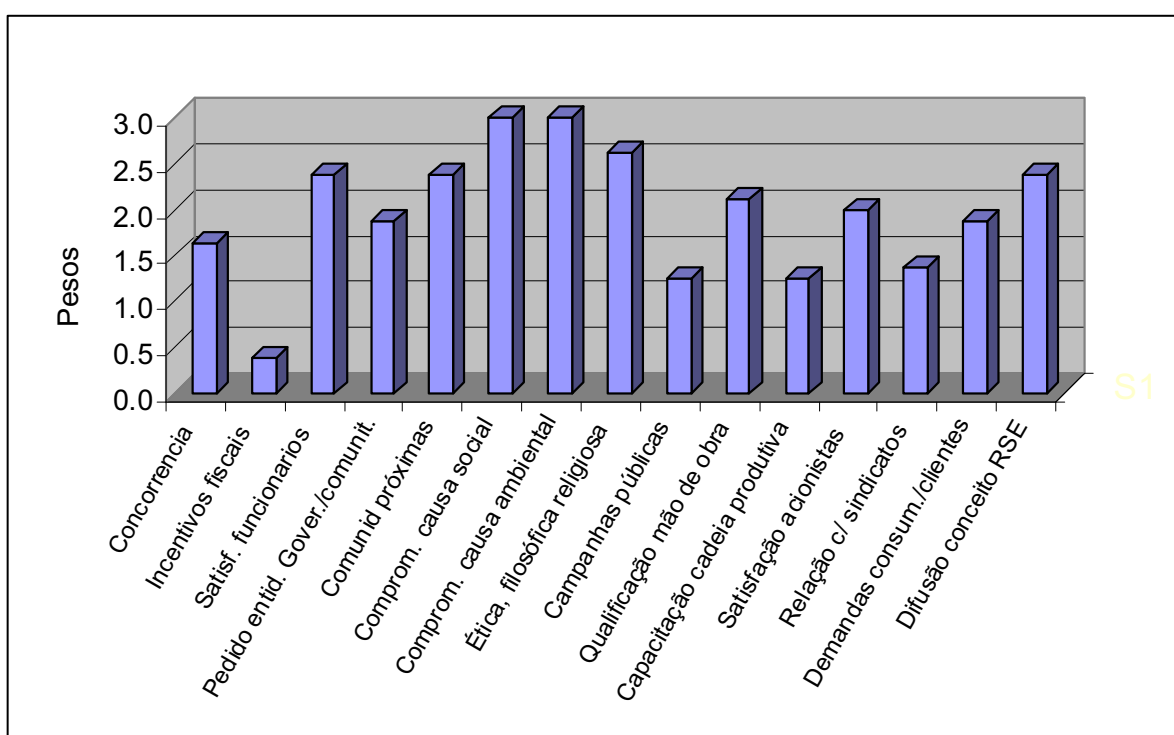


Figura 5 – Resultados da pesquisa para os fatores motivadores para a prática da RSE.

Em relação ao diálogo com seus *stakeholders*, a pesquisa mostra que todas as empresas declararam buscar esse diálogo, principalmente em relação à comunidade externa e seu público interno. Também aqui aparecem os acionistas com relativo destaque (peso médio 2) em relação ao diálogo em aspectos de RSE. No que tange ao volume de recursos financeiros empregados em ações de responsabilidade social, a maioria das empresas destinará entre R\$350 e R\$400 mil por ano. Para duas empresas está previsto recursos acima de um milhão de

reais. Para uma empresa os recursos destinados estão na ordem de R\$100 mil. Essas informações são oficiais e de acordo com o balanço declarado da empresa.

No que se refere aos principais beneficiados pelas ações de RSE das empresas pesquisadas, em ordem de importância, respectivamente aparecem o *público interno*, *comunidade local* e *meio ambiente*. Essas informações reforçam as intenções declaradamente sociais das empresas ao mesmo tempo em que demonstra um equilíbrio de foco entre funcionário e membros da comunidade externa (local) como beneficiários das ações de RSE. Vale salientar que essas informações são apenas declarações das empresas quanto aos principais beneficiários em suas ações de responsabilidade social.

Com relação a possíveis incentivos fiscais obtidos via ação de RSE, apenas duas das oito empresas declararam receber algum tipo de benefício. Isso pode reforçar o viés da legitimidade de suas ações sociais, pelo menos por não praticá-la com fins de obtenção de ganhos fiscais. No item seguinte, um pouco mais da metade das empresas (quatro) disseram que praticam ações filantrópicas via doações financeiras, o que pode demonstrar que a filantropia ainda é uma prática de responsabilidade social valorizada, talvez demonstrando o fator motivador *moral* ainda seja forte nas empresas em sua relação com o social, ainda que não necessariamente seja ampla no sentido dos beneficiários por essas ações filantrópicas, conforme modelo de Cheibub e Locke (2002) e conforme visão da RSE “após negócio” (IOS, 2002).

No aspecto divulgação, todas as empresas declararam promover a divulgação de suas atividades sociais de diversas formas. Essa diversidade de meios de divulgação ocorre em todas as empresas pesquisadas, tendo uma empresa, inclusive, informado que utiliza todos os meios de divulgação mencionados no questionário de pesquisa. A única empresa que não confirmou divulgar suas ações não o faz porque o projeto de responsabilidade social nessa empresa ainda está em fase de desenvolvimento, portanto não existe ainda nenhuma ação em curso para ser divulgada. É importante, também, destacar que algumas empresas mencionaram o balanço social como meio de divulgação. A questão da divulgação, por si só, não é uma informação absoluta, uma vez pode significar o interesse da

empresa em difundir o conceito da RSE, assim como pode representar o interesse da organização em ganhos de imagem (e mercado) com suas atividades sociais.

Outro dado importante extraído da pesquisa é que todas as empresas confirmaram que desenvolvem algum tipo de ação social para a comunidade ou sociedade em geral, com exceção da empresa mencionada no parágrafo anterior, cujas ações sociais ainda estão em fase de projeto. Dentre as sete empresas respondentes, os públicos alvos para suas ações sociais comunitárias foram citados com a seguinte frequência:

- Crianças - citadas 6 vezes (85,7%)
- Jovens - citados 5 vezes (71,4%)
- Adultos - citados 3 vezes (42,9%)
- Famílias - citadas 3 vezes (42,9%)
- Mulheres - citadas 2 vezes (28,6%)
- Idosos - citados 2 vezes (28,6%)
- Portador de necessidades especiais - citada 1 vez (14,3%)

Observa-se nessa amostra a grande atenção dada às crianças e jovens nas ações sociais das empresas pesquisadas, provavelmente em função da idéia de trabalhar o futuro da sociedade, investindo em crianças e jovens. Essa idéia pode ser reforçada baixa frequência de citações de idoso (duas vezes).

Dentre as áreas de atuação dos projetos sociais das empresas, a figura 6 mostra os pesos registrados na pesquisa para cada uma dessas áreas. A lista de áreas sugeridas no questionário tomou como base as categorias utilizadas na pesquisa do IPEA, denominada *A iniciativa privada e o espírito público*, abrangendo as empresas da região sudeste do Brasil (Peliano, 2000). Observa-se na pesquisa do Pólo de Camaçari que as áreas mais priorizadas são, na seqüência, *meio ambiente, educação e alfabetização e desenvolvimento local sustentável*. Na seqüência, aparece a área de *qualificação profissional*. Esses resultados indicam, mais uma vez, uma grande diversidade de áreas de atuação das ações sociais das empresas estudadas. Nesse raciocínio, pode-se perceber que essas quatro áreas

prioritárias indicadas na pesquisa podem representar objetivos muito distintos. O meio ambiente, por si mesmo, já abrange uma área temática ampla e se relaciona de certa forma com todas as áreas sociais e econômicas. Ações para a educação e alfabetização representam medidas efetivas para a melhoria da qualidade de vida das pessoas em geral, além de representar um elemento de destaque na diminuição da concentração de renda no país, que, conforme item 2.1 desse texto, é o aspecto mais forte da perpetuação da pobreza no país. Sendo assim, ações e investimento em educação e alfabetização devem representar ações de RSE legítimas e objetivamente focadas na melhoria das condições sociais gerais. Por sua vez, *desenvolvimento local sustentável* pode representar ações sociais no sentido de melhoria e aproximação das empresas com as comunidades próximas, o que pode indicar ações comunitárias efetivas, como também investimento na melhoria da imagem local da empresa. A área de *qualificação de mão de obra* pode representar mais fortemente o interesse da empresa em melhorar a qualidade de sua mão de obra, muito embora também proporcione maiores oportunidades profissionais para os trabalhadores.

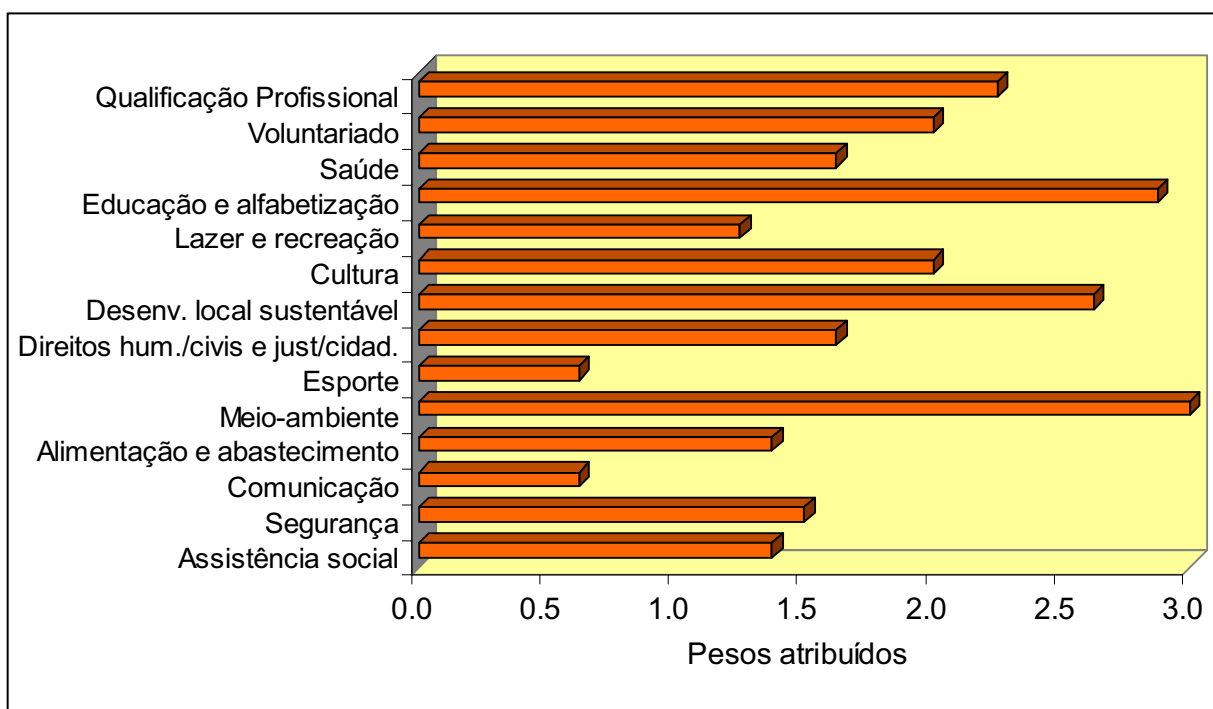


Figura 6 – Áreas de atuação de responsabilidade social, segundo pesquisa.

É válido observar, também, que os resultados da pesquisa do Pólo são bastante diferentes das principais áreas indicadas na pesquisa do IPEA. Nessa última, a área de *assistência social* aparece em primeiro lugar, seguida de *alimentação e abastecimento*. Mais distante vem *segurança e esporte*. A área de *meio ambiente* aparece em 9º lugar, dentre as doze áreas sugeridas, e a *qualificação profissional* aparece em último. Essas discrepâncias podem representar uma real diferença de foco entre as ações sociais de empresa do Sudeste e Nordeste, dado as diferenças sociais e culturais entre as duas regiões, embora saiba que a pesquisa do Pólo é qualitativa e exploratória, em função do pequeno tamanho da amostra trabalhada.

Na pesquisa do Pólo de Camaçari foi registrado, também, que as empresas procuram discutir com a comunidade e públicos beneficiados os seus projetos sociais. No aspecto interno, as empresas estimulam a participação de funcionários em projetos sociais, inclusive com seção de horas de trabalho. Isso representa um sinal concreto de envolvimento das empresas com a RSE, com características típicas de profissionalismo na gestão de temas sociais.

Em relação ao tema das parcerias em projetos sociais, assunto estratégico em RSE, todas as empresas declararam estabelecer parcerias com outras organizações para o desenvolvimento de suas ações. A figura 7 mostra a distribuição de importância dos tipos de parceiros registrados na pesquisa. Em primeiro lugar aparecem as ONGS e organizações sem fins lucrativos. Esse dado segue uma tendência geral das ações de RSE em estabelecer parcerias interorganizacionais, no sentido de utilizar a maior capacitação técnicas dessas organizações na gestão de projetos sociais. Na seqüência aparecem, respectivamente, parcerias com organizações comunitárias e poder público municipal. É interessante notar que esses dois parceiros representam exatamente a relação com a sociedade, com organizações típicas da sociedade civil, e com o estado, representado pelo poder municipal (prefeituras e órgãos municipais). Isso pode indicar uma tendência à relação crescente entre estado, empresas e terceiro setor em atividades sociais, podendo refletir algumas características da RSE em geral, de fomentar esse tipo de parceria ampla.

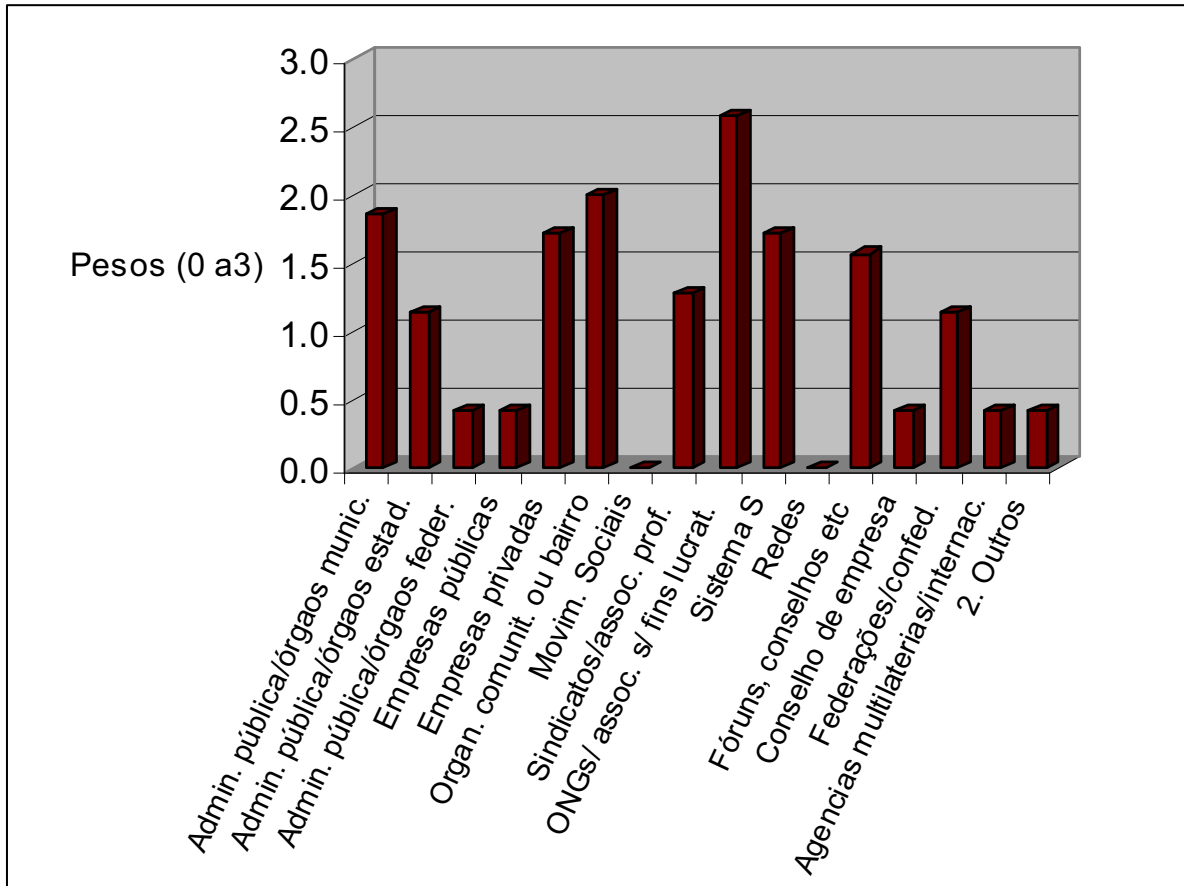


Figura 7 – Principais parceiros das empresas em projetos e ações sociais.

Por fim, vale destacar que todas as empresas confirmaram que estimulam e patrocinam projetos de desenvolvimento de pesquisa e tecnologia em atuação conjunta com a comunidade acadêmica e científica, revelando que o desenvolvimento científico é um vetor significativo da RSE, segundo a amostra estudada.

5. CONCLUSÕES

A idéia do estudo apresentado é permitir uma reflexão sobre as práticas de responsabilidade social empresarial (RSE) no Brasil, focando uma realidade local e associado a um determinado contexto industrial no estado Bahia – o Pólo Industrial de Camaçari. Para tanto, foi necessário levantar alguns elementos objetivos de análise, notadamente relacionados com características, visões e concepções entorno do tema da RSE. O estudo procura responder a uma questão central, a saber: “quais as características das iniciativas de responsabilidade social das empresas do Pólo Industrial de Camaçari?”. Outras questões, no entanto, também fazem parte dessa discussão, permitindo a identificação de outros objetivos na pesquisa, quais sejam:

- Levantar informações que possam fornecer referências concretas sobre a real efetividade das ações de responsabilidade social das empresas ligadas ao pólo industrial de Camaçari, na Bahia.
- Avaliar qualitativamente a ênfase dada às ações sociais de empresas para a comunidade externa dentre as iniciativas de RSE.
- Identificar alternativas de ação social das empresas, dentro do escopo das possíveis iniciativas com fins públicos e não estatais.
- Buscar referências sobre os possíveis modelos de RSE adotados pelas empresas do pólo industrial de Camaçari.

A pesquisa foi desenvolvida a partir da problematização das concepções no entorno da RSE e a investigação da literatura do tema. Procurou-se compreender a amplitude do assunto, suas implicações e, sobretudo, identificar os principais modelos e práticas de ação social no meio empresarial. Embora tenha ficado claro que o tema da RSE é, em essência, muito amplo e difuso, foi possível identificar as suas características gerais. No estudo, utilizou-se como referência principal de análise e comparações os modelos de Cheibub e Locke (2002), o qual caracteriza os principais modelos de RSE, a partir das dimensões dos fatores motivadores e dos principais beneficiários das ações sociais. O estudo aborda também o tema da pobreza, tentando entendê-lo tecnicamente e utilizá-lo como referência principal para a necessidade de novos atores de transformação da realidade social perversa

do País. A partir do desenvolvimento de questionário estruturado de pesquisa, procedeu-se à pesquisa de campo, de natureza exploratória e comparativa, por meio da aplicação do questionário via fone, com uma amostra de empresas do Pólo de Camaçari. Os resultados foram tabulados e analisados qualitativamente, gerando informações que podem levar à importantes observações, embora não conclusivas, face ao tamanho da amostra trabalhada (oito empresas).

Por meio de pesquisa na literatura do tema e de sua posterior problematização teórica, procurou-se entender a responsabilidade social, no sentido de tentar desmistificá-lo e tratá-lo tecnicamente. Isso que permitiu compreender que, pela própria amplitude de concepções do tema, seria imprudente considerar a RSE como algo absolutamente positivo ou negativo. A RSE, por sua própria natureza, pode contemplar desde as ações oportunistas e de puro marketing social, direcionada unilateralmente para os ganhos da empresa, até aquelas ações tipicamente voltada e estruturada para o social e com o real propósito de melhoria da qualidade de vida das pessoas. Isso sem esquecer a tradicional e ainda valorizada filantropia social. No primeiro caso, orientada somente para o marketing social, algumas correntes podem até entendê-las como não legítimas, portanto, dissociá-las da RSE. No entanto, nenhuma visão pode definir que essas ações de marketing e filantropia não façam parte do universo da RSE, uma que se tratam, de alguma forma, de questões não estritamente ligadas às suas atividades produtivas e que não desvirtuem de uma conduta fiscal, moral e eticamente corretas. Isso implica que algumas ações de RSE podem ser legitimamente voltadas para social, outras orientadas para ganhos da empresas e outras uma forma híbrida, sendo todos esses focos considerados como inseridos no amplo universo da RSE, independente do seu julgamento geral ser considerado hegemonicamente como “do bem” ou “do mal”.

O quadro geral de pobreza e precariedade social apresentado, além de tentar enquadrar o assunto de forma técnica, de modo a melhor compreender a realidade social do país, ressalta os aspectos estruturais dessa realidade. A pobreza no Brasil foi apresentada de forma fundamentada, indicando que sua ocorrência no país é estrutural, permanecendo-se uma faixa percentual nas últimas décadas, ainda que oscilando em alguns períodos específicos da história do país, como, por

exemplo, período subsequente ao plano real. Além da pobreza absoluta e relativa, associada à incapacidade de parte da população em atender às suas demandas humanas mais básicas, no Brasil outra dimensão aparece com destacando e contribuindo para a consolidação da pobreza no país como um aspecto estrutural: a concentração de renda. No texto, essa dimensão é mostrada com indicadores e comparações, apresentando o Brasil como uma dos países de maiores níveis de concentração de renda no mundo, revelando um modelo de desenvolvimento histórico e culturalmente consolidado como injusto, uma vez que não promove a evolução social de fato, mesmo que em períodos de crescimento econômico. Por essa razão, inclusive, que Barros, Henriques e Mendonça (2000) consideram que o Brasil não é um país pobre, mas um país de muito pobres. Nesse caso, os altos níveis de pobreza no país devem-se essencialmente à sua desigualdade estrutural de distribuição de renda e de oportunidades de inclusão social.

Essa característica de concentração de renda como o “motor” da pobreza e precarização social mostra que é necessário repensar o processo de crescimento econômico, priorizando a redução da pobreza e desigualdade social. Mudar essa estrutura social, portanto, significa promover a inclusão no processo de evolução social, econômica e política (ROCHA, 2003). No texto, as práticas de responsabilidade social empresarial são apresentadas como possíveis vetores de transformação social necessárias à transformação do país, ainda que, nesse caso (da RSE), pretenda-se tão somente melhorar as condições de vida da sociedade, sem mudar suas características de modo de produção capitalista e mercado predominantemente auto-regulado. A RSE é mostrada como algo que merece o crédito de um possível real contribuinte de evolução social, sobretudo quando representa a possibilidade de mudança da concepção hegemônica e histórica de crescimento econômico.

Como foco da pesquisa, escolheu-se as empresas do Pólo Industrial de Camaçari, pela importância econômica dessas empresas para o estado. Por se uma idéia, o Pólo de Camaçari representa hoje uma participação superior a 15% no PIB baiano. Com essa amostra, pretendeu-se representar o ramo industrial do estado, muito embora não exista a intenção de simplesmente generalizar os resultados e inferências para todas as demais indústrias do estado. Por diversos fatores ligados

às empresas do Pólo (universo de mais de 40 empresas), utilizou-se apenas oito empresas como amostra de pesquisa. Isso significa que não se pode tomar os resultados da pesquisa como um retrato da RSE no setor industrial baiano, por razões metodológicas e, sobretudo, pela representatividade estatística da amostra. No entanto, podem-se traçar indicadores de conduta das empresas do Pólo Industrial de Camaçari com o tema da RSE, buscando inferências que levantem possíveis características da RSE e seus impactos reais, em uma pesquisa de natureza qualitativa e exploratória. Os dados e informações levantados na pesquisa podem, portanto, podem refletir uma realidade predominante das ações sociais das empresas do pólo de Camaçari, podendo servir de base para a reflexão sobre as características gerais dessas ações, bem como sobre sua efetividade em relação ao precário contexto social local e regional.

O estudo sobre as empresas do Pólo de Camaçari contribuiu para a clara percepção de que o tema da RSE é amplo e difuso. Mais que isso, ajudou a demonstrar que ações sociais empresariais, na prática, podem assumir rumos diversos e, muitas vezes, até contraditórios com o senso comum de ação social como algo com fins e objetivos públicos, ainda que toda essa amplitude de objetivos, características e fatores motivadores faça parte legitimamente escopo geral de responsabilidade social empresarial. Para reforçar essa percepção, observa-se que o tema da RSE nas empresas são associados a diferentes tipos de departamentos internos, como relações públicas, SSMA (saúde, segurança e meio ambiente), comunicação social, qualidade, dentre outros. Isso pode indicar uma falta de compreensão do assunto, ou mesmo a necessidade de praticá-lo por pura tendência de mercado, sem uma mudança efetiva dessas empresas na compreensão de seu papel transformação social.

A pesquisa realizada mostra que, conforme tendência das empresas atualmente, todas as empresas participantes responderam que pratica algum tipo de atividade de responsabilidade social. Em todos os casos, observou-se a existência de uma estrutura organizacional forma, definida para suportar e, muitas vezes, gerir as ações sociais das empresas. Isso reflete o ganho de importância estratégica do envolvimento social das empresas com questões sociais e públicas, antes mesmo de discutir sua real efetividade ou propósito. Vale ressaltar que as empresas

pesquisadas caracterizam-se, em termos de tamanho, entre médias e grandes empresas, o que permite a reflexão sobre questões sociais em relação às empresa de importante peso econômico e político.

Na amostra pesquisada, metade das empresas é controlada por grupos internacionais, o que pode refletir a idéia de RSE é uma tendência global e que seu envolvimento com as empresas segue uma tendência mundial, seja por razões de mercado, seja por uma nova consciência social e ambiental. Um dado que pode refletir essa tendência recente é que quase todas as empresas pesquisadas estão instaladas no pólo de Camaçari há mais de 25 anos, no entanto as suas atividades sociais, salvo raras exceções, foram adotadas há poucos anos, pelo menos no que se refere ao caráter formal e estratégico dessas atividades.

Algumas informações retiradas da pesquisa também podem confirmar uma das principais características da RSE: sua capacidade gerencial e de gestão em atividades sociais. Nesse caso, a declaração das empresas de que costumam promover a capacitação de seus membros, inclusive dirigentes, nas questões relacionadas com responsabilidade social. Outro dado que contribui com essa idéia é a capacitação dos profissionais responsáveis ou coordenadores do tema social nas empresas. Maior parte dos profissionais possui nível de pós-graduação. Também confirmando essa tendência de rigor gerencial, quase todas as empresas pesquisadas disseram que praticam algum tipo de avaliação de suas atividades sociais e todas elas confirmaram prestar contas dessas atividades. Nesse último item percebe-se uma tendência variada em prestar contas para sócios e acionistas e também fazê-lo para a comunidade em geral. Outro aspecto a destacar é que se a metade das empresas declarou utilizar o recurso do balanço social, uma ferramenta legitimamente consagrada em práticas sociais de empresas. Essa tendência variada induz a pensar que as empresas do pólo tendem a adotar a responsabilidade social, sem abdicar da opção instrumental de ganhos de mercado (imagem, marketing etc.), em alguns casos podendo caracterizar a prática da RSE por fins prioritários de mercado.

No estudo foram utilizados como referências os modelos de Cheibub e Locke (2002), os quais diferenciam dimensões de motivação de ordem instrumental e

moral, sendo o primeiro focado em ganhos para a empresa e o segundo em ganhos efetivamente sociais e com foco no bem público. Ainda reforçando a idéia da motivação instrumental nas práticas de RSE pesquisadas, observou-se que os objetivos estratégicos e os ganhos de imagem são relacionados como principais resultados observados internamente em suas práticas sociais, juntamente com a melhoria das condições de vida da comunidade. Quando a pesquisa aborda diretamente os fatores motivadores da sua prática de RSE, os primeiros fatores são de ordem de consciência social, ambiental, ética e filosófica, o que reforçaria a dimensão moral, ainda que a satisfação dos acionistas tenha tido um peso significativo nas respostas, o que manteria a importância da dimensão instrumental da RSE. O aspecto instrumental também pode ser aludido quando observado que todas as empresas declararam que divulgam suas atividades sociais, muitas vezes com meios de divulgação massivos, como internet, jornal internos, boletins, dentre outros. É importante lembrar que a divulgação de suas ações também pode ser associada à intenção em difundir a RSE, ainda que nesse caso o esperado fosse divulgar suas atividades em meios mais apropriados e não necessariamente massivos. Também é importante lembrar que a filantropia ainda tem força nas ações sociais das empresas, enfatizando a dimensão moral em sua característica mais incipiente.

Quanto aos principais beneficiários das suas atividades sociais, as empresas mostraram privilegiar uma ampla faixa de interesse, sobretudo o público interno, comunidades e meio-ambiente. Isso pode reforçar uma característica de atendimento aos *stakeholders* em suas ações sociais, em detrimento da visão conservadora empresarial em privilegiar sócios e acionistas, ainda que essa relação ampla com os *stakeholders* ao necessariamente implique na valorização do moral sobre o instrumental (social sobre o empresarial). Outra reflexão importante é sobre as áreas de atuação social das empresas pesquisadas. Nesse caso, nos primeiros lugares aparecem aspectos ambientais, educacionais e comunitários, claramente sociais. Na seqüência aparece o aspecto da qualificação profissional, a qual se por um lado melhora a condição de vidas das pessoas, por outro amplia a oferta de mão de obra qualificada para as empresas.

Ainda que não conclusivos, os dados coletados e analisados no estudo mostram uma tendência das empresas pesquisadas (Pólo Industrial de Camaçari) se enquadrarem naquelas empresas adeptas à responsabilidade social de forma séria, mas valorizando os aspectos instrumentais de ganhos de imagem e mercado, simultaneamente com ações verdadeiramente sociais e com foco predominantemente local. Percebe-se também no estudo a tendência hegemônica das empresas objetivarem uma ampla faixa de públicos beneficiários, em claro alinhamento com a idéia de *stakeholders*, em incluir nas suas ações sociais todos aqueles que afetem ou sejam afetados pela empresa.

É importante, também, salientar que as práticas de RSE com objetivos simultâneos ou exclusivos de ganhos de mercado/imagem não necessariamente implica em falta de ética da empresa. Essa postura pode implicar em falta de efetividade das suas ações sociais e incapacidade efetiva de transformação social, mas não significa a transgressão de valores éticos, muito menos de alguma lei ou norma. Essas abordagens, ainda que decepcionantes pela falta de interesse legitimamente social, pode ser praticado por empresas éticas como organização e em suas relações com o mercado.

Em relação às hipóteses levantadas, é possível buscar obter algumas reflexões importantes a partir da pesquisa desenvolvida. Em primeiro lugar, é importante salientar que as empresas do pólo pesquisadas demonstram abordar o tema da RSE de forma legítima, independente da efetividade dos seus resultados ou de seus interesses empresariais de ganhos de mercado em paralelo com objetivos sociais. Pode-se perceber, também, que a maioria das atividades tem abrangência local (público interno, comunidades locais etc.), indicando produzir resultados efetivos, mas com força transformadora do quadro social geral ainda incipiente. As suas atividades possuem focos variados e públicos diversos, desde o atendimento de comunidade até seus funcionários diretos e indiretos.

Como reflexão mais ampla, é importante que a advento da RSE seja encarada como a possibilidade de surgimento de novos e efetivos atores de transformação social. Em uma realidade claramente perversa e injusta como a do Brasil, a RSE pode servir para reforçar a noção de transformação social e busca de novos valores

(Garcia, 2002). Por outro lado, não se pode esquecer que essa mesma RSE pode também que o poder do marketing pode transformar iniciativas sociais em puras estratégias de desenvolvimento de negócios, quando poderiam efetivamente representar uma alternativa moral das empresas em seu meio social. No Brasil, sabe-se que desigualdade social e pobreza é fruto de uma dinâmica sócio-econômica própria, a qual precisa ser transformada. Nesse caso a RSE pode ter uma influência significativa, não só pelo poder econômico das empresas, mas também pela sua capacidade de gestão das atividades sociais.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu. **Pesquisa em Ciências Sociais**: Um Guia para Estudantes. Salvador: Núcleo de Recursos Didáticos da UFBA, 1974.

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2004.

BACAL, C. Trabalhadores do mundo, uni-vos. A onda da Responsabilidade Social. **Revista Carta Capital**. São Paulo, editora Confiança, N. 270-A, p. 26-29, dez. 2003. Edição especial.

BALANÇO SOCIAL – IBASE. Ferramentas da RSE. Disponível em: www.balancosocial.org.br. Visitado em 13/03/2005.

BARROS, R. P.; HENRIQUES, R; MENDONÇA, R. A estabilidade inaceitável: desigualdade e pobreza no Brasil. IN: HENRIQUES, R (Coord.). **Desigualdade e pobreza no Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA, 2000. p. 21-47.

BNDES. Apoio do sistema BNDES às micro, pequenas e médias empresas – FINAME/DEREM, 12/04/200. Disponível em <www.sebrae.com.br>. Visitado em 02/05/2005.

CAPPELLIN, P. *et al.* As organizações empresariais brasileiras e a responsabilidade social. In: KIRSCHNER, A. M., GOMES, E. R., CAPPELLIN, P. (Coord.). **Empresa, empresários e globalização**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

CARE BRASIL. Fatos sobre o Brasil. Disponível em <www.care.org.br>. Visitado em 02/02/05.

CARMO-NETO, D. J. **Metodologia científica para iniciantes**. Salvador: Editora universitária americana, 1993. 2ª edição.

CASTELLS, M. **La era de la Información y la Sociedad Red**. Barcelona: Alianza, Editorial, 1999.

CLEGG, S. *et al.* **Handbook de estudos organizacionais**. São Paulo, Atlas, 1999.

CHEIBUB, Z. B. e LOCKE, R. M. Valores ou interesses? Reflexões sobre a responsabilidade social das empresas. In: KIRSCHNER, A. M., GOMES, E. R., CAPPELLIN, P. (Coord.). **Empresa, empresários e globalização**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

COFIC – Comitê de Fomento Industrial do Pólo. Dados econômicos sobre o Pólo Industrial de Camaçari. Disponível em: www.coficpolo.com.br. Visitado em 20/04/2005.

ENRIQUEZ, E. Como estudar organizações locais. In.: Fischer, Tânia (Coord.). **Gestão Contemporânea**. Rio de Janeiro. FGV, 1996.

FALCONER, A. P. Um Setor ou Diversos? O Terceiro Setor no Brasil. IN: 3º Seminário de Administração FEA/USP, São Paulo, 1998. São Paulo: FEA-USP, **Anais do 3º SEMEAD**, 1998.

FISCHER, R. M. **O desafio da colaboração: práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor**. São Paulo: Editora Gente, 2002.

FRANÇA, C e LAVILLE, J.L. **Economia solidária: uma abordagem internacional**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

GARCIA, B. G. Responsabilidade social empresarial, estado e sociedade civil: O caso do instituto Ethos. In: Prêmio Ethos valor. **Responsabilidade social das empresas: A contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2002. p.13-36.

GARCIA, J. **O negócio do social**. Ciências sociais – Passo a passo. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2004.

GOMES, K. N. M. Responsabilidade social das empresas: Uma nova postura empresarial – O caso CST. IN: **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2004. Volume 3. p. 33-73.

GRAJEW, O. Um pacto pelo trabalho decente. **Revista B2B**. São Paulo: editora Padrão Editorial Ltda., Ano 4, N. 47, P. 72, out. 2004.

HOFFMANN, R. Mensuração da pobreza e da desigualdade no Brasil. IN: HENRIQUES, R (Org.). **Desigualdade e pobreza no Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA, 2000. p. 21-47.

IBASE. Disponível em: <http://www.ibase.org.br>. Visitado em 15/12/2004.

INSTITUTO OBSERVATÓRIO SOCIAL - IOS. **Responsabilidade social e empresarial: perspectivas para ação sindical**. Florianópolis: IOS, 2004. 132 p.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em: <http://www.ethos.org.br>. Visitado em 12/12/2004.

LETTIERI, C. C. S. Quem realmente interessa às empresas? IN: **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2004. Volume 3. p. 15-31.

LIMA, M. C. Responsabilidade social: Apoio das empresas privadas brasileiras à comunidade e os desafios da parceria entre elas e o terceiro setor. In: Prêmio Ethos valor. **Responsabilidade social das empresas: A contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2002. p.103-142.

LUBISCO, N. M. L. e VIEIRA, S. C. **Manual de estilo acadêmico**: monografias, dissertações e teses. Salvador: EDUFBA, 2003.

MATTAR, H. Os novos desafios da responsabilidade social empresarial. **Cadernos Reflexão**. Instituto Ethos, Ano 2, Nº 5, São Paulo, 2001.

MATTOSO, J. **A desordem do trabalho**. São Paulo: Editora página aberta, 1995.

MELO, V. P. **Terceiro Setor e Interorganizações: Uma Análise Crítica a Partir da Realidade baiana**. Dissertação de Mestrado. Salvador: NPGA-UFBA, 2002.

MODESTO, P. Convênio entre entidades públicas executado por fundação de apoio. Serviço de saúde. Conceito de serviço público e serviço de relevância pública na constituição de 1988. Forma da prestação de contas das entidades de cooperação. **Revista Diálogo Jurídico**, N. 11, Salvador, 2002.

MONTANO, C. **Terceiro setor e questão social**: Crítica ao padrão emergente de intervenção social. São Paulo: Cortez, 2003.

MOTTA, F. P. Cultura e Organizações no Brasil. IN: **Cultura Organizacional e Cultura Brasileira**. São Paulo: Pioneira thomson learning, 2001.

_____. **Teoria da organizações**: evolução e crítica. São Paulo: editora Atlas, 1997.

NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. Disponível em: <http://www.onu-brasil.org.br>. Visitado em 12/04/2005.

ORCHIS, M. A. e outros. Responsabilidade social empresarial, estado e sociedade civil: O caso do instituto Ethos. In: Prêmio Ethos valor. **Responsabilidade social das empresas: A contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2002. p.13-36.

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION - ILO. Disponível em: <http://www.ilo.org>. Visitado em 27/03/2005.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT - OECD. Disponível em: <http://www.oecd.org>. Visitado em 15/04/2005.

PELIANO, A.M.T.M. (Coord.). **A iniciativa privada e o espírito público. Um retrato da ação social das empresas do sudeste brasileiro**. Brasília: IPEA, 2000.

PINHO, A. Evolução do Estado Moderno. Gestão Pública – Desafios e perspectivas. **Cadernos da Fundação Luis Eduardo Magalhães**, Salvador, 2001.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO - PNUD. Disponível em: <http://www.pund.org.br>. Visitado em 7/04/2005.

PUGH, D. S e HICKSON, D. J. **Os teóricos das organizações**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

QUIVY, R. e CAMPENHOUDT, L. V. **Manual de investigação em ciências sociais**. Lisboa: Gradiva, 1997.

Responsabilidade social em evolução. **Revista Carta Capital**. São Paulo, editora Confiança, N. 301-A, ago. 2004. Edição especial.

RIZZI, F. B. Balanço social e ação de reponsabilidade social das empresas. In: Prêmio Ethos valor. **Responsabilidade social das empresas: A contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2002. p.171-193.

ROCHA, S. **Pobreza no Brasil: afinal, do que se trata?** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

SAFATLE, A. Brasil, mostra a tua cara. Responsabilidade Social em evolução. **Revista Carta Capital**. São Paulo, editora Confiança, N. 301-A, p. 6-8, ago. 2004. Edição especial.

SANTOS, B. S. A Reinvenção Solidária e Participativa do Estado, In Seminário Internacional - Sociedade e a Reforma do estado, 1998, São Paulo.

SANTOS, W. G. Mitologias institucionais brasileira: do Leviatã paralítico ao Estado de natureza. IN: **Estudos avançados**, USP, N. 17, São Paulo, 1993.

SCHEIN, E. H. **Guia de sobrevivência da cultura cooperativa**. Tradução Mônica Braga. Rio de Janeiro: editora José Olympio, 2001.

SCHOMMER, P. C. **Investimento Social das Empresas: Cooperação Organizacional num Espaço Compartilhado**. Dissertação de Mestrado. Salvador: NPGA-UFBA, 2000.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>. Visitado em 01/05/2005.

SIJBRANDIJ, P. A roupa nova do imperador. **Observatório social em revista**. N. 4, Florianópolis, Outubro 2003. p. 44-45.

SINGER, P. **Globalização e desemprego: diagnóstico e alternativas**. São Paulo: Contexto, 2001.

TOLDO, M. Responsabilidade social empresarial. In: Prêmio Ethos valor. **Responsabilidade social das empresas: A contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2002. p.71-102.

THE WORLD BANK. Disponível em: <http://www.worldbank.org>. Visitado em 28/04/2005.

UNITED NATIONS. Disponível em: <http://www.un.org>. Visitado em 10/04/2005.

VIEIRA, S. **Como escrever uma tese**. São Paulo: editora Pioneira, 2002. 5ª edição.

APÊNDICE A – Questionário utilizado como instrumento de pesquisa

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA - ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO - NPGA
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO



Pesquisa sobre Responsabilidade Social Empresarial

A aplicação deste questionário faz parte de uma ampla pesquisa sobre ações, projetos e programas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) realizada pelo CIAGS - Centro de Informações e Apoio à Gestão Social da Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia. Pretende-se mapear ações, projetos e programas empresariais, de diversos setores e escalas de atuação empresarial, constituído por estudos sobre a incorporação de práticas de RSE à gestão de organizações.

Dentro deste programa, utiliza-se este questionário como instrumento de pesquisa de dissertação de mestrado vinculada ao NEPOL - Núcleo de Estudos sobre Poder e Organizações Locais, que integra o CIAGS, e adota-se como universo de análise as práticas de RSE das organizações afiliadas ao grupo Ethos na Bahia.

Para responder este instrumento, estima-se que serão necessários cerca de 30 minutos de sua atenção. Todas as informações fornecidas serão preservadas em absoluto sigilo, sendo que as inferências e conclusões finais da investigação serão de caráter genérico, sem que jamais se entre no mérito individual de alguma das organizações pesquisadas.

Agradecemos a colaboração e nos colocamos à disposição para o esclarecimento de quaisquer dúvidas.

Atenciosamente,

Tânia Fischer

Professora Titular da Escola de Administração da UFBA

Coordenadora do Centro de Informações e Apoio à Gestão Social - CIAGS/NEPOL

Patrícia Ávila

Aluna do Mestrado Acadêmico em Administração - NPGA/UFBA

Sandro França

Aluno do Mestrado Profissional em Administração - NPGA/UFBA

DADOS CADASTRAIS

1. Nome da organização: _____
2. Razão social: _____
3. Tipo de unidade: sede / matriz / central
 representação / filial / unidade de apoio / regional / núcleo
4. Contatos:
 - 4.1. Telefone _____
 - 4.2. Fax _____
 - 4.3. E-mail _____
 - 4.4. Website _____

PERFIL DA ORGANIZAÇÃO

1. Liderança fundadora - nome e nacionalidade: _____
2. Ano de fundação: _____
3. Quantos funcionários a organização possui?
 até 9 de 10 a 49 de 50 a 99 de 100 a 499 de 500 a 999 acima de 1000
4. Qual foi o faturamento no ano anterior (em R\$ conforme o balanço financeiro)? _____
5. Qual foi o valor investido no mercado financeiro no ano anterior (em R\$ conforme balanço financeiro)? _____
6. Qual o setor em que atua?

<input type="checkbox"/> Agricultura, pecuária, silvicultura e exploração florestal	<input type="checkbox"/> Alojamento e administração	<input type="checkbox"/> Educação
<input type="checkbox"/> Pesca	<input type="checkbox"/> Transporte, armazenagem e Comunicações	<input type="checkbox"/> Saúde e serviços sociais
<input type="checkbox"/> Indústrias extrativas	<input type="checkbox"/> Intermediação financeira, seguros, previdência complementar e serviços complementares	<input type="checkbox"/> Outros serviços coletivos, sociais e pessoais
<input type="checkbox"/> Indústrias de transformação	<input type="checkbox"/> Atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados as empresas	<input type="checkbox"/> Serviços domésticos
<input type="checkbox"/> Produção e distribuição de gás, eletricidade e água	<input type="checkbox"/> Administração pública, defesa e seguridade social	<input type="checkbox"/> Organismos territoriais e outras instituições extraterritoriais
<input type="checkbox"/> Construção		<input type="checkbox"/> Outros _____
<input type="checkbox"/> Comércio: reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos		

GESTÃO DA ORGANIZAÇÃO

1. Que área da empresa é responsável pelas ações de RSE?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Recursos Humanos | <input type="checkbox"/> Gerência ou diretoria de RSE |
| <input type="checkbox"/> Marketing | <input type="checkbox"/> outra qual? _____ |
| <input type="checkbox"/> Relações Públicas | |

2. Nome do dirigente responsável pela RSE: _____

3. Sexo: Feminino Masculino

4. Grau de escolaridade:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> sem escolaridade | <input type="checkbox"/> curso técnico-profissionalizante |
| <input type="checkbox"/> alfabetização | <input type="checkbox"/> superior especifique curso: _____ |
| <input type="checkbox"/> 1º grau incompleto | <input type="checkbox"/> especialização especifique curso: _____ |
| <input type="checkbox"/> 1º grau completo | <input type="checkbox"/> mestrado especifique curso: _____ |
| <input type="checkbox"/> 2º grau completo | <input type="checkbox"/> doutorado especifique curso: _____ |

5. Faixa Etária:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> não respondeu | <input type="checkbox"/> entre 41 e 50 anos |
| <input type="checkbox"/> até 20 anos | <input type="checkbox"/> entre 51 e 60 anos |
| <input type="checkbox"/> entre 21 e 30 anos | <input type="checkbox"/> 61 anos ou mais |
| <input type="checkbox"/> entre 31 e 40 anos | |

6. Algum membro participa de processos de capacitação em RSE?

- não há capacitações em RSE
- dirigentes (incluindo presidente, diretor, tesoureiro, secretária e similares)
- associados / sócios / cooperados
- funcionários assalariados
- bolsistas e estagiários
- outros especifique: _____

7. Sua organização recebe algum tipo de assessoria ou consultoria na área?

- não
- sim de quem? _____

AVALIAÇÃO E TRANSPARÊNCIA

1. Sua organização avalia os projetos implementados?

- nunca às vezes
 sempre qual a metodologia adotada? _____

2. Qual(is) o(s) resultado(s) percebido(s) pela sua organização nas ações de RSE? Identifique, dando uma nota de 0 a 3 se estes resultados alcançaram os objetivos almejados, sendo (3) alcançou plenamente, (2) alcançou medianamente, (1) alcançou pouco e (0) não observou este resultado:

- | | |
|---|-----------------|
| contribuiu para o desenvolvimento sócio-territorial | (3) (2) (1) (0) |
| melhorou as condições de vida da comunidade | (3) (2) (1) (0) |
| melhorou a relação da organização com a comunidade | (3) (2) (1) (0) |
| aumentou a satisfação pessoal e espiritual do dono da organização | (3) (2) (1) (0) |
| melhorou a imagem institucional da organização | (3) (2) (1) (0) |
| melhorou o compromisso do empregado com a organização | (3) (2) (1) (0) |
| contribuiu para os objetivos estratégicos da organização | (3) (2) (1) (0) |
| aumentou a lucratividade da organização | (3) (2) (1) (0) |
| outro(s) _____ | (3) (2) (1) (0) |

3. Qual(is) a(s) dificuldade(s) encontrada(s) pela sua organização na implementação de ações de RSE? Identifique o grau de dificuldade encontrado, sendo (3) grande dificuldade, (2) dificuldade mediana, (1) pouca dificuldade e (0) não observou dificuldade:

- | | |
|---|-----------------|
| falta de recursos da própria organização | (3) (2) (1) (0) |
| poucos incentivos governamentais | (3) (2) (1) (0) |
| deficiência de pessoal qualificado na organização para realizar ações de RSE | (3) (2) (1) (0) |
| falta de confiança na capacidade de gestão e transparência das organizações comunitárias que executam ações em parceria | (3) (2) (1) (0) |
| falta de qualidade nos projetos sociais apresentados pelos parceiros | (3) (2) (1) (0) |
| Outra(s) _____ | (3) (2) (1) (0) |

4. Sua organização faz algum tipo de "prestação de contas"?

- sempre nunca às vezes

5. Para quem ?

() para os associados/sócios/cooperados/membros da própria entidade

() para a própria comunidade em que atua/moradores do local

() para a sociedade em geral

() outro(s) especifique: _____

6. Como a sua organização presta contas (relatório/balanco, meios de divulgação, etc)? _____

AÇÕES, PROJETOS E PROGRAMAS DE RSE

1. As ações de RSE estão previstas no planejamento estratégico da empresa? () sim () não

2. Quais as motivações que levaram sua empresa a participar de projetos de RSE? Identifique o grau de intensidade dessas motivações, sendo (3) motiva muito, (2), motiva medianamente, (1) motiva pouco ou (0) não motiva:

posicionamento frente à concorrência (imagem, <i>market share</i> , etc)	(3) (2) (1) (0)
receber incentivos fiscais	(3) (2) (1) (0)
umentar a satisfação dos funcionários da organização	(3) (2) (1) (0)
atender a pedidos de entidades governamentais/comunitárias	(3) (2) (1) (0)
atender a comunidades próximas	(3) (2) (1) (0)
comprometimento da empresa com a causa social	(3) (2) (1) (0)
comprometimento da empresa com a causa ambiental	(3) (2) (1) (0)
motivação de ordem ética, filosófica ou religiosa	(3) (2) (1) (0)
atender a apelos de campanhas públicas	(3) (2) (1) (0)
melhorar a qualificação de mão-de-obra	(3) (2) (1) (0)
capacitação de fornecedores / cadeia produtiva da empresa	(3) (2) (1) (0)
umentar a satisfação dos acionistas	(3) (2) (1) (0)
melhorar a relação com os sindicatos	(3) (2) (1) (0)
atender às demandas de consumidores e clientes	(3) (2) (1) (0)
difusão do conceito de responsabilidade social empresarial	(3) (2) (1) (0)
outro(s) _____	(3) (2) (1) (0)

3. Com relação aos indivíduos ou grupos que, por meio de suas ações ou opiniões, podem afetar a sua organização ou sejam por ela afetados, a sua organização busca um diálogo na construção de metas para uma gestão mais socialmente responsável: () sim () não

4. Em caso afirmativo, identifique o grau de diálogo com estes indivíduos ou grupos, sendo (3) dialoga muito, (2), dialoga medianamente, (1) dialoga pouco ou (0) não dialoga:

Público interno	(3) (2) (1) (0)
Consumidores	(3) (2) (1) (0)
Comunidade	(3) (2) (1) (0)
Governo	(3) (2) (1) (0)
Acionistas	(3) (2) (1) (0)
Outro(s) _____	(3) (2) (1) (0)

5. Quanto foi investido em RSE no ano anterior (em R\$ conforme balanço financeiro)? _____

6. Qual o valor estimado de investimento em RSE para o próximo ano? _____

7. Identifique o grau de importância dos principais beneficiados por projetos de responsabilidade social de sua organização e o percentual aproximado que é destinado a cada um do total de investimentos em RSE, sendo (3) muito importante, (2), medianamente importante, (1) pouco importante ou (0) não é importante:

Público interno	(3) (2) (1) (0)	_____ %
Meio Ambiente	(3) (2) (1) (0)	_____ %
Fornecedores	(3) (2) (1) (0)	_____ %
Consumidores	(3) (2) (1) (0)	_____ %
Clientes	(3) (2) (1) (0)	_____ %
Comunidade local	(3) (2) (1) (0)	_____ %
Governo	(3) (2) (1) (0)	_____ %
Sociedade	(3) (2) (1) (0)	_____ %
Outro(s) _____	(3) (2) (1) (0)	_____ %

8. A sua organização faz uso de incentivos fiscais para as ações de RSE? () sim () não

9. A sua organização faz doações de ordem filantrópica? () sim () não

10. Em caso afirmativo, qual o valor doado no ano anterior? _____

11. Que meios você utiliza para divulgar suas ações de RSE?

- não se aplica, pois não utilizamos nenhum meio de comunicação
- participação em programas de rádio/televisão
- menção / citação / matérias em jornal impresso
- propaganda (paga) em mídia impressa / rádio / televisão
- página / site / portal próprio na Internet
- página / site / portal de outras organizações na Internet
- boletins, informativos, *newsletter* e similares impressos
- folder
- listas de discussão
- relatório de atividades
- balanço social
- cartazes
- notas para imprensa / *press-release*, *release*, "kit imprensa"
- vídeo ou filme
- participação de membros da organização em reuniões de outras organizações
- conversas com pessoas-chave / boca-a-boca
- outro(s) especifique: _____

12. Sua organização patrocina ou realiza campanhas de mídia exclusivamente relacionadas a questões de interesse público?

- sim não

1. AÇÃO SOCIAL DA ORGANIZAÇÃO

1. A sua organização desenvolve ações sociais para a comunidade/sociedade? sim não

2. Em caso afirmativo, qual(is) o(s) público(s) beneficiado(s) por estas ações?

- | | | |
|----------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> criança | | <input type="checkbox"/> mulher |
| <input type="checkbox"/> jovem | | <input type="checkbox"/> família |
| <input type="checkbox"/> adulto | | <input type="checkbox"/> portador de necessidades especiais |
| <input type="checkbox"/> idoso | | <input type="checkbox"/> outro _____ |

3. Qual(is) a(s) área(s) de atuação deste(s) projeto(s)? Identifique o grau de intensidade com que atua em cada área, sendo (3) atua intensamente, (2) atua medianamente, (1) atua pouco e (0) não atua:

assistência social	(3) (2) (1) (0)
segurança	(3) (2) (1) (0)
comunicação	(3) (2) (1) (0)
alimentação e abastecimento	(3) (2) (1) (0)
meio-ambiente	(3) (2) (1) (0)
esporte	(3) (2) (1) (0)
direitos humanos/civis ou justiça/cidadania	(3) (2) (1) (0)
desenvolvimento local sustentável	(3) (2) (1) (0)
cultura	(3) (2) (1) (0)
lazer e recreação	(3) (2) (1) (0)
educação e alfabetização	(3) (2) (1) (0)
saúde	(3) (2) (1) (0)
voluntariado	(3) (2) (1) (0)
qualificação profissional	(3) (2) (1) (0)
outras	(3) (2) (1) (0)

4. Descreva no máximo 3 projetos dos quais você participa que pertençam às áreas de atuação assinaladas com valores 2 a 3 na pergunta anterior:

- A. Nome do projeto
- B. O que é / objetivos
- C. Público-alvo beneficiário
- D. Parceiros
- E. Recursos necessários

- A. Nome do projeto

B. O que é / objetivos

C. Público-alvo beneficiário

D. Parceiros

E. Recursos necessários

A. Nome do projeto

B. O que é / objetivos

C. Público-alvo beneficiário

D. Parceiros

E. Recursos necessários

5. Sua organização discute com a comunidade / público-alvo / beneficiários assuntos relacionados a projetos, ações, recursos e problemas?

sim não

6. Os funcionários são estimulados a participar dos projetos realizados pela sua organização?

não

sim, com estímulo ao trabalho voluntário fora do horário de expediente

sim, com cessão de horas de trabalho para estas atividades

2. PARCERIAS NA AÇÃO SOCIAL

1. Sua organização estabelece parcerias com outras organizações para desenvolver ações e projetos sociais?

sim não não sei informar

2. Em caso afirmativo, descreva:

2.1. Qual o grau de importância deste parceiro, sendo (3) muito importante, (2) medianamente importante (1) pouco importante e (0) não faz parceria?

2.2. Qual o nome do parceiro e como se dá esta parceria?

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA - ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO - NPGA
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO**

Parceiros	Importância do parceiro
() adm. pública/órgãos governamentais municipais <i>nome do parceiro e como é a parceria:</i> _____ _____	(3) (2) (1) (0)
() adm. pública/órgãos governamentais estaduais <i>nome do parceiro e como é a parceria:</i> _____ _____	(3) (2) (1) (0)
() adm. pública/órgãos governamentais federais <i>nome do parceiro e como é a parceria:</i> _____ _____	(3) (2) (1) (0)
() empresas públicas <i>nome do parceiro e como é a parceria:</i> _____ _____	(3) (2) (1) (0)
() empresas privadas <i>nome do parceiro e como é a parceria:</i> _____ _____	(3) (2) (1) (0)
() organizações comunitárias ou de bairro <i>nome do parceiro e como é a parceria:</i> _____ _____	(3) (2) (1) (0)
() movimentos sociais <i>nome do parceiro e como é a parceria:</i> _____ _____	(3) (2) (1) (0)
() sindicatos / associações profissionais <i>nome do parceiro e como é a parceria:</i> _____ _____	(3) (2) (1) (0)
() ONGs / associações sem fins lucrativos <i>nome do parceiro e como é a parceria:</i> _____ _____	(3) (2) (1) (0)
() Sistema S (Sesi, Sebrae, Senai, Senat, Senac, Sesc e Senar) <i>nome do parceiro e como é a parceria:</i> _____ _____	(3) (2) (1) (0)
() Redes <i>nome do parceiro e como é a parceria:</i> _____ _____	(3) (2) (1) (0)