

## **RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL: reflexões pontuais**

De acordo com informações da Confederação Nacional da Indústria (CNI, 2006, p. 17), “Empresas brasileiras já investem quase o mesmo que o Estado em projetos que beneficiam os funcionários e a comunidade”. Depreende-se da afirmação da CNI que a escassez de dinheiro, somada à má Administração Pública do Brasil, levaram várias empresas a suprir parte do clamor social.

A responsabilidade empresarial voltada para o social, enquanto idéias, surgiu há 40 anos, as quais se intensificaram na segunda metade da última década no século passado. O movimento atual visa à disseminação de programas bem estruturados que identificam carências das populações pobres e abandonam as atividades meramente assistencialista ou de caridade. Essa ponderação tem como suporte, dentre outros exemplos, a profissionalização na área social fruto de um acordo firmado no primeiro semestre de 2006 pela CNI com instituições francesas (MEDEF e ORSE).

As organizações referenciadas estão mapeando as boas práticas, principais atores e estratégias bem sucedidas nos dois países. Segundo a CNI (2006, p.18), “o resultado virá de dois estudos que vão radiografar as ações sociais das empresas brasileiras e francesas”. O desafio é como fazer as organizações se interessarem pela responsabilidade social que, na maioria das vezes, representa um custo.

Para Lima (2006), na grande lição dos franceses, se os recursos são limitados, os empresários devem priorizar as ações de responsabilidade social em relação aos seus próprios funcionários. O país só começou a monitorar as atividades de responsabilidade social recentemente. Todavia, de acordo com o IPEA (2000), o setor privado contabiliza 462 mil empresas com alguma ação social voluntária, nas quais foram aplicados 4,7 bilhões de reais ao ano, equivalente a 0,4 do Produto Interno Bruto (PIB). Os números revelados e os estudos procedidos para elaboração deste texto levam a inferir que o volume de recursos se aproxima dos gastos sociais do primeiro setor.

Vale ressaltar que, apesar do salto qualitativo do empresariado brasileiro concernentemente à responsabilidade social, há um gargalo no tocante à eficiência das ações, uma vez que o investimento não se consolidou inteiramente como um negócio. Há, ainda, o desejo de atender “a vizinhança para aliviar carências”. O caráter assistencialista das ações deve ser extirpado, por exemplo, com atividades voltadas para a educação, saúde, cultura, esporte, etc.

Saliente-se que as ações tornam-se profissionais quando oriundas de projetos sociais bem estruturados, que objetivem a efetividade, ou seja, o *plus* ou diferencial para a comunidade assistida, trazendo resultados compensatórios para as organizações, representando ganhos para a imagem das empresas, talvez não medidos, mas podem ser sentidos no olhar dos jovens, na opção, pelo consumidor, de mercadoria na prateleira que registre a habitualidade da publicação do Balanço Social da Indústria. Portanto, os ganhos são intangíveis, porém fomentadores de resultados financeiros para o negócio empresarial.