

O Assistencialismo e a Moderna Gestão de empresas: as Grandes Empresas de Franca-SP.

Edna Maria Campanhol

Doutora em Serviço Social pela Unesp. Professora do curso de Mestrado do Uni-Facef (Centro Universitário de Franca). Professora / pesquisadora do NUCEO - Núcleo de Cultura e Ética Organizacional do Uni-facef – e-mail: campanholi@zipmail.com.br

Francisco de Assis Breda

Mestre em Gestão Empresarial pelo Uni-Facef (Centro Universitário de Franca). Professor / pesquisador do NUCLEO - Núcleo de Cultura e Ética Organizacional do Uni-facef. Professor de Marketing do curso de Graduação em Administração do CEUCLAR. (Centro Universitário Claretiano de Batatais) e-mail: francisco@breda.adm.br

Neide Aparecida de Souza Lehfeld

Doutora em Serviço Social pela PUC/SP (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo). Professora do Curso de Mestrado Serviço Social – UNESP/SP. Diretora de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade de Ribeirão Preto – UNAERP – e-mail: nlehfeld@unaerp.br

Resumo

A responsabilidade social empresarial é um tema bastante controverso, há várias abordagens sobre a matéria em questão, porém não há ainda consenso de quais sejam as responsabilidades sociais de uma empresa. O presente trabalho tem como objetivo elaborar um estudo sobre o tema nas grandes organizações empresariais da cidade de Franca-SP. Para tanto, efetuou-se uma pesquisa de campo, através de um questionário, para conhecer as ações sociais desenvolvidas pelas mesmas, consideradas pelos seus gestores como programas de responsabilidade social. Não obstante a limitação quantitativa da pesquisa realizada, pode-se verificar pontos em comum na realidade do município com o referencial teórico exposto, diferenciar as políticas sociais propriamente ditas, das ações meramente assistencialistas e, perceber que as empresas pesquisadas estão envolvidas em ações que minimizam problemas imediatos em detrimento de ações sociais típicas de políticas sociais que visam soluções de curto, médio e longo prazos.

Palavras-chave: Responsabilidade social; responsabilidade social empresarial; globalização.

Introdução

Durante todo o século XX, após duas guerras mundiais, o mundo passou por várias transformações e mudanças de padrões, conceitos e comportamentos em todas as áreas. Os avanços científicos e tecnológicos propiciam um desenvolvimento de dimensões nunca vistas nos sistemas de informação com alcance planetário. A sociedade em geral sofre um processo social e político surgindo uma nova forma de relação e de interdependência do local com o global em todos os níveis.

Foi estabelecido o sistema democrático e participativo como modelo favorável de destaque de organização política. O respeito aos direitos humanos e liberdade de expressão é conclamado. A expectativa de vida da população no novo milênio é bem maior do que a do início do século anterior.

Do ponto de vista espacial, os processos de globalização encurtam as distâncias mas a atividade econômica sofre uma interdependência e controle maior de suas ações produtivas por grupos não só locais mas transacionais, socialização de mercado e com o excesso de tendência de automação e desenvolvimento tecnológico e, paralelamente perda de forças sindicais e das políticas de pleno emprego.

Apesar de se ter para o consumo uma abundância de itens, há o aumento de situações perversas nesse processo, com agravantes sociais e políticos sem precedentes: maior aumento do desemprego, maior concentração de renda, enorme desigualdade social, violação de direitos, graves ameaças ao meio ambiente e etc.

O mundo empresarial para sua própria sobrevivência busca no desenvolvimento tecnológico meios de competir observando sempre a nova lógica de mercado que se dirige basicamente ao mercado externo em detrimento do interno em razão da entrada, no cenário social, das empresas multinacionais e transacionais. Os velhos modelos forçosamente são levados a uma nova adaptação.

No Brasil, os anos 90 se caracterizam como uma época de modificação dos processos de gestão com ajustes das e nas empresas, com reestruturação organizacional, enxugamento de estrutura e níveis hierárquicos visando diminuição de custos de seus produtos de maior competitividade no mercado nacional e global.

O Estado, nesse momento e contexto histórico, sofre um enfraquecimento com a sobreposição do poderio econômico ao político, em uma formação de papéis e de redimensionamento de suas funções, passando a apenas garantir principalmente a universalidade dos serviços de educação básica e de saúde. As ações sociais são então deslocadas do Estado para as empresas em geral.

Atentos as essas transformações e os seus conseqüentes resultados apresentados, neste trabalho, algumas reflexões serão realizadas sobre iniciativas empresariais bem como ampliação do engajamento das empresas no exercício de responsabilidade social, tomando-se como referência as empresas da cidade de Franca.

1 O processo de globalização

Para Santos, (2000), a globalização é, de certa forma, o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista. Esse mundo globalizado passa então, a ser visto como uma fábula, cujo mercado, definido e com predominância dos interesses das empresas globais, é apresentado como capaz de tornar homogêneo o planeta quando, na realidade, as diferenças locais são aprofundadas. Busca-se a uniformidade. No entanto, o mundo está se tornando cada vez menos unido e distanciando-se do sonho de uma cidadania verdadeiramente universal.

A globalização se impõe como uma fábrica de perversidades, pois o desemprego crescente se torna crônico, há um aumento considerável da pobreza, uma perda de qualidade de vida, tendência de baixa do salário médio, a ampliação de problemas sociais, fome e desabrigo em todos os continentes:

A perversidade sistêmica que está na raiz dessa evolução negativa da humanidade tem relação com a adesão desenfreada aos comportamentos competitivos que atualmente caracterizam as ações hegemônicas. Todas

essas mazelas são direta ou indiretamente imputáveis ao presente processo de globalização, (SANTOS, 2000, p. 20).

Essa perversidade está presente não só em países em desenvolvimento, como o Brasil. Para Martin e Schumann, (1999), na Alemanha como exemplo, em 1996, mais de 6 milhões de pessoas aptas a trabalhar não encontraram emprego fixo. Número esse constatado com maior dimensão desde a unificação em 1990. O rendimento médio dos alemães ocidentais está caindo há cinco anos. As explicações de economistas e políticos para tamanho declínio culminam sempre em uma palavra: globalização. Nesse movimento global de pressões, a nova Internacional do Capital afeta estados inteiros e corrói sua ordem social vigente até agora. A ofensiva ameaça com fuga de capitais e assim consegue forçar reduções de tributos bem como bilhões de euros em subvenções ou em infra-estrutura gratuita. Lucros, somente são declarados naqueles países em que a alíquota de impostos seja realmente mínima. No mundo todo se reduz à porcentagem que capitalistas e detentores de patrimônio concedem ao financiamento das metas sociais dos governos. De outro lado, os detentores dos fluxos globais de capital estão diminuindo o nível de remuneração dos cidadãos, contribuintes de impostos. A cota de salários, a participação dos assalariados na riqueza social, tem diminuído em proporções mundiais e nenhuma nação, sozinha, tem condições de opor-se a tal pressão.

Martin e Schumann, (1999), destacam também que, paralelamente à denominada produção *just-in-time*, tem surgido o emprego *just-in-time*, o trabalhador diarista de antigamente. Hoje, cerca de 5 milhões de cidadãos americanos trabalham sob condições inseguras, alguns em duas ou três empresas ao mesmo tempo. A mudança tem abrangido todo o trabalho do universo. A maioria dos 43 milhões de americanos que perderam seu emprego entre 1979 e 1995 foi deslocada para trabalhos com salários mais baixos e condições piores de execução. Os maiores empregadores dos Estados Unidos já não são a GM, ou a AT&T ou a IBM. A maior empregadora é a Manpower, fornecedora de mão-de-obra temporária. Destacam ainda:

Os planejadores neoliberais do Instituto de Economia Mundial de Kiel passaram a utilizar uma metáfora tirada do reino da biologia para definir o novo papel do Estado. Este ficaria somente com a função de “hospedeiro” para a economia transnacional, conforme consta de um estudo da entidade. Isso significa, inversamente, que as empresas mundialmente entrelaçadas vão adquirindo características cada vez mais parasitárias. Suas mercadorias utilizam o transporte ferroviário subsidiado, os empregados mandam os filhos para as escolas públicas e os executivos se aproveitam da boa urbanização dos bairros ricos. Só contribuem porém, com impostos sobre salários, e dos salários pagos saem os impostos sobre o consumo de seus empregados e operários. Como os rendimentos do trabalho tendem a cair, despenca a arrecadação do Estado, que se torna vítima de uma crise financeira estrutural, (MARTIN & SCHUMANN, 1999, p. 285-286).

Conforme relata Dowbor, (1999), a realidade brasileira oferece excelente base para a análise da evolução do papel do espaço urbano. Em 1950, o país era predominantemente rural e, em pouco mais de uma geração, de maneira intensa e desorganizada, tornou-se um país de quase 80% de população urbana. Processo este provocado mais pela expulsão do campo, do que pela atração das cidades.

O grande número de conflitos regionais e municipais, trazidos com a globalização, instala uma enorme variedade de quadros de vida, cuja realidade condiciona o cotidiano das pessoas e deve ser a base para uma vida civilizada em comum. Desse modo, a possibilidade de cidadania plena das pessoas depende de soluções a serem buscadas localmente, visto que, dentro da nação, seja instituída

uma federação de lugares, uma nova estruturação político-territorial, com a indispensável redistribuição de recursos, prerrogativas e obrigações. “A partir do país como federação de lugares será possível, num segundo momento, construir um mundo como federação de países”, (SANTOS, 2000, p. 113).

Para Melo Neto e Froes, (1999), uma empresa cidadã é uma empresa que investe recursos financeiros, tecnológicos e de mão-de-obra em projetos comunitários de interesse público. É reconhecida pela sua atuação na área social e ganha a confiança, o respeito e a admiração dos consumidores.

Matos, (2001), destaca que “sem consciência de cidadania não se constrói uma sociedade livre, criativa, justa e em renovação” e acrescenta:

Construir a cidadania na empresa significa erguer os fundamentos à participação decisória, à motivação em pertencer, em se engajar à causa comum. Significa ser. O objetivo maior é a plenitude do Ser Humano.

A organização não realiza, a tecnologia não erra, quem erra e quem realiza é a pessoa. O homem é patrimônio vivo da empresa; é o conhecimento, a inteligência e a alma da organização.

Esse é o pressuposto fundamental, tão simples de compreender e tão difícil de assumir e realizar, (MATOS, 2001, p. 131-132).

2 Políticas sociais e a responsabilidade social das empresas

Assim permanece a questão: como o setor empresarial participa ou poderia participar no processo de mudança da sociedade brasileira, numa perspectiva de desenvolvimento econômico com justiça social, colaborando em primeiro lugar com o pleno exercício da cidadania? Cidadania entendida como; (...) “o resultado de uma integração social...” (Durozi e Rouseel, 1993).

Demo, (1994), esclarece que a política social pode ser contextualizada, a partir do ponto de vista do Estado, como proposta planejada de enfrentamento das desigualdades sociais, e que, por trás da política social, existe a questão social, definida sempre como a busca de composição pelo menos tolerável entre alguns privilegiados que controlam a ordem vigente, e a maioria marginalizada que a sustenta. Faz também um alerta, afirmando que, toda política social, seja ela, de origem pública, empresarial, acadêmica ou religiosa, corre o sério risco de ser estratégia de controle social e desmobilização dos “desiguais”:

Citando ainda DEMO (1994), reconhece-se que enfrentar a pobreza e diminuir as desigualdades sociais são o maior desafio ao desenvolvimento à democracia de um país. A pobreza, não é restrita ao problema da carência material, manifestado principalmente, através da fome. É o processo de privação ao acesso às vantagens sociais, pois, se todos passam fome, ninguém é pobre, o que faz ser pobre é ser obrigado a passar fome, enquanto alguns comem à custa da fome da maioria. No fundo, pobreza é injustiça, o que leva destacar, por outro lado, a necessidade da consciência política da pobreza, e acrescenta:

Porquanto é comum a capacidade das oligarquias de produzir o pobre inconsciente, que não sabe que é pobre, pois não chegou a descobrir que é mantido pobre. O que revela, no reverso, a essência política do fenômeno. O pobre mais pobre é aquele que sequer sabe e é coibido de saber que é pobre. Diante dessa percepção, podemos distinguir dois horizontes mais típicos da pobreza, ainda que no fundo seja um fenômeno só: pobreza socioeconômica e pobreza política, (DEMO, 1994, p. 19).

Assim, deve-se compreender a pobreza socioeconômica pelas carências materiais imposta, manifestada na precariedade comumente reconhecida do bem-

estar social: fome, favela, desemprego, mortalidade infantil, doença. Este tipo é mais palpável e, facilmente, encontrado nos trâmites acadêmicos, por meio de indicadores sociais quantificáveis. Desta forma, entende-se por políticas sociais, as ações voltadas para esses itens, reconhecendo-se na esfera material, principalmente do emprego e da renda. Entendendo política social como obrigação somente do Estado, na forma de políticas públicas, comprometida em essência com a pobreza material.

A concepção de pobreza política, criada pelo autor já referido, é entendida pela dificuldade histórica de o pobre superar a condição de objeto manipulado, para atingir a de uma pessoa consciente e organizada em torno de seus interesses. Expressa-se na dimensão da qualidade, embora sempre relacionada e dependente das carências materiais também. Mas a essas jamais se reduz, apontando para o déficit de cidadania. (DEMO, 1994).

Políticas sociais, não devem ser confundidas com ações assistencialistas, pois o que de acordo com Demo, (1994), traduz-se pelo cultivo do problema social sob a aparência da ajuda. Humilha a pessoa que recebe benefícios, em todos os sentidos, pois: em primeiro lugar, lhe reserva apenas sobras, esmolas. Em segundo, provoca dependência diante do doador. Terceiro, desmobiliza o potencial de cidadania no assistido. Quarto escamoteia o contexto duro da desigualdade social, inventando a farsa da ajuda. E, quinto, vende-se soluções sob a capa de meras compensações.

Há um crescente entendimento de que uma política de desenvolvimento social está a exigir a participação de novos atores. O Estado deve ser o principal protagonista, porém, não possui condições nem para elaborar sozinho essa política, nem para implementá-la, face às limitações da ação estatal e à natureza do fenômeno da exclusão social. Tem-se claro que, nessa inserção da sociedade civil em prol da coletividade dos desiguais e excluídos há uma substituição da atuação do governo, pelos parceiros encontrados fora do Estado. Essas novas instituições sociais e/ou empresariais retificadas, sejam de natureza filantrópica, de direitos civis, agências de desenvolvimento social, fundações, instituições sociais das empresas vão compor o denominado Terceiro Setor.

Deve-se considerar que existe também, nesse processo, uma tentativa de ruptura com uma imagem tradicionalmente associada aos empresários brasileiros que os estigmatizam como: “um segmento fraco, dependente do Estado, destituídos de visão pública e insensíveis às desigualdades sociais”, (DINIZ; BOSCHI, 1993, p.116).

Essa imagem deve-se à maneira como foi formada a classe empresarial durante todo o século XX. Diniz, (1993), ressalta que o estilo departamentalizado de negociações entre os setores público e privado implicou custos e benefícios tanto para o Estado quanto para a classe empresarial. O empresariado obteve acesso a arenas estratégicas para a defesa de certos interesses setoriais, bem como para o fortalecimento do parque industrial local. Entre tais ganhos, pode-se ressaltar a implementação de uma política protecionista indiscriminada, a ampla distribuição de incentivos e subsídios para diversas modalidades de empresas e concessões de isenções e benefícios fiscais de diferentes tipos. Por outro lado, esse modelo ocasionou alguns custos para o setor, principalmente a perda da oportunidade de consolidar um sistema autônomo de representação de interesses, contrastando fortemente com o processo de formação de identidade coletiva típica da classe empresarial dos países capitalistas da Europa.

Conforme relata Peliano, (2000), nos últimos anos, tem sido observado que as empresas privadas e as organizações do terceiro setor vêm mobilizando um volume cada vez maior de recursos destinados a iniciativas sociais. Tal multiplicação

de iniciativas privadas com sentido público é um fenômeno relativamente recente. O protagonismo dos cidadãos e de suas organizações rompe a dicotomia entre público e privado, no qual o público é sinônimo de estatal, e o privado, de empresarial. A atuação das empresas em atividades sociais e a expansão do terceiro setor dão origem a uma esfera pública não estatal.

Baseado em recente pesquisa realizada pelo IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), sobre as ações sociais das empresas da região sudeste, Peliano, (2000), destaca que o grande motor da ação social empresarial é a filantropia: 81% das empresas que realizaram atividades sociais o fizeram por motivos humanitários. Essa motivação é mais presente nos empresários de pequeno e médio porte, Para os dirigentes das empresas maiores, o que os mobiliza, fundamentalmente, é o atendimento de comunidades que habitam na vizinhança da empresa.

É oportuno destacar que não há um consenso sobre o significado da responsabilidade social das empresas. Existem várias linhas de entendimento tanto conceitual como de operacionalização. Contudo, a definição de responsabilidade social surge inicialmente nos Estados Unidos, principalmente no século XX numa postura filantrópica adotada pelas empresas norte-americanas com o desenvolvimento de projetos educacionais, culturais e de assistência social.

Contudo, não se deve confundir responsabilidade social com filantropia. Conforme Melo Neto e Froes, (2001), a responsabilidade social é uma fase mais avançada do exercício da cidadania corporativa. Tudo se originou nas práticas de ações filantrópicas. Empresários bem sucedidos em seus negócios, decidiram retribuir à sociedade parte dos ganhos que obtiveram em suas empresas, resultando uma vocação para a benevolência, um ato de caridade para com o próximo. Conseqüentemente, despontaram as entidades filantrópicas em busca de recursos não só públicos, como também dos recursos dos empresários filantropos. A filantropia desenvolve-se através das atitudes e ações individuais desses empresários, é, portanto, diferente da responsabilidade social, que tem a ver com a consciência social e o dever cívico, não é uma ação individualizada. Exprime a ação de uma empresa em prol da cidadania, busca estimular o desenvolvimento do cidadão e promover a cidadania individual e coletiva, exigem periodicidade, método e sistematização e gerenciamento efetivo por parte da empresa.

Em suma, a responsabilidade social é uma ação estratégica da empresa, que visa o retorno econômico social, institucional, tributário-fiscal. Enquanto a filantropia não busca retorno algum, apenas o conforto pessoal e moral de quem a pratica.

Ainda, de acordo com Melo Neto e Froes, (2001), o exercício da responsabilidade social tem dois focos distintos: os projetos sociais e as ações comunitárias. Essas últimas podem ser entendidas como a participação da empresa em programas e campanhas sociais realizadas pelo governo, entidades filantrópicas e comunitárias ou por ambas, que se dão em forma de doações, ações de apoio e trabalho voluntário de seus empregados. São executadas, portanto, de forma indireta e geridas por terceiros. Seu retorno maior é o de natureza social, tributária e institucional e não demandam ações de comunicação e marketing, (MELO NETO; FROES, 2001).

Os projetos sociais são empreendimentos direcionados para a busca de soluções de problemas sociais que assolam populações e grupos sociais numerosos ou em situações de risco e que se não forem enfrentados, agravam-se com o tempo e demandam soluções imediatas e de médio e longo prazos. São desenvolvidos e geridos pela própria empresa que aplica diretamente seus recursos e prioriza ações de fomento ao desenvolvimento social. Geram um retorno social de imagem e de mídia. A finalidade é a empresa estreitar os laços com a comunidade, fortalece sua

imagem e conquista ganhos sociais significativos que refletem no aumento do seu faturamento, vendas e participação no mercado. Predominam ações permanentes de comunicação e marketing, (MELO NETO; FROES, 2001).

3 Os procedimentos metodológicos da pesquisa

É sabido que quanto maior se torna uma empresa mais influência real e potencial ela tem sobre as pessoas e a sociedade. A grande empresa passa a ser, portanto, uma espécie de vitrine para as demais. O presente trabalho tem como objetivo elaborar um estudo sobre as responsabilidades sociais das empresas entre as grandes organizações da cidade de Franca-SP, através das ações sociais desenvolvidas pelas mesmas.

Não há um consenso para adoção da classificação de porte de empresas. No Brasil e em outros países há vários critérios de classificação de porte de empresas. De acordo com a Lei Federal nº 9.841, de 05/10/99 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) empresa de grande porte seria aquela com faturamento superior a R\$ 1.200.000,00. Para o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) grande empresa, aplicável à indústria, comércio e serviços, é a com receita operacional bruta anual superior a R\$ 60 milhões. Para o MPAS (Ministério da Previdência e Assistência Social), grande empresa é aquela com recolhimento mensal à previdência, acima de 250 salários mínimos. O SEBRAE caracteriza grande empresa no setor de comércio e serviços, aquela com 99 ou mais funcionários e, para o setor industrial, a empresa com 499 ou mais funcionários.

Diante de tantas divergências e prevendo uma dificuldade do pesquisador obter informações seguras sobre detalhar valores de faturamento e recolhimento de encargos, optou-se pelo critério de classificação adotado pelo SEBRAE, ou seja, empresa de grande porte é aquela com 99 ou mais funcionários para os setores de comércio e prestação de serviços e 499 ou mais funcionários para o setor industrial.

De acordo com os dados finais da RAIS (Relatório Anual de Informações Sociais) de 2001, a cidade de Franca possui 4.649 entidades empresariais.

O universo da pesquisa pode ser definido então, como o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum. Neste caso, a característica comum é a de ser grande empresa, não pertencer aos setores de bebida, fumo e armamento e atuar na cidade de Franca pelo menos a partir de 1990. A amostra da pesquisa pode ser definida como uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo (população), ou seja é um subconjunto do universo.

Ao aplicar os critérios adotados, este universo fica representado por 11 entidades empresariais relacionadas na tabela 01:

Tabela 01 As grandes entidades empresariais de Franca

Entidades Empresariais	Quantidade de funcionários		
	250-499	500-999	1000 ou +
Classe 19313 - Fabricação de calçados de couro		3	1
Classe 25194 - Fabricação de artefatos diversos de borracha			1
Classe 41009 - Captação, tratamento e distribuição de água	1		
Classe 52426 - Com. varej. de maq. e aparelhos de usos dom.	1		
Classe 60232 – Transp. rodov de passageiros, regular, urbano	1		
Classe 80306 - Educação superior		1	
Classe 85111 - Atividades de atendimento hospitalar	2		
Total	5	4	2

Fonte: RAIS, 2001 (baseado no critério adotado pelos pesquisadores).

Portanto, o universo da pesquisa foi constituído pelas 11 empresas da tabela acima, e a amostra foi constituída de 10 empresas que receberam um questionário para serem devidamente preenchido e assinado. Destaca-se que todos os questionários foram preenchidos por pessoas que ocupam cargo de direção nas empresas. O questionário é definido por Gil (1999), como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas e situações vivenciadas.

O questionário aplicado na presente pesquisa foi formado de questões fechadas, compostas por dados quantificáveis que permitirão uma análise quantitativa dos resultados coletados, os quais serão mostrados por meio de gráficos para melhor visualização. Tal instrumental foi dividido em três partes, a saber: a primeira, que traça o perfil das empresas pesquisadas através de suas características; a segunda relaciona as ações sociais internas das empresas. Por ações sociais internas, entendem-se ações realizadas de forma espontânea pela empresa, para seus funcionários e/ou familiares, portanto, não devem ser considerados aqui benefícios concedidos por mandamento legal, tais como o cumprimento de normas trabalhistas (periculosidade, etc), o vale-transporte, salário família, etc; e, tampouco, aqueles estabelecidos por acordo coletivo e, a terceira e última, elenca as ações sociais externas das empresas. Por ações sociais externas, entendem-se por ações que beneficiem a comunidade externa, como as ações filantrópicas, projetos comunitários e outros tipos de apoio às organizações da sociedade civil.

4 A cidade de Franca (região do interior do Estado de São Paulo, Brasil)

A cidade de Franca foi instalada em 1821, tendo obtido a sua emancipação em 28 de novembro de 1824. Atualmente, está situada numa área de 609 km², com altitude de 996m, distante 343 km da capital do estado (São Paulo) e, de acordo com o censo de 2000, possui 287.737 habitantes. É sede da microrregião composta de 10 municípios com uma população total de 350.283 habitantes.

Segundo Campanhol, (2000), a cidade apresenta característica urbano-industrial, destacando a indústria de calçados e os curtumes, e, igualmente, desenvolve atividades tradicionais como a agropecuária, a lapidação de diamantes, além do comércio e prestação de serviços diversificados. Sua urbanização decorreu, principalmente, da industrialização do setor calçadista.

No final da década de 80 e início de 90, a paisagem da cidade transformou-se sobremaneira: houve aumento no número de edifícios de grande porte, de casas, de restaurantes, de supermercados, inaugurou-se o Shopping Center com várias lojas e o Shopping do calçado. Os bairros proliferaram rapidamente. As indústrias de calçados e os curtumes, antes espalhados desordenadamente pela cidade, ganharam o Distrito Industrial.

Durante o período de 1991 a 2000, a renda per capita média do município de Franca cresceu 7,70%, passando de R\$ 333,88 em 1991 para R\$ 359,60 em 2000. No mesmo período, a renda per capita média do Estado de São Paulo cresceu 15,60%, passando de R\$ 382,93 para R\$ 442,67. Já, a média nacional cresceu 29,06% passando de R\$ 230,30 em 1991 para R\$ 297,23 em 2000.

A desigualdade também cresceu, como em todo o país: O Índice de Gini, usado mundialmente para expressar a concentração de renda, que tem variação de 0 a 1, indica que a desigualdade é tanto maior quanto mais próximo de 1, informando que um só indivíduo concentra toda a renda nacional, quando o indicador é 0, a desigualdade de renda é 0. Na cidade de Franca, esse índice passou de 0,46 em 1991 para 0,51 em 2000, uma variação de 10,87%. No estado de São Paulo, a variação foi de 5,36% passando de 0,56 em 1991 para 0,59 em 2000. No Brasil, que fechou o século XX com a sexta pior distribuição de renda do mundo, ficando abaixo apenas de países inexpressivos como a Namíbia, Botsuana, Serra Leoa, República Centro-Africana e Suazilândia, o índice variou 3,17% passando de 0,63 em 1991 para 0,65 em 2000.

A concentração de renda também é reforçada quando medida a porcentagem da renda apropriada pelos 10% da população mais rica, no caso do município de Franca, em 1991 os 10% mais ricos da população detinham 37,43% da renda total, em 2000 esse número aumentou para 41,94% da renda, uma variação de 10,87%. Com relação ao Estado de São Paulo, os 10% mais ricos da população detinham 44,38% da renda total, e em 2000, 47,61%, uma variação de 7,28%. No Brasil, a variação foi de 2,71% passando de 50,98% em 1991 para 52,36% em 2000.

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) de Franca cresceu 4,73%, passando de 0,783 em 1991 para 0,820 em 2000. Já, no Estado de São Paulo, a variação foi de 5,40 %, passando de 0,778 em 1991 para 0,820 em 2000. No Brasil, o IDH evoluiu 10,06% variando de 0,696 em 1991 para 0,766 em 2000.

É nesse ambiente sócio-econômico que se buscou confrontar as discussões teóricas sobre políticas sociais e o papel desempenhado pelas grandes empresas da cidade de Franca.

5 O perfil das empresas pesquisadas e os resultados da pesquisa

Embora todas as empresas tenham respondido que realizam ações sociais internas e externas, não foi possível fazer uma relação do faturamento anual com os valores investidos nessas ações, pois não houve a disponibilização da informação.

As ações sociais internas estão contempladas no gráfico 01 e, se referem, exclusivamente a ações realizadas de formas não obrigatórias, ou seja, excluem-se as obrigações legais, o cumprimento de normas trabalhistas, as conquistas por categorias, entre outras. 90% das empresas responderam que as ações internas visam atender as necessidades / solicitações dos próprios funcionários e caracterizam-se mais como uma assistência social sem uma caracterização formal. E em 50% das empresas, essas ações fazem parte de seu planejamento estratégico. As áreas de educação, qualificação profissional, assistência médica e

esporte, lazer e recreação possuem investimentos em todas as empresas pesquisadas. O atendimento de apoio a funcionários com problemas é contemplado em 80% das empresas. Programas de empréstimos subsidiados são oferecidos por 60% das empresas. O índice menor, foi constatado em programas de previdência social complementar, apenas 20% das empresas oferecem esse projeto. Essas ações, portanto, não podem ser nomimadas como de responsabilidade social.

As ações sociais externas estão contempladas no gráfico 02, e, se referem a programas realizados que beneficiem a comunidade externa, como a filantropia, projetos comunitários e outros tipos de apoio às organizações da sociedade civil. A maioria das empresas (90%) das empresas responderam que as ações externas visam atender às necessidades / solicitações da própria comunidade. Contudo, em apenas 40% das empresas, essas ações fazem parte de seu planejamento estratégico.

Doações em dinheiro, materiais, produtos e equipamentos bem como o apoio a projetos de outras instituições são as ações mais realizadas pelas empresas, (90%). Campanhas de arrecadação de alimentos são realizadas por 60% das empresas. Um dado positivo é que 60% das empresas já realizam projetos sociais próprios, sendo que 40% das empresas já possuem programas de sensibilização e dispensa remunerada de trabalhadores para trabalho voluntário.

As empresas não divulgam suas ações, pois embora realizem ações sociais, nenhuma empresa socializa o balanço de seus custos. Uma (10%) está em fase de elaboração e outras duas (20%) divulgam apenas um relatório de atividades sociais restrito à diretoria da empresa; o restante, não publicam. Pode-se inferir que não sejam custos muitos elevados e que cabem dentro de limites orçamentários não excedentes.

A utilização de incentivos fiscais também não é uma prática costumeira entre as empresas, pois embora todas tenham afirmado que conhecem as políticas de incentivos fiscais, apenas uma empresa utilizou destes incentivos para doações aos fundos dos direitos da criança e adolescente, para patrocínios a projetos culturais e para doação a entidades sem fins lucrativos.

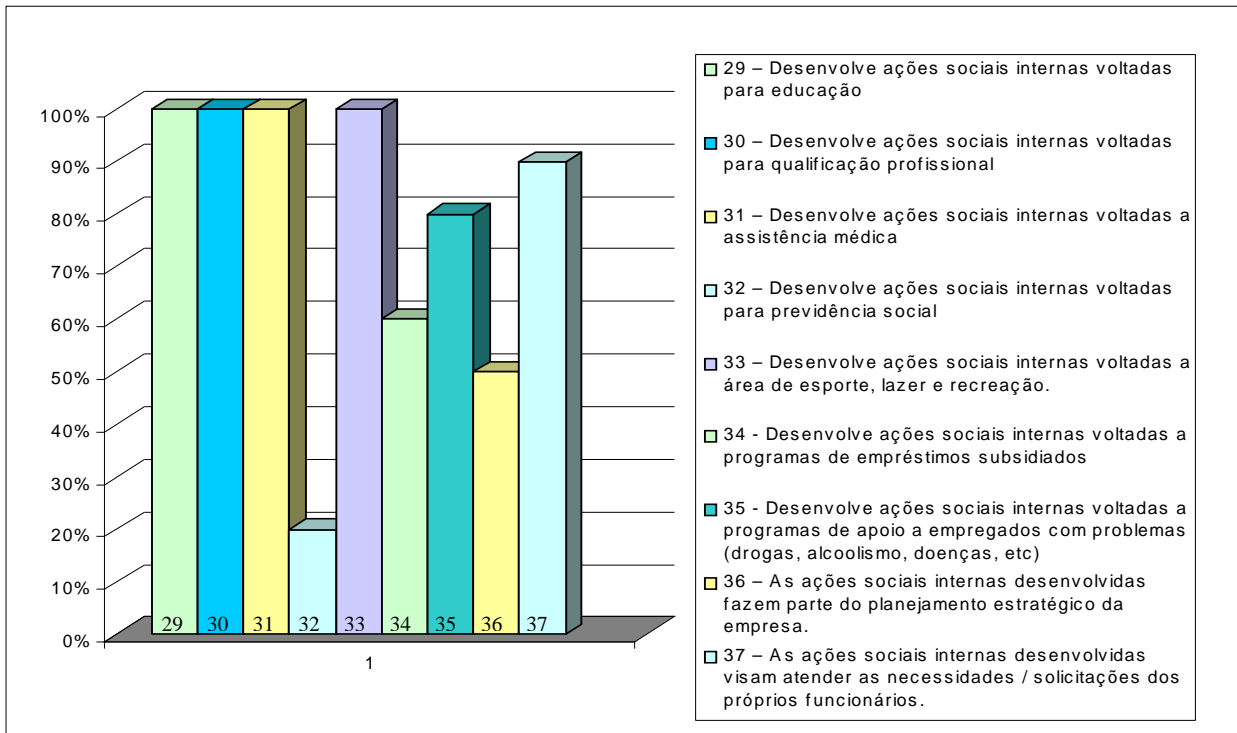


Gráfico 01 – As ações sociais internas desenvolvidas pelas empresas

Fonte: elaborado pelos autores através de dados obtidos na pesquisa de campo.

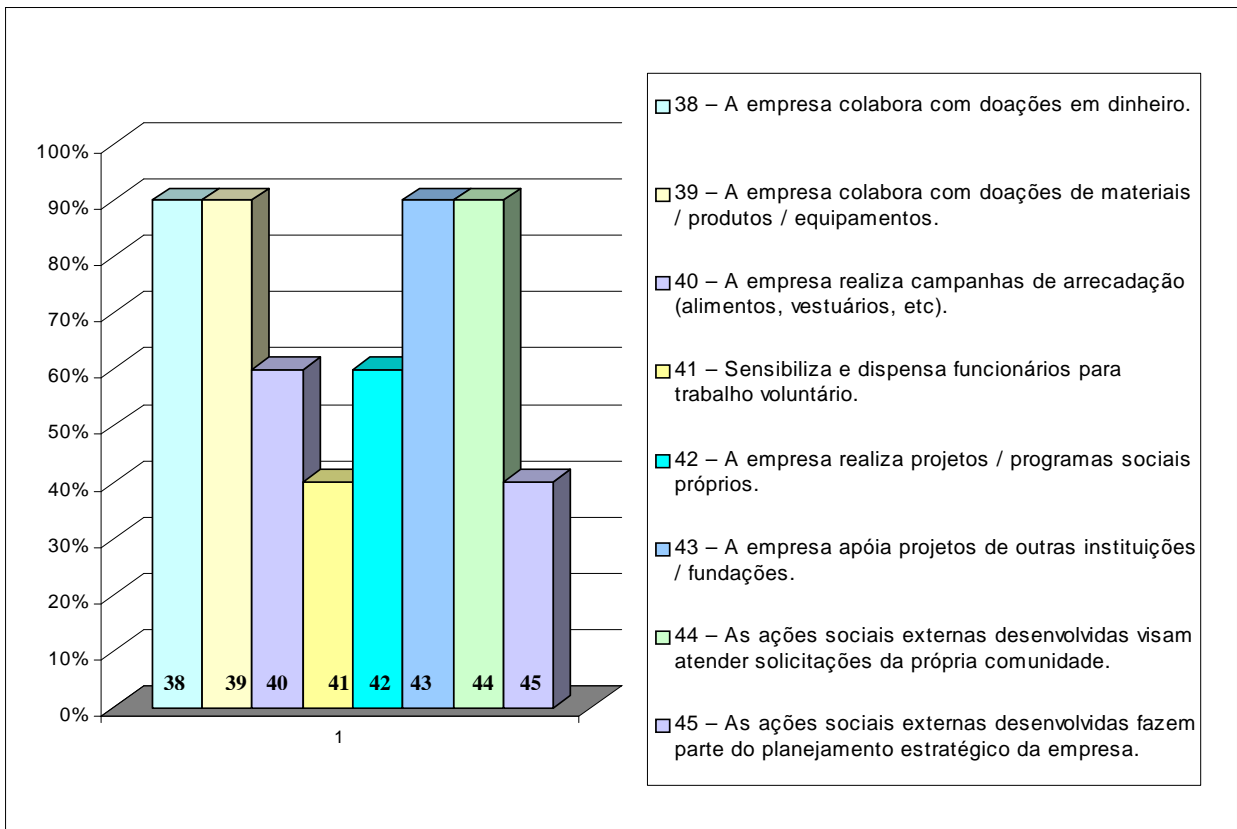


Gráfico 02 – As ações sociais externas desenvolvidas pelas empresas

Fonte: elaborado pelos autores através de dados obtidos na pesquisa de campo.

6 Considerações finais

Pelo exposto, pode-se compreender que o tema é abrangente e que muito há de se conhecer e refletir sobre o conceito de responsabilidade social de uma empresa. No Brasil se originou de maneira assistencialista, como nos Estados Unidos, e tem muito que avançar para se caracterizar, como uma moderna prática de gestão corporativa.

As mudanças iniciadas no final da década de 80 como a Constituição Federal de 1988, o código de defesa do Consumidor e da Lei de Política Nacional de Meio Ambiente bem como todas as mudanças de cenários sociais, econômicas e políticas em razão da globalização e dos processos das privatizações, provocaram uma mudança repentina no contexto das organizações empresariais.

Todavia, as empresas não são instituídas para serem organizações filantrópicas, principalmente, num regime capitalista. Essencialmente, uma empresa comercial contém um princípio econômico: é provedor fiscal e tributário e agente social. Esses papéis não são exercidos de maneira estagnada nem se pode permitir às empresas usar de subterfúgios a respeito de padrões éticos estabelecidos pela sociedade.

As empresas devem gerar lucros, garantir sua competitividade e perpetuidade e dar retorno aos investimentos de seus sócios / acionistas. Se não houver lucro, não se justifica a empresa, não se obtém a fonte produtora de obrigações fiscais, tampouco se justifica sua ação social.

Justamente pela busca do lucro e do aumento da competitividade, respaldados em princípios éticos, deve-se disseminar, no mundo dos negócios, a idéia da responsabilidade social empresarial. Uma gestão, socialmente responsável, proclama que não basta fomentar o crescimento da empresa, com eficiência nos padrões gerenciais e alta lucratividade. É necessário que haja consideração ao desenvolvimento dos seres humanos, sejam eles funcionários, parceiros, ou membros de comunidades onde a empresa atua ou não.

Esse novo pensamento empresarial contesta o pensamento de que, falido o Estado, deve o setor privado substituir as funções sociais a este delegadas. Para que haja desenvolvimento sustentável e sustentado, poder público e privado, devem assumir seus papéis, cumprindo seus compromissos e respeitando os padrões éticos estabelecidos pela sociedade.

Porém, pagar corretamente impostos e contribuições, cumprir a legislação e promover campanhas de marketing, travestidas de ação social ou atos beneméritos, são atos que não devem ser confundidos como responsabilidade social, que tem por essência a maximização dos benefícios para todos os cidadãos.

Neste sentido, podem-se constatar pontos em comum na realidade do município pesquisado com o contexto sócio-econômico e político brasileiro. A imagem do empresariado da cidade não destoia da imagem tradicional associada aos empresários brasileiros. As empresas não estão envolvidas em ações sociais típicas dos projetos sociais que visem soluções de curto, médio e longos prazos, e sim com soluções imediatistas, como doações de materiais, produtos e equipamentos.

O grande desafio para o milênio que se inicia é proporcionar uma mudança de paradigma nas empresas através de sua humanização. Embora árdua, essa tarefa, como meio da incorporação da responsabilidade social na missão e nas políticas da empresa, será a grande responsável pelas mudanças que ocorrerão neste século no setor empresarial. Assim fica a reflexão:- como os socialistas utópicos do século XVIII, ao levantarem questionamentos relativos à forma de trabalho e gestão

contribuíram para que a Administração se transformasse numa disciplina, não seriam os princípios da responsabilidade social das empresas, nesse século, capazes de contribuir e efetivarem a criação de uma sociedade mais justa, numa parceria com o Estado e o Mercado?

Referências

- ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL. Rio de Janeiro: IPEA/PNUD, 2003.
- CAMPANHOL, Edna Maria. **As Re-ações socioeconômicas em Franca em face ao processo de globalização**. (Tese de Doutorado). UNESP, Franca, 2000.
- DÉLANO, Alfonso Silva. O balanço social, utopia, ou realidade na empresa Latino-Americana? In: GONÇALVES, Ernesto Lima (Coordenador). **Balanço social da empresa na América Latina**. São Paulo: Pioneira, 1980. p. 1-4.
- DEMO, Pedro. **Política social, educação e cidadania**. Campinas, SP: Papirus, 1994.
- DINIZ, Eli; BOSCHI, Renato. Brasil: Um novo empresariado? Balanço de tendências recentes. In: DINIZ, Eli (org). **Empresários e modernização econômica: Brasil Anos 90**. Florianópolis, Ed. Da UFSC, Idacon, 1993.
- _____, Eli. Neoliberalismo e Corporativismo: as duas faces do capitalismo industrial no Brasil. In: DINIZ, Eli (org). **Empresários e modernização econômica: Brasil Anos 90**. Florianópolis, Ed. Da UFSC, Idacon, 1993.
- DOWBOR, Ladislau. Da globalização ao poder local: a nova hierarquia dos espaços. In: FREITAS, Marcos Cezar (org). **A reinvenção do futuro: trabalho, educação, política na globalização do capitalismo**. São Paulo: Cortez, 1999. p. 55-76.
- DUROZOL, Gérard.; ROUSSEL, André. **Dicionário de filosofia**. Tradução de Marina Appenzeller. Campinas: Papirus, 1993.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- MARTIN, Hans Peter; SCHUMANN, Harald. **A armadilha da globalização**. Rio de Janeiro: Globo, 1999.
- MATOS, Francisco Gomes de. **Empresa com alma**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- _____. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- PELIANO, Anna Maria T. Medeiros. **Iniciativa privada e o espírito público: um retrato da ação social das empresas do sudeste brasileiro**. Brasília: IPEA, 2000.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2003.