

FIESP-CIESP
Núcleo de Ação Social

**Responsabilidade
Social
Empresarial**
Panorama e Perspectivas

Novembro/2003

Realização
FIESP/CIESP - Federação e Centro das
Indústrias do Estado de São Paulo

Planejamento e Coordenação

Anne Louette
NAS - Núcleo de Ação Social
Tel (11)3549-4465 ° Fax (11)3284-0214
e-mail: cnas@fiesp.org.br

Planejamento e Execução da Pesquisa

PRATTEIN – Consultoria em Educação e Desenvolvimento Social
Responsáveis pela elaboração do relatório
Fábio Barbosa Ribas Jr.
Odair Prescivalle

Patrocínio
Natura Cosméticos
Souza Cruz

Projeto Gráfico e Edição

Luciano M. A. de Souza

Tiragem

7.000 exemplares

São Paulo novembro de 2003

Permitida a reprodução desta publicação desde que citada a fonte.
A íntegra da pesquisa está disponível no site www.fiesp.org.br/pesquisarse

Palavra do presidente da Fiesp/Ciesp

A razão de termos feito esta pesquisa foi a de informar, incomodar, provocar e contaminar positivamente a todos sobre o tema da Responsabilidade Social Empresarial.

Em primeiro lugar podemos concluir que temos observado avanços. Em segundo que há ainda enormes contradições e são em cima dessas contradições que precisamos trabalhar um pouco. Em terceiro lugar, é exatamente por causa dessas contradições que há um espaço muito grande para dar foco não só na reflexão como na ação. Na ação daqueles que estão menos preocupados com a reflexão mas estão dispostos a tocar em frente. Na reflexão de todos aqueles inquietos intelectualmente que gostam do tema e que certamente, indo um pouco mais fundo trarão maior subsidios para todos aqueles que estão em busca de respostas.

Faço a seguinte constatação: todos esses órgãos do terceiro setor que estão aí se manifestando são muito mais fortes e poderosos do que imaginam, tanto na ação como na reação, e o grau de contaminação da sociedade é muito maior do que aquilo que se pensa.

O tema está na agenda. Ele pode estar mais presente no centro da agenda ou de maneira mais periférica, mas o tema entrou. Não é necessariamente o primeiro tema que aparece, porém, embora secundário, sempre surge naturalmente nas discussões.

Houve um primeiro momento em que muitos heróicos “Dom Quixotes” plantaram essa semente para ver até aonde ela podia chegar. Há agora um segundo momento que conta com uma sociedade que, se não está mobilizada pelo menos está mais conhecedora, mais atenta, mais disposta. É uma partida extraordinária para esse segundo momento.

Estes dados não podem ficar parados apenas nas mãos da Fiesp, pois trouxeram informações que de alguma maneira vão permitir avanços e novos resultados cada vez mais proporcionais aos esforços implementados. Fica muito claro que dá para trabalhar muito em cima deles, dois mais dois tem que ser igual a cinco, não a quatro. Se não fizermos alguma coisa com isso, se não incorporarmos, se não tivermos críticas, se não provocarmos desequilíbrios, não avançaremos.

Tenho a satisfação de dizer que entre as tantas atividades da Fiesp/Ciesp, aquela que mais divididos emocionais e pessoais tem me trazido vem sendo este esforço em trabalhar o tema da Responsabilidade Social. O desafio é grande, mas os avanços renovam o nosso entusiasmo. Esta é minha convicção, que se sustenta nos resultados desta pesquisa de opinião com os empresários. Espero que todos estejam cada vez mais cientes de que têm uma relevante parcela de contribuição a dar em prol do bem comum.

Horacio Lafer Piva
Presidente Fiesp/Ciesp

Palavra do Coordenador do NAS e 1º Vice Presidente

Somos animais milenares carregados de instintos, e são esses instintos que nos influenciam na maioria de nossas ações. Isso reflete exatamente o que são as empresas, que na verdade somos nós mesmos. Mas estamos num curso de desenvolvimento onde os instintos são cada vez menos presentes dando espaço para a racionalidade, para os sentimentos, o que transforma muito todas as nossas ações. E transformando ações nós transformamos resultados.

Nós, empresas, e nós, seres milenários, já somos melhores do que parecemos. Mas também não somos tão bons a ponto de achar que nós podemos deixar que isso aconteça naturalmente.

Poderíamos muito bem fazer uma reflexão de vez em quando, sacudir um pouco tudo isso e ver se esse perfil evolutivo do instinto para a razão e o sentimento não poderia ser acelerado no processo. Pois bem, muito do que motivou este trabalho, vem daí. Vamos ver, vamos pensar um pouco e falar um pouco do que está acontecendo, do que estamos fazendo? Como é que poderíamos usar todos esses instrumentos que passamos a conhecer? Não apenas para vir à tona, vir a público e de repente ser motivo de estudos e motivações várias, mas também para esse espírito pedagógico do processo, da interação.

É uma amostra pequena, um universo limitado mas de alguma forma é um bom *insight*.

Queremos convidá-los para que essa reflexão evolua, para que possamos perceber que existem próximos passos e ver o que poderemos viabilizar a partir dessas inspirações.

Vamos acompanhar todo esse trabalho e capitalizar todo este esforço para que se reverta para a sociedade como um todo.

Carlos Roberto Liboni
Coordenador do NAS

Apresentação

Palavra da Coordenadora do trabalho – Anne Louette

A idéia de *responsabilidade social empresarial* vem ganhando força no Brasil nos últimos anos e está recebendo atenção crescente na estrutura, nas atividades e na visão das empresas.

A responsabilidade social está presente no relacionamento das empresas com todas as partes interessadas em suas atividades (*stakeholders*) – clientes/ consumidores, empregados, fornecedores, acionistas, comunidade, governo e meio ambiente. Nas condições atuais de mudança acelerada na vida econômica e social, a gestão socialmente responsável dos negócios é um fator tido como estratégico, tanto para sustentar a competitividade das empresas e sua capacidade em atender mercados cada vez mais exigentes, como para a criação de um ambiente social mais justo e sustentável.

Para isto, é preciso conhecer o que as empresas já estão fazendo na área de responsabilidade social, e também o que está dificultando ou poderia facilitar uma adesão prática das empresas a esse conceito, para então, montar-se um plano de ação eficiente que possa contribuir para melhorar o nível de responsabilidade social das indústrias paulistas sempre em sintonia com as reais necessidades das diferentes regiões do Estado.

Já se fala bastante do assunto, mas pouco se conhece sobre as condições efetivas de avanço desse tema no dia-a-dia das empresas, sobretudo quanto saímos do universo das grandes empresas e fundações empresariais e pensamos no amplo espectro das médias e pequenas empresas espalhadas pelo Estado de SP e pelo país.

Para saber mais sobre este tema vital objetivando o fortalecimento das indústrias situadas no Estado de São Paulo e para o desenvolvimento da sociedade, a FIESP, por meio de seu Núcleo de Ação Social (que tem por missão a disseminação das práticas de Responsabilidade Social no ambiente industrial do Estado de São Paulo) projetou a presente pesquisa. As respostas obtidas nos ajudarão a compreender as tendências em curso nesta área e, sobretudo, planejar formas de apoio às empresas que estiverem interessadas em desenvolver novos conhecimentos e práticas na área da gestão socialmente responsável dos negócios. Enfatizamos que a finalidade da pesquisa não foi testar conhecimentos ou avaliar condutas, mas conhecer um pouco da ação e da visão das indústrias sobre aspectos relacionados à responsabilidade social corporativa.

Um estudo como o proposto fundamentará ações posteriores da FIESP junto a um grande conjunto de empresas na área de RS.

Só assim poderíamos pensar numa Rede de RS Empresarial (e não apenas na ação meritória de algumas poucas e grandes empresas) - um esforço mais amplo para articular economia e cidadania.

A condução desse tipo de estudo é tarefa própria para entidades como a FIESP que representa o empresariado e que é o locus adequado para encampar diretrizes que interessam a todo o segmento empresarial dada a sua importância para o futuro das empresas.

As empresas pesquisadas foram escolhidas mediante sorteio destinado a compor uma amostra aleatória que refletisse a situação existente no conjunto das indústrias de todos os portes e ramos de atividade, estabelecidas no Estado de São Paulo. Os resultados obtidos foram analisados exclusivamente pela FIESP, receberam tratamento estritamente confidencial e serão apresentados sempre de forma coletiva e não personalizada.

Anne Louette
Executiva do NAS

Sumário

1. Sentido e objetivos da pesquisa	13
2. Como a pesquisa foi realizada	17
3. Perfil das indústrias pesquisadas	21
4. Valores e visões das indústrias sobre responsabilidade social	23
4.1. Código de ética	23
4.2. Balanço social	26
4.3. Objetivos buscados com a adoção de práticas de RSE	29
5. O que as indústrias estão fazendo em relação aos empregados	33
5.1. Benefícios não-obrigatórios	33
5.2. Práticas diferenciadas de contratação e demissão	34
5.3. Práticas diferenciadas de gestão do trabalho	37
5.4. Índice de RSE para “relacionamento com os empregados”	38
6. Relacionamento com fornecedores e clientes	43
6.1. Exigências e condições oferecidas na relação com os fornecedores	43
6.2. Demandas de fornecedores e clientes	45
6.3. Repercussões na cadeia de relacionamentos	46
6.4. Práticas adotadas em relação aos clientes	48
6.5. Índice de RSE para “relacionamento com fornecedores”	49
7. Ações sociais em benefício da comunidade e voluntariado	53
7.1. Uma prática disseminada	53
7.2. Tipos de ação e áreas de incidência	53
7.3. Parcerias	54
7.4. Resultados percebidos	56
7.5. Recursos investidos e utilização de incentivos	57
7.6. Estímulo ao voluntariado	60
7.7. Índice de RSE para “relacionamento com a comunidade”	63
8. Responsabilidade social no relacionamento com o meio ambiente	67
8.1. Ações ligadas às atividades intrínsecas das empresas	67
8.2. Ações desenvolvidas em benefício da comunidade na área ambiental	69
8.3. Índice de RSE para “relacionamento com o meio ambiente”	70
9. Conclusões	75

1. Sentido e objetivos da pesquisa

A temática da responsabilidade social está em franca ascensão no Brasil e no mundo.

Embora o engajamento de empresas em ações sociais não-lucrativas sempre tenha acompanhado a trajetória do capitalismo brasileiro como um fenômeno mais ou menos secundário, na década de 90 começa a se desenvolver uma preocupação mais sistemática e estratégica das empresas com a questão da responsabilidade social.

Em décadas anteriores, os enfoques acerca da função social da iniciativa privada tendiam a refletir um contexto fortemente marcado pelo antagonismo capital-trabalho e pelas ideologias legitimadoras dos interesses de cada um desses pólos. A partir dos anos 90 o tema da responsabilidade social empresarial ressurgiu de forma renovada, amparado em ideários que vislumbram a empresa capitalista não mais como agente de um desenvolvimento necessariamente predador e excludente, mas como instituição capaz de articular mercado e cidadania, desenvolvimento econômico e justiça social.

Que elementos estruturais estão por trás desse fenômeno? Ou, colocando a questão em termos mais práticos, porque se torna hoje decisivo para as empresas a formulação de uma nova ética dos negócios?

A adequada compreensão do novo conceito de responsabilidade social empresarial supõe o entendimento das novas exigências de racionalidade e equilíbrio sistêmico do processo de globalização da economia. Trata-se de um processo muito complexo cuja análise transcende o escopo desta introdução. Para os propósitos da presente pesquisa, é suficiente destacar a idéia de que a integração do país em um mercado que se globaliza passa a exigir das empresas uma nova conduta que possa não apenas atenuar os efeitos negativos da globalização, mas que também atenda às demandas crescentes do mercado e da sociedade por uma atividade empresarial sustentável dos pontos de vista ambiental, econômico e social.¹ Atualmente, as empresas estão sendo levadas a enfrentar estes desafios não apenas por questão de "bom-mocismo", mas por exigências inelutáveis de competitividade.

Comentando o crescente interesse mundial pela questão da responsabilidade social empresarial, Srour afirma:

"No último quartel do século XX, a questão ética tornou-se um imperativo no universo das empresas privadas e, por extensão, das organizações públicas do Primeiro Mundo. (...) As razões residem, no essencial, no fato de que escândalos vieram à tona em virtude do desenvolvimento de uma mídia plural e dedicada à investigação. Atos considerados imorais ou inidôneos pela coletividade deixaram de ser encobertos e tolerados. A sociedade civil passou a exercer pressões eficazes sobre as empresas. Isto é, dada a sua vulnerabilidade, cada vez mais os clientes procuram assegurar a qualidade dos produtos e dos serviços adquiridos. Por sua vez, concorrentes, fornecedores, investidores, autoridades governamentais, prestadores de serviços e empregados auscultam o 'modus operandi' das empresas com as quais mantêm relações, visando a policiar fraudes e repudiar ações irresponsáveis".²

Na esteira desse processo, generaliza-se na sociedade brasileira a percepção de que a solução dos problemas sociais é uma responsabilidade de todos, e não apenas do Estado; de que os negócios não podem ser desenvolvidos sem que se garanta a todos o acesso a alimentação, moradia, educação, saúde, emprego, um meio ambiente saudável e a outros bens sociais fundamentais; de que não é mais possível conviver com a exclusão de uma larga parcela da população desses bens sociais, como até agora ocorre no Brasil; de que apenas as empresas que associarem o fortalecimento dos seus negócios a essas preocupações sociais poderão sobreviver e se desenvolver no futuro próximo.

1 - A esse respeito, ver: Gilberto Dupas: Economia global e exclusão social: pobreza, emprego, Estado e o futuro do capitalismo – Paz e Terra: São Paulo, 2001.

2 - Robert H. Srour: Ética empresarial: a gestão da reputação – Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

Durante a última década, o conceito de responsabilidade social empresarial (RSE) assumiu significados nem sempre coincidentes, ainda que não necessariamente divergentes. Assim, no início da década de 90 as empresas buscavam exercer uma filantropia empresarial de caráter assistencial, em que doações eram oferecidas à comunidade sem maiores expectativas de que ela própria tivesse iniciativas de auto-ajuda ou capacidades que pudessem ser mobilizadas para desencadear e sustentar processos de melhoria social. Em meados daquela década surge o conceito de "investimento social privado", caracterizado pela idéia de que as empresas deveriam buscar um maior grau de profissionalismo em suas ações sociais não-lucrativas dirigidas à comunidade. Assiste-se, a partir daí, a um crescimento exponencial do interesse das empresas na realização de projetos de diferentes tipos e em diferentes áreas sociais (um movimento impulsionado com a criação, em 1995, do GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas). Um passo decisivo para a ampliação do conceito de RSE no país foi dado com a criação, em 1998, do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, responsável pela disseminação de uma visão do tema como ferramenta estratégica de gestão e como processo que permeia as relações das empresas com todas as partes interessadas em suas atividades econômicas. Abria-se, assim, o caminho para que as empresas pudessem adotar uma postura mais ampla (mas também mais sujeita a graus mais profundos e diversificados de complexidade) no campo da responsabilidade social. Com efeito, o conceito ampliado de RSE levanta de forma mais radical as relações entre as esferas econômica e social da atividade empresarial, ao mesmo tempo em que permite afirmar com mais radicalidade a possibilidade de que as empresas possam ser co-partícipes e promotoras de um processo de criação de uma sociedade mais justa e sustentável.

Vale frisar que processo de desenvolvimento conceitual acima descrito não se apresenta como um movimento linear, em que uma etapa supera a outra. Na verdade, o cenário resultante ainda se caracteriza muito mais pela coexistência de posturas e conceitos diversos, o que não raro provoca confusões e desentendimentos no interior do segmento empresarial e nas relações que se estabelecem entre as empresas, as organizações sociais e o Estado.

A assimilação do conceito de RSE em nosso meio não é independente das tradições culturais e econômicas do país. Certamente deve estar sendo influenciada pelas morais mais profundas vigentes na sociedade brasileira, onde aspectos como integridade e oportunismo, solidariedade e individualismo, altruísmo e parcialidade se interpenetram de maneira complexa e muitas vezes desconcertante. De forma mais imediata, a assimilação do conceito de RSE pelas empresas deve estar refletindo aspectos da mentalidade com a qual o empresariado brasileiro conduz seus negócios.

Para que fosse possível adentrar na análise da forma pela qual a mentalidade das empresas afeta o seu grau adoção de posturas e práticas de responsabilidade social, a presente pesquisa tomou como referência três paradigmas possíveis de RSE:

1. **Visão clássica:** nesta perspectiva a função prioritária da empresa é gerar lucro e este objetivo deve subordinar todas as decisões. Nas palavras de Friedman: *"Existe uma e apenas uma responsabilidade social da atividade de negócios: utilizar seus recursos e engajar-se em atividades delineadas para incrementar lucros, tanto quanto possível dentro das regras do jogo, qual seja, engajar-se em mercado livre e competitivo, sem fraudes"*.¹ No limite, esta perspectiva segundo a qual "o negócio dos negócios é fazer negócio" afirma que a responsabilidade social (tal como proposta nas visões seguintes) não é função da empresa.
2. **Visão instrumental-pragmática:** nesta posição, a RSE é vista como um fator de competitividade que pode promover o fortalecimento do negócio. Ações de responsabilidade social são adotadas, antes de tudo, porque agregam valor ao negócio no curto prazo ou mesmo no longo prazo.

1 - Milton Friedman: Capitalism and freedom – Chicago: University of Chicago Press, 1962.

3. **Visão instrumental-emancipatória:** nesta perspectiva, a RSE se justifica, sobretudo, por sua contribuição para o bem-estar da coletividade, na qual também a empresa está inserida. No limite esta visão da RSE acena com a possibilidade de um capitalismo socialmente orientado, capaz de oferecer repostas mais efetivas para os desafios da inclusão social e da justiça social.

Enquanto o primeiro paradigma expressa a lógica clássica do capitalismo, os dois últimos colocam em questão a tensão permanente existente entre esta lógica (endógena e imanente à economia de mercado) e a lógica do interesse coletivo. O segundo paradigma parte da lógica capitalista e busca infundir responsabilidade social em seus postulados internos; o terceiro paradigma também opera no marco básico do capitalismo, mas entende ser necessário subordinar os mecanismos de mercado à lógica da cidadania democrática. Na verdade, ambos adotam uma *ética da responsabilidade* para tomar decisões e escolher cursos de ação que busquem articular os interesses particulares das empresas, os interesses do conjunto de partes interessadas (*stakeholders*) e o bem-comum. Porém enquanto o segundo está mais inclinado para as razões do negócio, o terceiro tenta fazer das razões da comunidade as próprias razões do negócio.

Com este quadro conceitual em mente, a presente pesquisa procurou tanto atender às exigências analíticas do tema, quanto contribuir para os esforços programáticos que a FIESP-CIESP pretende desenvolver junto às indústrias paulistas na área de RSE. Nesse sentido, os objetivos do estudo foram os seguintes:

- Analisar as tendências em curso na área de RSE, oferecendo uma contribuição para a compreensão do sentido em que o tema evolui no meio industrial.
- Oferecer subsídios para o planejamento de formas de apoio às indústrias que estiverem interessadas em desenvolver novos conhecimentos e práticas de gestão socialmente responsável dos negócios.

Para tanto, as questões orientadoras da pesquisa foram as seguintes:

- Como as indústrias definem e expressam seus valores e seu pensamento sobre RSE?
- O que e quanto as indústrias estão fazendo nas áreas de:
 - Relacionamento com seu público interno (empregados)?
 - Relacionamento com fornecedores e clientes?
 - Relacionamento com a comunidade (ações sociais e voluntariado)?
 - Relacionamento com o meio ambiente?
- Que fatores críticos poderiam explicar o comportamento das indústrias na área de RSE?
- Que aspectos deveriam ser priorizados em uma estratégia voltada ao fortalecimento das práticas socialmente responsáveis no meio industrial?

2. Como a pesquisa foi realizada

Os dados foram coletados entre os meses de agosto e setembro 2003, por meio de um questionário contendo 62 questões fechadas que abordaram os seguintes itens: perfil das indústrias; elaboração de código de ética e balanço social; concessão de benefícios não obrigatórios e adoção de práticas diferenciadas no relacionamento com os empregados; relacionamento com fornecedores e clientes; relacionamento com a comunidade (ações sociais e estímulo ao voluntariado social dos empregados); relacionamento com o meio ambiente (ações ambientais ligadas às atividades-fim das indústrias e ações em benefício da comunidade na área de meio ambiente).

Além das questões fechadas o questionário apresentava, para cada item mencionado no parágrafo anterior, um espaço aberto para que a empresa registrasse seu depoimento sobre o assunto ou relatasse brevemente a sua experiência na área.

A pesquisa foi direcionada aos estabelecimentos industriais com unidades no Estado de São Paulo que integravam o cadastro da FIESP/CIESP em maio de 2003: um total de 4909 indústrias. Este número foi obtido após a exclusão das empresas que, pelo cadastramento, apresentavam menos do que trinta empregados (as microempresas e as menores empresas do segmento de pequeno porte). Este procedimento se justificou por duas razões. Em primeiro lugar, a distribuição por porte das 4909 indústrias cadastradas guarda grande correspondência com a distribuição da totalidade dos estabelecimentos industriais existentes no Estado de São Paulo nas faixas de porte acima de 30 empregados, o que, com as devidas cautelas, possibilita algum nível de projeção dos dados para o total de indústrias do Estado. Em segundo lugar, os testes prévios do questionário indicaram que sua extensão e complexidade conceitual poderiam trazer dificuldades de resposta para as empresas de menor porte, o que limitaria em muito a análise posterior dos resultados.¹

O questionário foi enviado pelo correio para as 4909 indústrias do cadastro da FIESP/CIESP no final de julho de 2003, acompanhado de uma carta de apresentação, de instruções para o preenchimento e de envelope-resposta para o seu retorno. Concomitantemente, uma amostra de 1200 indústrias do cadastro FIESP-CIESP foi obtida de forma aleatória, por meio de sorteio em cada extrato de porte (definido pelo número de empregados) e em cada extrato de região de localização das empresas. As indústrias desta amostra foram contatadas por telefone entre os dias 11 e 15 de agosto de 2003. Nos contatos era confirmado o recebimento do questionário e, nos casos de não recebimento, era disponibilizada uma versão eletrônica por e-mail. As indústrias podiam esclarecer dúvidas diretamente com a equipe de coordenação da pesquisa, por telefone ou e-mail. Como resultado, 543 indústrias responderam o questionário, o que representou uma amostra de 11,1% em relação ao cadastro FIESP-CIESP.

A análise do porte das 543 indústrias pesquisadas revelou uma boa correspondência tanto com o perfil das 4909 indústrias do cadastro FIESP/CIESP, quanto com o perfil das indústrias do Estado de São Paulo com 30 ou mais empregados (Tabela 1).²

Os diversos segmentos de atividade industrial se apresentam na amostra pesquisada com proporções bem próximas aos segmentos de atividade existentes no cadastro FIESP/CIESP (Tabela 2).

Quanto à distribuição geográfica, a amostra também se apresenta bem posicionada com relação ao cadastro FIESP/CIESP (Gráfico 1).

1 - Deve-se frisar que a decisão de focalizar apenas às indústrias com 30 ou mais empregados decorreu da dificuldade técnica, não resolvida na presente pesquisa, de elaboração de um instrumento para estudo da responsabilidade social que permitisse considerar as especificidades das empresas de porte mais reduzido. A despeito desta lacuna, é indiscutível que a questão da responsabilidade social empresarial diz respeito a organizações de todos os portes ou segmentos.

2 - Segundo a Fundação SEADE, em 1996 havia um total de 48950 indústrias sediadas no Estado de São Paulo, das quais 12812 possuíam 30 ou mais empregados (PAEP - Pesquisa da Atividade Econômica Paulista).

Tabela 1 - Distribuição das indústrias no Estado de São Paulo com 30 ou mais empregados: total do Estado, cadastro FIESP-CIESP e amostra da pesquisa, por porte (número de empregados)

Indústrias	Porte (número de empregados)							
	30 a 99		100 a 499		500 ou mais		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Total Estado de SP (*)	8490	66,3	3589	28,0	733	5,7	12812	100,0
Filiadas FIESP-CIESP	3343	68,1	1257	25,6	309	6,3	4909	100,0
Amostra FIESP-CIESP	363	66,8	133	24,6	47	8,6	543	100,0

(*) Fonte: Fundação SEADE

Tabela 2 - Distribuição das indústrias pesquisadas por segmento de atividade: cadastro FIESP-CIESP e amostra da pesquisa (%)

Segmento de atividade	Cadastro FIESP-CIESP	Amostra
Extrativa	0,3	0,2
Construção Civil	1,6	1,9
Produção e distribuição de eletricidade, gás e água	0,4	0,6
Produtos alimentícios e bebidas	5,4	3,0
Produtos do fumo	0,1	0,0
Produtos têxteis	3,6	3,0
Vestuários e acessórios	2,8	2,5
Preparação do couro e fabricação de artefatos de couro	2,7	2,1
Produtos de madeira	1,1	1,0
Celulose, papel e produtos de papel	2,6	1,9
Edição, impressão e reprodução de gravações	2,7	2,1
Coque, refino de petróleo, combustíveis nucleares e álcool	0,3	0,6
Produtos químicos	8,8	11,9
Artigos de borracha e plástico	10,0	8,4
Minerais não-metálicos	4,0	4,8
Metalurgia básica	3,8	4,0
Produtos de metal – exclusive máquinas e equipamentos	14,7	13,4
Máquinas e equipamentos	13,4	14,0
Máquinas de escritório e equipamentos de informática	0,6	0,6
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos	5,0	6,7
Material eletrônico e de comunicações	1,6	1,1
Equipamentos médico-hospitalares, instrumentos de precisão e ópticos, equipamentos para automação industrial, cronômetros e relógios	2,7	3,6
Montagem de veículos automotores, reboques e carrocerias	5,2	6,3
Outros equipamentos de transporte	0,7	0,4
Móveis e indústrias diversas	5,8	5,7
Reciclagem	0,1	0,2
Total	100,0	100,0

Considerando-se o número, porte, distribuição geográfica e segmentos de atividade das indústrias, a da amostra pesquisada apresenta boa representação com relação às indústrias do cadastro FIESP/CIESP ao universo das indústrias com 30 ou mais empregados no Estado de São Paulo. Por outro lado, é fato que a amostra final de 543 indústrias não foi obtida por meios aleatórios, pois compreende empresas que responderam o

questionário voluntariamente. Em face disto, poder-se-ia argumentar que as empresas da amostra estariam positivamente motivadas em relação ao tema (ao contrário das que não responderam o questionário) o que introduziria um viés nos resultados. Tal argumento pode ser respondido lembrando-se que: a) muitas das indústrias respondentes declararam *não adotar* muitas das práticas de RSE investigadas, ou declararam *não ter* política de RSE definida, o que poderia sugerir um perfil de indústrias não especialmente motivadas para o tema (pelo menos não mais motivadas que a média); b) a maioria das indústrias da amostra (68,3%) é de pequeno porte (até 99 empregados), sendo este o segmento provavelmente

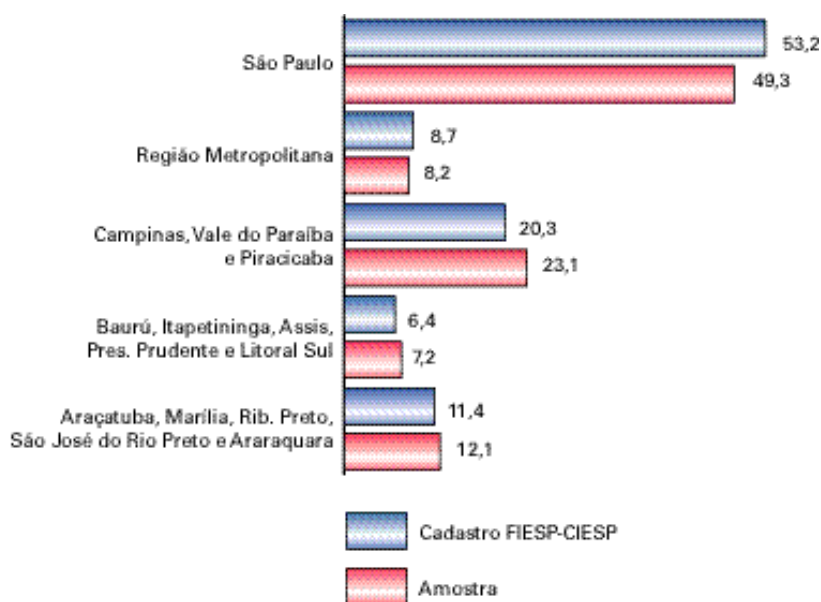
menos atingido até aqui por meios e eventos de divulgação ou formação na área de responsabilidade social empresarial. Por estas razões, cremos que os dados aqui apresentados são relevantes para a compreensão do posicionamento das indústrias situadas no Estado de São Paulo (que possuem 30 ou mais empregados) em relação à temática da responsabilidade social empresarial e que trazem indicações úteis para a construção de estratégias de disseminação do tema no meio industrial.

Dado que as perguntas do questionário versavam sobre diferentes aspectos da atividade das indústrias, as instruções solicitavam que o preenchimento ficasse a cargo da diretoria ou do setor responsável pela área de responsabilidade social (caso existisse). A análise do perfil dos responsáveis pelo preenchimento dos questionários revelou que em 80% dos casos o respondente foi um proprietário, diretor-presidente, membro da alta direção ou ocupante de cargo gerencial na empresa. Nos 20% restantes o respondente foi um assessor de direção, um consultor, ou um assistente técnico designado por alguém com cargo executivo.

Os resultados quantitativos são apresentados em gráficos e tabelas. É importante assinalar que, em alguns casos, os percentuais indicados não são aditivos (não somando 100%), pois em muitas perguntas da pesquisa as alternativas de resposta não eram excludentes (as indústrias poderiam desenvolver simultaneamente mais de uma prática numa dada área, ou indicar mais de uma motivação para fazê-lo). O leitor reconhecerá os casos em que os percentuais são aditivos quando os títulos dos gráficos ou tabelas se referirem à *distribuição de frequência* da variável considerada.

Alguns depoimentos oferecidos pelos estabelecimentos pesquisados são apresentados no decorrer do relatório, permitindo ilustrar dados quantitativos e estabelecer relações entre as práticas e as múltiplas formas de manifestação do pensamento das indústrias.

Gráfico 1 - Distribuição das indústrias pesquisadas por região: cadastro FIESP-CIESP e amostra da pesquisa (%)

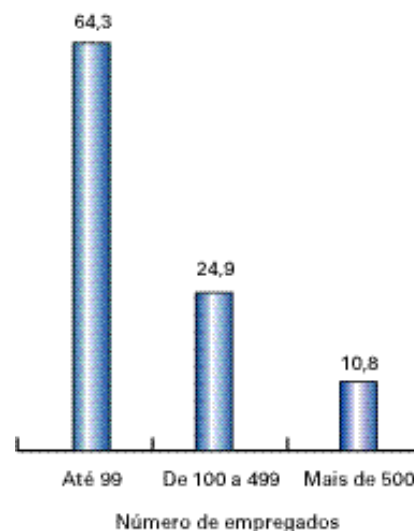


3. Perfil das indústrias pesquisadas

As indústrias pesquisadas foram caracterizadas preliminarmente no que diz respeito a: porte (medido pelo número de empregados); faturamento anual bruto; existência ou não de mecanismos de gestão da responsabilidade social empresarial; rentabilidade do negócio (medida pela auto-avaliação da empresa sobre seu desempenho nos últimos três anos e sobre suas perspectivas para os próximos dois anos).

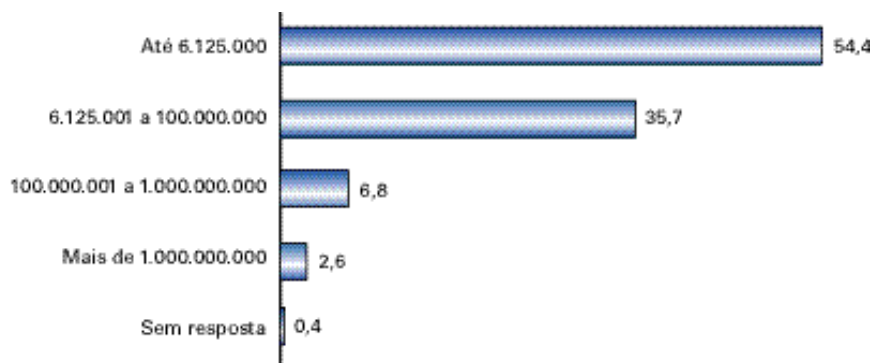
Adistribuição do porte das empresas, estabelecida pela informação obtida no questionário quanto ao número de empregados, não se alterou significativamente em relação aos dados previamente disponíveis no cadastro FIESP-CIESP (apresentados anteriormente na Tabela 1). Em comparação com a Tabela 1, o Gráfico 2 registra uma ligeira diminuição na participação das empresas de pequeno porte (de 66,8% para 64,3%), compensada por um pequeno aumento na participação das empresas de grande porte (de 8,6% para 10,8%). A participação das médias empresas praticamente não se alterou, passando de 24,6% para 24,9%. O dado mais significativo foi uma participação ligeiramente superior das grandes empresas em relação aos dois outros segmentos de porte. Outro aspecto que merece ser destacado é o fato de que, em relação aos dados do cadastro, algumas pequenas empresas apresentaram um menor número de empregados. Duas circunstâncias podem explicar esta situação: o contexto recessivo dos anos recentes e a intensificação do processo de terceirização do trabalho (ambas contribuindo para a redução do quadro de pessoal regido pela CLT).

Gráfico 2 - Distribuição das indústrias por número de empregados (%)



A distribuição do faturamento das indústrias pesquisadas é coerente com a distribuição do porte. A faixa inferior (até R\$6.125.000,00) inclui a maioria das pequenas empresas. A faixa seguinte (de R\$6.125.000,00 até R\$100.000.000,00) inclui as médias empresas e as duas faixas de maior faturamento incluem as grandes empresas (Gráfico 3).

Gráfico 3 - Distribuição das indústrias segundo a receita bruta (em reais) no de 2002 (%)



O Gráfico 4 apresenta um indicador da situação econômica das indústrias, construído a partir da avaliação das empresas sobre sua rentabilidade nos três últimos anos e expectativas quanto aos próximos dois anos. Conforme a opinião emitida, as indústrias foram classificadas em três grupos: 1) avaliação negativa; 2) avaliação regular; 3) avaliação positiva. No primeiro grupo estão as empresas cuja avaliação da rentabilidade é insatisfatória quanto ao passado e pessimista quanto ao futuro. O segundo grupo congrega as indústrias insatisfeitas com o passado e otimistas quanto ao futuro e, inversamente, as que estão satisfeitas com o passado e pessimistas quanto ao futuro. O terceiro grupo reúne as indústrias satisfeitas com o passado e otimistas em relação ao futuro. Nota-se que enquanto a avaliação negativa é mais comum nas pequenas empresas (27,9%), nas grandes a avaliação positiva alcança 50,9%. As médias empresas são as que menos apresentam avaliação negativa (19,5%).

O Gráfico 5 mostra em que medida as indústrias pesquisadas possuem os seguintes mecanismos formais de gestão da responsabilidade social empresarial em sua estrutura organizacional: 1) política ou estratégia de responsabilidade social explicitada e documentada; 2) diretoria ou gerência de responsabilidade social. Nota-se que o primeiro mecanismo é tanto mais freqüente quanto maior o porte da empresa: está presente em 9,7% das pequenas, 21,3% das médias e 32,8% das grandes. O segundo mecanismo está presente em percentual semelhante nas pequenas e médias empresas, aumentando significativamente nas grandes.

Considerando-se que o crescimento da divulgação e do interesse por responsabilidade social empresarial é um fenômeno relativamente recente na sociedade brasileira, estes dados podem ser considerados como bastante significativos. O tema ganha espaço na agenda das indústrias, inclusive as de menor porte. Vale acrescentar que uma proporção de indústrias análoga à registrada no Gráfico 5 declara estar em fase planejamento de sua política de responsabilidade social. O fato de ser mais comum nas indústrias uma *política* de responsabilidade social do que uma *diretoria ou gerência* de responsabilidade social é significativo: pode estar indicando que estas empresas entendem a responsabilidade social como algo que deve permear toda a organização e perpassar diferentes processos de tomada de decisão, e não apenas como matéria a ser circunscrita a um setor apenas.

O Gráfico 6 apresenta uma primeira correlação entre responsabilidade social e situação econômica das empresas: as indústrias que possuem a RSE formalizada em sua estrutura apresentam também uma avaliação proporcionalmente mais positiva da rentabilidade dos seus negócios.

Gráfico 4 - Distribuição das indústrias segundo sua avaliação da rentabilidade do negócio (desempenho nos últimos 3 anos e expectativa nos próximos 2 anos), por número de empregados (%)

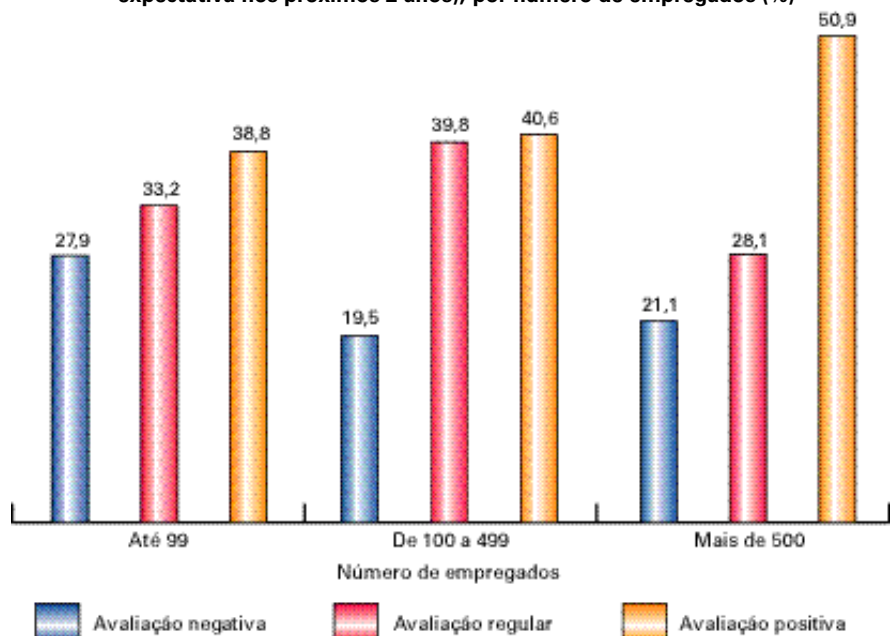


Gráfico 5 - Indústrias que possuem mecanismos de gestão de RSE (política explicitada e diretoria/gerência), por número de empregados (%)

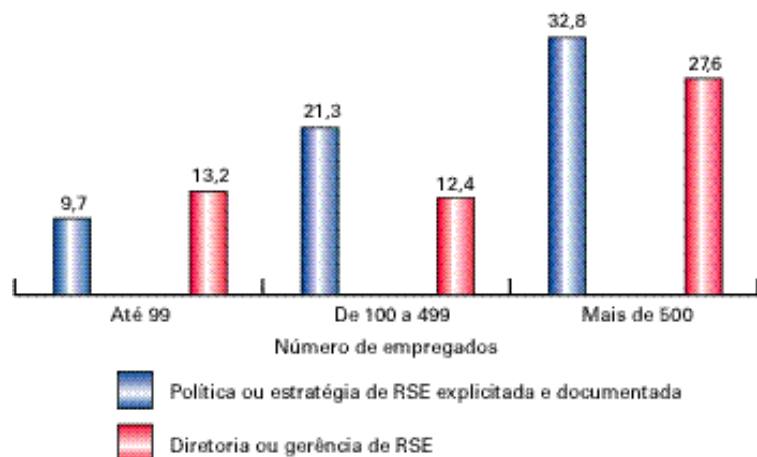
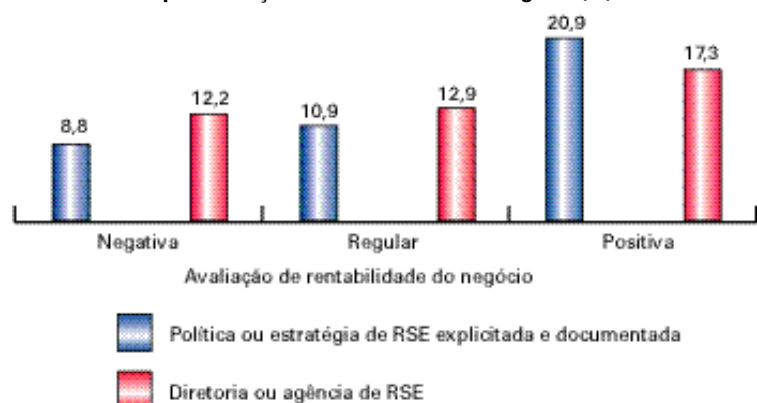


Gráfico 6 - Indústrias que possuem mecanismos de gestão de RSE (política explicitada e diretoria/gerência), por avaliação da rentabilidade do negócio (%)



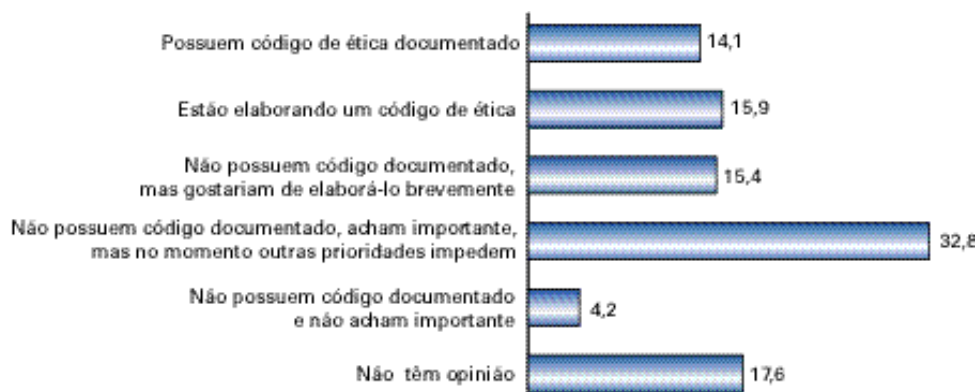
4. Valores e visões das indústrias sobre responsabilidade social

Em que medida as indústrias explicitam seus valores e crenças em códigos de ética empresariais? Têm elas procurado sistematizar e divulgar suas práticas de responsabilidade social em balanços sociais? E, independentemente de terem ou não explicitado e documentado seus valores e práticas em códigos de ética ou balanços sociais, o que pensam as indústrias sobre o significado destes instrumentos como elementos de orientação da atividade empresarial? Que tipos de objetivos mobilizam as indústrias para a adoção de práticas de responsabilidade social? Afinal, em que medida a responsabilidade social se apresenta como um valor orientador da conduta das indústrias?

4.1. Código de ética

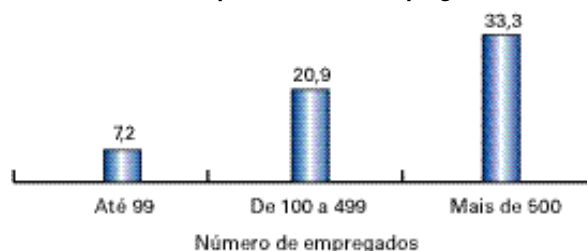
A pesquisa revelou que 14,1% das indústrias pesquisadas declararam possuir um código de ética norteador de sua conduta explicitado em documento disponível para consulta (Gráfico 7). No entanto, o interesse pelo instrumento parece mais amplo do que este número poderia sugerir, pois 15,9% das indústrias declaram estar em fase de elaboração de seu código de ética e outras 15,4% demonstram inclinação para elaborá-lo brevemente. Dentre as restantes, apenas 4,2% desvalorizam explicitamente a importância do código.

Gráfico 7 - Distribuição das indústrias segundo sua condição em relação a código de ética (%)



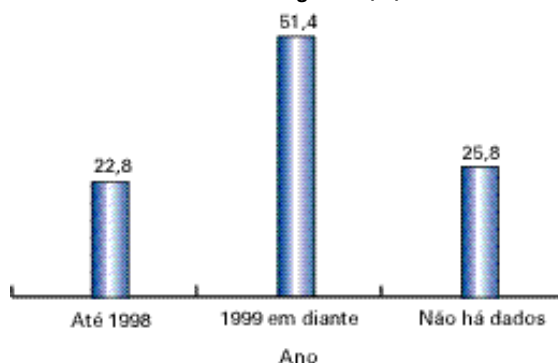
As grandes indústrias (com mais de 500 empregados) predominam entre as que possuem código de ética documentado (Gráfico 8). A pesquisa também aponta que a adoção deste instrumento registrou crescimento acentuado entre as indústrias em anos recentes: em mais da metade dos casos os códigos foram elaborados a partir de 1999 (Gráfico 9).

Gráfico 8 - Indústrias que possuem código de ética documentado, por número de empregados (%)



Porém, o que dizer da orientação implícita nestes códigos de ética? Embora, pela natureza do presente estudo, não tenha sido possível realizar uma análise do conteúdo dos códigos, alguns dados coletados permitem fazer inferências sobre aspectos qualitativos.

Gráfico 9 - Distribuição das indústrias que possuem código de ética, segundo o ano em que o código foi colocado em vigência (%)



Assim, a Tabela 3 mostra que os públicos mais citados nos códigos de ética são os empregados (citados na esmagadora maioria dos casos) e os consumidores/clientes (citados em cerca de 75,0% dos códigos das indústrias de todos os portes). A menção a fornecedores e acionistas em geral é maior nas empresas de grande porte (com 500 ou

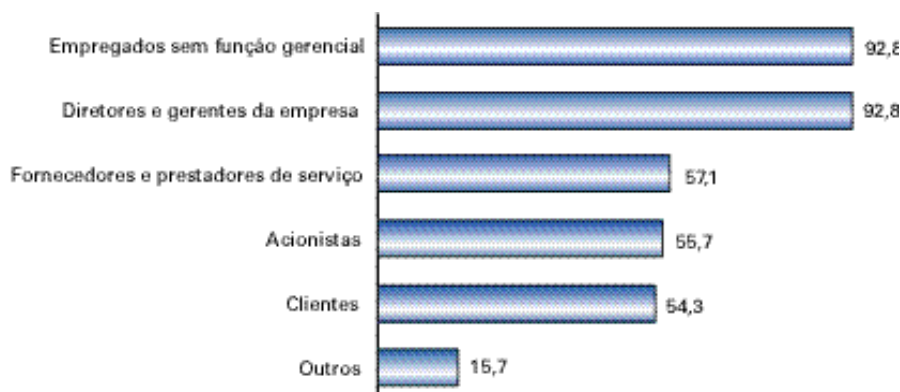
mais empregados), e diminui significativamente nas médias indústrias (com 100 a 499 empregados) e nas pequenas (com até 99 empregados). Os demais públicos são mencionados com menor frequência (destacando-se sempre os percentuais proporcionalmente maiores de menção nas grandes empresas).

Tabela 3 - Públicos citados nos códigos de ética das indústrias, por número de empregados (%)

Áreas de incidência	Total	Número de empregados		
		Até 99	100 a 499	500 ou mais
Empregados	95,7	100,0	92,6	94,7
Consumidores/clientes	77,1	75,0	77,7	78,9
Fornecedores e prestadores de serviço	64,3	58,3	55,5	84,2
Acionistas em geral	58,6	37,5	59,2	84,2
Meio ambiente	40,0	29,1	33,3	63,1
Governo	40,0	20,8	29,6	78,9
Comunidade próxima à empresa	34,3	25,0	25,9	57,9
Concorrentes	32,8	25,0	22,2	57,9
Sindicatos de empregados	31,4	20,8	25,9	52,6
Sindicatos patronais	24,3	12,5	22,2	42,1
ONGs ou entidades da sociedade civil	20,0	8,3	18,5	26,8
Mídia	17,1	12,5	7,4	36,8
Acionistas minoritários	12,8	0,0	0,0	47,4

Considerando-se agora os públicos para os quais os códigos de ética são divulgados, nota-se igualmente uma clara predominância do público interno como foco prioritário das empresas: empregados sem função gerencial, diretores e gerentes são citados por mais de 90% das indústrias, ao passo que os demais públicos são citados em pouco mais da metade dos casos.

Gráfico 10 - Públicos para os quais as indústrias divulgam seus códigos de ética (%)



Esses dados parecem ganhar mais sentido quando examinamos as respostas das indústrias a uma questão sobre a forma como o código de ética vem sendo por elas utilizado. O Gráfico 11 mostra o grau de adesão das indústrias a duas possibilidades (não excludentes) de utilização do código: 1) utilização principal como instrumento para regulamentação das relações entre a empresa e os empregados, com des-

Gráfico 11 - Finalidade que o código de ética assume no cotidiano das indústrias, por número de empregados (%)



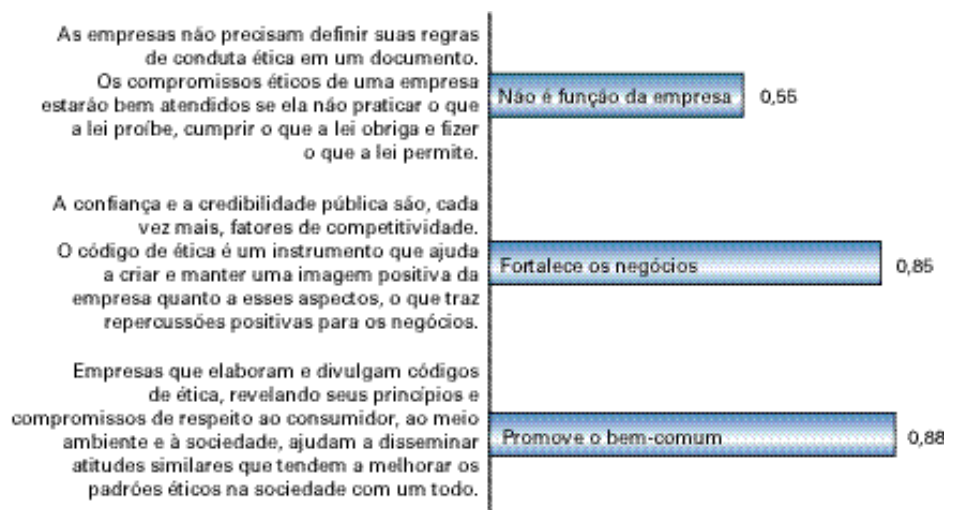
taque para a normatização da conduta no ambiente de trabalho; 2) utilização como instrumento voltado ao aprimoramento das relações que a empresa estabelece com os diferentes públicos com os quais interage. Nota-se que nas pequenas indústrias a função de regulação das relações empresa-empregado predomina nitidamente sobre a função de aprimoramento das relações entre a empresa e seus diferentes públicos, ao passo que nas médias indústrias os percentuais relativos à segunda função são bem maiores e nas grandes a segunda função chega a predominar sobre a primeira.

Assim, embora a maioria das indústrias pesquisadas atribua ao código de ética uma função reguladora prioritariamente focada em seu público interno, com desdobramentos secundários para clientes e fornecedores, há indícios de que os códigos possam estar gradualmente assumindo a função estratégica de instrumento para gestão do relacionamento da empresa com um quadro mais amplo de partes interessadas em suas atividades (*stakeholders*). Essa tendência aparece de maneira discreta entre as grandes empresas, mas desponta de forma mais clara entre aquelas que possuem uma política de RSE explicitada (variável apresentada nos Gráficos 5 e 6). Os dados coletados revelaram que, entre estas, 89,7% declaram utilizar o código de ética para o aprimoramento de relações com as várias partes interessadas; em contrapartida, entre as que *não possuem* política de RSE explicitada, a indicação de uso do código de ética com esta finalidade mais ampla diminuiu para 59,3%.

Foi investigada também a visão das indústrias sobre o significado do código de ética. Isto foi feito solicitando-se às empresas pesquisadas que expressassem seu grau de concordância ou discordância em relação a diferentes afirmações sobre o sentido do código de ética (as quais remetem a diferentes paradigmas sobre RSE referidos no capítulo inicial do presente relatório). Todas as indústrias puderam responder esta pergunta, independentemente do fato de possuírem ou não um código de ética documentado.

Os resultados apresentados no Gráfico 12 mostram um alto índice de concordância das indústrias com a afirmação que associa o código à promoção de benefícios que alcancem toda a coletividade (0,88 na escala de 0 a 1), assim como com a afirmação que vincula o código de ética ao fortalecimento dos negócios (0,85 na escala de 0 a 1). Ao mesmo tempo, constata-se um grau médio de concordância (0,55 na escala de 0 a 1) com a afirmação que não reconhece importância na explicitação do código de ética e que limita a idéia de responsabilidade social à esfera estritamente legal.

Gráfico 12 - Opinião das indústrias quanto ao significado do código de ética (índice com variação de 0 a 1, no qual 0 = discordo inteiramente e 1 = concordo inteiramente)

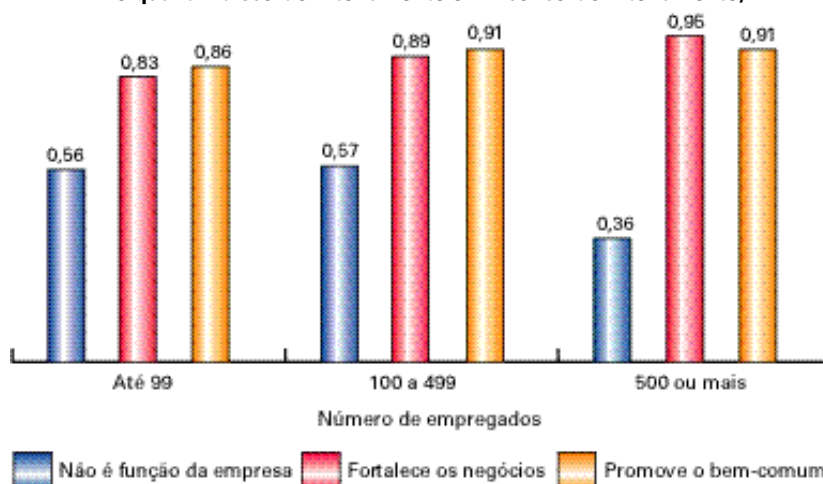


Aqui, dois aspectos chamam a atenção. Em primeiro lugar, as indústrias valorizam com a mesma intensidade o significado do código de ética para o negócio e o seu significado para a coletividade, o que faz supor a inexistência de antagonismo entre essas idéias. Ao mesmo tempo, nota-se a presença de uma visão em certa medida ambígua, na medida em que algumas das empresas que concordaram com a afirmação mais conservadora, concordaram também com as duas outras, de teor oposto no que se refere à estratégia de gestão dos negócios e à aceitação do equilíbrio da coletividade como princípio mais amplo de legitimação dos negócios. Os dados do

Gráfico 13 (que apresenta os mesmos resultados do Gráfico 12, agora distribuídos segundo o porte das empresas pesquisadas) mostram que entre as maiores indústrias essa ambigüidade é menor, o que faz supor a existência, nesse segmento, de uma adesão mais consciente (ao menos no *plano das idéias*) a posturas inovadoras de responsabilidade social empresarial.

Os seguintes depoimentos oferecidos por indústrias pesquisadas exemplificam posturas diversas quanto ao significado do código de ética para as empresas e quanto à importância de sua explicitação e divulgação às partes interessadas:

Gráfico 13 - Opinião das indústrias quanto ao significado do código de ética, por número de empregados (índice com variação de 0 a 1, no qual 0 = discordo inteiramente e 1 = concordo inteiramente)



"Vários códigos de ética são peças publicitárias que não são cumpridas. Preferimos uma empresa sem código de ética, que seja ética, do que uma que tenha o código e não aja de acordo com ele".

(Indústria de médio porte, situada na região de Araraquara)

"O código deveria ser intrínseco, mas quando publicado e divulgado serve para redirecionamento e conscientização".

(Indústria de médio porte, situada na região de Campinas)

"Acredito que um código de ética torna explícitos o pensamento e o objetivo da empresa, fazendo com que se respeite e persiga as mesmas coisas tanto na organização quanto no ambiente externo a ela".

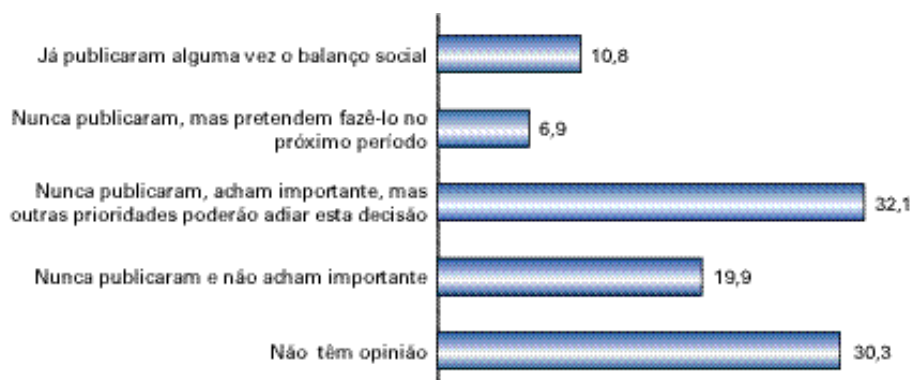
(Indústria de pequeno porte, situada na Capital)

4.2. Balanço social

A pesquisa revelou que 10,8% das indústrias pesquisadas já publicaram alguma vez o balanço social (Gráfico 14). Somando-se as estas as 6,9% que afirmaram intenção de publicar o balanço no próximo período, temos um grupo de 17,7% que já parece ter assimilado explicitamente este valor. Merece destaque a presença de um grande grupo de indústrias (32,1%)

que valorizam o balanço, mas relativizam sua importância perante outras prioridades, e de um outro grupo igualmente significativo (30,3%) que não tem opinião formada sobre o tema.

Gráfico 14 - Distribuição das indústrias segundo sua condição em relação a balanço social (%)



Como mostra o Gráfico 15, o balanço social vem sendo adotado principalmente pelas grandes indústrias:

41,5% delas já publicaram alguma vez este instrumento, contra 9,0% das médias e 5,6% das pequenas.

Porém, o que se pode dizer sobre o conteúdo dos balanços sociais? Dada a natureza da pesquisa, não foi possível fazer uma análise direta dos balanços. No entanto, foi formulada uma pergunta sobre os aspectos contemplados pelas indústrias em seu último balanço social publicado.

Como mostra o Gráfico 16, a temática mais freqüente nos balanços (apontada por 43,6% das indústrias) refere-se a *indicadores sociais internos*

(investimentos voltados ao bem-estar dos empregados em aspectos como alimentação, previdência privada, saúde, educação, auxílio-creche, segurança no trabalho etc.). Ainda no capítulo referente a público interno, os *indicadores do quadro de pessoal* (número de empregados e de admissões, participação de mulheres, negros, pessoas com 45 anos ou mais, portadores de deficiência e menores aprendizes no quadro de pessoal) aparecem como terceira área de conteúdo mais freqüente, citada por 34,5% das indústrias pesquisadas. Números semelhantes a este são registrados para os *indicadores sociais externos* (doações ou investimentos dirigidos à comunidade externa à empresa, em áreas como educação, cultura, esporte, assistência social, combate à fome etc.) e para os *indicadores ambientais* (investimentos na área ambiental relacionados à atividade-fim da empresa ou em projetos para a comunidade na área de meio ambiente). A *base de cálculo* (informações sobre a receita líquida, o resultado operacional e a folha de pagamento bruta da empresa, fundamentais para uma avaliação objetiva das práticas da empresa) é informada por um número um pouco menor de indústrias (29,1%). As *metas de melhoria de desempenho* (item que revela a disposição da empresa para aprimorar práticas a partir da avaliação dos indicadores anteriormente apontados) constituem o conteúdo menos comum nos balanços (declarado por apenas 18,2% das indústrias).

Estes dados sugerem que, embora já apareça como fato ou preocupação na agenda de muitas empresas, o balanço social ainda não parece estar organicamente inserido em um processo de planejamento estratégico e de desenvolvimento progressivo das práticas de responsabilidade social empresarial. Os seguintes depoimentos oferecidos por indústrias pesquisadas expressam uma compreensão menos retórica e mais estratégica do balanço social:

"O balanço social necessita ser aprimorado tecnicamente para ser algo mais que uma peça de propaganda".

(Indústria de médio porte, situada na região metropolitana)

"Na nossa companhia está sendo desenvolvido um Balanço Social com o intuito de registrar e avaliar as ações anuais da empresa perante a sociedade e o meio ambiente. Através desta ferramenta

Gráfico 15 - Indústrias que já publicaram alguma vez o balanço social, por número de empregados (%)

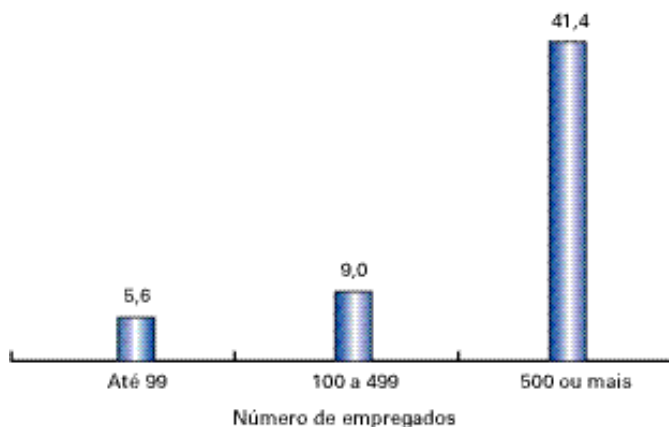
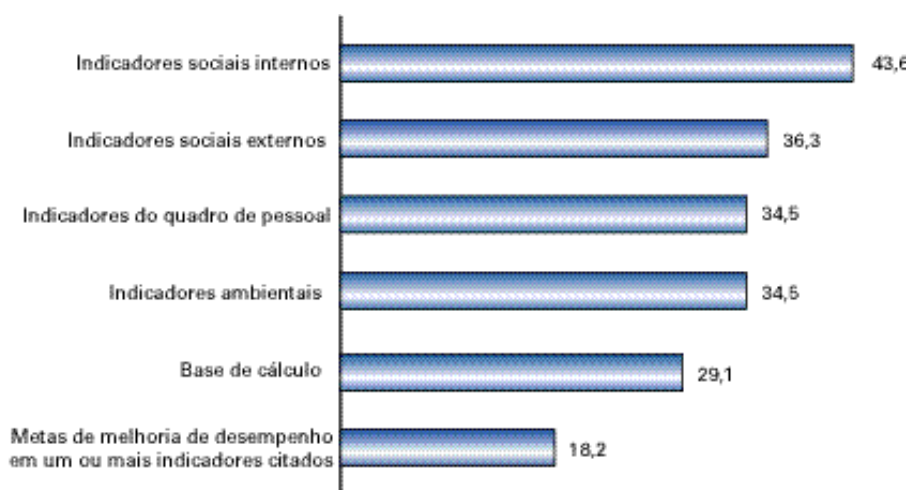


Gráfico 16 - Aspectos que constaram no último balanço social das indústrias (%)



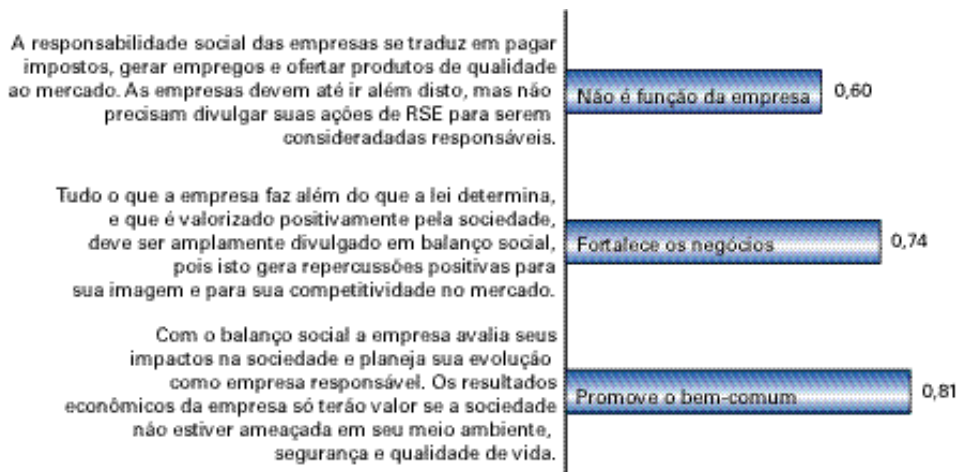
serão definidas as estratégias para que nos anos seguintes torne-se viável a evolução de tais ações”.

(Indústria de grande porte, situada na região metropolitana)

Para se obter um indicador da visão das indústrias sobre o significado do balanço social, solicitou-se às empresas pesquisadas que expressassem seu grau de concordância ou discordância em relação a diferentes afirmações sobre o sentido desse instrumento (as quais remetem a diferentes paradigmas sobre RSE referidos no capítulo inicial do presente relatório). Todas as indústrias puderam responder esta pergunta, independentemente do fato de terem ou não publicado alguma vez um balanço social de suas atividades.

O Gráfico 17 mostra um índice mais alto de concordância das indústrias com a afirmação que associa a realização e publicação do balanço social à adoção de compromissos da empresa com a manutenção do equilíbrio do conjunto da sociedade (0,81 na escala de 0 a 1). A concordância com a afirmação que vincula o balanço ao fortalecimento dos negócios é um pouco menor, embora ainda alta (0,74 na escala de 0 a 1). E a concordância com a afirmação que minimiza a importância da divulgação do balanço e expressa a ideia de que "o negócio da empresa é fazer negócios" apresenta um valor menor, mas consideravelmente acima do ponto médio (0,60 na escala de 0 a 1).

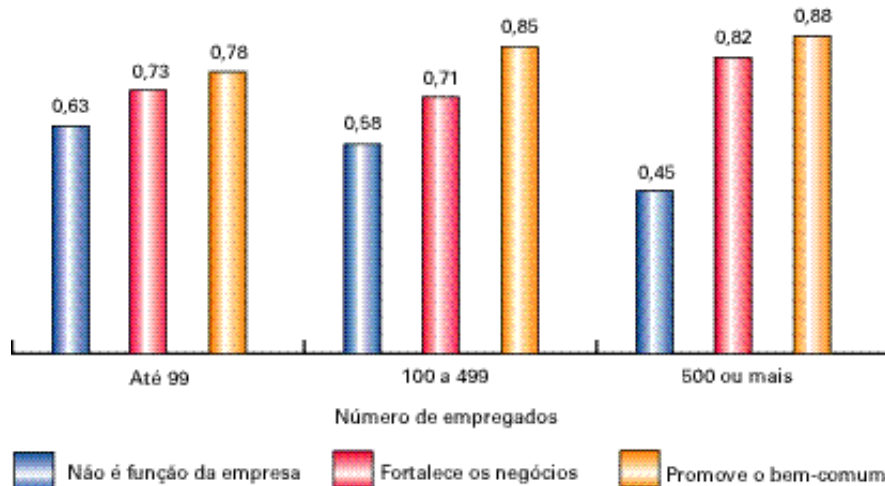
Gráfico 17 - Opinião das indústrias quanto ao significado do balanço social (índice com variação de 0 a 1, no qual 0 = discordo inteiramente e 1 = concordo inteiramente)



apresenta um valor menor, mas consideravelmente acima do ponto médio (0,60 na escala de 0 a 1).

Tais resultados indicam uma tendência semelhante à que foi registrada na visão das indústrias sobre código de ética (Gráfico 12), mas evidenciam mais fortemente a relativa ambigüidade de visão anteriormente aventada. Ou seja, em relação a balanço social as indústrias apresentam uma visão menos distinta e aparentemente mais contraditória do que quando o tema em foco é código de ética. Os dados do Gráfico 18 (que apresenta os mesmos resultados do Gráfico 17, agora distribuídos segundo o porte das empresas pesquisadas) mostram que em relação a balanço social a visão das grandes indústrias parece menos ambígua que a visão das empresas dos outros portes, embora também entre as grandes isto não apareça com a clareza demonstrada quando o assunto era código de ética.

Gráfico 18 - Opinião das indústrias quanto ao significado do balanço social, por número de empregados (índice com variação de 0 a 1, no qual 0 = discordo inteiramente e 1 = concordo inteiramente)



mostram que em relação a balanço social a visão das grandes indústrias parece menos ambígua que a visão das empresas dos outros portes, embora também entre as grandes isto não apareça com a clareza demonstrada quando o assunto era código de ética.

4.3. Objetivos buscados com a adoção de práticas de RSE

Que objetivos as indústrias buscam ou buscariam alcançar ao adotar práticas de responsabilidade social como as que foram estudadas na presente pesquisa? Esta pergunta foi formulada a todas as empresas pesquisadas, independentemente de adotarem ou não práticas de responsabilidade social nas várias áreas pesquisadas. Do ponto de vista dos interesses analíticos da pesquisa, partiu-se do pressuposto de que as respostas das indústrias a esta questão poderiam oferecer indicações sobre o valor por elas atribuído à responsabilidade social empresarial. Estariam as indústrias adotando (ou cogitando adotar) práticas socialmente responsáveis por razões eminentemente centradas no fortalecimento de sua própria capacidade competitiva e na preservação de seus negócios, ou sua motivação expressaria também uma preocupação com o desenvolvimento da coletividade, capaz de disciplinar os interesses de maximização dos lucros? Na análise dos resultados que se seguem, convém ter em mente que estamos tratando com as visões das empresas sobre suas próprias motivações. Em outros tópicos serão apresentados dados referentes às práticas que as indústrias declaram efetivamente adotar.

A pergunta formulada às indústrias pedia que elas avaliassem o grau de importância de objetivos que podem ser classificados em dois grandes grupos: 1) aqueles mais diretamente ligados aos interesses de *fortalecimento dos negócios*; 2) aqueles que expressam intenções de *promoção do bem-comum*.

O Gráfico 19 apresenta dados referentes ao primeiro grupo - objetivos ligados ao fortalecimento dos negócios. Nota-se que os dois objetivos mais valorizados pelas indústrias referem-se a ganhos na área de recursos humanos (aumentar a motivação dos empregados e reter e atrair bons empregados). Melhorias na imagem da empresa e no relacionamento com os clientes aparecem na seqüência com alta valorização.

O Gráfico 20 apresenta dados referentes ao segundo grupo - objetivos

Gráfico 19 - Objetivos buscados com a adoção de práticas de RSE: importância atribuída pelas indústrias a fatores ligados ao fortalecimento dos negócios (escala com variação de 0 a 1, na qual 0 = nenhuma importância e 1 = grande importância)

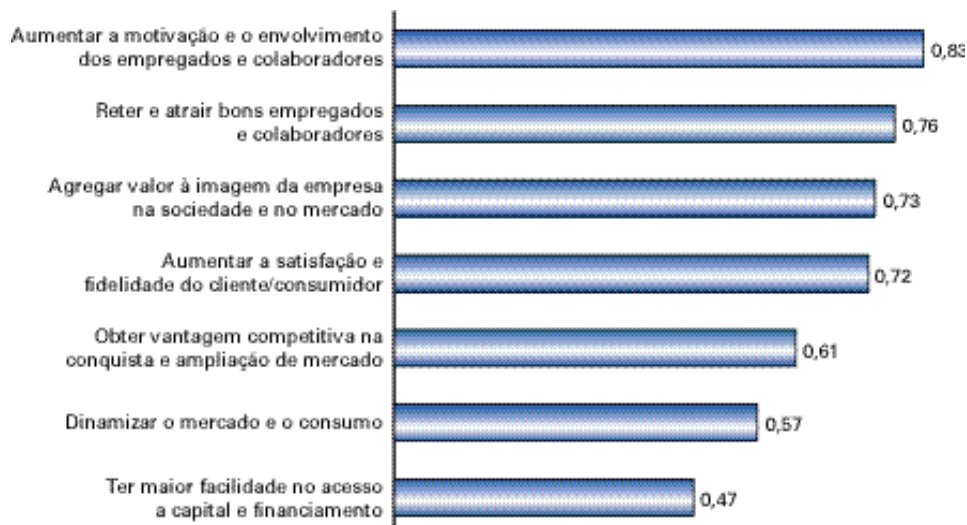


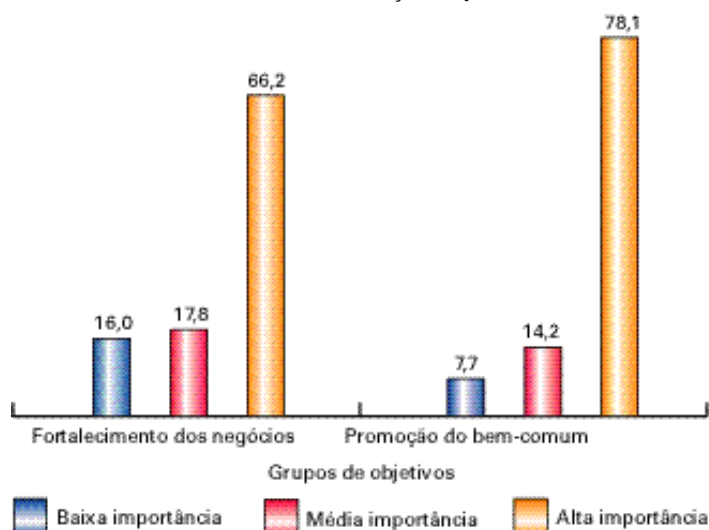
Gráfico 20 - Objetivos buscados com a adoção de práticas de RSE: importância atribuída pelas indústrias a fatores ligados à promoção do bem-comum (escala com variação de 0 a 1, na qual 0 = nenhuma importância e 1 = grande importância)



ligados à promoção do bem-comum. Nota-se que todos os objetivos são avaliados pelas indústrias como bastante importantes (acima de 0,70 na escala de 0 a 1), com exceção do item relativo à promoção do direito de minorias (que apresenta índice 0,63 na escala de 0 a 1).

Sintetizando os resultados dos dois gráficos anteriores, o Gráfico 21 mostra que ambos os grupos de objetivos são avaliados pela maioria das indústrias como altamente importantes, mas há uma priorização mais acentuada dos aspectos relacionados à promoção do bem-comum (apontados por 78,1% das indústrias como altamente importantes, contra 66,2% de indicações nesse sentido registradas para os itens referentes ao fortalecimento dos negócios). Este dado sugere que, ao menos no plano das idéias, há número significativo de indústrias inclinadas a adotar uma ética empresarial que subordina a saúde dos negócios ao bem-estar da coletividade.

Gráfico 21 - Distribuição das indústrias segundo a importância atribuída a dois grupos de objetivos (fortalecimento dos negócios e promoção do bem-comum) buscados com a adoção de práticas de RSE (%)



Vale destacar que a tendência apontada nos gráficos 20 e 21 se expressa de forma um pouco mais nítida entre as grandes empresas (Tabela 4): entre estas cresce a importância atribuída tanto ao fortalecimento dos negócios como à promoção do bem-comum como objetivos que justificam a adoção de práticas de responsabilidade social.

Tabela 4 - Distribuição das indústrias segundo a importância atribuída a dois grupos de objetivos (fortalecimento dos negócios e promoção do bem-comum) buscados com a adoção de práticas de RSE, por número de empregados (%)

Objetivos	Importância atribuída	Número de empregados		
		Até 99	100 a 499	500 ou mais
Fortalecimento dos negócios	Baixa	18,0	13,7	9,4
	Média	17,0	19,4	18,9
	Alta	65,0	66,9	71,7
	Total	100,0	100,0	100,0
Promoção do bem-comum	Baixa	9,5	5,7	2,0
	Média	13,8	17,1	9,8
	Alta	76,7	77,3	88,2
	Total	100,0	100,0	100,0

Contudo, a comparação entre indústrias que apresentam diferentes tipos de avaliação sobre a rentabilidade dos negócios (Tabela 5) revela uma diferença: aquelas que possuem uma avaliação positiva de sua condição econômica valorizam mais a RSE como fator altamente importante para fortalecimento do negócio (71,4%) do que aquelas que possuem avaliação negativa de sua condição econômica (55,3%). O mesmo não se verifica em relação à promoção do bem-comum, que é considerada como objetivo altamente importante pelas indústrias independentemente da avaliação que fazem de sua situação econômica. Isto estaria indicando a existência de uma zona de incerteza na relação que as indústrias estabelecem entre o desempenho econômico do negócio e a temática da responsabilidade social empresarial.

Tabela 5 - Distribuição das indústrias segundo a importância atribuída a dois grupos de objetivos (fortalecimento do negócio e promoção do bem-comum) buscados com a adoção de práticas de RSE, por avaliação da rentabilidade do negócio (%)

Objetivos	Importância atribuída	Número de empregados		
		Negativa	Regular	Positiva
Fortalecimento do negócio	Baixa	20,1	14,9	14,0
	Média	24,6	17,3	14,6
	Alta	55,3	67,8	71,4
	Total	100,0	100,0	100,0
Promoção do bem-comum	Baixa	9,7	7,2	6,6
	Média	12,4	14,9	15,2
	Alta	77,9	77,9	78,2
	Total	100,0	100,0	100,0

Os dados acima apresentados oferecem interessante oportunidade de discussão sobre os valores que orientam a conduta das indústrias, tendo como perspectiva um trabalho de educação corporativa que promova tanto o fortalecimento dos negócios quanto o desenvolvimento da sociedade.

Para que possa fortalecer o negócio, a adesão aos princípios de RSE não pode ser uma iniciativa pontual ou de fachada, assumida com a expectativa de gerar impactos positivos imediatos na imagem da empresa, mas sim o resultado de uma reflexão madura e de uma decisão que alcance o conjunto de políticas e práticas empresariais. O depoimento de uma das indústrias pesquisadas expressa esta percepção, bem diferente de um enfoque "interesseiro" da questão:

"Acreditamos que muitas empresas ainda utilizam o marketing sobre responsabilidade de uma forma engano - sa, sendo que o ideal seria que a responsabilidade social não fosse falada com hipocrisia".

(Indústria de pequeno porte, situada na região de Campinas)

Outra indústria pesquisada resume o tipo de pensamento subjacente a uma ética empresarial de respeito à comunidade:

"As empresas vivem na comunidade e não da comunidade".

(Indústria de pequeno porte, situada na Capital)

5. O que as indústrias estão fazendo em relação aos empregados

Como as indústrias estão se relacionando com os seus empregados? Que tipos de benefícios não obrigatórios por lei ou acordo coletivo têm sido concedidos pelas indústrias aos seus funcionários e em que extensão? Como a questão da diversidade e do respeito ao trabalhador se refletem em práticas diferenciadas de contratação/demissão e de gestão do trabalho? Que objetivos e valores informam estas práticas?

5.1 Benefícios não-obrigatórios

A pesquisa revelou que, dentre as empresas pesquisadas, 78,6% realizam ações sociais não-obrigatórias por lei ou acordo coletivo em benefício de seus empregados. Quanto maior o porte da empresa, maior o número de estabelecimentos cujos empregados recebem tais benefícios (Gráfico 22).

Como mostra o Gráfico 23, as áreas de benefícios não-obrigatórios mais freqüentes são a alimentação (mencionada por 72,9% das indústrias) e a saúde (apontada por 71,5% delas). Com percentuais menores, mas ainda significativos, aparecem qualificação profissional (57,4%) e educação (45,4%). Esporte, assistência social, empréstimos subsidiados e os demais benefícios investigados aparecem com percentuais proporcionalmente mais baixos.

Segundo o Gráfico 24, quanto maior a empresa maior o percentual com o qual os benefícios não-obrigatórios por lei são oferecidos. É de se destacar, contudo, que nas duas áreas mais freqüentes - alimentação e saúde - a diferença entre a pequena empresa e as demais é pouco acentuada. Nestas duas áreas os percentuais das médias e grandes empresas são muito próximos (com vantagem para as médias no caso da alimentação).

As grandes empresa nitidamente concedem mais benefícios nas áreas

Gráfico 22 - Indústrias que concedem benefícios não-obrigatórios por lei ou acordo coletivo, segundo o número de empregados (%)

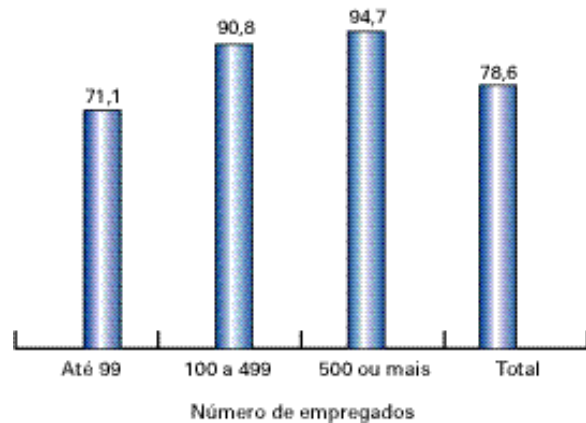
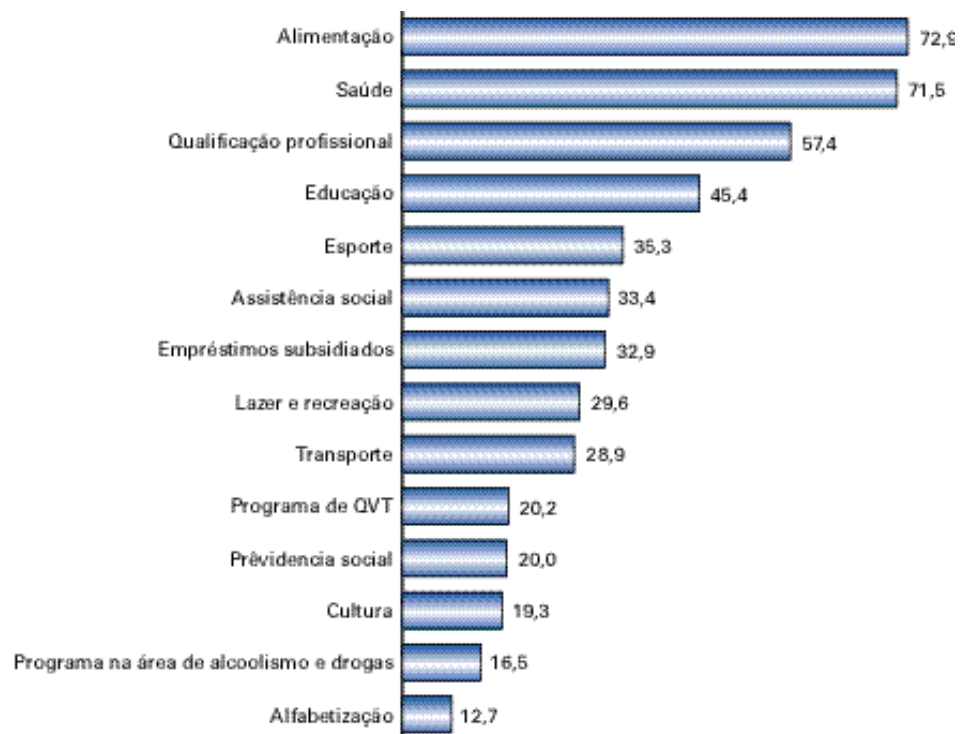
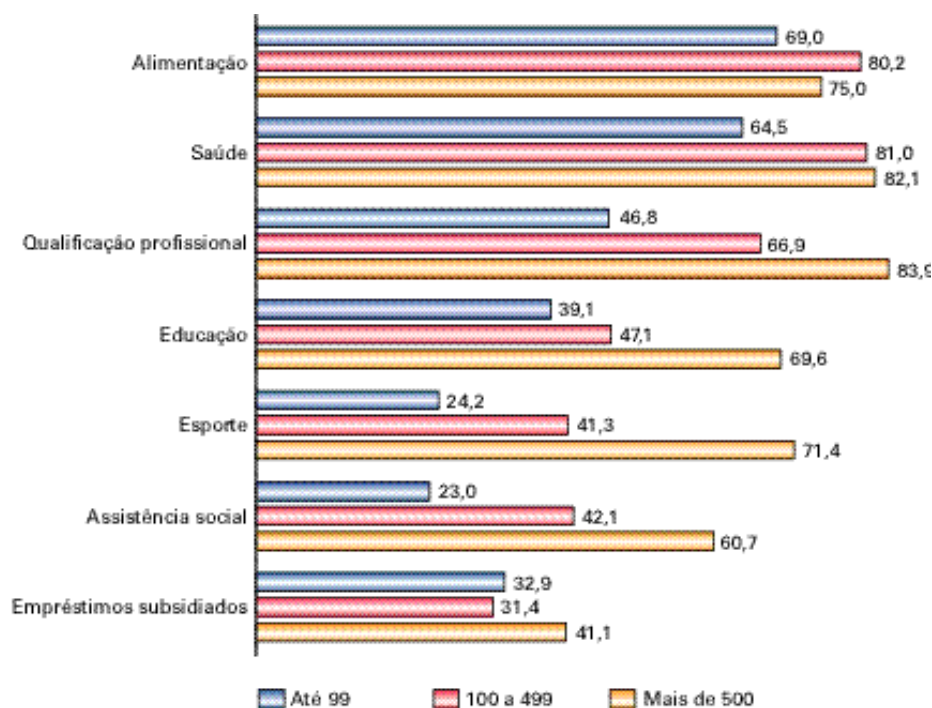


Gráfico 23 - Áreas de incidência dos benefícios não-obrigatórios por lei ou acordo coletivo (%)



de qualificação profissional, educação, esporte e assistência social. Na área de empréstimos subsidiados, à semelhança do que constatou para alimentação e saúde, as diferenças entre os três portes é menos acentuada. É de se notar que "empréstimos subsidiados" é a quinta área mais frequente entre as pequenas empresa, superando esporte e assistência social.

Gráfico 24 - Principais áreas de incidência dos benefícios não-obrigatórios por lei ou acordo coletivo, por número de empregados (%)



5.2. Práticas diferenciadas de contratação e demissão

A Tabela 6 mostra que as práticas diferenciadas mais adotadas pelas indústrias na área de contratação de pessoal são "programa de aprendizagem para menores aprendizes" (33,9%) e "política preferencial para contratação de pessoas desempregadas" (30,9%). Em seguida, com porcentuais decrescentes, aparecem: "serviço de orientação para a aposentadoria" (23,6%), "serviço de apoio, recolocação ou requalificação para trabalhadores demitidos" (15,5%), "programa para contratação de deficientes" (11,7%), "oferta de oportunidade de trabalho para ex-detentos" (8,0%), "política para contratação de pessoas com mais de 45 anos" (5,0%) e, por último, política para contratação de afrodescendentes (2,7%).¹

Observa-se que os deficientes, os aprendizes e os empregados próximos da aposentadoria são os grupos mais enfocados pelas indústrias que estão planejando práticas na área e, juntamente com os demitidos e as pessoas com mais de 45 anos, são os mais indicados pelas indústrias que demonstram interesse em conhecer alternativas de ação na área. Em contrapartida, é muito alto o número de empresas que não revela interesse em conhecer melhor as políticas preferenciais para contratação de ex-detentos (64,9%), de pessoas com mais de 45 anos (66,2%) e de afrodescendentes (78,6%).

O Gráfico 25 focaliza as práticas mais citadas na Tabela 6, possibilitando uma apreciação do comportamento das indústrias de diferentes portes. Nota-se que quanto maior o tamanho da empresa, maior o percentual de adoção de programas de aprendizagem profissional. Entre as que possuem 500 ou mais empregados, esse número alcança 76,3%. As maiores empresas são também as que mais adotam programas para a contratação de deficientes e serviços de apoio, recolocação ou requalificação para trabalhadores demitidos (40,7%, em ambos os casos). No entanto, o porte parece atuar de forma inversa no que toca à contratação de pessoas desempregadas: os maiores estabelecimentos são os que menos adotam esta prática, que chega a ocorrer

1 - Em relação à contratação de afrodescendentes, vale registrar que a presente pesquisa não dispõe de dados que permitam estabelecer uma relação entre a existência ou não de uma política afirmativa de contratação para este segmento e o percentual de trabalhadores negros ou pardos efetivamente contratados pelas indústrias.

Tabela 6 – Distribuição das indústrias segundo sua situação em relação a práticas diferenciadas de contratação e demissão (%)

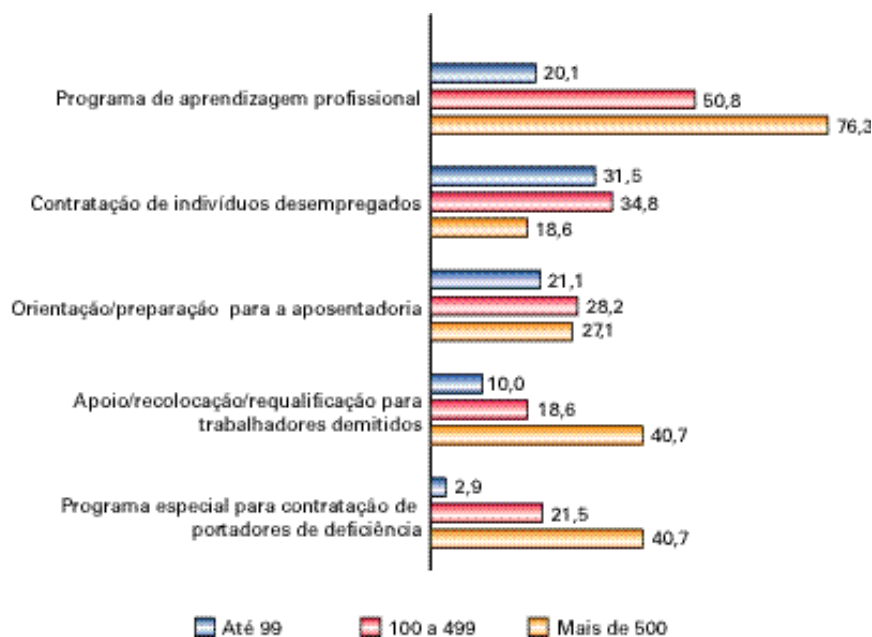
Práticas	Situação				
	Já adotam	Em fase de planejamento	Não adotam e têm interesse em conhecer	Não adotam e não têm interesse em conhecer	Sem resposta
Programa de aprendizagem para menores aprendizes	33,9	6,4	28,5	26,1	5,1
Política para contratação de desempregados	30,9	2,8	17,0	43,8	5,5
Serviço de orientação para a aposentadoria	23,6	6,0	27,1	37,3	6,0
Serviço de apoio, recolocação ou requalificação para trabalhadores demitidos	15,5	5,0	24,1	48,1	7,3
Programa para contratação de deficientes	11,7	8,7	32,7	39,4	7,5
Oferta de oportunidade de trabalho para ex-detentos	8,0	2,3	7,2	64,9	17,6
Política para contratação de pessoas com mais de 45 anos	5,0	2,2	21,0	66,2	5,6
Política para contratação de afrodescendentes	2,7	0,9	7,6	78,6	10,2

quase em dobro nas empresas médias e pequenas. Já no que se refere à orientação e preparação para a aposentadoria, as diferenças são pequenas entre os três segmentos de porte.

Os dados acima apresentados revelam que os portadores de deficiência, os menores aprendizes, os empregados próximos da aposentadoria e os trabalhadores sujeitos a demissão são mais focalizados na agenda atual e futura das indústrias. É importante salientar que a contratação de portadores de deficiência e a contratação de menores aprendizes são práticas balizadas por legislações específicas, o que, em

certa medida, pode explicar o maior interesse devotado a elas. A Lei 8.213/91, no seu artigo 93, determina que as empresas que possuem 100 ou mais empregados estão obrigadas a preencher de dois a cinco por cento dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência habilitadas, nas seguintes proporções: até 200 empregados, 2%; de 201 a 500, 3%; de 501 a 1000, 4% e de 1001 empregados em diante, 5%. O Decreto 3.298/99, no seu artigo 36, além de reeditar aquele mesmo artigo incumbe o Ministério do Trabalho e Emprego de fiscalizar o seu cumprimento. A Lei nº 10.097/2000 determina que os estabelecimentos de qualquer natureza são obrigados a empregar e matricular nos cursos dos Serviços Nacionais de

Gráfico 25 - Indústrias que adotam práticas diferenciadas de contratação e demissão, por número de empregados (%)



Aprendizagem um número de aprendizes equivalente a cinco por cento, no mínimo, e quinze por cento, no máximo, dos trabalhadores existentes em cada estabelecimento cujas funções demandem formação profissional.

A Tabela 7 traz informações sobre o volume de portadores de deficiência empregados nas indústrias. Tomando-se apenas as indústrias médias e grandes (sobre as quais incidem os parâmetros definidos na Lei 8.213/91), os portadores de deficiência estão ausentes em 29,6% e 8,7% delas, respectivamente.

Em patamar ainda insuficiente de inclusão encontram-se 36,2% das médias indústrias e 28,3% das grandes indústrias, que empregam entre 0,1% e 2% de portadores de deficiência. É provável que estas empresas estejam encontrando dificuldades para atender os requisitos legais, uma vez que, entre outros obstáculos, podem estar enfrentando o conhecido fato do baixo nível de escolarização e formação profissional das pessoas portadoras de deficiência. Frente à necessidade urgente de promover esforços para vencer preconceitos e dificuldades de ordem prática e cultural que dificultam a integração dos deficientes ao setor produtivo, é promissor constatar na Tabela 6 que 11,7% das indústrias já possuem programas especiais para contratação de deficientes, 8,7% estão planejando desenvolver um programa desse tipo e 32,7% declaram interesse na questão.

Tabela 7 – Distribuição das indústrias segundo o percentual de empregados portadores de deficiência, por número de empregados (%)

% de empregados portadores de deficiência	Número de empregados		
	Até 99	100 a 499	500 ou mais
0%	77,5	29,6	8,7
De 0,1% a 2,0%	6,2	36,2	28,3
De 2,1% a 4,0%	7,7	28,5	26,1
Acima de 4,0%	8,6	5,7	36,9
Total	100,0	100,0	100,0

Quanto aos menores aprendizes, a Tabela 8 mostra que eles estão ausentes em 73,2% das pequenas, 40,2% das médias e 11,6% das grandes indústrias. Aqui, a análise dos dados fica dificultada, uma vez que a Lei 10.097/2000 estabelece que as empresas devem empregar um número de aprendizes equivalente a, no mínimo, 5% das ocupações que demandem formação profissional. Dado o caráter extremamente diversificado dos segmentos industriais presentes na amostra da pesquisa e às profundas alterações ocupacionais geradas pela revolução tecnológica, fica difícil interpretar o significado dos números da Tabela 8, pois muitas empresas podem dispor de um número muito pequeno de ocupações em que os menores poderiam se enquadrar. Pode-se, no entanto, como no caso dos portadores de deficiência, destacar a predisposição positiva, sobretudo das grandes e médias indústrias, em desenvolver programas para absorver menores aprendizes (Gráfico 25).

Tabela 8 – Distribuição das indústrias segundo o percentual de menores aprendizes, por número de empregados (%)

% de menores aprendizes	Número de empregados		
	Até 99	100 a 499	500 ou mais
0%	73,2	40,2	11,6
De 0,1% a 1,0%	-	30,9	62,8
Acima de 1,0%	26,8	28,9	25,6
Total	100,0	100,0	100,0

5.3. Práticas diferenciadas de gestão do trabalho

A Tabela 9 mostra que as práticas diferenciadas mais adotadas pelas indústrias na área de gestão do trabalho são "programas de participação dos empregados nos resultados" (64,2%), "participação de comissões de empregados sem cargo gerencial em processos internos de decisão" (42,4%), "certificação pela Norma ISO 9000" (37,1%), "programas de reconhecimento de sugestões dos empregados para a melhoria dos processos de trabalho" (32,5%) e "pesquisas de clima organizacional" (30,7%). Entre as empresas que planejam adotar práticas, as mais citadas são "programa de reconhecimento de sugestões dos empregados para a melhoria dos processos de trabalho" e "certificação pela Norma ISO 9000".

Estes resultados indicam um interesse predominante das indústrias por formas de gestão participativa que articulem os interesses dos empregados e o fortalecimento do negócio. Por outro lado, quando se trata de medidas de caráter sócio-cultural e de proteção contra discriminação ou assédio sexual, a adoção de práticas diferenciadas é menor. Normas contra discriminações no ambiente de trabalho são adotadas por 22,3% das indústrias e normas para evitar assédio sexual por 21,4%. Como de regra, a pesquisa detectou que também aqui o porte das empresas faz diferença: na grande empresa a adoção de normas contra discriminações no ambiente de trabalho é de 39,7% e a adoção de normas para evitar assédio sexual é de 33,9%. Dado que foi pesquisada a existência de normas, é razoável admitir uma maior dificuldade entre as pequenas empresas para a formalização de regras de conduta. Cabe ainda destacar que a certificação por normas específicas de saúde/segurança do trabalho (tais como AS 8000 ou BS 8800) já conta com a adesão de 5,7% das indústrias pesquisadas, em sua maioria grandes empresas (o que se explica por se tratarem de normas internacionais relativamente recentes).

Tabela 9 - Distribuição das indústrias segundo sua situação em relação a práticas especiais de gestão do trabalho (%)

Práticas	Situação			
	Já adotam	Em fase de planejamento	Não adotam	Sem resposta
Programa de participação dos empregados nos resultados	64,2	9,2	24,9	1,7
Participação de comissões de empregados sem cargo gerencial em processos internos de decisão	42,4	5,8	46,0	5,8
Certificação pela Norma ISO 9000	37,1	16,5	45,3	1,1
Programa de reconhecimento de sugestões dos empregados para a melhoria dos processos de trabalho	32,5	20,9	43,0	3,6
Pesquisa de clima organizacional	30,7	7,1	58,7	3,5
Normas contra discriminações no ambiente de trabalho	22,3	6,0	61,9	9,8
Normas para evitar assédio sexual	21,4	3,0	66,5	9,1
Certificação por norma específica de saúde/segurança do trabalho (tais como AS 8000 ou BS 8800)	5,7	9,0	81,6	3,7

A tabela 10 apresenta a posição das indústrias pesquisadas frente a quatro situações de relacionamento com os sindicatos de trabalhadores. Analisando-se os dados, nota-se que a prática mais comum é o fornecimento de informações aos sindicatos sobre as condições de trabalho na empresa (adotada sob qualquer con-

dição por 55,7% das empresas pesquisadas e sob certas condições por 31,1%). A representação dos sindicatos dentro do local de trabalho também é adotada em escala significativa (predominantemente com algumas restrições). São menos frequentes: a realização de reuniões periódicas para ouvir sugestões e negociar reivindicações e a realização de discussões sobre decisões ou perspectivas de mudança na empresa que possam afetar os trabalhadores. Contudo, é de se destacar que mesmo estas duas últimas situações, que envolvem interação e negociação em torno de interesses muitas vezes conflitantes, estão presentes, de alguma maneira, em mais da metade das indústrias, o que sugere a existência um potencial de diálogo colaborativo com os sindicatos de trabalhadores, que é consistente com uma concepção mais avançada de responsabilidade social empresarial.

Tabela 10 - Distribuição das indústrias segundo práticas adotadas no relacionamento com os sindicatos de trabalhadores (%)

Práticas	A prática é adotada pela empresa?		
	Sim, em qualquer condição	Sim, em certas condições	Não
Fornecer informações aos sindicatos sobre as condições de trabalho na empresa	55,7	31,1	13,2
Possibilita a representação dos sindicatos dentro do local de trabalho	32,0	49,0	19,0
Reúne-se periodicamente com os sindicatos para ouvir sugestões e negociar reivindicações	25,6	32,0	42,4
Discute com os sindicatos decisões ou perspectivas de mudança na empresa que possam afetar os trabalhadores	20,6	33,0	46,4

5.4. Índice de RSE para "relacionamento com os empregados"

Para que fosse possível obter uma visão mais clara sobre a extensão do envolvimento das indústrias com as práticas de responsabilidade social investigadas na presente pesquisa, foi construído um índice de responsabilidade social empresarial. Este índice sintetiza as respostas das indústrias às perguntas da pesquisa que indagavam de forma objetiva quais práticas estão ou não sendo por elas adotadas. Construído para cada indústria participante da pesquisa, o índice varia conforme o número de práticas por elas adotadas. Obteve-se, assim, um indicador que permite distinguir quantas empresas apresentam baixo, médio ou alto índice de práticas socialmente responsáveis, em relação a cada parte interessada focalizada na pesquisa - empregados, fornecedores, comunidade e meio ambiente (por limitações do questionário de pesquisa, não foi elaborado um índice das práticas relativas a clientes).

Os dados anteriormente apresentados vêm demonstrando que, salvo algumas exceções muitas vezes importantes, as grandes indústrias dispõem de condições que as levam a atuar com maior intensidade que as médias e pequenas. É legítimo estabelecer comparações entre indústrias de diferentes portes, pois desta forma pode-se aquilatar a influência desta variável na conduta das empresas. Contudo, é igualmente importante dispor de um critério que permita neutralizar a influência (claramente acentuada, em certos casos) do porte, e que permita aferir qual a proporção de empresas que, em cada segmento de porte, atua com maior ou menor intensidade. O índice de RSE, criado na presente pesquisa, permite apreender a diversidade de envolvimento com as práticas de responsabilidade social registrada em grupos de indústrias mais homogêneos quanto ao porte. Com isto, o índice permite avaliar de forma mais precisa possíveis relações existentes entre o nível de envolvimento das empresas com as práticas de RSE e variáveis críticas tais como o grau de formalização da política de RSE nas empresas e as visões das empresas sobre o significado da RSE.

Para a construção do índice de RSE considerou-se o número médio de práticas declarado pelas indústrias em cada grupo de indicadores, em cada segmento de porte. A distância de cada indústria em relação a esse ponto médio definiu a sua posição dentro de uma escala numérica com variação de 0 a 1. Com isto, foi possível classificar cada indústria dentro do seu grupo e distribuir o conjunto de indústrias, para fins de apresentação dos dados, em três faixas: baixo índice de práticas (até 0,39), médio índice de práticas (0,40 a 0,59) e alto índice de práticas (0,60 ou mais).

O índice de RSE para "relacionamento com os empregados" é apresentado no Quadro 1. Ele se baseia no número de práticas adotadas pelas indústrias nas seguintes áreas: concessão de benefícios não-obrigatórios por lei ou acordo coletivo; práticas diferenciadas de contratação e demissão; práticas diferenciadas de gestão do trabalho.

**Quadro 1 - Índice de RSE para relacionamento com os empregados
(escala com variação de 0 a 1)**

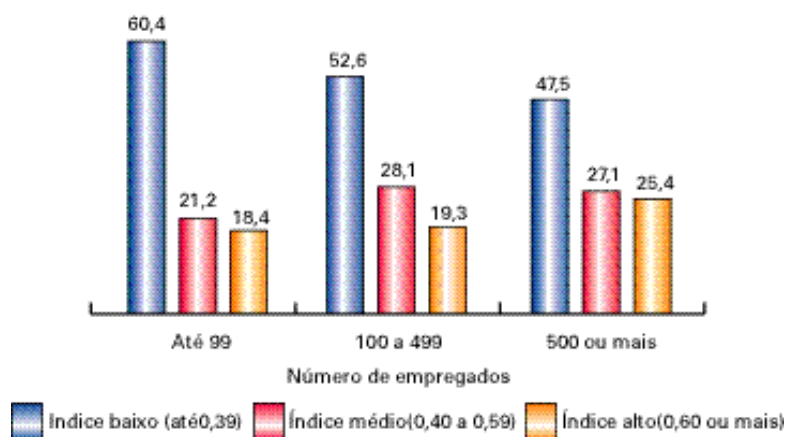
Indicadores	Práticas consideradas	Critérios para alcançar índice = 1,0 (*)
1. Número de benefícios não-obrigatórios por lei ou acordo coletivo, concedidos aos empregados	Alfabetização Alimentação (cesta básica, ticket alimentação etc.) Assistência social ao empregado ou seus familiares Cultura (acesso a bibliotecas, espetáculos etc.) Educação (apoio à continuidade de estudos) Qualificação profissional Saúde (assistência médica, reembolso de despesas) Esporte Lazer e recreação Previdência social (previdência complementar) Transporte (exceto vale-transporte) Empréstimos subsidiados Tratamento de alcoolismo e dependência química Programas de QVT	Pequena empresa: 8 ou mais benefícios Média empresa: 11 ou mais benefícios Grande empresa: 14 benefícios
2. Número de práticas diferenciadas de contratação e demissão adotadas	Programa para contratação de deficientes Política para contratação de pessoas com mais de 45 anos Programa de aprendizagem para menores Política para contratação de afrodescendentes Política para contratação de desempregados Oferta de oportunidade de trabalho para ex-detentos Serviço de orientação para a aposentadoria Serviço de apoio para trabalhadores demitidos	Pequena empresa: 3 ou mais práticas Média empresa: 5 ou mais práticas Grande empresa: 7 ou mais práticas
3. Número de práticas diferenciadas de gestão do trabalho adotadas	Normas contra discriminações no ambiente de trabalho Normas para evitar assédio sexual Certificação pela Norma ISO 9000 Certificação por norma de saúde/segurança do trabalho Pesquisa de clima organizacional Programa de participação dos empregados nos resultados Programa de reconhecimento de sugestões dos empregados para a melhoria dos processos de trabalho Participação de comissões de empregados sem cargo gerencial em processos internos de decisão	Pequena empresa: 4 ou mais práticas Média empresa: 6 ou mais práticas Grande empresa: 8 práticas

(*) Definidos a partir das médias encontradas na pesquisa para cada porte de empresa.

O Gráfico 26 permite vislumbrar como o conjunto de indústrias pesquisadas se distribuiu, em cada segmento de porte, nas três faixas do índice de RSE para "relacionamento com os empregados". A apresentação deste gráfico tem como único objetivo permitir ao leitor vislumbrar a proporção de indústrias que, pelos critérios adotados na construção do índice, apresentou baixo, médio ou alto grau de envolvimento com práticas de RSE na área de relacionamento com os empregados, em cada segmento de porte. Não se trata, aqui, de estabelecer comparações entre as indústrias de diferentes portes, posto que os critérios de composição do índice são diferentes para cada porte. Pode-se observar, no Gráfico 26, que nos três segmentos de porte a distribuição das

empresas apresenta uma configuração semelhante. Aproximadamente metade das indústrias de médio e grande porte se posiciona na faixa de índice baixo e a outra metade se divide entre o índice médio e alto. Para as pequenas empresas o índice baixo abarcou um pouco mais de empresas (60,4%) e cerca de 40% delas se dividiram entre o índice médio e alto. Estes dados apenas indicam que há uma boa distinção entre as empresas de um mesmo segmento de porte quanto à extensão do seu envolvimento com as práticas de RSE na área de relacionamento com os empregados.

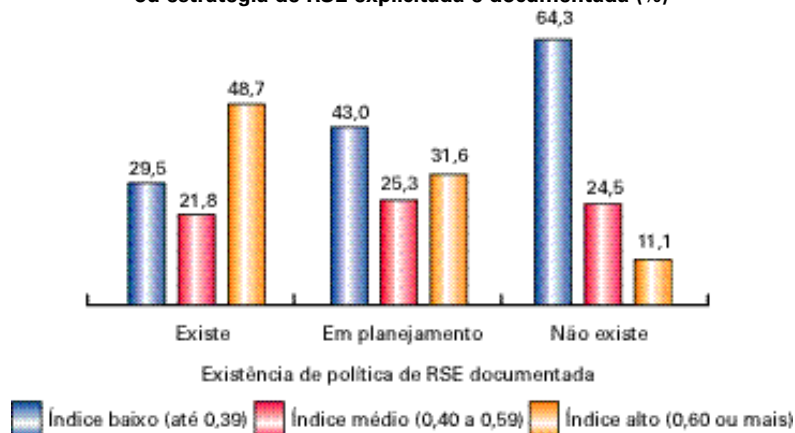
Gráfico 26 - Distribuição das indústrias segundo o índice de RSE para "relacionamento com os empregados", por número de empregados (%)



Os gráficos que se seguem permitem refletir sobre as possíveis relações existentes entre o nível de envolvimento das indústrias com as práticas de RSE na área de relacionamento com os empregados (medido pelo índice de RSE) e duas variáveis críticas: o grau de formalização da política de RSE nas indústrias e as visões das indústrias sobre o significado da RSE.

O Gráfico 27 sugere a existência da seguinte correlação: as indústrias que possuem uma política de RSE explicitada e documentada também são aquelas que mais desenvolvem ações na área de relacionamento com os empregados. Enquanto 48,7% das indústrias que possuem política de RSE explicitada registram alto índice de práticas nessa área, apenas 11,1% das que não possuem tal política explicitada apresentam alto índice. Inversamente, enquanto 29,5% das empresas que possuem política de RSE explicitada apresentam um baixo índice de práticas de RSE na

Gráfico 27 - Distribuição das indústrias segundo o índice de RSE para "relacionamento com os empregados", por existência de uma política ou estratégia de RSE explicitada e documentada (%)



área de relacionamento com os empregados, no grupo das que não possuem esta política explicitada o percentual se eleva para 64,3%. Esta clara correlação se reforça com dois aspectos mencionados anteriormente e que não são apreendidos pelo índice de RSE: indústrias que possuem uma política de RSE explicitada e documentada são as que também apresentam uma avaliação proporcionalmente mais positiva sobre a rentabilidade dos seus negócios e um relacionamento mais intenso com os sindicatos dos trabalhadores.

Os seguintes depoimentos oferecidos por indústrias pesquisadas exemplificam um modo de pensar que vê na realização de ações de RSE com relação aos empregados uma forma de participação das empresas que transcende a dimensão estritamente econômica e articula a ação empresarial a resultados mais abrangentes:

"A empresa gera 106 empregos diretos, representando um grupo de aproximadamente 500 pessoas (funcionários e familiares). As decisões da empresa levam em consideração também o compromisso social com esse grupo. A manutenção dos contratos de trabalho, num momento de extrema dificuldade por que passa o segmento de telecomunica -

ções, através de negociações com o sindicato da categoria, tem sido característica marcante da nossa conduta”.

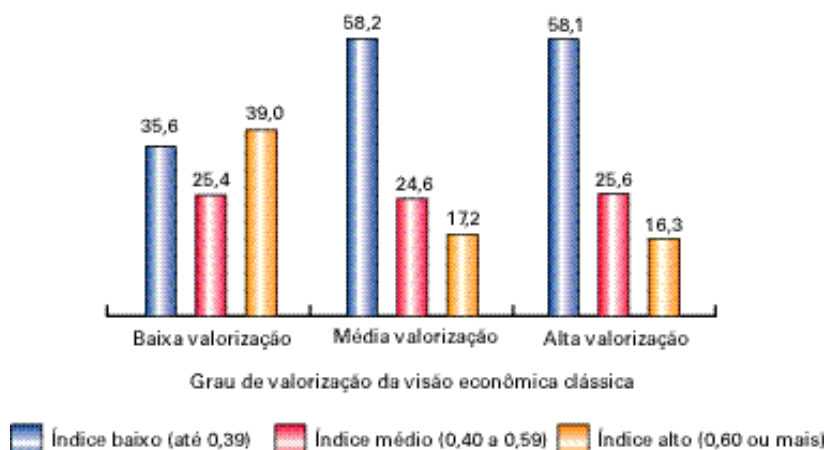
(Indústria de médio porte situada na região de Campinas)

“A empresa que manifesta responsabilidade social, tendo o cuidado de contemplar seus funcionários, dá suporte à sociedade e cria uma equipe mais coesa”.

(Indústria de pequeno porte situada na Capital)

Passando agora à análise da visão das empresas, o Gráfico 28 sugere a existência da seguinte correlação: as indústrias que apresentam uma baixa valorização da visão econômica clássica segundo a qual, no limite, RSE não é função da empresa, também são aquelas que mais desenvolvem práticas de RSE na área de relacionamento com os empregados. Enquanto 39,0% das indústrias que apresentam uma baixa valorização daquela visão registram alto índice de práticas na área, apenas 16,3% das que valorizam altamente a referida visão apresentam elevado índice de práticas. Inversamente, enquanto 35,6% das empresas que menos valorizam a visão econômica clássica apresentam um baixo índice de práticas de RSE na área de relacionamento com os empregados, no grupo das que mais valorizam aquela visão o percentual se eleva para 58,1%.

Gráfico 28 - Distribuição das indústrias segundo o índice de RSE para "relacionamento com os empregados", por grau de valorização da visão econômica clássica - "RSE não é função da empresa" (%)



Os seguintes depoimentos exemplificam o entendimento de que RSE não é função da empresa:

A responsabilidade social é somente para as empresas? O que o governo estadual e federal fazem? Até quando isto recai só nas empresas?

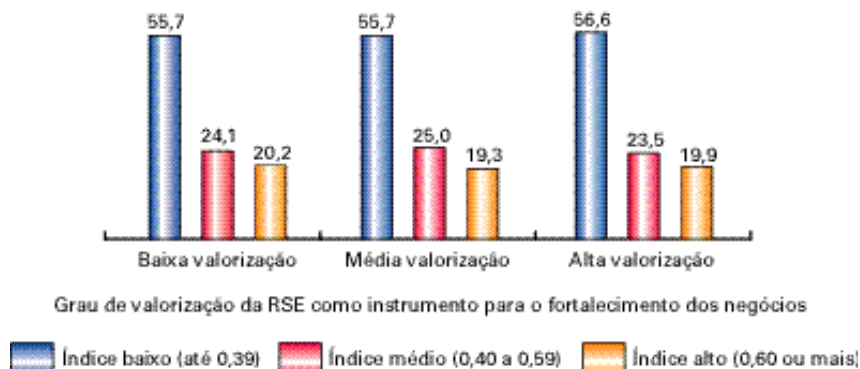
(Indústria de pequeno porte, situada na região de Araçatuba)

“A empresa terá mais responsabilidade social se o Estado cumprir a sua responsabilidade social”.

(Indústria de pequeno porte situada na região Metropolitana)

O Gráfico 29 mostra que o índice de RSE para relacionamento com os empregados não parece depender da maior ou menor valorização da RSE como instrumento para o fortalecimento dos negócios. Seja qual for o grau de valorização deste conceito pelas indústrias, o nível de envolvimento com práticas de RSE na área de relacionamento com os empregados permanece o mesmo.

Gráfico 29 - Distribuição das indústrias segundo o índice de RSE para "relacionamento com os empregados", por grau de valorização da RSE como instrumento para o fortalecimento dos negócios (%)



Os depoimentos abaixo ilustram a crença de algumas indústrias de que as ações de RSE junto aos empregados, com foco no fortalecimento do negócio, dependem fortemente de investimento financeiro:

"Acredito ser precária nossa responsabilidade social junto aos empregados. Isto se restringe a grandes grupos que dispõem de possibilidades financeiras, espaços físicos e incentivos".

(Indústria de pequeno porte situada na Capital)

"Acrise econômica no país é tão grande que a única coisa boa que posso fazer para os meus empregados é pagar seus salários em dia".

(Indústria de grande porte, situada na Capital)

"Infelizmente, com as dificuldades que uma empresa enfrenta hoje em dia e com a alta carga de impostos a que está sujeita, fica praticamente impossível investir em responsabilidade social em relação aos empregados, ainda que haja consciência de que tal investimento traria benefícios tanto aos empregados como à empresa".

(Indústria de pequeno porte situada na região de Campinas)

"Temos interesse em motivar nossos funcionários e todos os esforços de responsabilidade social têm a motivação como objetivo final".

(Indústria de pequeno porte situada na região Metropolitana)

Finalmente, o Gráfico 30 indica mais uma correlação entre visão e prática, mas agora em sentido inverso ao que foi registrado no Gráfico 28: quanto mais as indústrias valorizam o conceito de RSE como instrumento de *promoção do bem-estar coletivo*, maior é o seu grau de envolvimento com ações na área de relacionamento com os empregados. Assim, 10,5% das indústrias com baixa valorização daquele conceito apresentam alto índice de práticas direcionadas aos empregados; em contrapartida, entre as que apresentam alta valorização esse número aumenta para 21,7%.

Gráfico 30 - Distribuição das indústrias segundo o índice de RSE para "relacionamento com os empregados", por grau de valorização da RSE como instrumento para a promoção do bem-comum (%)

