RESPONSABILIDADE SOCIAL *VERSUS* COMUNIDADE: UM ESTUDO DE CASO SOBRE INDÚSTRIAS DE FUMO SANTACRUZENSES

Fábio Luís da Silva Maia[1]
Deivis Cassiano Philereno[2]
David Lorenzi Júnior[3]

RESUMO

Esta pesquisa tem o objetivo de analisar os programas de responsabilidade social de indústrias fumageiras de Santa Cruz do Sul desenvolvidos em 2003, enfocando o ponto de vista da comunidade sobre estas ações. O estudo está baseado na pesquisa de campo, em que são analisados, através de entrevistas padronizadas, temas relativos à eficácia das ações sociais (definidas sob o título de "responsabilidade social") promovidas pelas indústrias. A análise evidencia que os sujeitos atingidos na maioria dos casos analisados avaliam positivamente as ações sociais promovidas pelas empresas.

[1] Mestre em Desenvolvimento Regional (UNISC), Professor dos cursos de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade Dom Alberto e Coordenador do curso de Administração desta Instituição.
[2] Especialista em Gestão e Estratégia em Contabilidade (FACCAT) e Mestrando em Economia do Desenvolvimento (PUCRS), Professor dos cursos de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade Dom Alberto.
[3] Mestre em Desenvolvimento Regional (UNISC), Professor dos cursos de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade Dom Alberto.

Palavras-Chaves: Fumageira, Responsabilidade Social e Balanço Social.

ABSTRACT

This research has a purpose to analyze the social responsibility Programs developed by the Tobacco Industries in Santa Cruz do Sul in 2003, considering the community point of view on such activities. The study is based in a field research where topics related to social activities sponsored by the companies are analyzed, through a standard interview (under the title "Social Responsibility") .The analysis shows that the majority of people receiving the programs evaluate positively all social activities sponsored by the companies.

Keywords: Tobacco Company, Social responsibility and Social Balance

1 INTRODUÇÃO

Um dos traços mais impactantes da recente evolução da economia mundial tem sido a integração dos mercados e a queda das barreiras comerciais. Para grande parte das empresas, isso significou a inserção, muitas vezes forçada, na competição em escala global. Com esta realidade, as organizações passaram a assumir na sociedade uma posição mais ampla, surgindo a discussão sobre o seu papel como agentes sociais no processo de desenvolvimento e como são levantadas necessidades das comunidades nas quais as organizações estão inseridas.

Com base no exposto, a questão central desta pesquisa é: as ações sociais desenvolvidas pelas organizações do setor fumageiro de Santa Cruz do Sul, as quais atuam socialmente, são eficazes no atendimento das "demandas" das comunidades nas quais essas estão inseridas? Isto é, o que vem sendo feito, sob o título de Responsabilidade Social, surte efeito na sociedade em termos do que os agentes atingidos esperam e como eles avaliam aquelas ações?

Especificamente, nos questionamos se as empresas, que atuam sob a idéia de Responsabilidade Social, estão promovendo, sob o ponto de vista da(s) comunidade(s) atingidas: (1) inclusão dos setores excluídos; (2) alternativas e demandas das comunidades e como conseqüência (3) gerando desenvolvimento de forma equilibrada (social, econômica e ambientalmente equilibrado), ou seja, tentando romper com a exclusão e as desigualdades internas das regiões onde elas atuam.

A proposta deste estudo é a de identificar a eficácia das ações sociais em termos do atendimento das demandas das comunidades regionais das empresas da indústria fumageira de Santa Cruz do Sul, que atuaram socialmente, durante o ano de 2003, na concepção de desenvolvimento regional.

Esse instrumento de pesquisa é constituído de um questionário em escala ordinal variando de um até sete da discordância total até a plena concordância. Do lado das cinco fumageiras pesquisadas, foram aplicados questionários para 15 gestores das ações de responsabilidade social, sendo que em quatro delas foi pesquisado somente um gestor e numa delas foram pesquisados nove gestores. Isso porque esta última fumageira é aquela que conta com uma equipe muito maior que as demais, que é responsável pelas ações daquela empresa.

Cabe destacar que esse instrumento de pesquisa também foi constituído de um questionário em escala ordinal, variando de um até sete da discordância total até a plena concordância. Sendo

aplicado em três gestores, pois um deles gerencia a instituição que atua em parceria com três fumageiras e o restante representa a gestão das outras duas instituições envolvidas na pesquisa.

Após a aplicação e digitação dos instrumentos no software SPSS[4] versão 11.0, foram realizadas estatísticas descritivas, em que podemos verificar a avaliação das empresas sobre suas ações em nível interno da empresa e quanto à comunidade atingida. E também podemos verificar, em termos descritivos, a avaliação dos atingidos por aquelas ações; por fim, realizamos uma comparação do ponto der vista empresarial e do ponto de vista da comunidade.

Cabe salientar que, para fins da análise estatística procedida nos instrumentos de pesquisa, agrupamos em dois grupos de análise: Grupo I: por nós chamados de Grupo Burocrático - que compreende as indústrias fumageiras de Santa Cruz do Sul e as instituições atuantes como intermediárias entre as indústrias fumageiras e a pessoas físicas atingidas; e o Grupo II: por nós chamado de Grupo dos Atingidos, que revela a visão que as pessoas atingidas têm acerca das ações sociais provenientes do Grupo I.

No intuito de verificar se existe diferença na avaliação das empresas e dos atingidos quanto às ações de responsabilidade social, utilizamos a Prova de Kolmogorov-Smirnoff, cuja hipótese nula é que não há diferença. Este teste foi escolhido ao invés do teste de Qui-Quadrado em função de nossa amostra ser muito pequena. Isto porque testes não paramétricos, como o que utilizamos, são úteis em situações em que as amostras são pequenas e em que a distância entre os requisitos é grande.

Especificamente se o teste, para uma determinada questão tiver um nível de significância menor que 5% ($p < 0,05$), consideramos que existe uma contradição entre a avaliação das

[4] *Statistical Package for the Social Science.*

empresas e dos atingidos quanto às ações de responsabilidade social desenvolvidas por aquelas.

Com base nestas perspectivas metodológicas, é necessário discutir sobre o desenvolvimento para avaliar a responsabilidade social das empresas fumageiras a partir do ponto de vista das comunidades atingidas.

2 DESENVOLVIMENTO

Conforme Rattner (2001), a perda de credibilidade do Estado no Brasil foi conseqüência de uma sucessão de processos históricos. O Estado perdeu muito de sua capacidade de orientar e regular as atividades sociais à medida que foi espoliado e dilapidado pelas elites e não conseguiu mais atender às necessidades básicas das populações carentes.

Como resultado dessas transformações, surgiu um Estado democrático e descentralizado, composto por inúmeras comunidades e usufruindo da mais ampla autonomia na gestão de seus destinos, porém, consciente da necessidade de cooperação e interdependência para assegurar a sobrevivência de todos. A partir dessa nova visão cooperativista, o Terceiro Setor surge como uma nova proposta de ação tripartite entre o poder público, a sociedade e a iniciativa privada.

Ao mesmo tempo em que o Estado demonstrava sinais de falência, a sociedade não permaneceu imobilizada: houve o florescimento de alternativas à prestação de serviços públicos, em sua maioria, específicas em seu escopo e limitadas em sua abrangência, nas áreas de saúde, educação e assistência social. Essas ações são proporcionadas por grupos sociais não-institucionalizados, organizações da sociedade civil, Ongs, fundações privadas, entre tantas outras formas de organização que

possuíam as características de serem, simultaneamente, não-governamentais e não-lucrativas.

Na visão de Carr (1999), valorizar a co-responsabilidade dos cidadãos não significa tampouco eximir o Governo de suas responsabilidades. Significa reconhecer que a parceria com a sociedade é que permite ampliar a mobilização de recursos para iniciativas de interesse público.

Com isso, mesmo inserida em questionamentos que precisam ser apurados, a responsabilidade social passa a ser um assunto que não pode faltar na agenda das empresas brasileiras, pois serve para preencher a exigência da competitividade empresarial (que não é o foco deste trabalho) e passa a exercer também tarefas até então de exclusividade do Estado, tais como a melhoria da qualidade de vida das comunidades.

Cabe destacar que o ponto de partida para o desenvolvimento da responsabilidade social centra-se na compressão do *welfare state* e seu esgotamento total devido ao agravamento das desigualdades e demandas sociais não atendidas, em seu lugar, surgem *welfare state* moderno, onde as funções do Estado são revistas. Aumenta o papel social das empresas, surge o terceiro setor, com suas organizações não-governamentais, associações voluntárias e organizações sem fins lucrativos. Neste sentido aparecem as primeiras ações de responsabilidade social corporativa.

3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

A definição que melhor representa a responsabilidade social empresarial é a de Ashley (2003), pois concentra as principais dimensões envolvidas na Responsabilidade Social: (1) comportamento ético; (2) desenvolvimento econômico, social e

ambiental e (3) qualidade de vida. Para compreender melhor a aplicabilidade da responsabilidade social corporativa, é necessário refletir sobre: O que é ser socialmente responsável? Em que dinâmica isso se aplica? Quais os valores mais influenciados pela prática social? Quais as vantagens atribuídas à empresa?

Contudo, o trabalho empresarial no campo social requer muito mais habilidade e criatividade, pois a lógica apresentada é completamente diferente. As variáveis existentes são caracterizadas mais pelo aspecto qualitativo, ou seja, pelo desenvolvimento humano e não mais pelo quantitativo, que são os universos dos números e gráficos. Por isso, a responsabilidade social é reconhecida como um processo que abrange múltiplas exigências, atuando em cenários dinâmicos, principalmente os relacionados às mudanças culturais, mobilizando todas as partes da organização.

Dentro dessa linha de análise da responsabilidade social, deve ser considerado, na ótica de Carr (1999), o conceito de resultado final triplo, que integra os relatórios sociais, os de meio ambiente e os financeiros. Estratégias eficazes relacionadas a esses três tipos de relatórios podem significar a obtenção de bons resultados. Todavia, muitas empresas também estão conscientes de que estratégias mal-sucedidas nesse aspecto podem ser mais desastrosas do que o ato de não empregá-las.

Com base no conceito de responsabilidade social e nas ações empresariais desenvolvidas para alcançar estas metas, podemos traçar um breve percurso de como a responsabilidade social vem sendo desenvolvida no Brasil.

4 RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL

O crescente reconhecimento de iniciativas empresariais em áreas sociais é um indicador de que a prática social tende a estar

cada vez mais presente no elenco de atividades da iniciativa privada brasileira. Ainda, na esteira dessas premiações, em nível internacional, tem-se a criação de um certificado de responsabilidade social das empresas: o SA8000 (*Social Accountability).* Este certificado tem o objetivo de reconhecer o comprometimento social da empresa com os seus diversos públicos, conferindo a denominação de empresa socialmente responsável.

No entanto, é difícil afirmar que este certificado será um diferencial decisivo na valorização da empresa. Da mesma forma que o ISO14001 (controle e preservação ambiental) e o BS8800 (investimento na qualidade de vida dos funcionários), o SA8000 poderão trazer ganhos substanciais no processo de relacionamento da empresa com o seus ambientes e, em uma perspectiva mais ampla, na melhoria da imagem institucional.

Na ótica de Cohen (2000), existem indícios fortes de que as empresas estejam começando a assumir seu lado cidadão. A maioria das empresas (56%) apóia programas sociais segundo a primeira pesquisa nacional sobre a atuação social e o estímulo ao voluntariado nas empresas, finalizada em julho de 1999, pelo Programa Governamental Comunidade Solidária.

Um estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) revelou que 67% das empresas situadas na região sudeste do Brasil praticaram "ações sociais" no ano de 1998. O IPEA denomina "ações sociais" qualquer doação feita a pessoas ou entidades, sem fins lucrativos, que apóiem a área da saúde, educação e lazer. Verificou-se que há relação direta entre participação das empresas e o tamanho delas: 62% das microempresas, 76% das pequenas empresas, 75 % das médias e 95% das grandes têm atuação social.

A idéia de responsabilidade social supõe que a corporação tenha não apenas obrigações legais e econômicas, mas também certas responsabilidades para com a sociedade, as quais se

estendem além dessas obrigações. Além disso, as ações de responsabilidade social devem contemplar uma análise sobre balanço social, o que vai permitir uma reflexão sobre o saldo dos programas sociais desenvolvidos, e refletir sobre o desenvolvimento regional.

5 UMA BREVE ANÁLISE SOBRE O BALANÇO SOCIAL

O registro das ações voltadas para a responsabilidade social permite avaliar seus resultados e direcionar os recursos para o futuro. O balanço social da empresa deve explicitar as iniciativas de caráter social, resultados atingidos e investimentos realizados. O monitoramento de seus resultados por meio de indicadores pode ser complementado por auditorias feitas por entidades da sociedade (ONGs e outras instituições), agregando uma perspectiva externa à avaliação da própria empresa (RIOLI, 1997, p. 2).

O balanço social, antes de ser uma demonstração endereçada à sociedade, é considerado uma ferramenta gerencial, pois reunirá dados qualitativos e quantitativos sobre as políticas administrativas e sobre as relações entidade/ambiente. E esses dados poderão ser comparados e analisados de acordo com as necessidades dos usuários internos, servindo como instrumento de controle, de auxílio para a tomada de decisões e na adoção de estratégias. É, ainda, um instrumento de auxílio na gestão da entidade, contribuindo para a melhora da estrutura organizacional, da informação e da comunicação, da produtividade, da eficiência e eficácia etc. O interesse não é somente da empresa. A comunidade, os clientes, os fornecedores, o poder público-estatal etc. também são atores integrantes da rede de relacionamento da empresa, portanto, devem pelo menos conhecer as principais etapas de elaboração do balanço social, o que nem sempre acontece.

Porém, cabe observar que o balanço social não deve ser um instrumento meramente quantitativo, não podemos observar na nossa pesquisa de análise dos balanços sociais das fumageiras de Santa Cruz do Sul, nenhum indício de avaliação dos sujeitos atingidos pelas ações sociais. Com isso vislumbramos uma grande limitação na medida em que o que interessa para as indústrias fumageiras pesquisadas é apenas divulgar ao mercado, o que estão fazendo na área social. Isso foge da visão Mcintosh (2001), que aponta a necessidade do balanço social identificar o que mudou na vida das pessoas atingidas pelas ações de responsabilidade social.

O balanço social deve ser fruto dos resultados apresentados pela demanda desses públicos. Portanto, nada mais lógico que haja uma interação entre a empresa e seus públicos na construção desse canal de comunicação social. Assim, tendo tudo isso, notamos, com mais nitidez, o quanto a empresa está realmente envolvida com os resultados de suas atividades, independentemente da lógica que esteja por detrás das ações.

É importante deixar bem claro que a responsabilidade social empresarial não pode ser entendida e trabalhada como um processo de agregação de valor via exploração mercadológica da questão social ultrapassando as barreiras da sua função econômica. Além disso, a responsabilidade social deve ser vista em sua relação com o desenvolvimento regional.

Conforme Boiser (1996), o desenvolvimento regional pode ser encarado como um processo localizado de mudança social sustentável, que tem como propósito primordial o progresso permanente de uma comunidade e de seus respectivos membros, que vivem em um determinado espaço regional.

Mas qual a importância em determinar o campo de interação da empresa com a sociedade? Sem saber quais as variáveis adotadas pela empresa, ao colocar em prática as suas responsabilidades sociais, fica difícil direcionar qualquer plano nessa

área, além de colocar a própria organização rodeada por mais dúvidas do que certezas.

O cerne da questão é não confundir obrigatoriedade com responsabilidade social. Toda empresa deve zelar pelos seus valores morais e éticos da mesma forma que preza pela sua qualidade, pela suas marcas e produtos. Dessa forma, cabe destacar que, independente do que está por trás das intenções dos empresários, as ações de responsabilidade social geram um impacto na comunidade. A sociedade carece ainda de instrumentos que fiscalizem e avaliem as ações, ou estudos científicos que tragam os resultados à tona tais como o estudo aqui proposto.

6 ANÁLISE COMPARATIVA DOS PONTOS DE VISTA: A VISÃO EMPRESARIAL E A VISÃO DA COMUNIDADE

As análises estatísticas são feitas com base nos dados coletados no grupo burocrático e nas pessoas atingidas pelas suas ações sociais. Inicialmente, será discutida a avaliação dos resultados do grupo burocrático formado pelas indústrias fumageiras de Santa Cruz do Sul e instituições e das pessoas atingidas através da descrição estatística dos resultados obtidos, serão evidenciadas considerações que, por sua vez, possibilitam uma análise comparativa utilizando-se o teste não-paramétrico Kolmogorov-Smirnoff, entre a visão das indústrias fumageiras e instituições com a percepção das pessoas atingidas.

Este teste de aderência verifica se o comportamento de dois grupos distintos pode ajustar-se ou não. As comparações entre as variáveis são feitas aos pares, em que o primeiro elemento representa a opção do grupo dos burocratas e o segundo representa a opção das pessoas atingidas. Em que pese, o objetivo

reside em identificar se a visão do grupo burocrático é percebida pelos sujeitos atingidos.

Teremos como hipótese do teste comparativo a decisão de que não existe diferença entre a visão do primeiro grupo e do segundo grupo em relação ao tema abordado. A alternativa de que existe diferença será adotada quando for rejeitada a hipótese. A chance de rejeitarmos a hipótese, caso esta seja verdadeira, é quando nível de significância for de 5% em todos os casos.

Para abordar o tema, as indústrias e as instituições responderam a seguinte questão: Existem políticas formais de identificação das demandas sociais? As pessoas atingidas responderam a questão: A sua opinião é levada em consideração pelos responsáveis dos projetos sociais e/ou ações pontuais no que se refere às atividades desenvolvidas?.

Nesse caso, a hipótese sob H0 é que as distribuições de freqüências das respostas das partes envolvidas se comportam de forma semelhante induzindo a uma concordância entre eles, enquanto que a rejeição dessa hipótese mostrará divergência de opinião.

No uso do teste de Kolmogorov-Smirnoff, para comparar duas amostras, consideramos o nível de significância adotado ($p < 0,05$), o teste não foi significativo e o nível de significância encontrado no teste 0,819, não permitiu rejeitar a hipótese.

Neste caso, concluímos que a visão das indústrias e instituições pode ser considerada semelhante à visão dos atingidos em relação ao tema abordado, ou seja, a elaboração das políticas formais de ações sociais das indústrias fumageiras considera a opinião das pessoas atingidas por essas ações.

Para abordar o tema, as indústrias e as instituições responderam a seguinte questão: A consulta periódica aos beneficiários das ações prestadas pela empresa é uma prática já consolidada na sua relação com a comunidade?; enquanto que as pessoas atingidas responderam a questão: Você costuma contribuir

com idéias, sugestões para as ações desenvolvidas no programa que você participa ou ações pontuais que você participa?.

O teste de Kolmogorov-Smirnoff mostrou que o nível de significância relativo a essa diferença nas respostas é 0, 013, menor que o nível de significância adotado. Nesse caso, podemos rejeitar a hipótese. Concluímos que a visão do grupo burocrático e dos sujeitos atingidos é diferente, isto é, o grupo burocrático pesquisa suas ações sociais junto à comunidade e divulga-as de forma eficaz para a comunidade, entretanto os atingidos não possuem a mesma opinião. Essa divergência apontada pelo teste é muito significativa, pois decorre da visão empresarial que o grupo burocrático atribui para as ações sociais desenvolvidas junto aos atingidos.

Durante nossa observação de campo, podemos identificar que os gestores buscam criar imagens participativas, envolventes e integradas com os anseios dos atingidos, o que por sua vez não é percebido por esse público, considerando a existência de um significativo percentual de entrevistados que discordam que contribuem com idéias e sugestões nas ações dos projetos sociais a que estão vinculados.

Para abordar a normatização dos programas, as indústrias e as instituições responderam a seguinte questão: Possui normas escritas e amplamente divulgadas versando suas ações sociais?; enquanto que as pessoas atingidas responderam a questão: Você reconhece uma preocupação entre os organizadores do programa social / ações em divulgar as normas de funcionamento dos programas / ações de atendimento sociais?

No uso do teste de Kolmogorov-Smirnoff, os resultados evidenciaram que o nível de significância relativo a essa diferença vale 0,476, maior que o nível de significância adotado, implicando que não existe diferença na avaliação dos grupos pesquisados.

A partir da visão de Cohen (2000) podemos observar, durante a pesquisa de campo, a clara preocupação dos gestores das indústrias fumageiras e instituições nesse quesito, muito embora

tenha-nos ficado claro que essa preocupação decorre apenas da visão que esse grupo dá para a normatização.

Conforme a visão de Cohen (2000), que assevera a necessidade de sinergia entre todas as partes envolvidas nas ações sociais, a postura do grupo burocrático, para surtir o efeito desejado, deve afetar diretamente a realidade dos sujeitos atingidos, o que não é evidenciado em sua totalidade na visão dos entrevistados.

Para abordar o tema proposto as indústrias e as instituições responderam a seguinte questão: Existe uma metodologia formalizada para levantar as demandas sociais da comunidade onde a organização está inserida? Já as pessoas atingidas foram indagadas sobre: Você identifica mudanças na sua vida antes e depois de vir para o projeto social que está vinculado ou depois de ser atingido por alguma ação?

Utilizamos o teste de Kolmogorov-Smirnoff e os resultados denotam que o nível de significância encontrado é de 0,026 menor que o nível de significância adotado. Nesse caso rejeitamos a hipótese e concluímos, com segurança, que existe divergência na visão dos grupos pesquisados.

O grupo burocrático atribui para métodos formais, normas escritas, padrões de ações, na maioria das vezes, efetivamente, estanques e fundamentalmente distantes da realidade dos sujeitos atingidos.

Existir métodos formais de levantamento das demandas sociais é de fundamental importância para que as ações sociais surtam o efeito desejado, desde que afinadas com o atendimento concreto das demandas sociais daqueles a que se destinam as ações sociais.

Os resultados obtidos neste teste evidenciam mais uma vez que o grupo burocrático busca desenvolver apenas processos formais, encarando a responsabilidade social como um processo gerencial estanque, que serve apenas para promover seu nome na

região, quando, na verdade, deveria atingir de forma proativa e eficaz as demandas sociais do público-alvo dessas ações.

Para ampliar a análise, as indústrias e as instituições também foram questionadas quanto à definição dos indicadores de desempenho, quanto à discussão com as partes interessadas e quanto à criação de mecanismos para assegurar que os canais de comunicação sejam acessíveis e eficazes para o público atendido em suas ações sociais. Às pessoas atingidas foi perguntada a seguinte questão: As pessoas envolvidas no atendimento de suas necessidades mostram-se "interessadas" em atender suas dificuldades?

A partir da aplicação do Teste Kolmogorov-Smirnoff para duas amostras, encontramos que o nível de significância relativo a essa diferença vale 0,082, maior que o nível de significância adotado. Dessa forma, não podemos rejeitar a hipótese. Concluímos que a discussão das partes interessadas na elaboração dos indicadores de monitoramento das ações de responsabilidade social e sua divulgação é percebida pelas pessoas atingidas.

Para abordar o tema as indústrias e as instituições ainda responderam a seguinte questão: A empresa discute e promove a participação direta dos empregados de forma proativa o seu envolvimento nas suas ações sociais? A comunidade atingida respondeu a: Você reconhece uma preocupação entre os organizadores do programa social / ações em divulgar as normas de funcionamento dos programas / ações de atendimento social?

Os resultados denotam que o nível de significância relativo a essa diferença vale 0,985, maior que o nível de significância adotado. Nesse caso, não rejeitamos a hipótese. Concluímos que a participação proativa dos empregados, incentivada pela empresa, é percebida pelas pessoas atingidas no funcionamento dos programas, na divulgação das ações de responsabilidade social.

As análises dos testes da pesquisa de campo permitem a identificação de aproximações e distanciamentos quanto ao ponto

de vista empresarial e ao da comunidade no que esse refere aos programas de responsabilidade social das fumageiras santacruzenses.

7 O PONTO DE VISTA EMPRESARIAL E A VISÃO DA COMUNIDADE

Na perspectiva teórica adotada, a expressão "responsabilidade social" é um comportamento organizacional que, sendo responsável, toma decisões orientadas por uma conduta ética, pois tem consciência de que seus atos não poderão gerar conseqüências sociais negativas, seja a uma das partes interessadas, seja à sociedade em geral.

A cada empresa cabe a tarefa de identificar quem são os públicos atingidos com suas ações sociais, quais seus anseios e necessidades de modo a envolvê-los em discussões que lhes digam respeito. Assim, quando os interesses se encontram entrelaçados, a idéia da responsabilidade social vem a se consolidar junto a esses públicos.

No que se refere à responsabilidade social das empresas, deve resgatar valores humanos universais, pressupõe a tomada de decisões de maneira ética, preservando interesses de todas as partes envolvidas numa relação na qual todos ganham.

Planejar os negócios de forma socialmente responsável, respeitando valores e direitos, pode contribuir para uma sociedade menos desigual, mais justa e com melhoria de vida às pessoas atingidas. Assim sendo, as ações sociais promovidas pelas empresas devem atenuar os problemas sociais que assolam a comunidade onde as empresas estão inseridas, não só na melhoria das condições de vida dessas, mas da sociedade como um todo.

Do ponto de vista da comunidade, a pesquisa mostra que

ela sente necessidade de a empresa consultá-la sobre suas necessidades e prioridades, a fim de que os programas de responsabilidade social realmente solucionem ou amenizem os problemas locais. Essa visão difere da empresarial, pois esta parece não estar tão preocupada em mapear as prioridades da comunidade antes de criar e implementar projetos de responsabilidade social.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ser socialmente responsável tornou-se uma condição de sobrevivência no mundo dos negócios e, nessa ótica, o foco das discussões sobre o tema está na função econômica da empresa e nos novos desafios gerenciais impostos por um mundo globalizado. Isso torna a adoção da responsabilidade social pelas empresas um fator de competitividade e estratégia empresarial. Outrossim, a responsabilidade social é discutida enquanto um compromisso social das empresas no enfretamento aos diversos problemas sociais que afetam o mundo e para a construção de uma sociedade mais justa, social e economicamente responsável e sustentável.

Questões relativas à fome, à sobrevivência, ao desemprego e à exclusão social, dentre outras, remetem a outro patamar, a discussão acerca da responsabilidade social corporativa. Essa situação vem sensibilizando empresários que, isoladamente ou em parceria com outras empresas e com organizações do terceiro setor, desenvolvem projetos e utilizam recursos privados para o atendimento de interesses públicos. Nesse sentido, buscam desenvolver uma postura socialmente mais responsável e de co-responsabilidade no enfrentamento dos problemas sociais, reforçando conceitos de empresa-cidadã, cidadania empresarial e responsabilidade social empresarial.

Enfim, a responsabilidade social das empresas, em seu

sentido mais amplo, significa agir corretamente, é o compromisso social com a questão social, com a vida em sociedade e com a dignidade humana; é a responsabilidade e o comprometimento das empresas com os problemas sociais que assolam o país e o mundo, tomando atitudes concretas para enfrentá-los de modo a efetivamente melhorar condições de vida, contribuindo para a sustentabilidade da sociedade e, como conseqüência, dos negócios.

Conforme evidenciado nos dados levantados na pesquisa de campo feita junto às indústrias fumageiras e instituições (grupo burocrático) e nas pessoas atingidas, podemos inferir que as ações sociais, desenvolvidas em Santa Cruz do Sul, durante o ano de 2003, indicam que os sujeitos atingidos na maioria dos casos analisados nesse estudo avaliam positivamente as ações sociais promovidas.

As indústrias fumageiras pesquisadas desenvolvem ações de cunho social, voltadas para o atendimento da saúde comunitária, relacionadas à erradicação do trabalho infantil, entre outras.

Salientamos que a responsabilidade social é vista pelas indústrias fumageiras como mais um instrumento de promoção junto à comunidade, pois evidenciamos fortes atenções em sistematizar, normatizar, padronizar as ações e muito pouco nas conseqüências dessas ações junto aos sujeitos atingidos, mesmo que a maioria dos entrevistados afirme que sua realidade de vida tenha melhorado a partir dessas ações.

Nosso objetivo não acaba aqui na medida em que a partir desse diagnóstico pretendemos oferecer subsídios conceituais e práticos para que novas pesquisas possam levantar e avaliar continuamente as ações de responsabilidade social das indústrias fumageiras e o desenvolvimento das comunidades onde estão inseridas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHLEY, P.A. O que é responsabilidade social nos negócios? Disponível em: <http://www.alternex.com.br/~patiagpucrio.htm>. Acesso em: 27 jul. 2003.

BOISIER, S. Modernidad y território**. Cuadernos del ILPES**, Santiago de Chile, n. 42, 1996.

CARR, E. Recompensas terrenas. **Revista Exame**, São Paulo, n. 26, ed. 704, p. 38, 1999.

COHEN, D. Empresa e sociedade. **Revista Exame**, Edição Especial: A Empresa do Novo Milênio, fasc. V, p. 88, 2000.

McINTOSH, et al. **Cidadania Corporativa**: estratégias bem-sucedidas para empresas responsáveis. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

RATTNER, H. O Terceiro Setor e a luta por democracia e justiça social. Disponível em: <http://www.terceirosetor.org.br>. Acesso em: 30 maio 2003.

RIOLI, V. Balanço social. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 16 jul 1997. Caderno Dinheiro, p. 2.