

As empresas e o investimento social

Ciro C. Fleury*

Há anos vimos testemunhando o intenso envolvimento das empresas na área social, realizando projetos com foco na geração de renda, inclusão de minorias e melhoria da educação e da saúde, dentre outros temas. Mas o que leva uma empresa a desenvolver tais projetos, como se já não bastasse a enorme soma de responsabilidades que constituem o dia a dia empresarial? Não caberia ao governo sanar os problemas sociais? Em que pode uma empresa contribuir, se ela mal conhece os complexos temas que desafiam a sociedade?

Tais questões martelam continuamente as mentes dos executivos que se aventuram pelo chamado *investimento social privado*, ou seja, a destinação de recursos privados para fins públicos, de forma *voluntária*. Inicialmente prestando assistência aos mais necessitados via doação direta de recursos – financeiros, materiais ou até mesmo humanos -, a atuação das empresas foi migrando desta tradicional forma de atuação, comumente chamada de “assistencialista”, para uma nova, denominada *investimento social*. O estabelecimento de objetivos e o acompanhamento de resultados por meio de indicadores faz parte do dia a dia das empresas. E é assim que elas passaram a atuar na esfera social, incorporando o conceito de *investimento*, em que o retorno não é financeiro, mas traduzido na forma de *benefício social*. Aqui, o público alvo - seja ele o menor em situação de risco, o idoso ou a população de baixa renda – passa a ser o foco principal de atenção, e para ele são criadas estratégias que visam ao seu desenvolvimento e não somente ao alívio momentâneo de suas carências.

O investimento social privado tem evoluído continuamente. As empresas que realizam seu investimento social de forma estratégica entendem que seu sucesso depende da articulação de vários atores - representantes da comunidade, do setor público, de organizações da sociedade civil, da academia e de outras empresas – no desenho e na implantação dos projetos. Além de recursos financeiros, as empresas passam a contribuir com seu poder de influência, mobilização e sua rede de relacionamentos, aumentando o impacto de sua ação. Algumas empresas criaram estruturas organizacionais independentes, na forma de Institutos ou Fundações, como forma de imprimir maior foco e velocidade aos projetos. O impacto é ainda maior quando se alinha o negócio da empresa à causa social abraçada, como, por exemplo, ao envolver os funcionários nos projetos, ao disponibilizar seus serviços à comunidade atendida ou, até mesmo, ao desenvolver novos produtos que aliviem os problemas sociais.

A atuação social das empresas guarda estreita relação com o conceito de *sustentabilidade*, que se refere à perenidade, à manutenção ou melhoria da qualidade de nosso “estar” na Terra. Não haverá futuro se os ecossistemas não forem preservados, se a pobreza não for debelada ou se a violência não for enfrentada. A atuação social das empresas por meio do investimento social privado é, portanto, uma poderosa estratégia para garantir a sustentabilidade de nossa sociedade.

** Ciro C. Fleury é graduado em engenharia de produção pela Escola Politécnica da USP, com MBA pelo IMD-International Institute for Management Development. Atualmente é responsável pela superintendência de sustentabilidade do Grupo Camargo Corrêa, tendo também atuado por 14 anos na Alcoa, no Brasil e no Chile, onde assumiu a função de Gerente Geral de Operações. Com passagem de 6 anos pelo terceiro setor, foi Diretor do IQE - Instituto de Qualidade do Ensino e Coordenador de Programas de Responsabilidade Social do IDIS. Atualmente ocupa também o cargo de Conselheiro de Administração do Instituto Lina Galvani.*