

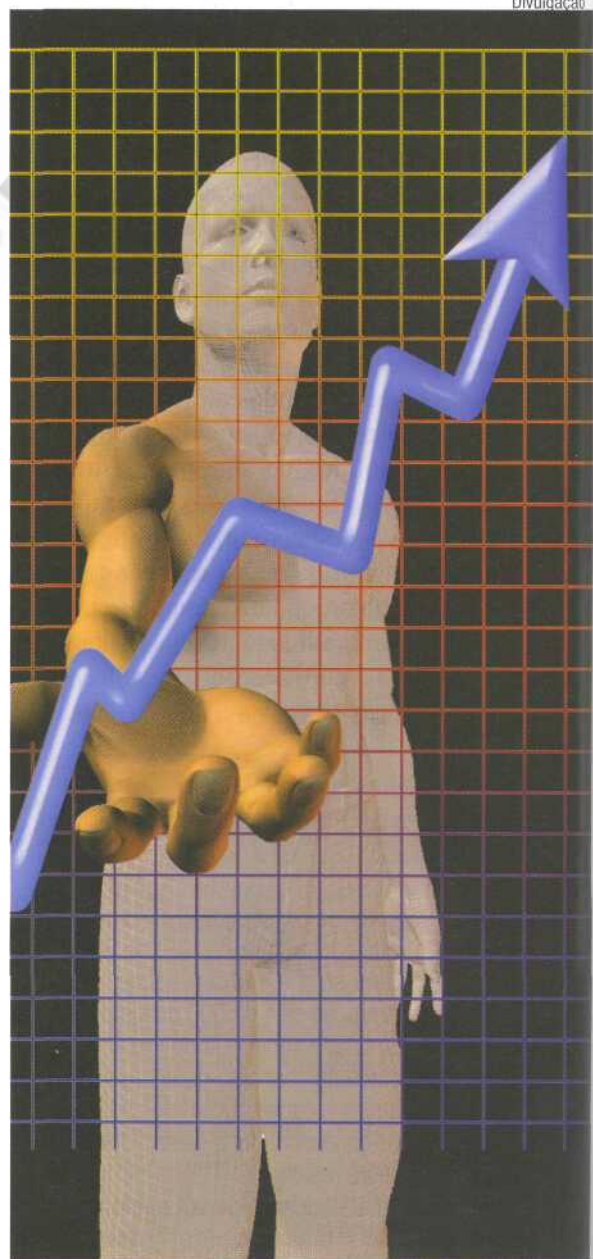


## Grande evolução no investimento social

Intervenção de empresas proporcionou um legado de boas experiências, muito aprendizado e excelentes lições

**A**s empresas socialmente responsáveis já não se perguntam mais, como na segunda metade dos anos 1990, por que realizar investimento social nas comunidades onde estão instaladas. O desafio atual é descobrir as melhores e mais eficazes formas de fazê-lo. Esta é a opinião de Robert Dunn, um dos fundadores da Business Social Responsibility (BRS), organização norte-americana criada em 1992, pioneira na discussão sobre a responsabilidade social empresarial no mundo.

Para o especialista, que já foi conselheiro da Casa Branca e vice-presidente da Levis, a prática de intervenção das empresas na solução de problemas sociais tem avançado muito nos últimos dez anos, proporcionando um legado de boas experiências, muito aprendizado e excelentes lições. "A responsabilidade social tornou-se um conceito consagrado. No entanto, até pouco tempo atrás, estava muito relacionada ao *compliance*, isto é, ao cumprimento de alguns requisitos sociais e ambientais básicos. Tínhamos, no mundo dos negócios, uma visão simplista, acreditando que governos democratas e bem-intencionados garantiriam a equidade de oportunidades para as pessoas. Isso não aconteceu. Hoje não há mais dúvida de que as sociedades esperam muito mais das empresas. Desejam que elas gerem lucros que possam ser compartilhados,



de forma justa, por todos", ressalta Dunn, hoje à frente do Synergos, organização sem fins lucrativos ligada à Fundação Rockefeller, cujo propósito é justamente a defesa de ações interseoriais e supranacionais com vistas à redução da pobreza e à promoção do desenvolvimento sustentável.

A primeira lição aprendida pelas empresas, segundo Dunn, é que, mais do que dinheiro na forma de doação, elas podem utilizar outros ativos a serviço da construção de soluções para os problemas sociais. Em outras palavras, corporações engajadas -- enfatiza o especialista -- também podem aportar em benefício de causas a experiência que acumularam no desenvolvimento de seus negócios. Para justificar sua tese, ele cita os exemplos da Unilever e da Fedex. Em sua avaliação, essas duas megacorporações têm marcado a diferença em situações de apoio a comunidades, fazendo por elas nada mais além do que normalmente fazem por seus clientes. "Na Índia, a Unilever tem sido parceira do Synergos em programas de saúde e alimentação. Utilizando a sua expertise de gestão, a empresa tem apoiado os governos locais na elaboração de um sistema de logística que possibilite distribuir os medicamentos necessários em todo o território nacional. Uma equipe de técnicos nos ajudou ainda a desenvolver uma linha de alimentos reforçados, saborosos e de baixo custo, para distribuição em centros infantis, que vem contribuindo para diminuir a desnutrição naquele enorme e populoso país", conta.

De acordo com Dunn, uma segunda lição importante está relacionada ao exercício prático da cooperação. Ao contrário do início do processo, quando se julgavam o único pólo competente da ação social, as empresas aprenderam

que não são mais qualificadas do que as ONGs ou os governos apenas porque sabem produzir lucro, com processos e ferramentas de gestão mais eficazes. Mais maduras, compreenderam que não há outro caminho senão o da parceria. "A verticalidade das relações diminuiu muito. Porque as corporações líderes, as com mais história em investimento social, perceberam que dispor de recursos financeiros não faz delas mais importantes do que aqueles que realizam efetivamente as políticas públicas", destaca o dirigente do Synergos, para quem esse novo comportamento vem eliminando obstáculos na relação com os outros dois setores.

A terceira lição refere-se ao que Dunn classifica como "consciência da necessidade de agir e com urgência" diante do atual agravamento dos dilemas socioambientais da humanidade. Para ele, as empresas aprenderam que não lhes basta "apenas evitar fazer mal às pessoas". Está em franco desuso -- admite -- no mundo dos negócios o velho hábito de "esconder a cabeça debaixo da terra" para não se responsabilizar pelo que se passa no seu entorno. Elas precisam, segundo o especialista, intervir para mudar quadros muito preocupantes. Do contrário, não terão mercados prósperos e não serão perenes. "A responsabilidade tem se deslocado da margem para o centro da estratégia de muitas corporações. Mesmo com a evidente expansão desse movimento, ainda há muita gente cética, acreditando que empresas não deveriam ter preocupações que são, essencialmente de governos, porque isso reduz sua liberdade de ação em contextos de negócios cada dia mais competitivos. Resta perguntar: haverá condições de competição em um mundo pouco próspero?", completa.