

Cidadania Empresarial no Brasil

análise da atuação dos núcleos da Rede Ace



Rede de Articulação Nacional pela Cidadania Empresarial ◦ março de 2007 a novembro de 2008

**Cidadania
Empresarial
no Brasil**

análise da atuação dos núcleos da Rede Ace

Realização

Rede ACE

Sistematização e Organização

Instituto Ação Empresarial pela Cidadania

Apoio

Fundação Avina

Coordenação Geral

Susana Simões Leal

Equipe Ação Empresarial

Anielma Rodrigues (Pesquisa)

Andréa Moreira (Supervisão)

Janaína Assunção (Supervisão)

Camilla Chidid (Sistematização de dados)

Maria Câmara (Sistematização de dados)

Josias Saraiva Monteiro Neto (Revisão)

** Os dados sobre os núcleos são de
responsabilidade dos seus gestores.*

Instituto Fonte

Antônio Luís de Paula e Silva (consultoria)

Aponte Comunicação

Kennedy Michiles (Coordenação)

Patrícia Amorim (Projeto Gráfico)

Danilo Almeida

Késsia Souza (Diagramação)

Paula Ponzí (Compilação)

Andréa Neves (Compilação)

Andreane Carvalho (Compilação)

Revisão e Consultoria Textual

Laércio Lutibergue e Solange Lutibergue

Cidadania Empresarial no Brasil

análise da atuação dos núcleos da Rede Ace

INTRODUÇÃO [12]

AMAZONAS [32]

Comissão de Cidadania Empresarial do Cieam / Fieam



BAHIA [54]

Conselo de Responsabilidade Social Empresarial Cores/ Fieb



ESPÍRITO SANTO [74]

Conselho Superior de Responsabilidade Cores / Findes



GOIÁS [92]

Conselho Temático de Responsabilidade Social Cores / Fieg



MARANHÃO [110]

Instituto de Cidadania Empresarial do Maranhão Ice / MA



MINAS GERAIS [134]

Conselho de Cidadania Empresarial Fiemg Minas Gerais



PARANÁ [162]

Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial CPCE / Fiep



PERNAMBUCO [186]

Instituto Ação Empresarial pela Cidadania Pernambuco



RIO DE JANEIRO [212]

Conselho Empresarial de Responsabilidade Social Firjan



RIO GRANDE DO SUL [236]

Fundação Semear – Rio Grande do Sul



SÃO PAULO [256]

Instituto de Cidadania Empresarial de São Paulo



A vida não se apossa do globo pelo combate
e sim pela formação de redes.
LYNN MARGULIS

Um caminho com muitas formas de caminhar

O Ação Empresarial pela Cidadania (AEC) nasceu no final dos anos 90, da percepção de que era necessário ampliar o debate da responsabilidade social no Brasil, uma vez que esse tema se restringia aos grandes centros urbanos da Região Sudeste. Além do mais, o Instituto Ethos de Responsabilidade Social e o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife) estavam sediados em São Paulo e não pretendiam regionalizar-se.

O (AEC) foi resultado do Programa de Lideranças em Filantropia nas Américas, desenvolvido pela Fundação Kellogg, e começou com quatro iniciativas, que inicialmente tiveram recursos dessa fundação: em São Paulo com a criação do Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), no Rio Grande do Sul com a organização Grão Social, em Pernambuco com o Ação Empresarial pela Cidadania (AEC Pernambuco) e em Minas Gerais com a criação do Conselho de Cidadania Empresarial na Federação das Indústrias de Minas Gerais (Fiemg).

A idéia inicial era que criássemos núcleos regionais com o nome do programa, acrescentando apenas o nome de cada Estado, porém um único Estado manteve o nome original, AEC Pernambuco. Os demais, por uma série de motivos, acharam melhor que os parceiros locais definissem o nome do núcleo.

Concluídos o programa da Kellogg e a implantação dos quatro núcleos, foi criado o ICE Maranhão, inspirado na experiência de

São Paulo, e um novo núcleo no Rio de Janeiro, na Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan), nos moldes daquele implantado em Minas, que recebeu o nome de Conselho de Responsabilidade Social Corporativa. O núcleo do Rio de Janeiro recebeu apoio da Fundação Avina na sua criação.

Com a consolidação desses dois novos núcleos, fizemos uma proposta à Fundação Avina, que foi aceita, para criarmos o Núcleo de Articulação Nacional (NAN) do Programa Ação Empresarial pela Cidadania, que teria como objetivos principais promover a articulação entre os seis núcleos já existentes e criar mais quatro novos núcleos envolvendo outros Estados da Federação. Neste caso específico, a proposta era implantar os novos núcleos nas Federações das Indústrias. A Fundação Avina disponibilizou recursos para a implantação do NAN.

A idéia era aproveitarmos a grande estrutura e capilaridade das Federações das Indústrias. Acreditávamos que se conseguíssemos plantar ali uma semente, fazer com que os dirigentes das federações assumissem o tema da responsabilidade social, conseguiríamos fortalecer este movimento de maneira mais rápida e eficiente. Consideramos as seguintes vantagens: grande estrutura, uma vez que cada federação possui escritórios regionais em seus respectivos Estados, o que naturalmente lhe dá uma enorme capilaridade; poder de convocatória perante o mundo empresarial; disponibilidade de instalações, recursos humanos e financeiros, capacidade de construir parcerias.

Rapidamente a meta foi superada e, em vez de quatro, foram criados mais sete núcleos: nos Estados do Amazonas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Paraná e no Distrito Federal.

Cada federação, a seu modo e respeitando sua estrutura interna, criou seu conselho de responsabilidade social. Alguns eram constituídos por vários representantes da sociedade civil, além de empresários, e tinham um papel mais consultivo, um espaço de debate, de capacitação, de troca de experiências; outros tinham um caráter mais operativo. Alguns criaram vários núcleos envolvendo todas as regiões do Estado, como é o caso do Rio de Janeiro e Minas Gerais. Em geral, todos promoviam encontros e seminários sobre

temas ligados à responsabilidade social. Em muitos casos, esses núcleos passaram a fazer parceiras com o Ethos e Gife para difusão de conceitos e práticas de RSE e investimento social privado. O avanço não foi homogêneo, como era de se esperar. Alguns núcleos criaram uma boa estrutura de recursos humanos. Outros passaram a utilizar o Sesi como o “braço operador” de suas ações e projetos. Enfim, todos tiveram grandes avanços.

O Núcleo de Articulação Nacional (NAN) teve um papel preponderante na criação dos novos núcleos, porém, no que diz respeito à articulação dos núcleos, seu papel foi fundamental nos dois primeiros anos, mas depois não conseguiu encontrar uma forma viável e sustentável de funcionamento. Assim, cada núcleo passou a interagir com os demais informalmente. Com esse grande crescimento dos núcleos regionais e com a fragilidade do NAN, procuramos a CNI com a proposta de criação de um Conselho Nacional de RSE. Essa idéia já existia também naquela organização. Em 2006 foi então criado o Conselho de Responsabilidade Social (Cores) da Confederação Nacional das Indústrias (CNI), com a participação de vários representantes dos núcleos estaduais criados pelo Programa Ação Empresarial pela Cidadania e representantes do NAN.

O Programa Ação Empresarial pela Cidadania trilhou um longo caminho e cumpriu seu papel de disseminar conceitos e práticas de responsabilidade social em 13 Estados brasileiros. Hoje, cada núcleo tem vida própria e segue seu próprio caminho. Em alguns, os resultados são surpreendentes, em outros gostaríamos que tivessem avançado um pouco mais.

Para mim foi um grande privilégio ter participado desta caminhada, pois tive a oportunidade de conhecer pessoas maravilhosas e comprometidas e de juntos construirmos uma grande rede que luta pela construção de um mundo que seja economicamente forte e, acima de tudo, socialmente justo.

A Fundação Avina iniciou suas atividades no Brasil em 1999, quando o movimento de responsabilidade social empresarial (RSE) encerrava seu primeiro capítulo, ganhando espaço e se consolidando. Até o ano anterior, responsabilidade social empresarial, hoje entendida como uma nova maneira de gerir as empresas e corporações, ainda era confundida com investimento social privado. Com a aproximação de organismos internacionais que lideravam o movimento no mundo e a criação de várias organizações promotoras do tema no Brasil e nos demais países da América Latina, foi possível a redação do segundo capítulo desse movimento, no qual os aspectos de gestão empresarial foram dissociados da filantropia. Assim iniciou-se a compreensão da responsabilidade social empresarial como estratégia de negócio.

Neste contexto, a Avina, que tem como um dos seus principais objetivos estabelecer pontes entre os setores privados e a sociedade civil, passou a contribuir fortemente na construção, financiamento e articulação de projetos que contribuíram para o desenvolvimento do tema, sobretudo junto às grandes empresas que atuam na região.

O terceiro capítulo vem sendo escrito atualmente. Pequenas empresas, por meio de promotores de RSE ou contaminadas pelas ações na cadeia de valor em que participam ou até mesmo pelas mudanças nos modelos de consumo, passam a adotar práticas excelentes de gestão responsável e agem na construção de um modelo de gestão sustentável para todo o planeta.

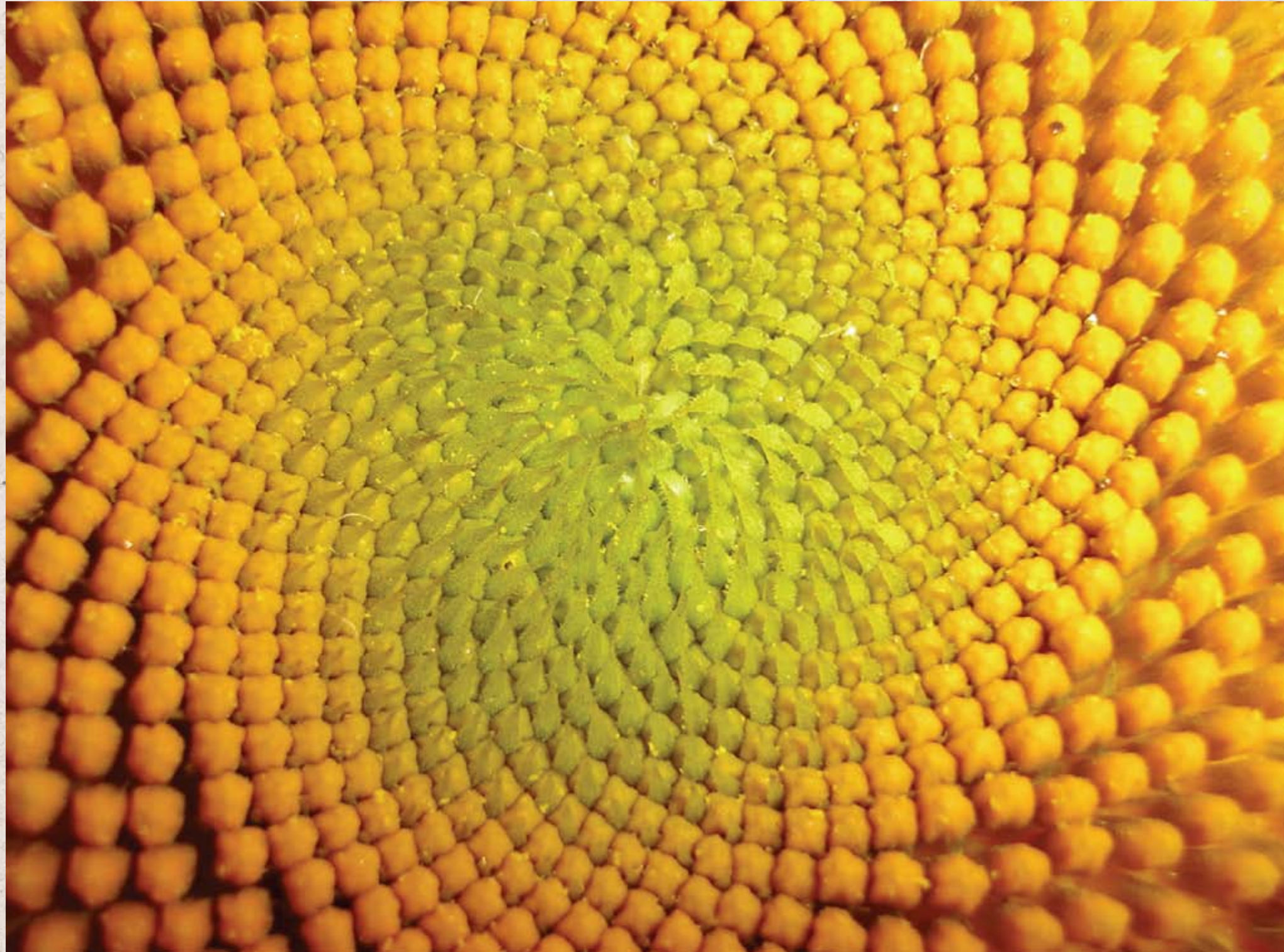
Um dos projetos aos quais a Fundação Avina buscou se associar foi a rede de organizações promotoras de RSE no contexto das Federações das Indústrias, denominada atualmente de Articulação pela Cidadania Empresarial – Rede ACE. Isso se deu por meio de três projetos, o primeiro em 1999, para criação de um núcleo de RSE na Federação das Indústrias do Rio de Janeiro; o segundo, em 2003, para a criação do Núcleo de Articulação Nacional (NAN), projeto que visava articular as operações da rede; e agora este de animação do processo de articulação pós-NAN” e de levantamento e sistematização dos aprendizados feitos no caminho. O que se segue nesta publicação é o retrato fiel deste estrato importante do Movimento de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil. Nele são apresentadas as organizações responsáveis por interiorizar o conceito e as melhores práticas de gestão sustentável no país e que atuam pensando em reduzir as desigualdades sociais em nosso país. A Avina orgulha-se de fazer parte deste trabalho, orgulha-se de sua aliança com Francisco Azevedo, Isabella Nunes e Susana Leal, líderes conscientes de que é possível e necessário fazer mais do que os cidadãos comuns. Orgulho para a Avina é também poder se associar nesta caminhada às federações de indústrias dos Estados do Paraná, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Ceará, Goiás e Distrito Federal, ao Centro das Indústrias de Manaus, ao Instituto de Cidadania Empresarial do Maranhão e de São Paulo, ao Instituto Ação Empresarial pela Cidadania de Pernambuco e, finalmente, à Fundação Semear no Rio Grande do Sul.

Para cumprir sua missão de contribuir para o desenvolvimento sustentável da América Latina, a Avina fomenta a construção de vínculos de confiança e alianças frutíferas entre líderes sociais e empresariais e articula agendas de ação coletivas. A associação com a Rede ACE está em linha com essa perspectiva - focada em resultados, na participação de diversas organizações empresariais e sociais e no avanço do tema a partir de um olhar continental - e acredita na possibilidade de maior incidência para a geração de condições para a sustentabilidade.

Esses projetos foram considerados pela Avina como estratégicos e foram destacados pela organização em seus relatórios e sistemas de avaliação de investimentos. Continuemos!

MARCUS FUCHS

Representante da Avina para o Sudeste, o Distrito Federal e o Estado de Goiás.



Introdução

Um olhar sobre a cidadania empresarial no Brasil

Período: março de 2007 a novembro de 2008

CONTEXTO HISTÓRICO

Conhecer a história nos permite compreender melhor o presente para projetar um futuro possível. Pensando assim, antes mesmo de começar a contar o que eu vi e ouvi na minha jornada nos 11 Estados onde se localizam os núcleos da Rede de Articulação Nacional Pela Cidadania Empresarial, acho importante historiar em que contexto surgiu esse movimento de cidadania e de responsabilidade social empresarial, do qual nasce esta rede.

Era fim dos anos 70 quando se iniciavam no Brasil inúmeras pressões pela abertura política. A ditadura militar, apesar das tentativas, não havia conseguido colocar o país na rota do desenvolvimento e a sociedade, em meio a uma crise econômica e social, começava a buscar os caminhos de volta à democracia. Esse foi um momento em que todos os setores da sociedade começaram a se mobilizar por mudanças. Em 1979, retorna do exílio Herbert José de Souza, o Betinho, com a idéia de que, “para nascer um novo Brasil, humano, solidário, democrático, era fundamental que uma nova cultura se estabelecesse, que uma nova economia se implantasse e que um novo poder expressasse a sociedade democrática e a democracia no Estado”. Foi com esse ideário que, no início da década de 80, ele fundou o Ibase e protagonizou

diversas campanhas pela justiça e pela inclusão social. A mais conhecida delas foi a Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida, que mobilizou todos os segmentos da sociedade brasileira na busca de soluções de combate à fome e à miséria e para a conquista efetiva do direito à cidadania, estimulando a participação e a luta por políticas públicas que resolvessem a grande carência da maioria dos excluídos. Naquela época, já começava a se evidenciar o Brasil como um dos países mais desiguais do mundo. A desigualdade passou a ser uma questão que merecia total e completa atenção de todos aqueles que se diziam cidadãos brasileiros. Era preciso, entretanto, entender a sua origem e passado histórico - que se reportava à escravidão alforriada, mas não emancipada - e compreender o processo de exclusão pelo qual passou e tem passado uma grande massa de brasileiros e que se prolonga por séculos. Um povo sem forças

para reivindicar uma remuneração mais justa pelo seu trabalho, brasileiros sem educação, sem saúde e sem chances de viver dignamente, filhos de um Estado omisso que não cumpria seus compromissos básicos, um dos responsáveis pelo grande fosso social que se instalara no país.

Não existia mais a ilusão daquele “milagre brasileiro” tão propagado, pois se percebia que os diversos projetos e programas empreendidos por diferentes governos visando atenuar as desigualdades sociais e regionais não haviam logrado resultado significativo. Essas iniciativas não tinham sido suficientes para resolver as grandes carências desse povo. A experiência mostrava que crescimento econômico sem distribuição equitativa de riquezas não produziria o esperado desenvolvimento. O povo brasileiro começava a perceber que não queria mais ficar com o status permanente de “país do

FOTOS: Stock.XCHNG



A conquista de um Estado democrático começou a revelar o imenso desafio da participação cidadã e o impeachment do primeiro presidente eleito por voto direto, depois da ditadura, anunciava um novo tempo em que a necessidade de participação social passava a ser imperativa.

futuro” nem se poderia mais afirmar que “Deus era brasileiro” sem o levar à condição de Deus injusto.

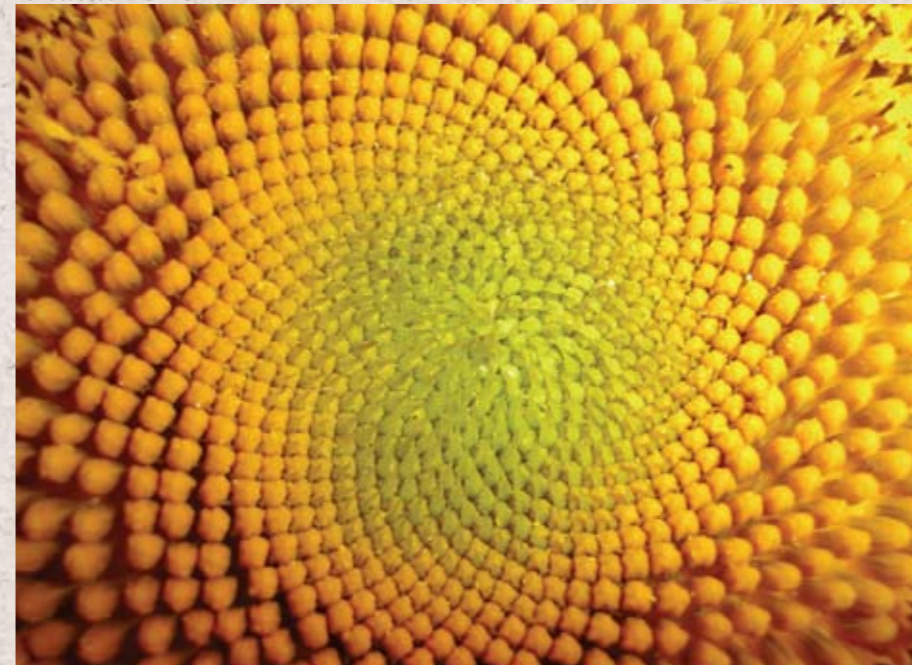
A conquista de um Estado democrático começou a revelar o imenso desafio da participação cidadã e o impeachment do primeiro presidente eleito por voto direto, depois da ditadura, anunciava um novo tempo em que a necessidade de participação social passava a ser imperativa.

É nesse ambiente que, com apoio do Jornal Gazeta Mercantil, o Ibase lança uma campanha convocando o empresariado a se engajar no campo social, sugerindo a publicação dos balanços sociais de suas empresas. A partir daí, começam a se destacar lideranças empresariais que assumem um compromisso social. Inicia-se também um processo de conscientização do papel do povo como cidadão, que dava sinais visíveis de sua insatisfação com o desenvolvimento social de nosso país. Assim, em meados dos anos 80 e início dos anos 90, começam a surgir diversos movimentos no campo da participação cidadã empresarial. Em 1986 surge a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Fides), visando à humanização das empresas, à sua integração com a sociedade e à ética nas relações empresariais. Em 1989, nasce o Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), formado por empresários de todos os ramos da atividade econômica, de todas as regiões do país e de todos os portes de empresa, para lutar pelo aprofundamento da democracia nas instâncias governamentais e da sociedade civil organizada com o intuito do exercício amplo dos direitos da cidadania. Em 1990, surge a Fundação Abrinq, com o

objetivo de mobilizar a sociedade para questões relacionadas aos direitos da infância e da adolescência.

Em 1992 acontece um grande evento internacional no Brasil que viria impulsionar ainda mais todo esse movimento no campo empresarial neste país e no mundo. É a II Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento Humano (ECO 92), que aconteceu no Rio de Janeiro, tendo como principais discussões o desenvolvimento sustentável e como frear o atual processo de degradação ambiental do planeta. A ECO 92 trouxe em sua bagagem, entre muitas personalidades internacionais, o empresário suíço Stephan Schmidheiny, que no final da década de 80 teve a iniciativa de mudar seu paradigma empresarial diversificando e transformando processos de produção dos negócios do seu grupo empresarial que porventura provocassem impactos ambientais. Ele havia tomado uma difícil decisão para os padrões e práticas do ambiente empresarial da época, mas a iniciativa correta para o enfrentamento das questões sociais e ambientais de suas companhias. Schmidheiny foi muito bem-sucedido em seus empreendimentos e começou a ser convidado pela ONU para compartilhar sua experiência em vários espaços empresariais. Assim, na Cúpula da Terra, no Rio de Janeiro, em 1992, levou com ele mais de 50 líderes de grandes corporações multinacionais articulados em torno do World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) para debaterem junto com líderes sociais de todo o mundo o compromisso de suas empresas em relação à sustentabilidade do planeta. Stephan Schmidheiny revela como conseguiu reunir esses líderes viajando pelo mundo inteiro: “Antes de entrar em contato com um membro potencial, eu

FOTOS: Stock.XCHNG



não analisava o comportamento social nem a política em relação ao meio ambiente de sua empresa, mas o compromisso pessoal com essas questões e a disposição para tratá-las como prioridade na agenda da companhia”. Esse movimento empresarial se espalhou por todo o mundo e hoje são mais de 200 empresas em 35 países. Essa iniciativa se instalou no Brasil em 1997 com o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), cuja missão é integrar os princípios e práticas do desenvolvimento sustentável no contexto de negócio, conciliando as dimensões econômica, social e ambiental. O mundo todo se mobilizava por mudanças e no Brasil não era diferente. A cidadania empresarial se expandiu no país em meio ao debate internacional sobre a crescente incapacidade do Estado de cumprir sozinho suas obrigações para promoção do bem-estar social, ao mesmo tempo que acontecia no país um grande desgaste para as entidades filantrópicas perante a opinião pública com o escândalo de corrupção envolvendo uma tradicional instituição filantrópica. Em meio a esses acontecimentos, alguns empresários fundaram, em 1995, o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife). Seu objetivo

era contribuir para a promoção do desenvolvimento sustentável do país por meio do fortalecimento político-institucional e do apoio à atuação estratégica de institutos e fundações de origem empresarial, bem como de outras entidades privadas que realizassem investimento social voluntário e sistemático voltado para o interesse público. Não se falava mais em filantropia, mas em investimento social planejado e monitorado. O país borbulhava com as iniciativas cidadãs das empresas e essas iniciativas começavam a se desdobrar em diferentes vias de ação. Assim, surge o entendimento de que as empresas deveriam ir além da assistência social e que também deveriam se preocupar com uma gestão responsável de seus negócios: tratar de maneira ética e responsável todos os públicos afetados pelo seu negócio.

Essa visão ganhou impulso em 1998 com a criação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social Empresarial, iniciativa de um grupo de empresários liderados por Oded Grajew, grande protagonista do movimento empresarial pela ética, cidadania e

FOTOS: Stock.XCHNG



responsabilidade social. O Instituto Ethos, dizia Oded, “foi criado para promover a responsabilidade social como cultura de gestão que afeta todos os públicos que são impactados pelas atividades da empresa”.

Antes ele havia se envolvido na fundação de outras entidades já citadas, como PNBE (1989), Fundação Abrinq (1990), além da Cives - Associação Brasileira de Empresários pela Cidadania (1998).

A bem da verdade, porém, esse movimento não havia se disseminado por todo o país e acontecia apenas nas regiões Sul e Sudeste. As empresas das demais regiões permaneciam alheias a todos esses acontecimentos. Já estávamos em 1999 e os conceitos de investimento social privado, responsabilidade social e cidadania empresarial ainda não eram conhecidos pela grande maioria do empresariado do país nem sequer se cogitava ver, nessas regiões, empresários discutirem temas como esses e, menos ainda, se comprometerem com práticas socialmente responsáveis na gestão de suas empresas ou mesmo realizar quaisquer investimentos que não estivessem relacionados com os seus próprios negócios.

Por essa razão, com o incentivo do Programa Liderança em Filantropia nas Américas (LIP), que era financiado pela Fundação Kellogg, e por

meio da iniciativa de cinco bolsistas brasileiros (Márcia Pregnoatto, Francisco Azevedo, Renata Nascimento, Roberto Amaral e Leo Voight), iniciou-se o Projeto Ação Empresarial pela Cidadania no Brasil em 1999. A intenção era disseminar por todo o Brasil ações fomentadoras da cidadania no meio empresarial. Para tal, foram fundados quatro núcleos de ação nos Estados de Pernambuco, Minas Gerais, São Paulo e Rio Grande do Sul. Esses núcleos prosperaram no envolvimento de atores locais com esses temas e também se articularam com outros Estados, de forma que em 2002 já existiam mais dois núcleos indutores da cidadania empresarial, no Maranhão e no Rio de Janeiro. Ao término desse projeto, em 2003, Francisco Azevedo buscou o apoio da Fundação Avina para dar continuidade ao desenvolvimento dessa rede criando o Núcleo de Articulação Nacional (NAN). Em uma conferência realizada em novembro de 2004, foi apresentado o projeto do NAN, que se propunha a fomentar e coordenar ações de núcleos de cidadania e responsabilidade social empresarial espalhados por todo o país. Essa rede deveria somar esforços aos outros movimentos de cidadania e responsabilidade social empresarial que já se desenvolviam e espalhar essa idéia pelo Brasil. Para isso, “era necessário que esse movimento não se limitasse aos grandes centros, mas que chegasse a todas as regiões do país”, dizia Francisco Azevedo. A proposta era, a partir do conhecimento da cultura e da realidade local, que se encontrassem

formas de envolver as empresas com práticas cidadãs e socialmente responsáveis e de disseminar por todos os Estados os temas já citados.

O projeto do NAN caminhou por três anos realizando uma série de ações de sensibilização e articulação para identificar potenciais lideranças que pudessem colocar em andamento um núcleo de ação em seu Estado. Foram realizados encontros, ações de capacitação e campanhas nacionais no sentido de fortalecer e promover a integração daqueles núcleos que iam aderindo ao movimento.

Ao fim desses três anos, em 2006, se reuniram em Brasília 13 núcleos de fomento à cidadania empresarial no Brasil. Naquela rede estavam contempladas todas as regiões do país e existiam ações nos Estados do Amazonas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e São Paulo. Concluído o projeto do NAN, era o momento para fazer balanço e avaliação, pensar o futuro. Existia uma rede, não havia dúvidas, a cidadania empresarial agora estava presente em todas as regiões do Brasil e diversas eram as formas de atuação desses núcleos, que se desenvolviam diferentemente e na proporção das possibilidades e limitações da cultura empresarial local.

A questão que tomou força então foi como integrar melhor as ações. Precisava-se descobrir o real significado dessa rede, fazer emergir a sua identidade, revelar o “rosto” de seus líderes, o seu pensar, seu sentir e seu agir. Em que contexto econômico e social se inserem? Como desenvolvem as suas ações? Que atores estão envolvidos? Que visão têm dos conceitos trabalhados? O que pensam sobre o possível futuro dessa rede que, naquele momento, passou a ser chamada de Articulação Nacional pela Cidadania Empresarial ou, simplesmente, Rede ACE?

TRABALHO DE CAMPO

A partir dessas questões, surgiu a proposta de sair por este Brasil afora visitando cada um dos núcleos da Rede ACE, nos 13 Estados, conversar com as pessoas que estão à frente localmente desse movimento e conhecer suas iniciativas, na perspectiva de interligar todos esses pontos e tentar obter uma visão geral da cidadania empresarial no Brasil. Nós do Instituto Ação Empresarial pela Cidadania, núcleo da rede em Pernambuco, assumimos essa tarefa, iniciando a maratona em março de 2007. Não foi fácil: percorremos aproximadamente 14.233km

do Rio Grande do Sul ao Amazonas, conversamos com cerca de 50 líderes, entre empresários e executivos dos núcleos, que estão à frente desses movimentos localmente. Gravamos e transcrevemos cerca de 80 horas de entrevistas, recolhemos, organizamos e revisamos informações de todos os núcleos, junto com cada um deles. Havia o desejo de chegar o mais perto possível da essência dessa rede, captar seus pensamentos, suas motivações, ir além das instituições, entender a dimensão das pessoas, daqueles que acreditam que o mundo pode mudar a partir de sua atuação no lugar onde vivem. Através deles, queríamos vislumbrar o potencial desse movimento e, se é que isso é possível, tentar traduzir em palavras a riqueza, a diversidade e o poder de suas experiências e iniciativas para concretização das mudanças que esperam. Seria um grande aprendizado para o AEC, como parte integrante desse movimento, poder refletir entre pares sobre nossas próprias práticas, dilemas, contradições e tentar vislumbrar caminhos futuros.

Nesse caminho, ficaram dois núcleos que não se sentiram prontos a participar desta publicação. Prosseguimos, entretanto, com a visita a 11 núcleos, onde encontramos, acima de tudo, homens e mulheres com histórias, vidas, famílias, crenças e valores que os movem na direção da construção de um outro Brasil possível. Isso se expressa nas palavras de um pequeno empresário do Maranhão que afirma: “Eu não teria nenhuma necessidade de participar do ICE se não fosse pela minha essência de querer melhorar minha cidade, meu país”. No contato com essas pessoas, reafirmamos a visão de que a responsabilidade permeia a vida do indivíduo em todos os momentos e que o pano de fundo desse movimento é o ser humano, não a empresa, como ente descolado deste ser. Seja esse um movimento global, continental, nacional ou local, ele passa necessariamente pelo que cada um tem de valor em si, algo que é transmitido na forma como se relaciona com o outro. Conheci líderes empresariais em todos os níveis, à frente de grandes, médias e também de pequenas e microempresas, que são a grande maioria (98%) dos empreendedores registrados na indústria, no comércio e nos serviços deste país. Logo compreendi que a Rede ACE não era composta apenas pelos seus núcleos, com suas equipes executivas; mais que isso, essa rede entrelaça os fios de centenas e milhares de empresários e suas empresas nesses Estados.

Percebemos a grande capacidade de articulação e influência local desse movimento, porque faz parte desses núcleos uma grande diversidade de setores empresariais, de norte a sul deste país, a exemplo de redes de televisão, jornais, empresas do setor industrial, do comércio e de

serviços, como será observado na presente publicação – vetores potenciais de influência e mudança da sociedade.

Notamos, entretanto, que todo esse potencial nem sempre tem sido explorado em toda a sua extensão, embora muita coisa interessante venha sendo feita em alguns núcleos, e isso pode ser comprovado mais adiante quando apresentarmos as ações de cada um. A sensação que fica é que muito mais poderia ser feito com a ampliação das articulações entre os atores desses núcleos locais com os demais setores da sociedade. Esta visão é reforçada pelo comentário de um empresário: “Nós subestimamos a capacidade que temos de modificar a realidade”. Vê-se que ainda há um grande potencial político-estratégico a ser desenvolvido. Ficamos com a pergunta: o que mantém esse empresariado tímido e desarticulado em suas ações sociais? Talvez haja uma inércia a ser vencida, barreiras e preconceitos a serem superados, ou, quem sabe, a forte dominância de uma cultura competitiva que não favorece processos cooperativos.

Nas visitas sempre iniciávamos as conversas com esses líderes, estimulando-os numa discussão sobre as razões do seu envolvimento com os temas relacionados à cidadania e à responsabilidade social no sentido de perceber seu entendimento acerca destes conceitos e, principalmente, identificar o que os movia para agir no campo social. Numa das conversas, ouvi de um empresário uma frase que retrata muito bem o quanto a história do indivíduo está relacionada com os valores e compromissos assumidos ante a sociedade: “Não existe uma única razão para o compromisso que a pessoa tem com o campo social, são diversas as razões. Mas certamente pessoas começaram nesse caminho árduo porque não se esqueceram da sua origem quando chegaram lá”. Parece que as escolhas que fazemos, os compromissos que assumimos, estão sempre relacionados com nossa história, nossa vida.

Nas discussões que tivemos, percebemos que os conceitos com os quais trabalhávamos eram conhecidos pela grande maioria; porém, em alguns casos, não eram compreendidos em toda a extensão do seu significado. Por vezes escutamos coisas do tipo “uma empresa que não tem a responsabilidade social como estratégia do negócio não vai conseguir vislumbrar um futuro promissor” e, por outras, “a cidadania empresarial é algo só de interesse público e a responsabilidade social é boa para os negócios da empresa? É isso?” Na verdade, a impressão que dá em muitas conversas é

que há um impulso que faz esses empresários agirem no contexto social ou ambiental que é bem anterior à real compreensão desses conceitos, que está no pano de fundo de tudo, e que, na realidade, o conceito em si era o que menos importava para essas pessoas - a atitude prevalecia. Eles tinham interesse de evoluir em sua atuação, estavam atentos à melhoria de seus processos, dos resultados que alcançavam, e comemoravam cada pequena mudança que conseguiam produzir no ambiente social. Havia entusiasmo nesse desenvolvimento. “No setor empresarial alguns me vêem hoje como meio esquisito e outros dizem que querem ser como eu; na família, sinto a necessidade de trazer a minha esposa para esta caminhada. Ela precisa avançar junto comigo. Sei que ela torce por mim, mas vejo que avancei demais”, comenta um empresário ao relatar a sua trajetória nesse campo. Outros depoimentos trazem consigo o processo de conscientização que muitos estão vivendo, como: “Eu tinha uma visão de assistência social há anos. Faz tempo que aderi aos conceitos de vanguarda sobre a visão de responsabilidade social”.

Aqueles que dominam e compreendem bem os conceitos têm um discurso estruturado e uma convicção racional sobre a importância desses temas para a sustentabilidade de sua empresa, da sociedade e do meio ambiente e buscam atuar mais conscientemente. Alguns ampliam sua ação no sentido de serem multiplicadores. “Porque não é só ter responsabilidade social na nossa empresa, precisamos assumir o papel de ser exemplo, de induzir outras empresas e as pessoas a terem práticas socialmente responsáveis também”, argumenta uma empresária. Entretanto, não precisaríamos percorrer meio Brasil para descobrir que, se olharmos pela dimensão humana, os processos de conscientização e mudança não são simples, ao contrário, existe muita complexidade por trás do ser humano que não pode ser generalizada. Vivemos dilemas e somos contraditórios e talvez seja isso que nos torna únicos e, por isso mesmo, complexos. Nem sempre esses processos são lineares, nem sempre nossas ações acompanham nossas intenções e nossos discursos. Dilemas aparecem, por diversas perspectivas. Aos poucos, pudemos ir compreendendo as dificuldades daqueles empresários que têm o genuíno desejo de contribuir para a mudança de sua realidade e se vêem diante de limites. “O meu maior dilema, que eu diria monumental, é conciliar o tempo entre aquilo que assegura a minha sobrevivência com a falta que eu sei que faço ao meu projeto... Se eu pudesse dedicar todo o tempo necessário lá na frente seria diferente... O meu maior dilema é não ter tempo

Percorremos aproximadamente 14.233km do Rio Grande do Sul ao Amazonas, conversamos com cerca de 50 líderes, entre empresários e executivos dos núcleos, que estão à frente desses movimentos localmente. Gravamos e transcrevemos cerca de oitenta horas de entrevistas, recolhemos, organizamos e revisamos informações de todos os núcleos, junto com cada um deles.

para aquilo que acho relevante... Um problema que a gente também enfrenta é que essas coisas a gente só faz com recursos e há coisa que a gente está deixando de fazer porque não tem pernas para isso”, confessa um empresário.

Outro dilema revelado por alguns diz respeito à legislação e ao sistema tributário do nosso país. “Sem dúvida existem aspectos da legislação trabalhista e tributária que atrapalham muitos processos de alinhamento das pequenas empresas. Se andar em conformidade com tudo isso, a empresa acaba perdendo a motivação para a prática da responsabilidade social”, observa um pequeno empresário.

Entre todos eles, se impõe um dilema ético que é simbolizado neste depoimento: “Construí a sede de minha empresa preservando os princípios da responsabilidade social e ambiental e, por isso, tive um custo maior do que se fosse um outro projeto qualquer. Mas o meu cliente não enxerga isso, o cliente consegue enxergar o menor preço. Enquanto isso, a concorrência que não tem compromisso ético consegue oferecer o menor preço. A gente procura fazer as coisas corretamente, recolhe os impostos e vê a concorrência que sonega e corrompe prosperar. É difícil romper esse círculo vicioso”.

O mais freqüente dilema relatado está relacionado com o sentimento de insatisfação e desconfiança em relação ao governo: “A obrigação do governo é direcionar todos esses tributos que a gente paga para educação, saúde, saneamento, essas necessidades básicas do ser

humano. Porque tenho que pagar por tudo isso e ainda preciso investir recursos em educação através de projetos sociais da minha empresa?”

Encontrei muitas contradições no meio desse caminho e a existência delas não está relacionada com a falta de unanimidade quanto aos conceitos de investimento social privado, cidadania ou responsabilidade social empresarial. A questão é mais profunda e se relaciona com as incoerências de um ambiente de negócio em processo de mudança, onde valores novos se misturam com valores antigos. As contradições que alguns empresários deixam refletir na prática de suas empresas - e faço questão de registrar aqui que não são todos - não diferem em nada do que encontramos em pesquisas e estudos recentes sobre as práticas do investimento social e da responsabilidade social empresarial que são publicados na mídia brasileira. Há algo em 28 anos de movimento pela cidadania e pela responsabilidade social empresarial que nos coloca em xeque. Se imaginarmos, por exemplo, que todo esse movimento nasce para melhoria do contexto socioambiental do Brasil, país cuja marca social é a desigualdade, e que no contexto ambiental tem a responsabilidade de zelar por um dos maiores tesouros ecológicos do planeta, poderíamos esperar que nesses anos todos de movimento pudéssemos ter caminhado mais fortemente na direção desses temas e produzido mudanças e resultados relevantes. Porém a desigualdade social persiste e o pouco avanço nessa área vem de programas assistenciais do governo, que conseguem apenas reduzir, de forma

paliativa, esse fosso social que tanto nos envergonha. A desigualdade neste país não se limita à renda, ela se desdobra em outros campos, como gênero, etnia e também em termos regionais. Na Região Nordeste, por exemplo, se localiza o maior percentual de pobreza desse território (51,6% da população total): suas crianças e jovens (de 0 a 17 anos de idade) é que se mantêm muito pobres (68,1%) não apenas por falta de comida, mas também por falta de oportunidades (Pnad 2007). Que futuro vemos para nosso país sem que encaremos questões como essa? Assim, quando observamos o amadurecimento da democracia e o indiscutível crescimento do movimento da cidadania e da responsabilidade social empresarial neste país, cabe-nos perguntar: o que tem impedido o avanço em questões como essa? O que isso pode revelar sobre esse movimento? No plano ambiental, como comenta a nossa ex-ministra do Meio Ambiente Marina Silva, “é intolerável a continuidade do desmatamento ilegal na Amazônia... Somos o quarto maior emissor de carbono no mundo devido, principalmente, ao desmatamento... Como bem demonstram estudos

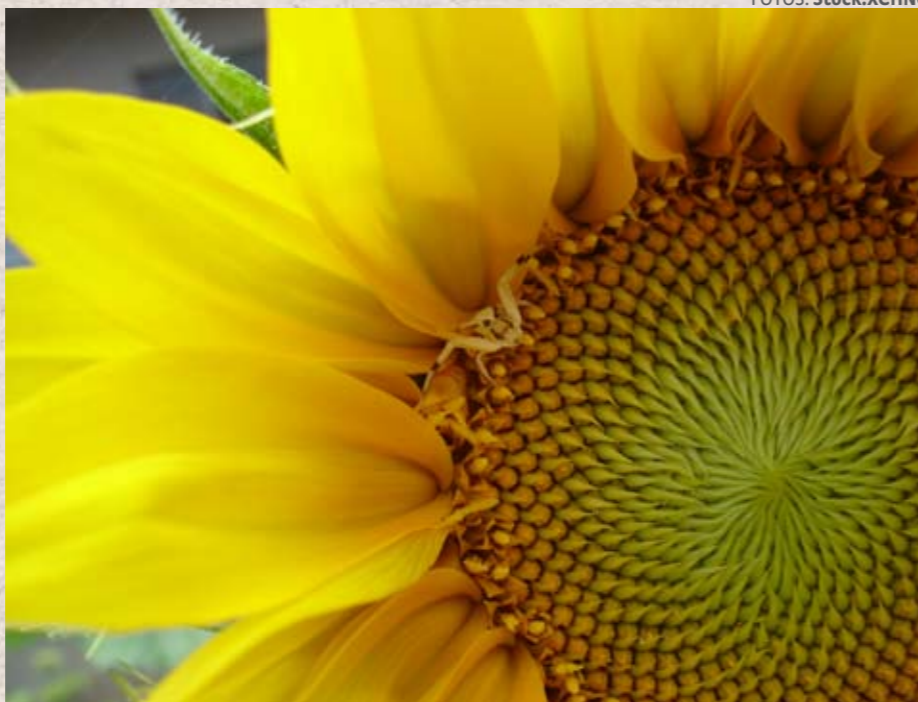
do Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia, a evaporação emanada dos cinco milhões de quilômetros quadrados da floresta amazônica é vital para fornecer umidade a parte do Centro-Oeste, do Sudeste e do Sul do Brasil e da América Latina”.

Só para pontuar um único aspecto da magnitude que a dimensão ambiental brasileira tem para o próprio país e diante do mundo.

O relatório “O Estado de Competitividade Responsável 2007 - fazendo a sustentabilidade ser levada em conta no mercado global”, lançado em julho de 2007 pela AccountAbility e pela Fundação Dom Cabral, mostra que as empresas brasileiras ocupam o 56º lugar entre as empresas de 108 países. Esse índice avalia:

1. o quanto as estratégias e práticas dos negócios levam explicitamente em conta seus impactos sociais, econômicos e ambientais;

FOTOS: Stock.XCHNG



2. o quanto o macroambiente do país norteia essas estratégias e práticas;
3. o quanto fatores como liberdade de imprensa e a intolerância à corrupção influenciam negativamente a competitividade responsável.

Esse estudo comprova alguns dos dilemas que percebemos no empresariado e nos leva a concluir que há um longo caminho a ser trilhado para tornar o Brasil um país sustentável.

Então o que precisa ser feito para que se avance em questões como essas? E o que vai significar para o país o fato de não se avançar?

AUTOCRÍTICA

De fato temos muitas contradições e desafios a serem enfrentados nesse movimento. E como parte integrante dele podemos e devemos fazer uma autocrítica. Quando ampliamos o foco da cidadania e da responsabilidade social empresarial no Brasil, não temos dúvidas de que avançamos na participação cidadã, na ética, na transparência, na responsabilidade e no compromisso das empresas com o contexto onde estão inseridas. É visível a busca das empresas por valores, hoje considerados indispensáveis para o seu posicionamento frente à sociedade. Assim como é visível que não só a sociedade, mas também o mercado, através de consumidores, investidores e acionistas, passam a esperar muito mais das lideranças empresariais no desempenho de seu papel no contexto político-social em que inserem seus negócios. Ao mesmo tempo, é evidente que as raízes desse movimento precisam se aprofundar para não correremos o risco de tombar diante dos ventos fortes, como árvores cujas raízes ficam na superfície.

Em última análise, nada acontece nas empresas se não for através de seus líderes, se eles não estiverem efetivamente engajados na proposta de mudança. Eles são como raízes profundas, que sustentam uma árvore. Deles vem o impulso de vida ou de morte de uma empresa. Alguns dos líderes da Rede ACE têm pensado sobre o seu papel na condução desses temas:

“Empresa sem legitimidade não se sustenta e, se não gera riqueza, não distribui riqueza. Isso é um círculo que pode ser vicioso ou virtuoso”.

“Como líderes empresariais precisamos estar atentos porque não podemos tomar o lugar do Estado”.

“O mais importante nesse campo da RSE é formar cidadãos cientes dos seus deveres e direitos... Bastaria ter um único programa de engajamento de cidadãos”.

“Eu acredito no exemplo. O líder de hoje precisa estar bem embasado nas suas próprias crenças, nos seus valores, ter consciência da sua responsabilidade, não somente como um provedor de receitas, de empregos, mas sim com alimentador de uma sociedade”.

“Ver a questão social e ambiental, ver o retorno de suas iniciativas, tanto quanto o retorno financeiro. O líder de hoje precisa ter a consciência desse tripé, que é o tripé da sustentabilidade”.

Se há algo que emerge, e se afirma, fortemente em meio a tudo que vimos e ouvimos nessa caminhada é a dimensão e a relevância da participação e do engajamento da liderança empresarial no desenvolvimento desse movimento no Brasil.

Olhar apenas para a empresa, porém, pode não ser suficiente para chegar à raiz que fundamenta suas escolhas e a sua prática nesse campo. Vejamos o estudo que a organização Comunitas realizou em 2008, chamado Benchmarking em Investimento Social Corporativo (Bisc), que observa diferentes aspectos das contradições vividas pelas empresas brasileiras. Por um lado, o estudo mostra que as empresas vêm buscando aprimorar a gestão, a qualidade e o impacto de seus investimentos sociais, mas, por outro, enfatiza que para se acelerar esses processos é fundamental que se criem novos padrões de colaboração, que se superem desconfianças e que se estabeleçam parcerias com os demais setores da sociedade.

O desenvolvimento pode ser impactado pelo monitoramento, avaliação, sistematização, disseminação e, principalmente, troca de conhecimentos sobre a prática.

Essa análise mostra que há uma tendência nas grandes empresas de considerar importante operar e gerir seus investimentos sociais via seus institutos e fundações. Dizem que é importante a busca por transparência e eficiência na tomada de decisão em relação a seus investimentos em projetos sociais e que muitas vêm adotando seleção de projetos mediante concursos públicos.

Nota-se, entretanto que, a despeito desse discurso, as empresas ainda enfrentam fragilidades no planejamento e na gestão de seus investimentos, tendo em vista que não avaliam nem monitoram adequadamente suas ações sociais, como costumam fazer na sua atuação empresarial. Em nossas conversas com empresários sobre o monitoramento dos resultados de suas ações, percebemos que são raras as empresas da rede que sabem relatar os resultados concretos de suas ações sociais e poucas investem recursos nessa direção. Há, porém, exemplos de empresas que se reúnem em torno de organizações que as assessoram nesta relação com a comunidade. “Não sabemos lidar com ações sociais. A Fundação Semear entra com seu know-how, tecnologia e conhecimentos. O empresário remete os recursos para que ela faça a ponte com a organização para verificar se aqueles recursos estão sendo bem aplicados, onde estão sendo aplicados e se dão o resultado esperado”, confessa uma empresária, dando idéia das suas dificuldades nesse campo.

O estudo Bisc mostra ainda que os grandes temas eleitos pela empresas são educação (32%) e desenvolvimento comunitário (26%), perfazendo mais da metade dos seus investimentos. Aliás, a área de educação é foco de interesse da grande maioria das empresas que investem no campo social, grandes ou pequenas, o que reflete uma prioridade da sociedade brasileira. Apesar disso, as articulações existentes em torno desse tema no âmbito nacional parecem ser fragmentadas, nenhuma conseguiu mobilizar o país como todo, reunir os interesses e forças existentes nos três setores da sociedade de forma a operar as mudanças necessárias na educação deste país.

Na seqüência desse foco de investimentos vem a cultura (20%), que recebe estímulo de incentivos fiscais. Entretanto, há outro tema que também recebe incentivos fiscais e que, embora seja considerado de extrema prioridade para futuro deste país, não tem o mesmo nível de investimentos: trata-se da infância e da adolescência. Não se sabe se é por desinteresse ou pelas dificuldades encontradas no processo, o fato é que as empresas pouco investem no Fundo da Infância e Adolescência (FIA).

Essa tendência de investimentos se confirma no âmbito da Rede ACE, junto com ações filantrópicas mais pontuais. Em relação ao FIA, por exemplo, também encontramos dificuldades: chegamos a realizar uma campanha, articulando todos os núcleos, sobre esse tema, mas apenas alguns Estados apresentaram resultados relevantes,

justamente aqueles cujos conselhos tutelares são mais eficientes. Em geral, as empresas reclamam que os processos de enquadramento à lei que norteia esse fundo são dificultadores.

Outros temas são pouco privilegiados pelas empresas, embora apareçam como emergenciais em todas as pesquisas de opinião relativas às grandes questões sociais enfrentadas no país. Mesmo sendo uma importante agenda para a sociedade brasileira, a violência e a corrupção parecem ser ainda muito pouco consideradas na pauta dos investimentos sociais privados da grande maioria das empresas brasileiras. Se relacionarmos o não-enfrentamento dessas questões com o não-enfrentamento das questões da desigualdade neste país, não podemos deixar de apontar a necessidade de se refletir sobre o que norteia a eleição dos temas escolhidos pelas empresas para a sua atuação social.

Esse estudo indica que há, no Brasil, uma tendência, assim como na maioria das sociedades democráticas do mundo, de aumento da influência do setor privado e da sociedade civil no âmbito do interesse público. Cremos que, num futuro próximo, a atuação articulada entre o Estado e esses setores, no sentido de potencializar recursos e competências existentes, se concretizará em ações voltadas para o bem comum. A disseminação dos movimentos de Observatórios Sociais por Cidades Justas e Sustentáveis é exemplo disso. Eles começam a se formar em várias cidades brasileiras e alguns são protagonizados por núcleos dessa rede.

Uma revelação do estudo Bisc, do Comunitas, é que cerca de 60% dos investimentos sociais das grandes empresas são aplicados na Região Sudeste, onde se encontram os mais altos índices de desenvolvimento humano e o maior mercado consumidor do país.

Em detrimento, inclusive, de regiões como Norte, Centro-Oeste e Nordeste, onde existem as maiores demandas de investimento social. Essa é uma característica controversa que se configura na maioria das ações sociais das empresas. Em geral, elas costumam investir no seu entorno e/ou em cidade onde se localizam seus mercados consumidores. No caso brasileiro, essa visão reforça o desequilíbrio regional e a concentração de riquezas.

Contradições e dilemas existem porque refletem um certo nível de consciência. É evidente que segue evoluindo a consciência do empresário frente às temáticas da responsabilidade social, do investimento

social e da cidadania empresarial. Compreendemos que existe um processo estabelecido, e irreversível, em andamento e que é preciso continuar se investindo nele. Muitas são as empresas que encaram com seriedade o compromisso com práticas socioambientalmente responsáveis e o seu desafio é se diferenciar de outras tantas que se valem do “marketing social” apenas para divulgar suas ações pontuais.

O próprio empresariado reconhece desafios na sua adesão aos novos paradigmas da cidadania, responsabilidade social e da sustentabilidade. Para eles não é fácil manter uma atitude ética num país onde prevalece a cultura da vantagem a qualquer custo, onde vigora um sistema econômico no qual predomina a concentração de riquezas, onde os conceitos e princípios aprendidos nas escolas de administração são regidos pela competitividade. Essa questão consegue ser superada mais facilmente pelas grandes empresas, mas para as pequenas se transforma num tormento. “Em tese, esses procedimentos quando implantados tornam a empresa mais forte, mais sustentável. Vejo isso

na prática, na minha empresa, que se nivela entre média e grande. Porém alguns, para se tornarem mais competitivos, cedem à tentação de sonegar imposto e infringir as leis trabalhistas. É muito difícil conseguir conciliar responsabilidade social com competitividade quando você é uma pequena empresa”, comenta uma empresária da Rede ACE.

Todos concordam em afirmar que a razão da existência da empresa é o lucro e que o papel dela, na perspectiva econômica, é dar sustentação ao próprio negócio. Ninguém em sã consciência pode afirmar que uma empresa sobrevive sem lucro, mas a questão não é essa. A pergunta que se impõe na atualidade é se países como o Brasil podem ser sustentáveis com o atual modelo concentrador de riquezas que vigora nas relações de mercado. A recente crise financeira internacional, por exemplo, expõe a face de um planeta injusto e insustentável que há tempos dá sinais de uma incontestável desordem social e degradação ambiental. Urgem mudanças no sistema econômico mundial, nas relações de produção, de comércio e de consumo.

FOTOS: Stock.XCHNG



Nada acontece nas empresas se não for através de seus líderes, se eles não estiverem efetivamente engajados na proposta de mudança. Eles são como raízes profundas, que sustentam uma árvore. Deles vem o impulso de vida ou de morte de uma empresa.

Nessa perspectiva, Muhammad Yunus, através de suas bem-sucedidas experiências em microfinanças, tem a premissa de que para se produzir impacto social é necessário combinar a atividade econômica com lucro compartilhado e ampliado. Yunus carrega consigo a noção de que o lucro é a recompensa, não a finalidade do negócio. Sua proposta é estimular as empresas a gerar negócios que atendam e incluam uma enorme parcela da população mundial. O capitalismo é desafiado a ser mais criativo e as empresas são instadas a trabalhar de forma mais cooperativa, junto com governos e organizações sem fins lucrativos, para ampliar o mercado de forma a promover a inclusão e minimizar desigualdades. As “empresas sociais”

rompem todos os paradigmas dos atuais modelos de negócio. Essas novas empresas têm como prioridade gerar benefício sociais, e não dividendos para poucos, e seus investidores e acionistas esperam que os resultados sejam utilizados para ampliar o alcance, melhorar a qualidade dos produtos, o atendimento das necessidades de público e a geração de riquezas no âmbito local. Os empreendedores atuam pela causa e o lucro é a recompensa e não a finalidade. Essas empresas não atuam para os pobres, mas com os pobres. Não se trata de uma estratégia filantrópica, mas de um modelo com fins lucrativos comprometido com resultados sociais. Muitas já são as empresas, no mundo inteiro, que estão aderindo a essa visão de negócio.

Sabemos que não esgotamos aqui todas as questões e desafios que englobam a cidadania empresarial, e todos os temas correlatos, no Brasil. A nossa tentativa é provocar algumas reflexões que possam contribuir para o avanço desse movimento e também chamar atenção para as possibilidades que se encerram nessas questões. Uma delas está relacionada com o desenvolvimento da dimensão social das lideranças empresariais, do crescimento da participação

cidadã e dos processos cooperativos. Quando falamos desses processos, nos referimos a pessoas e organizações que se articulam em torno de interesses mútuos e comuns.

Nessa perspectiva, lembramos que as redes são grandes linhas condutoras de interesses, atuações, conhecimentos e outros recursos que entrelaçam indivíduos e organizações, formando nós, conexões, pontos de encontro e de troca, que se desdobram em novos pontos e conexões. Nesse processo, formam-se as teias de relações conectadas. A rede é a metáfora de uma estrutura de relacionamentos encadeados, uma nova concepção de desenvolvimento que se fundamenta na construção de capital social. Quando falamos de redes, falamos de relações e cooperação. Assim como nos processos de evolução biológica, as redes são um complexo e dinâmico sistema vivo. “Assim é a rede: viva e poderosa”, como diria Lynn Margulis no seu livro “Microcosmos”(1998), “a vida não se apossa do globo pelo combate e sim pela formação de redes”.

Pensando no que representarão no futuro os sistemas cooperativos, sua força e poder, vislumbramos o grande potencial da Rede ACE no desdobramento de ações, não só porque opera com temas fundamentais para o Brasil, mas porque congrega e movimenta milhares de líderes e suas empresas, localizados estrategicamente por esse imenso território. Além disso, como se verá nas páginas seguintes desta publicação, somos um sistema vivo, diverso e criativo que movimenta um sem-número de iniciativas em 11 Estados e que se desdobra em múltiplas conexões numa teia de influência de longo alcance. Todos estamos conscientes da riqueza produzida nesse ambiente e de que ela jamais se perderá; ao contrário, ela se alimentará e se fará prosperar na permanente relação de troca. Todo esse potencial também se transforma em desafios, como o de

FOTOS: Stock.XCHNG



“Uma rede, impulsionadora e apoiadora do empresariado brasileiro na evolução da consciência, de práticas e de relações cidadãs, social e ambientalmente responsáveis.”

vencer a distância geográfica, encontrar e alimentar na diversidade os pontos de convergência, de reconhecer-se com uma identidade multifacetada e buscar iniciativas que produzam relevância social e ambiental para este país. Ou seja, promover o encontro de intenções e ações das lideranças empresariais comprometidas com a possibilidade de um outro Brasil.

Quando escolhemos a ilustração central desta publicação tivemos a intenção de reproduzir a imagem que desejávamos para a rede ACE neste país. Como pontos iluminados espalhados por todo o território brasileiro, tal qual um campo de girassóis que retiram da terra o seu sustento e do sol a sua energia. Uma rede impulsionadora e apoiadora do empresariado brasileiro na evolução da consciência, de práticas e de relações cidadãs social e ambientalmente responsáveis. Conectora de pontos de convergências, de líderes capazes de atuar

localmente e de impactar nacionalmente. Uma rede produtora de “nós”, fortalecedora de relações, capaz de fomentar novos paradigmas e relações no mundo dos negócios. É esse o futuro que buscamos.

Poesia, excesso de idealização? Talvez, se nos detivermos apenas nas contradições que observamos na peregrinação que fizemos Brasil afora por esse campo. Sabemos que não se trata apenas de uma questão de evolução, mas de uma grande revolução, de princípios e de valores em nossa sociedade. Se olhássemos para tudo o que está sendo construído nessa rede, relatado nesta publicação, e se voltássemos 30 anos atrás, conseguiríamos enxergar o que hoje estamos vendo acontecer no ambiente empresarial e na sociedade brasileira como todo? Nos perdoem os céticos, mas queremos trazer à memória o que pode nos dar esperança...

SUSANA SIMÕES LEAL
DIRETORA DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS DO INSTITUTO AÇÃO EMPRESARIAL PELA CIDADANIA E MEMBRO DA REDE DE ARTICULAÇÃO NACIONAL PELA CIDADANIA EMPRESARIAL



Vista aérea da Floresta Amazônica,
a maior floresta tropical do mundo

AMAZONAS

Comissão de Cidadania
Empresarial do Centro da
Indústria do Estado do Amazonas
e Federação das Indústrias do
Estado do Amazonas –
Cieam / Fieam

CONTEXTO

O Amazonas é o mais extenso dos 26 Estados brasileiros, ocupando uma área de 1.570.745km², que equivale à área da Região Nordeste com seus nove Estados. Está no Norte do país e faz fronteira com países como a Venezuela, o Peru e a Colômbia.

Em 2005, o Amazonas se posicionava como o 11º Estado mais rico do país, com um Produto Interno Bruto (PIB) de 33,3 bilhões de reais. Embora seja um dos poucos Estados brasileiros que não possuem litoral, a ele pertencem a maior bacia hidrográfica e o maior rio do mundo, a Bacia Amazônica e o Rio Amazonas.

O Amazonas tem 98% da sua área florestal conservada, diferentemente dos outros nove Estados da Amazônia Legal, cujas florestas já tiveram impactos ambientais em 17% do território.

O direcionamento da sua vocação econômica para outras atividades a partir da organização da Zona Franca de Manaus, em 1967, foi determinante.

O esforço consciente para manter os projetos agropecuários dentro dos limites da preservação ambiental e a valorização do manejo da floresta como fonte de renda contribuíram para que o Estado enfrentasse o desafio de reduzir o desmatamento em 21% em 2003, segundo o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE).

De acordo com o relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, em 2001, a Região Norte foi a única região brasileira onde a pobreza aumentou, passando de 36% em 1990 para 44% em 2001.

Além de toda sua riqueza financeira, o Amazonas mantém um capital natural único no mundo. Além da floresta, da biodiversidade e de sua bacia hidrográfica, ainda possui uma vasta fauna e milhares de espécies de peixe, componente da cesta básica na região.

Os solos amazonenses são relativamente pobres e a economia baseia-se na indústria, no extrativismo, inclusive de petróleo, gás natural, mineração e pesca.

Aliás, essa é uma tradição que perdura desde a colonização: o extrativismo teve início com a exploração do látex, durante o ciclo da borracha, e até hoje faz parte da economia.

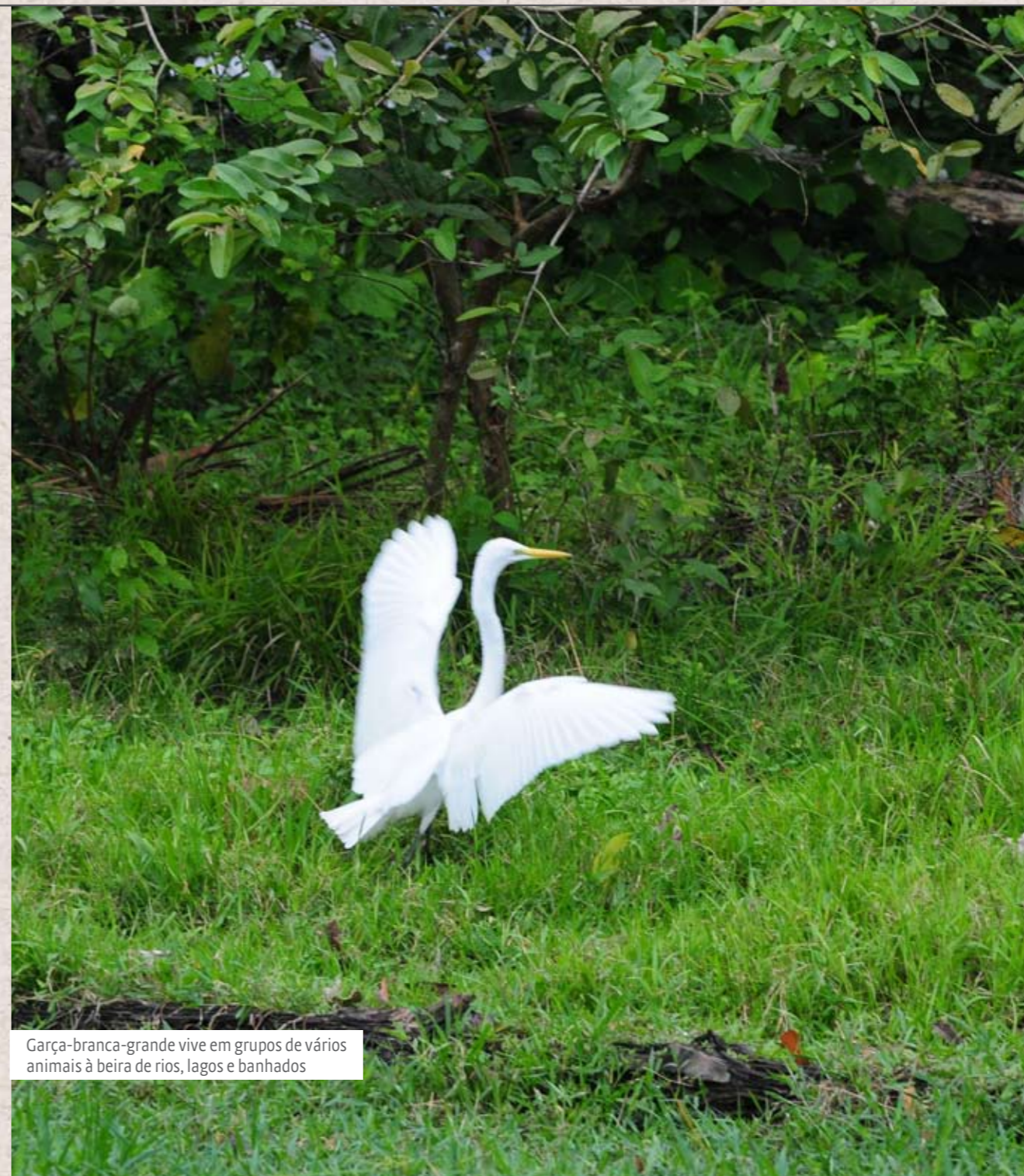
Com mais de 3.221.939 habitantes, conforme projeções feitas em 2007, o Amazonas é o segundo Estado mais populoso da Região Norte do Brasil. Sua capital, Manaus, é a cidade com o 4º maior PIB per capita do Brasil, segundo o IBGE. A cidade cresce desordenadamente e já

é considerada a maior cidade da Região Norte, com cerca de 2.000.000 habitantes.

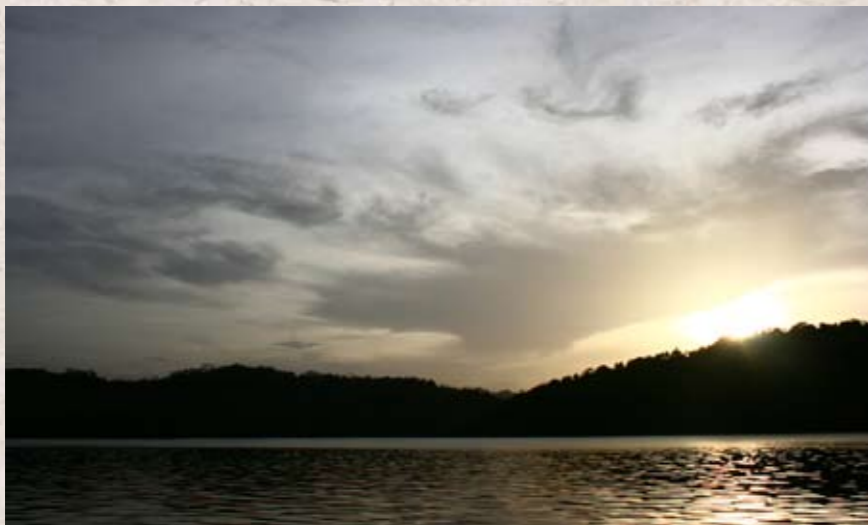
Dos 62 municípios do Estado, apenas três deles têm um Índice de Desenvolvimento Humano considerado médio (entre 0,774 e 0,711), 33 ficam abaixo desse índice (indo até 0,611) e 24 chegam a alcançar índices muito baixos, chegando a 0,486.

Entre 1991 e 2000, o Amazonas foi o segundo Estado brasileiro que mais caiu de posição no ranking nacional de IDH, passando da 14ª posição para a 17ª.

De acordo com o relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, em 2001, a Região Norte foi a única região brasileira onde a pobreza aumentou, passando de 36% em 1990 para 44% em 2001. “A culpada não é a escassez de recursos, mas uma persistente e alta desigualdade”, ressalta o relatório, segundo o qual também houve um retrocesso do índice de desenvolvimento humano dessa região.



Garça-branca-grande vive em grupos de vários animais à beira de rios, lagos e banhados



Pôr-do-sol no Rio Amazonas

Além dessas informações, o Ministério do Desenvolvimento Social (MDS) apresenta o Índice de Desenvolvimento Familiar (IDF), que descreve um novo mapa da pobreza no país. A combinação de diversos fatores considerados nesse índice, como um assistencialismo equivalente a pouco mais do que uma esmola social e o trabalho assalariado praticamente inexistente, além da baixíssima escolaridade, faz do Amazonas o Estado com a pior situação de miséria, seguido do Pará e do Maranhão. Nove dos dez municípios com os muito pobres do Brasil são da Região Norte, revela o relatório do MDS.

No plano ambiental, o Relatório da Análise Ambiental e de Sustentabilidade (AAS) do Estado do Amazonas, realizado pela

Comissão Econômica para América Latina (Cepal/ONU) e pelo governo do Estado, publicado em julho de 2007, afirma que “o desempenho econômico do Estado do Amazonas se sustenta nos fortes incentivos fiscais e de localização que são concedidos em virtude da sua condição de zona franca. Recentemente prorrogou-se o prazo de vigência da Zona Franca de Manaus em dez anos, até 2023. Também se ajustaram os incentivos a fim de promover ainda mais o modelo de cadeias produtivas, impulsionando o aproveitamento dos recursos naturais do Estado com vista a criar um modelo sustentável. A estratégia de aproveitar o patrimônio natural e incrementar os investimentos em ciência, tecnologia e inovação difere da que geralmente é seguida em outras regiões tropicais ricas em floresta”.

No contexto econômico, destaca-se a criação da Zona Franca de Manaus (ZFM) em 1957, com o intuito de ser um porto livre, que teve forte influência sobre a economia do Amazonas. A ZFM ganhou os contornos atuais dez anos após sua criação, quando se estabeleceram incentivos fiscais por 30 anos em um pólo industrial, comercial e agropecuário no Estado.

Entre esses se destaca o Pólo Industrial de Manaus (PIM), que possui mais de 500 indústrias de alta tecnologia, gerando mais de meio milhão de empregos diretos e indiretos. O PIM é um dos mais modernos pólos de tecnologia da América Latina. Em 2007 a Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) contabilizou um faturamento superior a US\$ 25 bilhões, caminhando em 2008 para US\$ 30 bilhões, gerando mais de 120 mil empregos diretos e cerca de 420 mil indiretos, somente na cidade de Manaus.

A política tributária vigente na Zona Franca de Manaus é diferenciada da que vigora no restante do país, oferecendo benefícios fiscais como forma de compensação a custos de fretes, transportes e outros. Os incentivos fiscais são concedidos pelos governos federal e estadual e há também o reforço de políticas tributárias estaduais e municipais.

Em contrapartida, essas empresas parecem ser muito cobradas pela legislação local vigente tanto em relação aos aspectos de preservação do meio ambiente quanto em relação ao investimento social. Para alguns empresários o modelo do PIM foi montado pensando de forma que as empresas gerassem renda sem prejudicar a floresta e ao mesmo tempo mantivessem projetos do governo, como, por exemplo, a Universidade do Estado do Amazonas (UEA).

Achamos importante trazer todos os aspectos contextuais que envolvem o Amazonas porque entendemos que esse Estado guarda características próprias, especialmente no que toca às questões ambientais, pelo importante papel que as empresas vêm assumindo no desenvolvimento socioambiental, que, aparentemente, tende a aumentar.

Aliás, essa preocupação é revelada na fala do presidente do Centro da Indústria do Estado do Amazonas (Cieam), Maurício Loureiro, quando menciona que o Estado carece de um planejamento estratégico que vise ao desenvolvimento sustentável com ênfase na potencialização dos seus recursos

O Amazonas não é só importante para o Brasil, mas também para todo o planeta devido a sua condição ambiental única. O mundo todo observa essas riquezas naturais com atenção.

naturais. Ele chama a atenção para a questão da gestão do uso da água, cada vez mais preciosa para os seres humanos, alertando para a importância de se manter a soberania brasileira sobre a abundância desse recurso existente na Amazônia, sem que se permita a interferência de outros países.

O presidente menciona também o aumento da iniciativa empresarial estrangeira na aquisição de terras na Amazônia, o que pode ser indício de uma ocupação silenciosa. Segundo ele, é necessário um projeto de longo prazo estrategicamente elaborado para que se ocupem racionalmente os espaços existentes. Se isso não acontecer, “não nos sustentaremos, pois as forças externas serão maiores do que a nossa capacidade de resistência”, alerta Loureiro.

O Amazonas não é só importante para o Brasil, mas também para todo o planeta devido a sua condição ambiental única. O mundo todo observa essas riquezas naturais com atenção. Não há dúvidas das amplas oportunidades que as

empresas brasileiras encontram nesse território; entretanto, os seus desafios e responsabilidades parecem guardar as mesmas, ou talvez ainda maiores, proporções.

SOBRE O NÚCLEO

A Comissão de Cidadania Empresarial foi criada em abril de 2004 com a missão de promover o engajamento das empresas instaladas no Pólo Industrial de Manaus na construção de uma sociedade economicamente próspera e socialmente justa, contribuindo para a preservação do meio ambiente, a melhoria da qualidade de vida, o crescimento e o desenvolvimento econômico do Estado do Amazonas. Coordenada pelo empresário Átila Denys a partir de 2007, a comissão congrega 176 empresas associadas ao Cieam.

O Cieam, fundado em agosto de 1979, desenvolve projetos visando apoiar e representar institucionalmente as empresas em diversos órgãos da



Teatro Amazonas, em Manaus, principal patrimônio artístico e cultural do Estado e detalhe de uma peça usada nas danças populares

esfera governamental envolvidos nos processos de concessão e administração dos incentivos fiscais em vigor na Zona Franca de Manaus. Para tal, está estruturado para assistir as empresas associadas que estão iniciando atividades ou as que se encontram em fase de expansão e diversificação de seus mercados. Sua missão é congregar as indústrias do Estado do Amazonas, representando, defendendo e preservando os interesses das instituições associadas, na busca de soluções e alternativas que visem ao contínuo fortalecimento e desenvolvimento do PIM. Seu principal objetivo é levar o setor industrial do Amazonas a conquistar posição de destaque nos cenários nacional e

internacional. E sua visão estratégica contempla o desenvolver de ações éticas, tecnicamente consistentes e politicamente estruturadas, tendo em vista a modernização do Estado e das instituições econômicas.

Buscando propiciar a excelência entre seus associados, o Cieam presta serviços especializados em áreas como legislação tributária, logística, gestão ambiental, comércio exterior e recursos humanos, no sentido de elevar o grau de eficiência e eficácia do setor industrial.

Os responsáveis pelo centro também buscam oferecer espaços de articulação, debate e atuação em temas relevantes ao desenvolvimento técnico-científico

dos envolvidos e sobre a prática da responsabilidade social empresarial, através das ações da Comissão de Cidadania Empresarial (CCE).

Nessa mesma perspectiva, a CCE visa investir estrategicamente no setor social, ser referência em práticas sociais, influenciar políticas públicas, conscientizar e engajar empresários e empresas por meio de sua participação direta em ações concretas e incentivar o debate acadêmico sobre responsabilidade social empresarial e sustentabilidade. Sua atuação acontece no sentido de mobilizar o maior número possível de empresas promovendo fóruns, seminários e cursos a fim de incentivar a formação e capacitação dos gestores.

E sua articulação se dá com o objetivo de firmar parceria com empresas,

FOTO: Stock.XCHNG



entidades de classes, governos e ONGs para capitalizar investimentos sociais que garantam retorno direto à sociedade e contribuam para alcançar a equidade social.

A Comissão de Cidadania Empresarial é composta por duas instâncias: o Conselho Consultivo, um foro especial constituído por empresários, especialistas em responsabilidade corporativa e sustentabilidade e representantes da sociedade, que visam orientar estrategicamente, sugerir linhas de ação, aprovar o planejamento estratégico e avaliar os resultados e relatórios anuais; e o Comitê Executivo,

formado por diretores executivos das empresas associadas ao Cieam, que participam ativamente dos eventos e realizações da CCE e contribuem com a construção de parcerias para a implementação do Programa de Responsabilidade Social Empresarial através de ações e projetos.

As principais ações da CCE são:

Voluntariado Empresarial visa organizar a disposição para o trabalho voluntário dentro da empresa, envolvendo seus colaboradores e gerando ações em benefício da comunidade nas áreas de educação,

formação profissional, preservação do meio ambiente, cultura, lazer, esportes, saúde e defesa de direitos.

Balanco Social das Empresas do PIM Objetiva ser um instrumento de demonstração das atividades das empresas, que tem por finalidade conferir maior transparência e visibilidade às suas informações sociais. Apoio ao Fundo de Investimento de Apoio a Crianças e Adolescentes (FIA)

Fórum de Responsabilidade Social Empresarial Um espaço permanente para apresentação de palestras, cases, troca de experiências, debates, oficinas e cursos de capacitação para enriquecer o processo de gestão responsável para a sustentabilidade.

Campanha de estímulo às empresas do Pólo Industrial de Manaus (PIM) a doarem para o Fundo da Infância e Adolescência e apoiarem as entidades responsáveis pela formulação de políticas locais de atendimento à população infanto-juvenil.

Dia V
Realizado, anualmente, no Dia Internacional do Voluntariado pela Comissão de Cidadania Empresarial do Cieam, reúne empresas associadas, colaboradores, parceiros e fornecedores para um dia inteiro de ações sociais.

Natal da Esperança
Ação para viabilizar a ceia natalina e doações de brinquedos, promovida pela Comissão de Cidadania Empresarial do Cieam. São realizadas campanhas internas para motivar os colaboradores a fazer doações, que são encaminhadas a entidades de assistência a crianças, adolescentes e idosos.

Todas essas ações são realizadas em parceria com instituições de todos os setores. A consciência de atuar em parcerias está muito presente na fala das empresas amazonenses. A articulação empresarial de empresas e sociedade civil parece ser um dos pontos fortes do Cieam. Essa capacidade de atuação e de articulação no desenvolvimento de ações socioambientais do Estado do Amazonas se reflete na fala do empresariado local.

Para eles, foram instituídos através dos anos movimentos sociais que acabaram por arrastar outros atores para a interpretação de papéis que antes não



FOTO: Stock.XCHNG

Vitória-régia, planta aquática típica da região amazônica, pode chegar a 2,5 de diâmetro e suportar 40 quilos

eram vistos na sociedade. Pode-se citar, como exemplo, o Natal da Esperança.

No tocante ao desenvolvimento do tema da responsabilidade social empresarial, que o Cieam se propõe a disseminar, Maurício Loureiro comenta: “Temos tentado incutir na cabeça dos demais colegas empresários que responsabilidade social é um tema que virou moda, mas nem por isso deve ser tratado como coisa comum”. Na opinião de Loureiro, a classe empresarial local já tem este conceito incorporado às suas empresas por causa da legislação vigente. O assunto só não havia tido a devida ênfase nem sido divulgado

adequadamente ao longo dos anos. Daí a decisão de se criar a diretoria de responsabilidade social do Cieam. Hoje, 20 das 45 empresas envolvidas diretamente com as ações da Comissão de Cidadania Empresarial publicaram um balanço social.

Na atuação das empresas entrevistadas vemos o voluntariado e a filantropia se mesclando com a visão do lucro e da responsabilidade social. As empresas

começaram fazendo filantropia para depois passarem à ação de investir de forma mais sistemática no campo social, de acordo com a sua visão e filosofia de negócios. “Se o negócio de uma empresa impacta o meio ambiente, então ela deve investir parte lucro em projetos que apóiam a comunidade a trabalhar com reutilização e reciclagem do resíduo produzido”, explica Amauri Branco, diretor da Microservice e membro do Conselho Superior do Cieam.

Segundo Branco, algumas empresas da região atuam de forma mais pontual com voluntariado, filantropia e em alguns projetos estratégicos. “A maior demanda, no entanto, ainda é por ações imediatas. Muitas vezes instituições procuram as empresas para que elas disponibilizem verba para consertar um telhado, comprar equipamentos, etc.” Essa prática estimula o assistencialismo.

Nesse sentido, o presidente do Cieam, Maurício Loureiro, ressalta que na sua visão “o lucro deve continuar sendo a meta do empresário, mas com um diferencial, pois sem o lucro nada pode ser viabilizado, mas a busca por ele deve ser feita com ética e responsabilidade, contribuindo para minimizar as carências das classes menos favorecidas”.

Loureiro enfatiza a necessidade do Cieam de atender aos anseios de seus associados. Para ele, estar associado ao centro não significa uma obrigatoriedade e sim uma questão de credibilidade, confiabilidade, profissionalismo, um diferencial competitivo.

O presidente do Cieam, Maurício Loureiro, ressalta que na sua visão “o lucro deve continuar sendo a meta do empresário, mas com um diferencial, pois sem o lucro nada pode ser viabilizado, mas a busca por ele deve ser feita com ética e responsabilidade, contribuindo para minimizar as carências das classes menos favorecidas”.

Segundo Núbia Lentz, assessora de comunicação e responsabilidade social do Cieam, é preciso lembrar que a gestão responsável tem como critérios de relação com os stakeholders a equidade, a transparência e a prestação de contas, considerando e incluindo o fornecimento e a acessibilidade às informações, além de cobrar da própria empresa que atue como consumidora consciente, se comprometendo na mobilização de toda a sua cadeia produtiva, exercendo seu poder de influência.

Podemos destacar os principais impactos nas funções exercidas nas empresas nas áreas de recursos humanos, compras e suprimento, marketing e venda, gestão de fábricas e unidades e na comunicação empresarial. “Essa tem sido a minha abordagem com as empresas: responsabilidade social empresarial é estratégia de negócio, de mercado, é visão de futuro. Se a empresa quer que o

seu produto tenha mercado, tem que ser responsável pelo meio ambiente e pelos consumidores, oferecendo um produto adequado ao consumo, garantindo que todas as técnicas de produção utilizadas sejam social e ambientalmente responsáveis. Precisamos falar a linguagem do empresariado”, explica Núbia.

Por outro lado, ela destaca a importância que tem a liderança empresarial no caminho do desenvolvimento da responsabilidade social das empresas. “Quando os empresários têm acesso a informações reais, eles não ficam alheios. Colocá-los em contato com a realidade muda tudo, embora levá-los a esse contato seja a missão mais difícil. O voluntariado é a porta de entrada. Grande parte das empresas associadas ao Cieam é de âmbito global e alguns desses líderes são executivos que enfrentam dilemas diante dos valores de sua empresa.

Entretanto alguns já conseguiram influenciar a sua empresa matriz, que estava fora do país”, esclarece. Como exemplo Lentz cita a Procter & Gamble, que conseguiu influenciar a matriz norte-americana, que já implantou um programa de voluntariado lá inspirado no trabalho amazonense.

A Comissão de Cidadania Empresarial Fieam/Cieam tem feito boas parcerias, tendo o Serviço Social da Indústria (Sesi) local como um dos seus maiores parceiros.

“O Cieam é uma instituição bastante articulada, dentro do segmento industrial e com uma rede social local. Isso tem dado um suporte muito bom para o núcleo e para a federação também. Não tem sentido inventar a roda. Por que não aproveitar a roda já pronta? Há essa experiência já adquirida, ver de que forma isso acontece e contribuir com a melhoria desses projetos. Se vai ser realizado um evento, a federação entra com a parte financeira para que o evento aconteça, e também na articulação, no envolvimento, no antes, no durante e no depois. Então as experiências que temos lá podemos trazer para cá e vice-versa. Diferentemente da visão de alguns Estados, aqui não somos concorrentes, pelo contrário, fizemos a opção de diferenciar os nossos produtos e perfil de atendimento às empresas”, explica Simônica Sidrin, gerente de responsabilidade social do Sesi.

Em tudo isso, chama atenção a pouca menção do Cieam em relação ao setor

“Parece-me que ainda é muito cedo para traçar ou querer alçar vôos mais altos. Porém, se trabalharmos com afinco e construirmos boas parcerias, poderemos ir mais longe”, diz Maurício Loureiro

comercial, que nos pareceu estar bem distante da visão e do movimento que se criou em torno da responsabilidade social empresarial no Amazonas. Talvez esteja aí um grande desafio para o futuro: a integração de todos os setores pelo desenvolvimento sustentável do Amazonas.

SOBRE O FUTURO

O atual momento da instituição, de acordo com Núbia Lentz, é de reflexão. “Estamos convencidos cada vez mais de que devemos nos unir em busca de uma solução para o país, e isso só será possível com o fortalecimento das nossas parcerias nacionais”, conta. O Cieam é norteado pelo que acontece no Brasil e no mundo e essa é a razão de estar ligado a uma rede maior.

Para trabalhar de uma forma mais eficaz, o Cieam está avaliando os resultados alcançados até agora e ouvindo as principais lideranças do setor para planejar o trabalho dos próximos anos. “Trabalhamos duro para construir as

parcerias e contribuir cada vez mais para o desenvolvimento local. Precisamos influenciar mais líderes empresariais”, diz Lentz.

Na opinião de Maurício Loureiro, não pode ser descartada a possibilidade de estender as ações de responsabilidade social para o interior do Estado futuramente. “Parece-me que ainda é muito cedo para traçar ou querer alçar vôos mais altos. Porém, se trabalharmos com afinco e construirmos boas parcerias, podemos ir mais longe; mas somente o tempo dirá”, avalia.

SOBRE A REDE ACE

O Cieam faz parte do Núcleo Amazonas da Rede de Articulação Nacional para a Cidadania Empresarial (Rede ACE) como um importante valor agregado à sua atuação. “Fazer parte de uma rede de cidadania empresarial que está presente em 11 Estados é estar conectada com todas as regiões brasileiras em torno de uma agenda comum que busca a transformação social do Brasil através de

FOTO: Arquivo / Rede ACE



Entrega dos mantimentos recolhidos para o Natal da Esperança

ações concretas, e precisamos fortalecer essas conexões”, declara Lentz.

Porém a assessora reconhece que ainda há vários pontos frágeis na Rede ACE, pois seus núcleos participam também de outras redes, portanto recebem demandas de todas elas. Lentz percebe que até o momento que as conexões

precisam ser fortalecidas. “Na hora em que você aciona um ponto encontra um profissional supercomprometido com o resultado do trabalho, mas com uma agenda sobrecarregada, sem poder dedicar o tempo que gostaria para cada uma dessas redes. Temos que saber gerir o tempo e, às vezes, falta talento para isso”, analisa.

Para Lentz a complementaridade e a mutualidade entre os núcleos de uma rede é vital. “O que faz uma organização se ligar mais a uma rede é a eficácia dos resultados do trabalho e a certeza de que seu trabalho também é importante para essa rede”, afirma. Segundo o Núcleo Amazonas, é preciso que a rede descubra o que a une ou talvez o que propicie mais essa união, quem sabe através de um projeto que seja único, uma identidade brasileira, nacional, que reconheça as diferenças sociais, culturais e econômicas, fortalecendo os interesses regionais existentes. Sem isso, os núcleos da rede correm o risco de se perderem dentro de suas próprias histórias.

COMISSÃO DE CIDADANIA EMPRESARIAL DO CENTRO DA INDÚSTRIA DO ESTADO DO AMAZONAS E FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO AMAZONAS – CIEAM / FIEAM

ENDEREÇO
Rua Acre, 26
Ed. Manaus First Tower
4º andar - Vieiralves,
CEP 69053-130

DATA DE INSTITUIÇÃO | FUNDAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO
Abril de 2004

HISTÓRICO

Em Dezembro de 2001

O Cieam e a ABRH realizaram uma campanha de arrecadação de alimentos, brinquedos e roupas em algumas empresas associadas.

Resultado

- 14 voluntários
- 7 empresas participantes
- 8 instituições beneficiadas
- 1.400kg de alimentos
- 800 peças de roupas
- 300 brinquedos

Em Dezembro de 2002

O Cieam convocou as empresas associadas para participar do Natal sem Fome, em parceria com ABRH, Isae, Sebrae e Ação da Cidadania de Betinho.

Resultado

- 300 voluntários
- 47 toneladas de alimentos
- 5.000 peças de roupas
- 2.000 brinquedos
- 84 instituições beneficiadas

Empresas Participantes em 2002

Amazônia Celular, Aliança Navegação e Logística, Cokson Electronics, Brastemp, Coimpa, Cosmoplast, Fujifilm, Genius, Gillette, Gradiente, HdI, Isae, Kodak, Multibrás, Nokia, Panasonic, Petrobras, Philips da Amazônia, Philips Eletrônica, Recofarma, Rio Claro Trust,

Samsung, Semp Toshiba, Siemens, Sinaees, Sony, Sweda, Technos, Termotécnica, Thomson, Tyco, Visteon, Xerox e Yamaha.

Em Dezembro de 2003

Resultado

- 3.500 voluntários
- 170 toneladas de alimentos
- 25.000 peças de roupas
- 70.000 brinquedos
- 462 instituições beneficiadas

Empresas Participantes em 2003

Aliança Navegação, Amazônia Celular, Caloi Norte, Cieam, CCE, Cisper, Coimpa, Coop. Golfinho Rádio Táxi, Cootedam, Cosmosplast, El Paso, Electrolux da Amazônia, Essilor, Flextronics, Fujifilm, Genius, Gillette do Brasil, HdI, Honda, Itautec Philco, Isae/FGV, Kodak, Jabil Circuit, Microservice, Minolta, Multibrás, Natura, Nokia, Oriente, Panasonic, Petrobras Reman, Philips da Amazônia, Philips Mds, Puras Refeições, Recofarma, Savcor, Samsung Eletrônica, Sesi, Semp, Toshiba, Sebrae, Siemens, Sony da Amazônia, Sony Music, Springer, Targo, Technos, Texaco, Termotécnica, Thomson, Videolar, Visteon Vídeo, Xerox e Yamaha.

MISSÃO

Promover o engajamento das empresas amazonenses na construção de uma sociedade economicamente próspera, socialmente justa e ambientalmente correta.

OBJETIVO

- Investir estrategicamente no setor social.
- Ser referência em práticas sociais.
- Influenciar políticas públicas.
- Conscientizar e engajar empresários e empresas por meio da participação direta em ações concretas.
- Incentivar o debate acadêmico sobre responsabilidade social empresarial e sustentabilidade.

VISÃO

- Ser referência em práticas sociais.
- Influenciar políticas públicas.

ESTRATÉGIA

- Mobilizar o maior número de empresas promovendo fóruns, seminários e cursos a fim de promover a formação e capacitação dos gestores.
- Firmar parceria com Empresas, Entidades de Classes, Governos e ONGs para capitalizar investimentos sociais que garantam retorno direto para a sociedade e contribuam para alcançar a equidade social.

PRINCIPAIS LINHAS DE ATUAÇÃO

Programa de Cidadania Empresarial

PRINCIPAIS PROJETOS/PROGRAMAS/AÇÕES

Voluntariado Empresarial

Visa organizar a disposição para o trabalho voluntário dentro da empresa, envolvendo colaboradores, gerentes, diretores, fornecedores, clientes e parceiros, gerando ações em benefício da comunidade nas áreas de educação, formação profissional, preservação do meio ambiente, cultura, lazer, esportes, saúde e defesa de direitos.

Balanco Social das Empresas do PIM

Objetiva ser um instrumento de demonstração das atividades das empresas que tem por finalidade conferir maior transparência e visibilidade às informações que interessam não apenas aos sócios e acionistas das companhias (shareholders), mas também a um número maior de atores: empregados, fornecedores, investidores, parceiros, consumidores e comunidade (stakeholders).

Desde 2003 aumentou o número de empresas do Pólo Industrial de Manaus (PIM). Hoje são aproximadamente 46, que apresentam de forma estratégica as informações econômicas, ambientais e sociais, revelando

a sustentabilidade da empresa, evidenciada nos indicadores mostrados nos seus balanços sociais ou relatórios de sustentabilidade.

Fórum de Responsabilidade Social Empresarial

Um espaço permanente para apresentação de palestras, cases, troca de experiências, debates, oficinas e cursos de capacitação para enriquecer o processo de gestão responsável para a sustentabilidade.

Apoio ao Fundo para a Infância e Adolescência (FIA)

CCampanha de arrecadação ao Fundo para a Infância e Adolescência (FIA), cuja conta bancária é administrada pelos Conselhos de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente. Seus recursos são destinados à implementação de programas de atendimento e ações voltadas para a defesa dos direitos de crianças e adolescentes nos municípios do Amazonas. A CCE estimula as empresas do Pólo Industrial de Manaus (PIM) a doar para o fundo e apoiar as entidades responsáveis pela formulação de políticas locais de atendimento da população infanto-juvenil, em especial aquela parcela que se encontra em situação de risco, ajudando a transformar a realidade das crianças e jovens que merecem oportunidade de crescer e se desenvolver.

O Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (FMDCA) atingiu, em 2007, o montante de R\$ 1.364.242,41, sendo R\$ 1.117.738,83 provenientes de transferências do município; R\$ 33.391,20 relativos à receita patrimonial – aplicações financeiras; e R\$ 213.119,38 classificados como outras receitas. As destinações do Imposto de Renda devido somaram R\$ 180.079,38. Desse total, R\$ 39.579,38 foram arrecadados por doações de pessoas físicas. As doações das pessoas jurídicas somaram R\$ 140.500,00. Esses recursos beneficiaram 15 organizações da sociedade civil.

Dia V

Realizado, anualmente, no Dia Internacional do Voluntariado pela Comissão de Cidadania Empresarial do Cieam, reúne empresas associadas, colaboradores, parceiros e fornecedores para um dia inteiro de ações sociais. A comunidade recebe atividades nas

áreas de educação, saúde, cultura, esporte, lazer, entretenimento, oficinas de capacitação profissional, palestras e cidadania.

Natal da Esperança

O Natal da Esperança nasceu em 2001 da união de várias campanhas que arrecadavam alimentos e brinquedos para garantir que famílias menos favorecidas tivessem uma refeição digna para comer no dia de Natal e brinquedos para presentear suas crianças. Promovido pela Comissão de Cidadania Empresarial do Cieam, conta com a participação do Voluntariado Empresarial, grupo de voluntários das empresas do Pólo Industrial de Manaus. Tem como parceiros o Sistema S, as entidades de classe da indústria, as entidades de classe do comércio e os Sindicatos das Empresas de Radiodifusão, dos Supermercados do Amazonas, das Empresas Jornalísticas e do Conselho de Desenvolvimento Humano (CDH). São promovidas campanhas internas para motivar os colaboradores a fazer doações de alimentos não perecíveis, roupas e brinquedos, que são encaminhados às entidades de assistência à criança, adolescentes e idosos. Em 2006 foram arrecadados cerca de 500 toneladas de alimentos e mais de 1 milhão de brinquedos.

AÇÕES INDICADAS PARA INTEGRAR O BANCO DE PRÁTICAS DA REDE ACE

Fórum Amazônia Sustentável

O Fórum Amazônia Sustentável foi lançado em Belém, em novembro de 2007, com a missão de mobilizar lideranças de diversos segmentos sociais para promover diálogo, cooperação e articulação visando a uma Amazônia justa e sustentável. A Carta de Compromissos objetiva firmar uma linha de orientação, de princípios e de valores básicos para viabilizar a proposição conjunta de novas práticas em prol da Amazônia. Como espaço democrático e intersetorial, o fórum admite a participação dos segmentos privado, público e social, bastando que o interessado assine o termo de adesão e concorde com a carta. O Cieam faz parte da secretaria executiva do fórum.

O fórum tem a seguinte estrutura organizativa:

- Plenária Geral (PG): formada pelos signatários da carta, que atualmente são 83. Tem função deliberativa e se reúne anualmente.
- Colegiado (CG): composto por GTA, CNS, Foirn, Coiab, Ethos, Imazon, PSA, Amazônia para Sempre, ARQMO, ISA, IOS, OAB-Pará, AAICO, Avina, WWF, UFMA, Vale, Grupo Orsa, Banco da Amazônia, Petrobras, IFC, Alcoa, Queiroz Galvão, Grupo Maggi, Grupo Eco, Sindiferpa e ICC. Atua nos impasses da CE.
- Comissão Executiva (CE): responsável por planejar/ coordenar a atuação do fórum e acompanhar as discussões nos GTs. É formada por GTA, Foirn, Vale, Imazon, Ethos, Avina, PSA, Grupo Orsa, ISA, CNS, IFC e Cieam.
- Secretaria Executiva (SE): responsável pela execução das ações definidas pela CE, promove interação entre instâncias. Coordena eventos e administra recursos. Está a cargo do Imazon.
- Grupos de Trabalho (GT): em número de oito, são responsáveis pelo conteúdo e pelas propostas do fórum.

Cada GT tem um moderador, um representante da CE e discute um tema específico:

- Controle social de mercado e políticas públicas.
- Incentivo a produtos e serviços sustentáveis.
- Construção de compromissos de boas práticas produtivas;
- Valorização do conhecimento tradicional.
- Estímulo ao desenvolvimento científico e tecnológico para a sustentabilidade.
- Demanda de ações do Estado para ordenamento e proteção de direitos.
- Proposição de políticas públicas de apoio ao desenvolvimento sustentável.
- Fomento ao diálogo entre as organizações dos países amazônicos.

PARCERIA COM A FEDERAÇÃO DA INDÚSTRIA LOCAL

A parceria com a Federação das Indústrias do Estado do Amazonas (Fieam) teve início em 2006, quando foi instituído o Conselho Temático de Responsabilidade Social, por determinação da CNI. Desde então as duas entidades de classe passaram a atuar conjuntamente para o fortalecimento da cidadania empresarial nas empresas associadas e parceiras.

RELAÇÃO COM OUTRAS ENTIDADES EMPRESARIAIS LOCAIS

Sesi
Senai
Sesc
ACA
CDL
Fecomércio
Federação da Agricultura do Estado do Amazonas

PRINCIPAIS PARCEIROS

Fundação Avina

A missão da Avina é contribuir para o desenvolvimento sustentável da América Latina, incentivando a construção de laços de confiança e parcerias frutíferas entre líderes sociais e empresariais, e articulando agendas de ação compartilhadas. O Cieam é parceiro da Avina desde 2003

Organizações da Rede ACE

BA: Comissão da Responsabilidade Social da Fieb (Fieb)
CE: Instituto Fiec de Responsabilidade Social (Fiec)
DF: Núcleo de Responsabilidade Social do Distrito Federal (Fibra)
ES: Conselho de Cidadania Empresarial da Findes (Findes)
GO: Conselho Temático de Responsabilidade Social da Fieg (Fieg)
MA: Instituto de Cidadania Empresarial (ICE-MA)
MG: Conselho de Cidadania Empresarial da Fiemg (Fiemg)
PE: Instituto Ação Empresarial pela Cidadania (Instituto AEC)
PR: Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial da Fiep (Fiep)
RJ: Conselho e Assessoria de Responsabilidade Social da Firjan

(Firjan)

RS: Fundação Semear (Fundação Semear)

SP: Instituto de Cidadania Empresarial (ICE-SP)

Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

O Cieam é articulador do Ethos desde 2004. A missão do Instituto Ethos é disseminar a prática da responsabilidade social empresarial, ajudando as instituições a:

1. Compreender e incorporar de forma progressiva o conceito do comportamento empresarial socialmente responsável;
2. Implementar políticas e práticas que atendam a elevados critérios éticos, contribuindo para o alcance do sucesso econômico sustentável em longo prazo;
3. Assumir suas responsabilidades com todos aqueles que são atingidos por suas atividades;
4. Demonstrar a seus acionistas a relevância de um comportamento socialmente responsável para o retorno em longo prazo sobre seus investimentos;
5. Identificar formas inovadoras e eficazes de atuar em parceria com as comunidades na construção do bem-estar comum;
6. Prosperar, contribuindo para um desenvolvimento social, econômica e ambientalmente sustentável.

Fundação Abrinq

A missão da Abrinq é promover a defesa dos direitos e o exercício da cidadania de crianças e adolescentes. O Cieam é parceiro institucional da fundação desde 2005.

Fórum Amazônia Sustentável

O Fórum Amazônia Sustentável foi lançado em Belém, em novembro de 2007, com a missão de mobilizar lideranças de diversos segmentos sociais para promover diálogo, cooperação e articulação visando a uma Amazônia justa e sustentável.

EMPRESAS ASSOCIADAS

1. 3M Manaus Ind. de Produtos Químicos Ltda.
2. Aços da Amazônia Ltda.

3. Aduana Despachos e Assessoria de Comércio Exterior Ltda.
4. Agio Image Produtos Fotográficos da Amazônia Ltda.
5. Aliança Navegação e Logística Ltda. & Cia.
6. Alva da Amazônia Indústria Química Ltda.
7. Amapoly Indústria e Comércio Ltda.
8. Amazon Refrigerantes Ltda.
9. Amazon Transporte Ltda.
10. Amcor Embalagens da Amazônia S.A.
11. Atobá da Amazônia Ltda.
12. Arosuco Aromas e Sucos Ltda.
13. Associação dos Consultores do Estado do Amazonas (Ascom)
14. Athletic da Amazônia Ltda.
15. Aurora da Amazônia Terminais e Serviços Ltda.
16. Avanplas Polímeros da Amazônia Ltda.
17. A.W. Faber Castell Amazônia S.A.
18. Balda Lumberg Technologies da Amazônia Ind. e Com. Ltda.
19. Bic da Amazônia S.A.
20. BDS Confeções Ltda.
21. Bombardier Recreational Products Motores da Amazônia Ltda.
22. Bramont Montadora Industrial e Comercial de Veículos Ltda.
23. Brasil & Movimento S.A.
24. Brastemp da Amazônia S.A.
25. Brudden da Amazônia Ltda.
26. Caloi Norte S.A.
27. Câmara de Com. e Ind. Nipo-Brasileira do Amazonas
28. Camargo Ferraz Metalúrgica Industrial S.A.
29. Carboman - Gás Carbônico de Manaus Ltda.
30. Cargo Engenharia de Ar Condicionado Amazônia
31. Cemaz Indústria Eletrônica S.A.
32. Ceras Johnson Ltda.
33. Cisper da Amazônia S.A.
34. Citizen Watch do Brasil S.A.
35. Climazon Industrial Ltda.
36. Coimpa Industrial Ltda.
37. Continental Indústria e Comércio Automotivo Ltda.
38. Consulado da República Federal da Alemanha
39. Cookson Electronics Amazônia Ltda.
40. Copag da Amazônia S.A.

41. Coplast Ind. e Com. de Resíduos Plásticos Ltda.
42. Cosmosplast Ind. e Com de Plásticos Ltda.
43. Crown Embalagens da Amazônia Ltda.
44. Crown Tampas da Amazônia S.A.
45. Dafra da Amazônia Ind. e Com. de Motocicletas Ltda.
46. Denso Industrial da Amazônia Ltda.
47. D.D. Williamson do Brasil Ltda.
48. DD&L Advogados Associados
49. Dumont Saab do Brasil S.A.
50. Elcoteq da Amazônia Ltda.
51. Electrolux da Amazônia Ltda.
52. Eletros – Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos
53. Elgin Industrial da Amazônia Ltda.
54. El Paso Rio Negro Energia Ltda.
55. Elsys Equipamentos Eletrônicos Ltda.
56. Engepack Embalagens da Amazônia Ltda.
57. Envision Ind. de Produtos Eletrônicos Ltda.
58. Esplanada Ind. e Comércio de Colchões Ltda. (Mobiliário)
59. Essilor da Amazônia Indústria e Comércio Ltda.
60. Exnama - Extratos Naturais da Amazônia Ltda.
61. Expresso Mercúrio S.A.
62. FCC do Brasil Ltda.
63. Flex Imp. Ind e Com. de Máquinas e Motores Ltda.
64. Foxconn do Brasil Ind. e Com. de Eletrônicos Ltda.
65. Fucapi - Fundação Centro de Análise, Pesquisa e Inovação Tecnológica
66. Fuji Photo Film da Amazônia Ltda.
67. Frioterm da Amazônia Ind. e Com. Ltda.
68. Gart Consultoria e Assessoria Empresarial Ltda.
69. Gelocrim Indústria e Comércio Ltda.
70. GK&B Indústria de Componentes da Amazônia Ltda.
71. Gradiente Eletrônica S.A.
72. Gree Electric Appliances do Brasil Ltda.
73. Harley Davison do Brasil Ltda.
74. Hisamitsu Farmacêutica do Brasil Ltda.
75. Honda Componentes da Amazônia Ltda.
76. HSBC Bank Brasil S.A. - Banco Múltiplo

77. H Buster da Amazônia Industrial e
78. Comércio Ltda.
79. Impressora Amazonense Ltda.
80. Itam - Indústria de Transformadores Amazonas Ltda.
81. Itautinga Agroindustrial S.A.
82. Jabil Brasil Ind. Eletroeletrônica Ltda.
83. J. Cruz Indústria e Comércio Ltda.
84. J. Toledo da Amazônia Ind. e Com. de Veículos Ltda.
85. Keihin Tecnologia do Brasil Ltda.
86. Kodak da Amazônia Indústria e Comércio Ltda.
87. Konica Minolta Business Solutions do Brasil Ltda.
88. KPMG Auditores Independentes
89. LG Electronics da Amazônia Ltda.
90. LP Display Amazônia Ltda.
91. Magnum Indústria da Amazônia Ltda.
92. Manaus Energia S.A.
93. Masa da Amazônia Ltda.
94. Metal Alloy Indústria e Comércio Ltda.
95. Metalfino da Amazônia Ltda.
96. Metalma da Amazônia S.A.
97. Mercosul Line Navegação e Logística Ltda.
98. Microservice Tecnologia Digital da Amazônia Ltda.
99. Mitsuba do Brasil Ltda.
100. Molex do Brasil Ltda.
101. Moto Honda da Amazônia Ltda.
102. Musashi da Amazônia Ltda.
103. New plastic Ind. de Plásticos da Amazônia Ltda.
104. Nidala da Amazônia Ltda.
105. Nissin Brake do Brasil Ltda.
106. Nitriflex da Amazônia Ind. e Com. S.A.
107. Nokia do Brasil Tecnologia Ltda.
108. Noritsu do Brasil Ltda.
109. Novodisc Mídia Digital da Amazônia Ltda.
110. Orbisat da Amazônia S.A.
111. Orient Relógios da Amazônia Ltda.
112. Orsa Embalagens da Amazônia S.A.
113. Osg Ferramentas de Precisão da Amazônia Ltda.
114. Panasonic do Brasil Ltda.

115. Pelmex da Amazônia Ltda.
116. Pepsi-Cola Ind. da Amazônia Ltda.
117. Perlos Ltda.
118. Philips da Amazônia Ind. Eletrônica Ltda.
119. Pioneer do Brasil Ltda.
120. Plastape Indústria de Fitas e Plásticos Ltda.
121. Prince Bike Norte Ltda.
122. Procoating Industrial de Laminados da Amazônia Ltda.
123. Procter & Gamble do Brasil S.A.
124. Proview Eletrônica do Brasil Ltda.
125. PST Eletrônica S.A.
126. Qualitech Indústria, Comércio e Representações Ltda.
127. Rapidão Cometa Logística e Transporte S.A.
128. Real Bebidas da Amazônia Ltda.
129. RCA da Amazônia Ind. e Com. Eletroeletrônico Ltda.
130. Recofarma Indústria do Amazonas Ltda.
131. Reck Aduaneira da Amazônia Ltda.
132. Reflect Indústria e Comércio de Componentes Automotivos S.A.
133. Rexam Amazônia Ltda.
134. Rigesa da Amazônia S.A.
135. Rio Claro Trust de Recebíveis S.A.
136. RR Indústria e Remanufatura S.A.
137. Salcomp Industrial Eletrônica da Amazônia Ltda.
138. Samsung Eletrônica da Amazônia Ltda.
139. Sanyo da Amazônia S.A.
140. São Jorge Transportes Especiais S.A.
141. Sat Bras Eletrônica da Amazônia Ltda.
142. Scorpions da Amazônia Ltda.
143. Seculus da Amazônia S.A. - Jóias e Relógios
144. Semp Toshiba Amazonas S.A.
145. Set do Brasil Ltda.
146. Showa do Brasil Ltda.
147. Siemens Eletroeletrônica S.A.
148. Solteco Tecnologia de Corte Ltda.
149. Sonoco do Brasil Ltda.
150. Sonopress Rimo da Amazônia. Ind. e Comércio Fonográfico Ltda.
151. Sonsun Ind. e Com. Tec. da Amazônia Ltda.
152. Sony Brasil Ltda.

153. Sony DADC Brasil Indústria e Comércio e Distribuição Videofonográfica Ltda.
154. Sony Plásticos da Amazônia Ltda.
155. Springer Plásticos da Amazônia S.A.
156. Steck da Amazônia Ind. Elétrica Ltda.
157. SVA da Amazônia Ltda.
158. Swedish Match da Amazônia S.A.
159. Tecal Alumínio da Amazônia Ltda.
160. Technos da Amazônia Ind. e Com. Ltda.
161. Tecplan Indústria Eletrônica Ltda.
162. Tec Toy S.A.
163. Teikon Tecnologia Industrial Ltda.
164. Telemar - Telecomunicações do Amazonas S.A.
165. Termotécnica da Amazônia Ltda.
166. Thomson Multimídia Ltda.
167. Tropical Manaus Resort & Center
168. Tyco Electronics da Amazônia Ltda.
169. Unicoba da Amazônia Ltda.
170. Videolar S.A.
171. Visteon Amazonas Ltda.
172. Weg Amazônia S.A.
173. WHB do Brasil Ltda.
174. Xerox Comércio e Indústria Ltda.
175. Yamaha Motor da Amazônia Ltda.
176. Yamaha Motor Componentes da Amazônia Ltda.

PUBLICAÇÕES, PESQUISAS E ARTIGOS

Não possui.

LEGISLAÇÃO LOCAL

Não dispomos de legislação estadual que favoreça esse tema.

ESTRUTURA

O conselho é um foro especial constituído por empresários, especialistas no tema e representantes da sociedade.

PRINCIPAIS ATRIBUIÇÕES DO CONSELHO CONSULTIVO

- Orientar estrategicamente a Comissão de Cidadania Empresarial.
- Sugerir linhas de ação e aprovar o planejamento anual da Comissão de Cidadania Empresarial.
- Apreciar ações desenvolvidas e avaliar relatórios da Comissão de Cidadania Empresarial.

PRINCIPAIS ATRIBUIÇÕES DO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

Conselho Consultivo da Comissão de Cidadania Empresarial

O conselho é constituído por empresários, especialistas em responsabilidade corporativa e sustentabilidade e representantes da sociedade. A sua missão é orientar estrategicamente, aprovar o planejamento estratégico e avaliar os resultados e os relatórios anuais.

Comitê Executivo da Comissão de Cidadania Empresarial

O comitê é formado por diretores executivos das empresas associadas ao Cieam e tem a missão de participar ativamente dos eventos e realizações da Comissão de Cidadania Empresarial, contribuindo na construção de parcerias para a implementação do Programa de Responsabilidade Social Empresarial através de ações e projetos.

Voluntariado Empresarial

O Voluntariado Empresarial tem como missão organizar a disposição para o trabalho voluntário dentro da empresa, gerando ações em benefício da comunidade.

FORMAÇÃO DA COMISSÃO DE CIDADANIA EMPRESARIAL

Composição do Cieam - Quadriênio 2007-2011

Presidente

Maurício Elísio Martins Loureiro -

Technos da Amazônia Ltda.

Diretor Executivo

João Ronaldo Melo Mota

Centro da Indústria do Estado do Amazonas

Conselho Superior (26)

Membros Efetivos

Altair José Vanzin

Frioterm da Amazônia Ind. e Com. Ltda.

Amauri Carlos Blanco

Microservice Tecnologia Digital da Amazônia Ltda.

Antonio Maria Ribeiro Baia

Bic Amazônia S.A.

Antônio Carlos da Silva

Carboman - Gás Carbônico de Manaus Ltda.

Armando Ennes do Valle Junior

Brastemp da Amazônia S.A.

Gerson Bedoschi

Caloi Norte S.A.

Gonçala Lima Alcântara

Copag da Amazônia S.A.

Harumi Tuda

Noritsu do Brasil Ltda

Iuquio Ashibe

Panasonic do Brasil Limitada

Jeanete Viana Portela

Coimpa Industrial Ltda.

Joaquim Libório dos Santos

Sanyo da Amazônia S.A.

Jorge Yasuyuki Arimor

Elgin Industrial da Amazônia Ltda.

Jório de Albuquerque Veiga Filho
Recofarma Indústria do Amazonas Ltda.

José Azevedo
Yamaha Motor da Amazônia Ltda.

José Luiz Jorge
Sony Brasil Ltda.

Julio Pascini Neto
Philips da Amazônia Ind. Eletrônica Ltda.

Lúcio Flávio Morais de Oliveira
São Jorge Transportes Especiais S.A.

Luiz Augusto Barreto Rocha
BDS Confeções Ltda.

Paulo Shuiti Takeuchi
Moto Honda da Amazônia Ltda.

Ricardo Augusto Schiel
Semp Toshiba Amazonas S.A.

Ulisses Tapajós Neto
Masa da Amazônia Ltda.

Valmir Franco
Videolar S.A.

Wilson Luiz Buzato Périco
Thomson Multimídia Ltda.

EQUIPE EXECUTIVA

Átila Denys
Cargo: Coordenador
cidadania_empresarial@cieam.com.br



Fortaleza de Santo Antônio, mais conhecida como Farol da Barra, em Salvador

BAHIA

Conselho de Responsabilidade Social Empresarial da Federação das Indústrias do Estado da Bahia (Cores / Fieb)

CONTEXTO

O Estado da Bahia foi onde primeiramente aportaram os portugueses no ano de 1500. Seu povoamento teve início 34 anos depois, sob influência dos jesuítas, tornando-se a primeira capital brasileira. Por ter sido o foco da colonização portuguesa no Brasil, a Bahia manteve, durante cerca de um século, o título de mais importante porto marítimo do hemisfério sul, movimentando intenso comércio com Europa, Ásia e África. Após o período de colonização, a Bahia e o Nordeste foram gradualmente sendo substituídos por pólos dinâmicos do Centro-Sul do país, especialmente Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro. Atualmente, a Bahia, com 6,6% do território nacional, mantém uma participação de 4,2% do PIB, sendo a economia mais importante do Nordeste.

A composição econômica da Bahia se baseia na agricultura, na indústria e no turismo. A criação animal e o extrativismo são também importantes fontes de renda. No setor industrial baiano, destacam-se a indústria química, petroquímica e a agroindústria. Porém o sucesso econômico da Bahia não parece promover a igualdade social: nem todos os baianos se beneficiam dos êxitos econômicos do Estado por causa da concentração da renda.

Com cerca de 14 milhões de habitantes, a Bahia é o Estado mais populoso do Nordeste e o quarto Estado mais populoso do Brasil. Além disso, a Bahia abriga o maior contingente de população

Com relação à cor ou raça, 62,9% da população baiana é composta de pardos, 20,8% de brancos e 15,7% de negros. Desse modo, a Bahia se posiciona como o Estado com maior população de negros e pardos do país.

rural do país. Com relação à cor ou raça, 62,9% da população baiana é composta de pardos, 20,8% de brancos e 15,7% de negros. Desse modo, a Bahia se posiciona como o Estado com maior população de negros e pardos do país.

Quanto a isso, chama a atenção que, nessa região, como na maioria dos Estados brasileiros, existe um grande abismo racial em relação ao desenvolvimento humano. Segundo o relatório Emprego, Desenvolvimento Humano e Trabalho Decente – A experiência brasileira recente, lançado pela Comissão Econômica para América Latina e Caribe (Cepal), pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) e pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), os brancos têm indicadores de desenvolvimento humano superiores aos negros e pardos em todas as regiões e em todos os Estados do país.

Posicionando-se no ranking nacional de desenvolvimento humano em 19º lugar (Pnud 2005), com IDH de 0,742,

a Bahia tem grande parte de sua população que não usufrui plenamente do desenvolvimento econômico que citamos, o que delimita um desequilíbrio entre as diversas regiões do Estado. Além disso, na Bahia, como em todo o país, o desenvolvimento econômico convive com muitas contradições que se refletem nos indicadores sociais, reflexo das grandes concentrações de renda e desequilíbrios regionais. Na área educacional, por exemplo, a taxa de analfabetismo da população baiana, de 10 anos ou mais de idade, é de 16,8%, mantendo-se estável em relação à taxa observada em 2006. Entretanto, vale ressaltar que entre 2006 e 2007 o número de pessoas alfabetizadas aumentou em 167 mil.

Esse é um dos maiores desafios que enfrentam aqueles que investem na mudança do paradigma de desenvolvimento no Estado, herança de mais de 500 anos de uma cultura que impede que o Brasil chegue a níveis de desenvolvimento que se espera de um país com tantas possibilidades.



Elevador Lacerda, Mercado Modelo e vista do Forte São Marcelo

SOBRE O NÚCLEO

É no contexto econômico-social apresentado que é criado o Conselho de Responsabilidade Social da Federação das Indústrias da Bahia (Fieb), em abril de 2004, que inicia as suas atividades em julho do mesmo ano. A Fieb, como as demais federações, possui em sua estrutura de funcionamento conselhos temáticos ligados diretamente à sua presidência. Esses conselhos temáticos são órgãos consultivos, constituindo-se em foros de debates que têm por objetivos básicos a formulação de diretrizes e estratégias que sirvam de base ao processo decisório e ao posicionamento político, econômico e social do Sistema Fieb, em matérias de

relevância para a coletividade industrial do Estado da Bahia.

Busca também promover a participação dos empresários e executivos dos vários setores industriais nas discussões para as decisões sobre os grandes temas da indústria. Desde 1993 já existiam conselhos na federação organizados em torno de alguns temas, e atualmente são os seguintes: Petróleo e Gás, Tecnologia e Competitividade, Comércio Exterior, Relações Trabalhistas, Meio Ambiente, Assuntos Jurídicos, Economia, Assuntos Fiscais e Tributários, Infra-estrutura, Micros e Pequenas Empresas. Havia a demanda de várias entidades parceiras, entre as quais o Instituto Ethos, para que a Federação das Indústrias da

Bahia se engajassem no movimento da responsabilidade social empresarial, que já se expandia no Brasil e no mundo. Assim, em 2004, foi proposta e aprovada, em reunião de diretoria, a criação do Conselho Temático de RSE.

Esse conselho foi formado com representantes de empresas de diferentes portes e segmentos industriais, entidades sociais de alta representatividade, empresas do setor de comunicação, do setor bancário e de energia, contando com a parceria do Sebrae, do Sesi e do Instituto Ethos.

A sua missão é difundir o conceito e boas práticas de responsabilidade social empresarial, sensibilizar e apoiar as

empresas a gerir os negócios de forma socialmente responsável, utilizando a estrutura executiva do Sistema Fieb. Os seus principais objetivos são:

- 1) Contribuir para a melhoria do quadro socioambiental do Estado da Bahia e para a performance, a imagem e a sustentabilidade das empresas.
- 2) Promover o alinhamento de conceitos e a difusão de boas práticas de responsabilidade social empresarial.
- 3) Colaborar para a formação de uma rede articulada de organizações comprometidas com o tema, integrando a Fieb nas questões relativas à RSE.
- 4) Refletir e propor ações estratégicas de RSE para subsidiar a atuação da Fieb através de suas entidades e áreas executivas.

A exemplo de outras federações, uma das primeiras iniciativas do recém-criado Conselho de Responsabilidade Social Empresarial (Cores/Fieb) foi realizar um diagnóstico no setor industrial sobre como se posicionavam as empresas baianas em relação ao tema da responsabilidade social para levantar subsídios para sua atuação. A pesquisa, iniciada no final de 2004 e concluída em abril de 2005, foi realizada com 163 empresas industriais, cujas respostas ajudaram o Cores a compreender as tendências em curso na área da RSE, bem como a planejar a sua atuação e desenvolver novos conhecimentos e práticas de gestão socialmente responsável.

Uma empresa responsável é aquela que consegue maximizar seus lucros com o cumprimento de suas obrigações sociais.

A amostra consultada foi bastante representativa, sobretudo entre as grandes e médias empresas. Foram obtidos importantes subsídios, tais como:

1) Viu-se que 50% das grandes indústrias pesquisadas possuíam uma política/ estratégia de RSE documentada; entre as médias o índice foi de 23% e entre as pequenas, de apenas 8,5%. Esse resultado surpreende positivamente, uma vez que àquela altura o tema da responsabilidade social era ainda muito recente na agenda das empresas baianas. No entanto, quando se verifica o percentual total de empresas que atuam dessa forma, não passa de 22%, o que significa que ainda há muito a ser feito, principalmente nas micros e pequenas empresas.

2) Quanto maior a empresa, maior a probabilidade de manutenção de alguma área (diretoria, gerência ou núcleo de RSE) para cuidar das questões específicas da responsabilidade social.

3) Só as grandes (19,2%) e as médias (16%) empresas, praticamente, já têm ou planejam ter uma fundação/ instituto para tratar de RSE.

Em relação à compreensão do conceito de responsabilidade social, a grande

maioria das empresas entrevistadas se dividiu entre as seguintes visões:

1) O balanço social é uma ferramenta de gestão que ajuda a empresa a avaliar o impacto de suas atividades na sociedade como um todo e a planejar sua evolução como empresa socialmente responsável. Os resultados econômicos de uma empresa só terão um valor efetivo se a sociedade estiver cada vez menos ameaçada em seu meio ambiente, em sua segurança e em sua qualidade de vida coletiva.

2) Tudo o que a empresa faz além do que é determinado pela legislação, e que é valorizado positivamente pela sociedade, deve ser organizado sob a forma de balanço social e divulgado o mais amplamente possível, pois isso gera repercussões positivas para sua imagem interna e externa e, conseqüentemente, para a sua competitividade no mercado.

3) Uma empresa responsável é aquela que consegue maximizar seus lucros com o cumprimento de suas obrigações sociais. Assim, o balanço das atividades de uma empresa deve revelar, basicamente, se ela está conseguindo elevar sua rentabilidade e aumentar sua capacidade de atender os clientes. As

FOTO: Roberto Viana/Agecom



Ladeiras do Pelourinho, Centro Histórico da Cidade de Salvador

visões aceitas pela maioria das empresas demonstram um relativo conhecimento sobre o conceito trabalhado e, ao mesmo tempo, revelam a importância que as empresas dão à prática da responsabilidade social, visando à melhoria dos seus negócios.

No que toca aos principais interesses das empresas nesse campo, percebe-se uma grande diversidade de focos que variam de acordo com o porte da empresa. Por exemplo, quando a pesquisa aborda os objetivos das empresas com a adoção de práticas de RSE, percebe-se o interesse naqueles objetivos relacionados com o fortalecimento dos negócios. As grandes empresas têm maior foco de interesse em aumentar a motivação e o envolvimento dos seus colaboradores (77,2%) e em aumentar a satisfação e fidelidade do cliente/ consumidor (73,5%).

As médias empresas priorizam dinamizar o mercado e o consumo (35,3%) e obter vantagens competitivas na conquista e ampliação do mercado (32,5%). Enquanto isso, as pequenas almejam preferencialmente obter maiores facilidades no acesso a capital financiamento (28,4%) e dinamizar o mercado e o consumo (25%).

Quanto aos objetivos associados aos interesses sociais, as grandes empresas têm maior interesse em preservar os recursos naturais e contribuir para a sustentabilidade ambiental (69,4%), bem como em colaborar para a redução de problemas sociais (65,6%). As médias empresas acham importante promover

As empresas, cada vez mais, tomam consciência de que não dão conta sozinhas dos problemas existentes, por isso se articulam entre si e com outras organizações para atender às demandas do campo socioambiental.

o direito das minorias (40%), além da ampliação da geração de emprego e renda (35,3%). Já as pequenas empresas almejam ter seus dirigentes reconhecidos como lideranças empresariais (25,5%), assim como reduzir a pobreza e melhorar a distribuição de renda (19,7%).

A partir dessa pesquisa, e partindo do princípio de que o conselho deve ter uma proposta consultiva e articuladora, o Cores/Fieb estrutura-se para atender a essa demanda com as seguintes iniciativas estratégicas:

- 1) Promover a cultura e a educação para SER.
- 2) Promover o engajamento da pequena empresa na RSE.
- 3) Articular a integração de uma rede de RSE na Bahia.
- 4) Promover a sustentabilidade das ações do conselho.
- 5) Acompanhar e participar de ações de influência no tema de RSE.

A idéia é que, por meio da articulação de diferentes atores, lideranças empresariais e do terceiro setor que já atuam no campo de responsabilidade social empresarial, o Cores/Fieb possa fazer parte de uma rede de iniciativas que promova e dissemine a RSE junto ao setor empresarial. Para tal, o conselho abre espaço para realização de parcerias e incorpora iniciativas que têm sinergia com sua proposta. É o caso da adesão ao compromisso “Todos pela Educação” e de várias ações realizadas em conjunto com o Instituto Ethos, contribuindo assim para agregar outros atores empresariais e fortalecer o movimento de responsabilidade social empresarial.

Esse conselho tem se destacado, nos seus anos de atividade, pelos resultados que vem alcançando. Diante das demandas, o Sistema Fieb disponibiliza uma estrutura técnica de apoio e suas áreas executivas, em especial o Sesi, como suporte aos seus projetos e demais iniciativas. Os seus principais projetos e programas são: Programa Pró-Infância (apoio aos Conselhos da Criança e do Adolescente); fomento ao Projeto de Capacitação em

FOTO: Roberto Viana/Agecom



Farol da Barra

RSE para micros, pequenas e médias empresas; realização dos Seminários Fieb de RSE; apoio à realização da IV Conferência Interamericana de RSE e Congresso Gife 2008, ambos realizados em Salvador; e apoio à Construção da Norma ISO 26000 de RSE. Além disso, o conselho vem realizando em todo o Estado, em parceria com o Sesi, treinamentos e seminários, além de incentivar instituições e empresas que desenvolvem o tema da RSE na Bahia.

Entre as experiências vividas no processo de desenvolvimento e fortalecimento do Cores/Fieb, destaca-se a grande diversidade de lideranças e de perfis no âmbito da formação de um conselho atuante, tanto na administração

das diferentes expectativas como no equilíbrio dos diferentes níveis de conhecimentos e focos de interesse. Para buscar um alinhamento, no momento do início das atividades desse conselho, contou-se com a ajuda de um consultor externo para realizar o plano estratégico do conselho. Hoje, atualmente, todos os membros reúnem-se para análise das iniciativas estratégicas e dos resultados alcançados no período e também para planejamento das ações do ano seguinte, contando com o apoio das equipes internas do Sistema Fieb, seja da área de planejamento ou mesmo da área técnica de responsabilidade social.

Decorreu um certo tempo até ajustar o modelo de atuação e para que

se compreendesse como um tema novo e com as peculiaridades da RSE se desenvolve numa federação e suas diferenças em relação a uma dinâmica empresarial. “O conselho é consultivo, logo os processos não são imediatos porque pensamos e agimos estrategicamente, discutimos, sugerimos, e cabe à federação acatar ou implantar as propostas apresentadas, como acontece na maioria das vezes”, observa Aroldo Valente Barbosa, secretário executivo do Cores/Fieb.

Como já foi dito, o conselho não tem papel operacional, as áreas executivas das outras entidades operativas, em especial o Sesi, reforçam sua atuação nessa rede para a expansão da RSE na Bahia. O Sebrae e o Instituto Ethos são importantes parceiros na operação de projetos.

A assessora técnica do Cores/Fieb, Luciana Abud, exemplifica um tipo de atuação dessas entidades: “O Projeto Capacitação Empresarial em RSE, realizado pela parceria com o Sebrae e o Sesi Nacional

e operacionalizado pelo Sesi Bahia, acontece em quatro etapas. Primeiro é realizada uma palestra de sensibilização com as empresas; depois cursos que têm em seu conteúdo temas com o histórico da RSE, conceitos e exemplos de ferramentas de gestão, entre outros, perfazendo a carga horária de 28 horas. Na terceira etapa o Sesi disponibiliza horas de consultoria para que as empresa possam executar uma ação social. Por fim, a empresa, acompanhada pelo Sesi, elabora um projeto social”.

SOBRE O FUTURO

Na visão da maioria dos empresários e executivos que são membros do Conselho de Responsabilidade Social da Fieb, o tema da RSE tende a se expandir na Bahia. As empresas, cada vez mais, tomam consciência de que não dão conta sozinhas dos problemas existentes, por isso se articulam entre si e com outras organizações para atender às demandas do campo socioambiental.



FOTO: Roberto Viana/Agocom

Percebe-se uma tendência de integração entre as empresas nesse tema. Coordenado pelo empresário Antônio Ricardo Alvarez Alban, tendo como vice-coordenador Jorge José dos Santos Freire, o Cores/Fieb tem, atualmente, cerca de 20 membros, todos empresários ou executivos e com pouco tempo pessoal e profissional para dedicar às atividades do conselho, o que não representa grande impacto, já que o conselho é consultivo.

Verifica-se que, para se ampliar as atividades desse conselho, além de utilizar a estrutura técnica e administrativa do Sistema Fieb, é necessário buscar parcerias operacionais. “Os próximos passos são na direção de ampliar a capacidade de articulação do conselho, atrair novos

empresários para contribuir com as necessidades que surgirão. É preciso acelerar o passo. A importância que a Fieb tem para o Estado e para a economia exigirá uma maior contribuição da sua parte”, revela Isaac Edington, membro desse conselho.

Já Aroldo Barbosa, secretário executivo do conselho, acredita que “a oportunidade de melhoria está em ampliar a inserção do Cores/Fieb numa rede baiana de RSE, para então crescer mais, atuar melhor em rede através dos projetos que surgirão nesse âmbito, promover maior interação. A Fieb é protagonista do desenvolvimento industrial do Estado, e isso já é um grande desafio, e para promover o desenvolvimento social da

Dique do Tororó, considerado santuário, com suas esculturas de orixás do artista plástico Tati Moreno. Fundação Casa de Jorge Amado, no Largo do Pelourinho



FOTO: Roberto Viana/Agocom

Bahia é necessário entender que somos apenas parte do processo, é preciso que haja também participação dos demais setores da sociedade”.

SOBRE A REDE ACE

“Como o Cores/Fieb tem em um dos seus direcionamentos a criação e articulação de uma rede de responsabilidade social, temos muito o interesse de nos articular com a Rede de Articulação Nacional pela Cidadania Empresarial, da mesma forma que procuramos avançar em articulações locais no Estado”, observa Aroldo.

E ainda complementa: “Embora tenhamos muito interesse na Rede ACE, precisamos estar alinhados com o

Conselho Temático de Responsabilidade Social Empresarial da CNI. A nossa participação na Rede ACE depende muito do seu alinhamento com o Cores-CNI. É importante que a Rede ACE se aproxime das demais federações que têm realizado ações muito interessantes por esse Brasil afora, chegue mais perto da própria CNI. O objetivo seria unir esforços e ampliar os impactos desse movimento local e nacionalmente”.

O conselheiro Isaac Edington reconhece que o Cores/Fieb teve, no seu início, a mobilização da Rede ACE a partir de um encontro realizado em Minas Gerais e da

presença de Francisco Azevedo em uma das primeiras reuniões do conselho.

Por isso, pensa que deveria existir uma programação anual que desse oportunidades para articulações e trocas de experiências, oportunidade para o encontro e o desenvolvimento dessa rede, assim como a adesão de novos membros. Com isso, pode-se avançar mais rápido, não no sentido de correr, mas de tornar o avanço efetivo, expandir, estabelecer metas conjuntas, colocar alvos à frente dessa rede. É preciso criar ocasiões de encontro, com metodologias eficazes para que novas conquistas aconteçam.

CONSELHO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL DA FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DA BAHIA (CORES / FIEB)

HISTÓRICO

Diante dos movimentos do mercado industrial, os quais indicam que a responsabilidade social deve fazer parte dos negócios da empresa, e da crescente demanda do Sistema Fieb por serviços desta natureza, em 2004 foi sugerida, em reunião de diretoria, a criação do Conselho Temático de RSE. Esse conselho foi formado com representantes de grandes e pequenas indústrias, de entidades sociais de alta representatividade, de empresas do setor de comunicação, do setor bancário e de energia e parceiros como o Sebrae e Ethos.

Esse conselho tem se destacado pelas atividades e resultados que tem tido. Diante das demandas, foi disponibilizado pelo Sistema Fieb uma estrutura técnica de apoio, bem como estabelecido que as áreas executivas da Fieb, em especial o Sesi, operam os projetos e demais iniciativas deste conselho.

MISSÃO

Difundir o conceito e boas práticas de responsabilidade social empresarial (RSE), sensibilizar e apoiar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, utilizando a estrutura executiva do Sistema Fieb.

PRINCIPAIS LINHAS DE ATUAÇÃO

Promover cultura e educação para RSE

Caracteriza-se pelo objetivo de sensibilizar e conscientizar empresários sobre os fundamentos da cultura, valor e benefícios da SER, bem como fomentar a prática dentro das organizações.

Promover engajamento da pequena empresa na RSE

Identificando o grande número de pequenas empresas no Estado da Bahia que possuem menos recursos e acesso a informação e conhecimento, objetiva incluir esse público no tema da RSE.

Articular a integração de uma rede de RSE

Objetiva a criação de um ambiente de rede de forma estruturada e sistêmica que integre segmentos, promova parcerias estratégicas e articulações capazes de gerar sinergia entre as partes interessadas.

Promover a sustentabilidade das ações do conselho

Visa estabelecer os meios de sustentação política e financeira das ações de RSE no âmbito interno (Fieb) e externo.

PRINCIPAIS PROJETOS, PROGRAMAS E AÇÕES

Programa Pró-Infância

Fomento ao Programa Pró-Infância, que tem como objetivo incentivar e facilitar a participação da sociedade na arrecadação de recursos, utilizando-se do Imposto de Renda, destinados às instituições de apoio às crianças e adolescentes em situação de risco social. Além de divulgar externamente, através do site, de palestras e de informativos, a lei que visa facilitar a participação dos contribuintes do Imposto de Renda, a Fieb antecipa o recurso aos seus funcionários que demonstram interesse em contribuir com o fundo.

Capacitação em responsabilidade social empresarial (RSE) para micros, pequenas e médias empresas

O projeto tem como objetivo difundir conceitos e estimular a prática de RSE nas micros, pequenas e médias empresas. A proposta acontece pela realização de palestras, treinamentos, consultoria e desenvolvi-

mento de projetos. É operacionalizado pelo Sesi Bahia em parceria com o Sebrae e o Sesi Nacional.

Realização de seminários de responsabilidade social empresarial e apoio a eventos de fomento ao tema

- **Seminários Fieb de Responsabilidade Social Empresarial** com temas como consumo consciente, objetivos do milênio e Programa Pró-Infância.
- **Seminário de lançamento do Projeto de Capacitação em Responsabilidade Social Empresarial (RSE)** para micros, pequenas e médias empresas.
- **IV Conferência Interamericana de RSE**, realizada em Salvador em 2006. O Fieb forneceu todo o apoio logístico para a realização do evento, além da indicação de empresas e apoio na divulgação do evento. A conferência teve a participação de 515 pessoas, sendo 289 brasileiras.
- **Apoio à realização do evento Mesa-Redonda** sobre Investimento Social Privado em parceria com o Sesi Bahia – 2007 e 2008.
- **Apoio ao PSQT – Prêmio Sesi Qualidade no Trabalho** – 2007 e 2008 e estímulo à participação das empresas no Top Social/ADVB.
- **Apoio institucional à realização do Congresso 2008 do Grupo de Empresas, Fundações e Institutos (Gife)** sobre Investimento Social Privado.

Apoio à construção da Norma ISO 26000 de Responsabilidade Social Empresarial

ENDEREÇO

Rua Edístio Pondé, 342
Stiep, Salvador BA
CEP 41770-395

DATA DE INSTITUIÇÃO | FUNDAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

- Abril de 2004 - Emissão da Portaria da Presidência que cria o Conselho de RSE e designa o coordenador e vice-coordenador.
- Julho de 2004 - Início das atividades do Conselho.

Contribuição no questionário enviado pelo Sesi Nacional para a construção da Norma de Responsabilidade Social ISO 26000 e participação nas videoconferências realizadas. Atualmente temos a participação, como membro do conselho, de Jorge Emanuel Reis Cajazeiras, que preside o comitê internacional de elaboração da norma.

Mantenedor da Junior Achievement desde 2006

Adesão ao Compromisso Todos pela Educação em 2007

Assinatura de convênio para apoio de distribuição da Revista Idéia Socioambiental – 2008

Membro do Conselho Temático Permanente de Responsabilidade Social Empresarial da CNI – Cores/CNI

AÇÕES INDICADAS PARA INTEGRAREM O BANCO DE PRÁTICAS DA REDE ACE

“Programa Pró-Infância” e “Capacitação em RSE para Micros, Pequenas e Médias Empresas”.

PARCERIA COM A FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS LOCAL

O Cores/Fieb é uma estrutura integrante da Federação das Indústrias do Estado da Bahia.

RELAÇÃO COM OUTRAS ENTIDADES EMPRESARIAIS LOCAIS

Sindicatos filiados à Fieb
Serviço Social da Indústria (Sesi)
Serviço Nacional da Aprendizagem Industrial (Senai)
Instituto Euvaldo Lodi (IEL)

PRINCIPAIS PARCEIROS

Sesi Bahia
Sebrae Bahia

Rede Bahia
Jornal A Tarde
Instituto Ethos de Responsabilidade Social
Grupo de Associados ao Ethos na Bahia
Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Salvador
Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Camaçari
Conselho Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente da Bahia
Grupo Gerdau
Conselho Temático Permanente de Responsabilidade Social Empresarial da Confederação Nacional da Indústria (Cores/CNI)
Rede ACE
Revista Idéia Socioambiental
Grupo de Empresas, Fundações e Institutos (Gife)

PERFIL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS POR SETOR

Este núcleo é vinculado ao Sistema Fieb, não possuindo associados específicos. Todas as empresas industriais da Bahia podem se beneficiar com as ações deste núcleo.

PUBLICAÇÕES, PESQUISAS E ARTIGOS

Pesquisa Fieb de Responsabilidade Social Empresarial

A pesquisa tem o objetivo de conhecer a atuação das indústrias da Bahia para subsidiar a atuação do conselho para ações mais efetivas. Na primeira edição, em 2005, 163 empresas responderam ao questionário enviado, o que gerou um relatório condensado em uma publicação da Fieb. Essa publicação foi lançada no I Seminário Fieb de Responsabilidade Social, divulgado para instituições interessadas no tema e está disponível no site deste núcleo:

www.fieb.org.br/institucional/conselhos/crse/arquivos/Pesquisa_RSE_Versao_Condensada.PDF

ESTRUTURA

Sistema Integrado Cores/Fieb MACROESTRUTURA						
Mantenedores	Diretoria	Assessoria Externa	Estrutura Operacional			Clientes
		Conselhos Temáticos	Coordenação	Serviços e Apoios	Produtos	
Indústrias	Conselho de Representantes Conselhos Regionais	Jurídico	Diretor Executivo José Cabral	Super. Financeira Paulo Andrade	Super. Desenvolv. Industrial	Indústrias Sindicatos Industriários
		Economia			Super. de Ações Institucionais	
		Comércio Exterior			Super. de Educação e Qualificação Gustavo Sales	
		Tecnologia e Competitividade		Superintendência Plan. e Organização Makoto Koshima	Super. de Difusão Tecnológica Armando Neto	
		Meio Ambiente		Assessoria Jurídica Silvana Sapucaia	Super. Saúde e Qualidade de Vida	
		Assuntos Fiscais e Tributários				
		Resp. Social Empresarial				
		Rel. Trabalhistas				
		Infra-estrutura				
		Comitê de Petróleo e Gás				
		Macro e Pequena Empresa				

FORMAÇÃO DO CORES/FIEB

Coordenador

Antonio Ricardo Alvarez Alban – Fábrica de Biscoitos Tupy

Vice-Coordenador

Jorge José Santos Freire – Rhumos Consultoria

Membros

Adelaide Rogério Rezende – Consultec
André Luiz Gondim – Coelba
Antonio Carlos Peixoto de Magalhães Júnior – Rede Bahia
Carlos Eduardo Duff da Motta Pereira – Petrobras Distribuidora
Geraldo Magalhães Machado – Liceu de Artes e Ofícios da Bahia
Jorge Emanuel Reis Cajazeira – Suzano Papel e Celulose S.A.
José Ailton de Lira – Oi Bahia
José Corgozinho de Carvalho Filho – Fundação José Carvalho
Manoel Carnaúba Cortez - Brasken

Marconi Andraos Oliveira – Dow Brasil Nordeste Ltda.

Mariruth de Mello Persson – Petróleo Brasileiro S.A.

Paulo Manso Cabral – Sebrae Bahia
Renato Simões Filho – Jornal A Tarde
Roberto Barros Bezerra – Gerdau S.A.
Rosalvo Fonseca Peixoto – Deten
Tadeo Sanchez Oller – Sol Embalagens
Vicente Mario Visco Mattos – Concreta
Walter von Cekuz Garrudo – Grupo A Tarde

EQUIPE EXECUTIVA

Secretário Executivo do Cores/Fieb e Coordenador de Assessoria de Desenvolvimento do Sesi-BA

Aroldo Valente Barbosa
aroldo@fiel.org.br

Assessora Técnica do Cores/Fieb e Assessora de Responsabilidade Social do Sesi-BA

Luciana Maia Abud
lucianam@fiel.org.br

Técnica em Responsabilidade Social (Sesi-BA)

Lara Villas-Boas
lara@fiel.org.br

Coordenador dos Conselhos Temáticos da Fieb

Ronaldo Gonçalves
ronaldo@fiel.org.br

Secretária dos Conselhos Temáticos da Fieb

Cristina Braga
cristina@fiel.org.br

Projetos 2007

PRÓ-INFÂNCIA & PROJETO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Descrição dos dois principais projetos do Conselho de Responsabilidade Social Empresarial da Federação das Indústrias do Estado da Bahia para fomentar a cidadania empresarial no Estado, eleitos pela entidade conforme os critérios de inovação, facilidade de viabilização e nível de resultados alcançados.

Salvador, setembro de 2008.

PROJETO PRÓ-INFÂNCIA

CRITÉRIO DE ESCOLHA

Relevância do tema para a sustentabilidade do país e potencial de aceitação pelas empresas e pessoas físicas.

O PROJETO

“O Fundo Pró-Infância tem como objetivo incentivar a participação da comunidade na captação de recursos para apoiar programas de entidades de amparo às crianças e adolescentes carentes e portadores de necessidades especiais legalmente cadastradas e com projetos aprovados nos Conselhos Municipais, Estaduais ou Federal dos Direitos da Criança e do Adolescente.” – Extraído do site www.proinfancia.org.br.

COMO FUNCIONA

É uma campanha incorporada pela Fieb que tem como objetivo estimular e facilitar a arrecadação de recursos para crianças e adolescentes em situação de risco social, através de entidades legalmente cadastradas nos Conselhos Municipais, Estaduais ou Federais dos Direitos da Criança e do Adolescente, instituídos de acordo com a Lei Federal nº. 8.069/90.

Essa iniciativa, cujo benefício para a sociedade é extremamente significativo, está alinhada com a crescente importância do papel que os indivíduos podem exercer como agentes ativos do desenvolvimento das comunidades e na construção de uma cidadania responsável e produtiva.

Não se trata de uma doação, mas sim de uma antecipação do pagamento do Imposto de Renda (IR). Em vez de ser recolhido aos cofres do governo, é recolhido diretamente ao Fundo

dos Direitos da Criança e do Adolescente. Pessoas físicas podem destinar até 6% do IR devido, desde que opte pelo modelo completo de declaração. Pessoas jurídicas podem destinar até 1% do IR devido apurado no próprio trimestre da doação, desde que tributado pelo lucro real trimestral, limitado à alíquota de 15%.

OPERACIONALIZAÇÃO

Por meio de um site (doado pela Gerdau), ações de comunicação interna, realização de eventos, palestras e propaganda em revista de produção própria com foco na indústria (Bahia Indústria), a Fieb fomenta a destinação de recursos através da lei federal.

No site o contribuinte pode escolher um projeto com o qual se identifique, realizar uma simulação de quanto poderá destinar de seu Imposto de Renda e gerar um boleto bancário para pagamento.

Os projetos de organizações sociais presentes no site são previamente aprovados pelo Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente, parceiro da Fieb. Até o momento, há parceria estabelecida com os Conselhos Municipais de Salvador e Camaçari e com o Conselho Estadual da Bahia.

Após realizar o pagamento do boleto bancário, o contribuinte informa ao Conselho dos Direitos da Criança e do Adolescente do mesmo município da organização beneficiada, para que possa receber o recibo, necessário à declaração do Imposto de Renda.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

Pelo fato de o projeto ser reconhecido como um programa de RSE do Sistema Fieb, esta instituição é responsável pela sustentabilidade dele, disponibilizando espaço em seu servidor para funcionamento

do site, além de técnicos do Sesi nas áreas de RSE e de informática. Recursos extras, necessários à divulgação e às ações de fomento, são oriundos da própria instituição ou de parcerias pontuais.

PARCERIAS CONSOLIDADAS

Gerdau

Doação do software e apoio ao lançamento do programa na Bahia.

Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Salvador

Encaminhamento dos projetos para captação de recursos.

Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Camaçari

Encaminhamento dos projetos para captação de recursos.

Conselho Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente da Bahia

Encaminhamento dos projetos para captação de recursos.

Rede Bahia

Desenvolvimento de VT e hot site para divulgação na televisão e na internet.

RECURSOS NECESSÁRIOS

Site, técnicos em RSE e informática, parcerias com Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente.

AVALIAÇÃO

Quantidade de doações realizadas por meio do site e volume total arrecadado pelo Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente.

BENEFICIÁRIOS

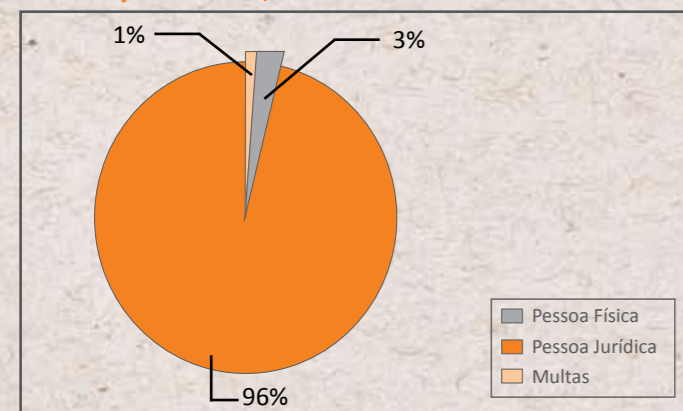
Organizações da sociedade civil que tenham como foco crianças e adolescentes devidamente cadastrados e com projetos aprovados no Conselho dos Direitos da Criança e do Adolescente.

RESULTADOS PERCEBIDOS

Avaliação numérica

ANO	Arrecadação FMDCA/ SALVADOR
2004	284.000,00
2005	1.358.000,00
2006	1.300.000,00
2007	1.015.668,36

Arrecadação Total 2007 FMDCA de Salvador Estratificada



Contribuições através do site Pró-Infância da Fieb

Resultados	Ação Fieb Pró-Infância	
	2006	2007
Nº DE FUNCIONÁRIOS CONTRIBUINTES	16	32
Nº DE ENTIDADES BENEFICIADAS	3	7
CONTRIBUIÇÃO FUNCIONÁRIOS	R\$ 5.2900,00	R\$ 6.362,00
TOTAL CONTRIBUIÇÃO ATRAVÉS DO SITE	R\$ 15.410,00	R\$ 11.302,00

Arrecadação do Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (FMDCA) de Salvador - Análise dos Resultados

- Em 2005 o FMDCA de Salvador contratou uma funcionária para atuar com a mobilização de recursos, o que gerou uma grande captação em 2005, sendo a maioria vinda de empresas nem sempre de Salvador (Pólo Petroquímico).
- Em 2006 o montante arrecadado mostrou-se estabilizado, mesmo com a forte campanha de divulgação. Não foi avaliado se os conselhos de outros municípios tiveram aumento de arrecadação.
- Consideramos o montante arrecadado pelo fundo para avaliar a eficácia das campanhas de divulgação. Acreditamos que grandes empresas preferem contribuir diretamente para o fundo, sem utilizar o site do Pró-Infância.
- Em 2007 os contribuintes do site Pró-Infância foram, em sua maioria, pessoas físicas.
- Os funcionários do Sistema Fieb foram responsáveis por 34% das contribuições realizadas pelo site em 2006 e por 56% em 2007. Provavelmente pelo fato de a instituição ter facilitado o processo.
- Ainda nota-se um desconhecimento da legislação, receio e desconfiança do processo de contribuição e da credibilidade das organizações.
- O processo ainda é trabalhoso: geração do boleto, pagamento, envio de cartas e espera pelo recebimento do recibo.
- A legislação atual limita o número de contribuintes, visto que apenas os que declaram pelo modelo completo têm acesso a essa facilidade. Há a necessidade do desembolso do recurso antecipadamente.
- O Conselho de Responsabilidade Social da Fieb recomendou, para 2008, a manutenção e o reforço à campanha para seu público interno (financiamento aos empregados pelo Programa Ação Fieb Pró-Infância) e externo (outros clientes), usando suas mídias internas e buscando parceiros para ampliar a divulgação.

PROJETO RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

CRITÉRIOS DE ESCOLHA

Demandado pelo Conselho Regional do Sesi, pelo Conselho de Responsabilidade Social Empresarial da Fieb e por empresários de pequenas e médias empresas.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

Os recursos financeiros destinados à implementação do projeto são oriundos do Sebrae, Sesi DR/Ba, Sesi DN e das empresas participantes. Para cada etapa são definidas as responsabilidades de cada um dos envolvidos.

O PROJETO

O projeto tem o objetivo principal de difundir conceitos e estimular a prática de RSE, contribuindo para estabelecimento de objetivos empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Sensibilizar as pessoas-chave da empresa para a importância do tema e do comprometimento com a responsabilidade social empresarial.
- Preparar profissionais para o desempenho de funções técnicas de gestão e interlocução voltadas para as questões de desenvolvimento social – passo a passo – Sebrae e Ethos.
- Apresentar metodologias existentes para analisar, pôr em prática e comunicar a responsabilidade social.
- Propiciar a ampliação de conhecimento sobre os conceitos relacionados com cidadania corporativa, investimento social privado e responsabilidade social empresarial.
- Viabilizar a inserção das práticas da RSE nos projetos e ações do Sebrae e IEL.

COMO FUNCIONA

Para o desenvolvimento do projeto foram estabelecidas quatro etapas, conforme sistematização abaixo

ETAPA 1 - Palestras de sensibilização ao tema de RSE (carga horária: 2 horas)

São abordadas as temáticas relativas às questões da responsabilidade social do contexto atual.

ETAPA 2 - Treinamento em RSE para o público-alvo definido no projeto (carga horária: 32 horas)

No treinamento são trabalhados conteúdos básicos, subdivididos em quatro módulos, para iniciantes no tema e que possibilitem sua atuação imediata.

O módulo 1 trata do histórico da responsabilidade social no mundo e no Brasil, destacando marcos históricos do crescimento da RSE; o módulo 2 apresenta conceitos contemporâneos do tema, apontando caminhos de atuação socialmente responsável; no módulo 3 são abordadas as principais ferramentas e técnicas da RSE e o módulo 4 trata da vivência e experiências práticas por meio de visita a empresas ou estudos de casos.

O Sebrae e o Sesi fornecem certificado para os alunos com presença em 75% nas atividades implantadas no treinamento.

ETAPA 3 - CONSULTORIA

Consultoria para implantação de ações em responsabilidade social, conduzida por profissionais do Sesi. O projeto a ser desenvolvido é selecionado pela empresa de acordo com a sua realidade. Nesta etapa são mapeados projetos que possam ter adesão das empresas ou que possam ser utilizados como sugestão para demais empresas.

ETAPA 4 - ESTRUTURAÇÃO DE PROJETO

Construção de projetos sociais de acordo com o mapeamento da etapa anterior e com o objetivo de permitir atuação da empresa em questões demandadas pelo contexto social. A estruturação dos projetos é acompanhada pela equipe técnica em RSE.

RECURSOS NECESSÁRIOS

Equipe técnica em RSE, espaço físico, equipamentos de informática, coffee-break, material para divulgação, material de expediente.

PARCERIAS CONSOLIDADAS**Cores/Fieb**

Sensibilização de empresários, acompanhamento e divulgação das ações do projeto, contratualização com Sebrae.

Sesi DR/Ba

Disponibilização de consultores em responsabilidade social, planejamento e realização de palestras, treinamentos, consultoria e desenvolvimento do projeto.

Sesi DN

Acompanhamento das ações desenvolvidas e financiamento do projeto.

Sebrae

Sensibilização de empresários, inscrições dos participantes nas etapas desenvolvidas, confecção de material didático e de divulgação, disponibilização de espaço físico para treinamento e palestras e financiamento do projeto.

BENEFICIÁRIOS

Empresas prioritariamente atendidas pelos projetos de turismo, transformação plástica, tecnologia da informação, petróleo e gás. Empresas da construção civil filiadas ao Sinduscon, empresas de

mármore e granitos e do Programa de Capacitação de Fornecedores (IEL/PQF).

AVALIAÇÃO

Quantidade de participantes e empresas envolvidas nas ações do projeto, quantidade de projetos desenvolvidos e avaliação de eficiência (no caso da etapa 2 -treinamento em RSE).

RESULTADOS PERCEBIDOS**Avaliação Numérica**

Os dados analisados correspondem ao período de junho de 2006 a dezembro de 2007.

Participação nas etapas 1 e 2 do projeto

Etapas do Projeto	Empresas Atendidas	Participantes
Etapa 1 - Palestras em RSE	355	678
Etapa 2 - Treinamentos em RSE	81	180

Participação nas etapas 3 e 4 do projeto

Etapas do Projeto	Empresas Atendidas	Ações/ Projetos
Etapa 3 - Consultoria/ações sociais	9	9
Etapa 4 - Projetos sociais	9	4

Avaliação da eficiência etapa 2 do projeto - Consolidação

EXPECTATIVAS	
O objetivo do treinamento foi atingido?	SIM

Avaliação da eficiência etapa 2 do projeto - Consolidação

EXPECTATIVAS	NOTA
Avaliação geral do treinamento	9

Análise dos resultados

- Foram realizadas, em Salvador e cidades do interior do Estado da Bahia, 13 Palestras e 9 treinamentos. A quantidade de participantes nesses eventos superou as metas previstas no projeto.
- Mais de 80% dos participantes acreditam que o treinamento (etapa 2) é um elemento essencial para um maior entendimento sobre as práticas de RSE.
- As maiores dificuldades foram encontradas nas etapas 3 e 4, muitas vezes devido à impossibilidade das empresas em disponibilizar pessoal e tempo para o desenvolvimento das atividades.
- A intenção, ao realizar a avaliação de eficiência, foi avaliar o mais adequado formato para atender o público do projeto.
- A avaliação consolidada do treinamento atingiu nota 9 (escala de 1 a 10), o item mais questionado foi a carga horária de 32 horas concentrada em duas semanas consecutivas. A carga horária foi reorganizada de acordo com a necessidade de cada turma.
- A troca de experiências propiciada pela metodologia foi destacada pelos participantes como a principal conquista desta iniciativa.
- Em maio de 2008 a Fieb e o Sebrae assinaram um acordo de resultados dando continuidade às atividades do projeto. A estrutura do projeto foi modificada de acordo com as melhorias identificadas no ano anterior.



Vista superior do Convento da Penha em Vila Velha, Espírito Santo

ESPÍRITO SANTO

Conselho Superior de
Responsabilidade Social da
Federação das Indústrias do
Estado do Espírito Santo —
Cores / Fines

CONTEXTO

Até o início dos anos 1960, a economia primário-exportadora do Estado do Espírito Santo refletia-se em uma sociedade cujo grupo hegemônico estava relacionado essencialmente ao espaço agrário, sobretudo no sul do Estado. Assim, enquanto Rio de Janeiro e São Paulo há muito já tinham dado início a seus respectivos processos de industrialização, o coronelismo e o patrimonialismo, típicos da sociedade brasileira dos tempos do Império, ainda se mostravam como os dois principais sustentáculos das instituições do Espírito Santo.

Os interesses eram centrados em indivíduos e na classe dominante, vinculada à política e ao setor cafeeiro, principal motor da economia. Com a crise do café e o início da industrialização baseada no capital local, iniciou-se um processo de gradativa perda de relevância política das oligarquias rurais em relação às lideranças emergentes, mais vinculadas aos interesses urbanos e com maior preparo técnico para fazer frente aos novos desafios que se apresentavam.

Esse movimento ganhou força com o segundo ciclo de industrialização, baseado nos grandes projetos. Diante de uma nova política institucional externa, houve no Estado um impulso econômico ocasionado pelos grandes investimentos decorrentes da expansão dos setores siderúrgico e petroleiro e pelos recursos.

“O Espírito Santo é um Estado que tem uma prosperidade econômica enorme, mas que tem buracos sociais de extrema pobreza em certas regiões, onde o poder público, a iniciativa privada e a sociedade civil poderiam fazer algumas ações para mudar esse quadro”

São grandes as potencialidades do Espírito Santo: a disponibilidade de uma base logística de alta capacidade; segmentos econômicos de competitividade nacional e internacional (mineração, siderurgia, celulose, petróleo, agricultura em diversificação e arranjos produtivos locais); abundância de recursos minerais (petróleo e gás, rochas ornamentais); ativos ambientais de alto valor (lagoas de Linhares, Caparão, Pedra Azul, entre outras); estrutura fundiária equilibrada, com milhares de pequenas propriedades produtivas.

O Espírito Santo está, portanto, no seu terceiro ciclo de desenvolvimento: o primeiro, representado pelo café; o segundo, trazido pelos projetos industriais; e, agora, vive-se o ciclo do petróleo. Para os próximos 15 anos, tem-se programado cerca de

cem bilhões em investimentos para o Estado e, ao mesmo tempo, não há mão-de-obra especializada para suprir essa demanda. A carência de profissionais, segundo Luciano Martins, empresário e membro do Conselho de Responsabilidade Social (Cores) da Fines, pode atrair gente não qualificada ou mais pessoas do que a capacidade que se tem para absorver, o que pode gerar uma disputa de empregos com pessoas de fora do Estado.

A dinâmica do crescimento econômico geralmente é diferente da dinâmica do desenvolvimento do território. Muitas vezes acontece uma explosão de atividades que pode ser benéfica ou não, dependendo das condições criadas ou existentes no local para sustentar o processo de desenvolvimento. Estamos nos referindo ao tripé da

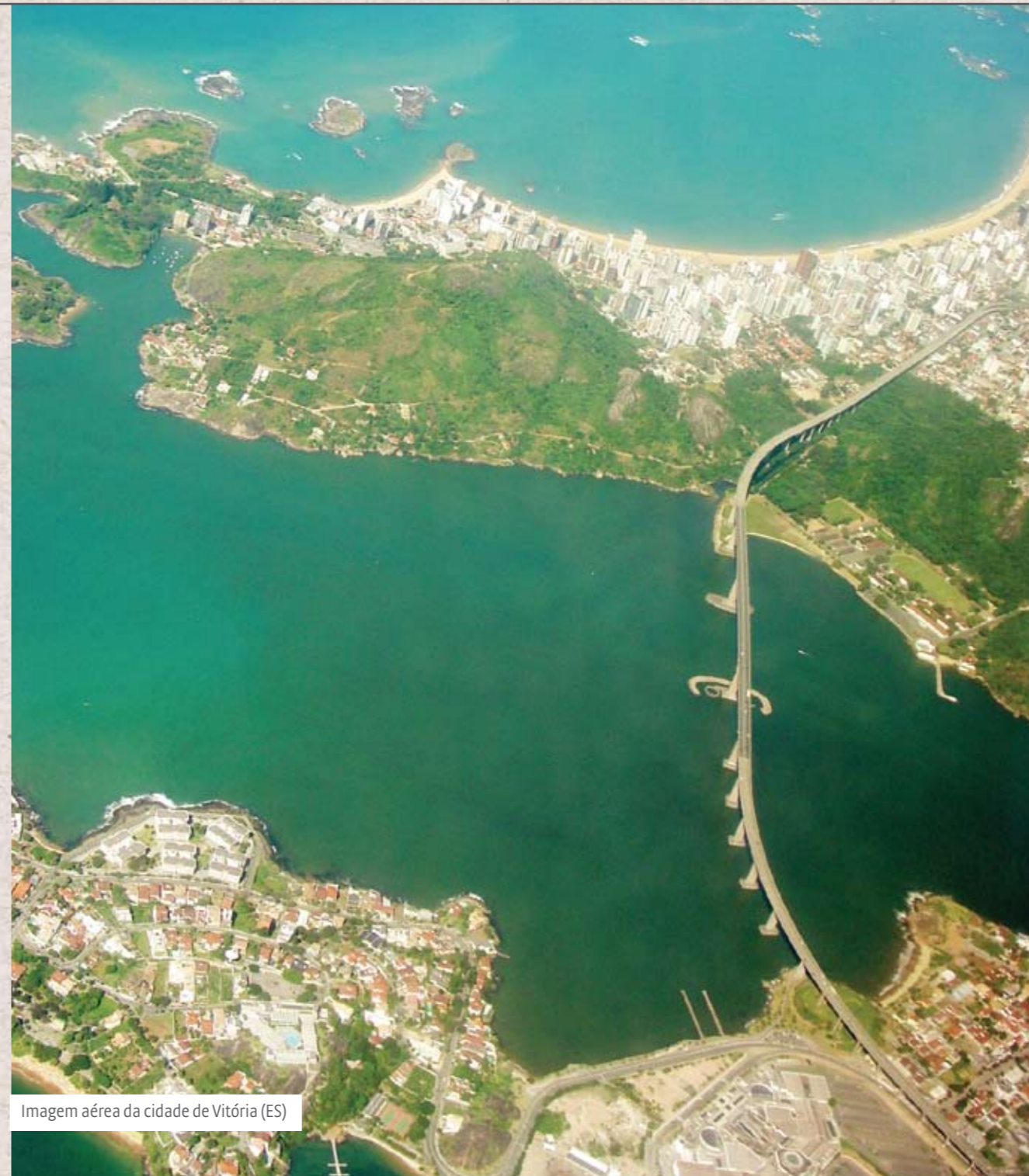


Imagem aérea da cidade de Vitória (ES)

FOTO: Stock.XCHNG



Ponte Deputado Darcy Castello de Mendonça, conhecida como Teceira Ponte, liga a cidade de Vitória a Vila Velha

sustentabilidade econômica, natural e social.

“O Espírito Santo é um Estado que tem uma prosperidade econômica enorme, mas que tem buracos sociais de extrema pobreza em certas regiões, onde o poder público, a iniciativa privada e a sociedade civil poderiam fazer algumas ações para mudar esse quadro. O Estado está passando por um momento muito positivo do ponto de vista econômico e nós não podemos deixar que esse momento de prosperidade deixe de se refletir nas questões sociais”, diz Jefferson Cabral, empresário e também membro do Cores.

A população do Espírito Santo é de 3.464.285 habitantes, segundo a

estimativa populacional de 2006 realizada pelo IBGE. Em relação ao ano de 1991, quando a população era de 2.598.231 habitantes, esse número mostra uma taxa de crescimento anual de 2%, superior à do Brasil como um todo (1,6%) para o mesmo período (1991-2000).

Ainda segundo o Censo Demográfico de 2000, o Espírito Santo é o 14º Estado mais populoso do Brasil e concentra 1,82% da população brasileira. Nos últimos anos, o crescimento da população urbana intensificou-se muito, ultrapassando o total da população rural. Segundo a estimativa feita no ano 2000, 2.463.049 habitantes viviam em cidades. Em 2000, o Índice de Desenvolvimento Humano do Estado

variava entre 0,856 na capital, Vitória, e 0,659 no interior, precisamente em Água Doce do Norte.

Isso demonstra que o Estado do Espírito Santo, apesar dos mencionados bolsões de pobreza, de maneira geral, vem se desenvolvendo na direção de conquistar um nível de médio para alto de desenvolvimento humano. Entretanto, ainda assim, questões como violência, educação formal deficiente, atendimento precário à saúde, desemprego e subemprego permanecem como os maiores desafios a serem superados.

Esses problemas se revelam na pesquisa Responsabilidade Social Empresarial no Estado do Espírito Santo, realizada em 2005, quando o empresariado local menciona as questões sociais mais relevantes e que precisam ser

enfrentadas no entorno de suas empresas. São elas: a violência (63,14%), o desemprego ou subemprego (67,06%), a educação formal deficiente (56,47%), a mão-de-obra pouco qualificada (73,33%), o atendimento precário à saúde (71,77%), a oferta deficiente de lazer e esporte (65,50%) e o baixo acesso à cultura (76,08%).

A pesquisa também aponta as questões sociais menos percebidas como importantes pelo segmento empresarial nas áreas de influência de suas empresas: trabalho infantil (70,98%), crianças e adolescentes em situação de risco (66,27%), alimentação deficiente (71,77%), favelas e moradias deficientes (76,48%), poluição e problemas ambientais (76,86%) e transporte urbano deficitário (79,61%).

É interessante perceber a falta de visão do empresariado quando não localizam estas últimas questões entre as principais causas das questões apontadas por eles como as mais relevantes.

SOBRE O NÚCLEO

Entre o final da década de 1950 e o início dos anos 1960, as atividades industriais no Espírito Santo eram pouco relevantes para a economia estadual e todo o setor empresarial capixaba se reunia em torno da Associação Comercial de Vitória.

O Estado do Espírito Santo, naquela época, tinha características econômicas

“A diversidade colabora muito para o debate e, ao mesmo tempo, é um desafio conseguir definir uma regra de conduta com os três setores sentados à mesma mesa exige uma habilidade muito grande para poder costurar os pontos que são divergentes”

e sociais similares às do Nordeste brasileiro e representava um crescimento econômico desigual em relação aos demais Estados de sua região, a Sudeste.

Naquela ocasião, um grupo de empreendedores capixabas começou a pensar na sensibilização do governo federal, favorável à integração econômica nacional, para correção de distorções regionais com a criação de novos pólos industriais. E assim, em 1958 foi criada a Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo (Findes).

No princípio, a federação reunia apenas cinco sindicatos e atualmente são 32 sindicatos filiados, representando 6 mil indústrias em todo o Estado. As ações da Findes são fundamentais para o crescimento do parque produtivo do Espírito Santo e para a formulação da política industrial do Estado, fazendo

a ponte entre os sindicatos filiados e outros segmentos da sociedade.

A Findes funciona através dos Conselhos Técnicos Superiores, do Centro de Apoio aos Sindicatos e das Delegacias Regionais e oferece serviços nas áreas jurídica, sindical, de tecnologia, comércio exterior, infra-estrutura, economia e meio ambiente.

Na perspectiva de conciliar as demandas empresariais com as demandas dos demais setores da sociedade, e inspirado no que estava acontecendo nas outras federações, em março de 2004 foi lançado o Núcleo Ação Empresarial pela Cidadania, tendo como proposta principal a institucionalização da responsabilidade social nas empresas e a criação de uma rede de atividades capazes de sensibilizar, motivar e facilitar a responsabilidade social empresarial no Espírito Santo.

Em julho do mesmo ano foi instituído o Conselho Superior de Assessoria Técnica para Assuntos de Cidadania Empresarial, que, mais tarde, veio a se chamar Conselho Superior de Responsabilidade Social (Cores). O Conselho Superior de Responsabilidade Social é um dos Conselhos Superiores de Assessoria Técnica (Consats) e órgão de assessoria superior à Findes.

O Cores é uma instância criada para ser um fórum do debate empresarial em torno da responsabilidade social. Seu objetivo é desenvolver mecanismos de orientação às empresas, de intercâmbio entre elas e de divulgação dos trabalhos desenvolvidos nessa área no Estado, com a participação e integração do primeiro, segundo e terceiro setores.

Hoje o Cores é formado por 31 integrantes. Sua composição é bastante diversificada, com grandes empresas que atuam no Estado ao lado de entidades do terceiro setor, representantes da universidade e órgãos do Sistema Findes. Essa composição reflete a intenção do conselho de aproximar e integrar experiências dos vários setores da sociedade para cumprir a missão de criar um movimento e uma rede local de difusores da cultura da responsabilidade social e também de fomentar ações das empresas capixabas, ampliando o número das que iniciaram diversas atividades nesse campo.

Por fim, todos concordam que as empresas possuem internamente recursos e competência que podem ser empregados para o sucesso de ações sociais.

O formato inicial do Cores extrapolou a orientação dos demais Conselhos Temáticos da Findes e, já no primeiro momento, enfrentou o debate entre a pertinência da participação só das empresas que fazem parte do sistema e a necessidade de inclusão de representantes do primeiro e terceiro setor. No final, ficou decidido que todos os setores congregariam o conselho.

“A diversidade colabora muito para o debate e, ao mesmo tempo, é um desafio conseguir definir uma regra de conduta com os três setores sentados à mesma mesa. Isso exige uma habilidade muito grande para poder costurar os pontos que são divergentes”, observa Jefferson Cabral, empresário e membro do Cores.

A intenção do núcleo era ser o interlocutor de uma grande teia de ação social na busca de parceiros para promover um desenvolvimento social articulado no Estado. Entretanto, com o passar do tempo, de acordo com Samuel Siman, secretário executivo do conselho e responsável pela consultoria

de responsabilidade social do Sesi, o Cores se viu em volta de uma série de pequenas iniciativas sem muita conexão. Agora está retornando ao eixo de atuação e articulação, buscando ser um canal de disseminação do conceito de RS e articulador de uma grande rede local. “Há uma dificuldade de se promover ações articuladas no ES; há uma série de ações, mas ninguém sabe quem faz o que ou onde. Além disso, existem várias pessoas fazendo a mesma coisa”, afirma Samuel Siman.

A partir de 2005, com a criação da área de negócios de responsabilidade social empresarial, o Sesi passou a funcionar como uma unidade de apoio operacional ao conselho, como secretaria executiva. “Todas as atividades que a área de RS do Sesi desenvolve são levadas à apreciação do conselho para que haja essa interface com o nosso público”, comenta Samuel.

O primeiro fórum de responsabilidade social realizado pelo Sesi-ES teve a co-autoria do Cores, que indicou a temática do fórum, os palestrantes e auxiliou na

FOTO: Cortesia / Gov. do Estado do Espírito Santo



Orla da Praia de Meaípe, em Guararipi

público interno e externo em entender o conceito de responsabilidade social empresarial.

“Esse alinhamento conceitual vai demorar a se consolidar no Espírito Santo porque as pessoas tendem a confundir o tema com a prática de ações sociais”, afirma. Na sua visão, o grande desafio da prática de RS no ES se assemelha ao dos demais Estados brasileiros, que é transformar as ações sociais em trabalhos perenes e sustentáveis. “Não é que as ações sociais tenham um efeito ruim, mas poderiam ser uma prática que provocasse um movimento que atendesse às necessidades da

divulgação do evento. Com o aumento da equipe e do braço de RS do Sesi-ES, foi possível assumir novas tarefas e investir tempo no desenvolvimento e planejamento de atividades que são fundamentais para o crescimento do tema, a exemplo do Prêmio Sesi de Qualidade no Trabalho, do Ação Global Comunitária e de outras atividades,

como as palestras gratuitas. “Nós estamos desenvolvendo projetos da linha de consultoria para as empresas que desenvolvem RS e, em parceria com a Firjan, também preparamos consultores na área de investimento social privado”, conta Samuel. Ainda de acordo com o secretário, existe ainda uma grande dificuldade do

comunidade de forma que aquela população se tornasse sustentável a partir daquela ação”, acredita.

Com o objetivo de disseminar os conceitos de responsabilidade social empresarial, investimento social privado e desenvolvimento sustentável, o conselho estruturou um plano de trabalho com três linhas de atuação:

- 1) construir a Rede de Transformação Social capixaba, a partir das diversas iniciativas sociais empresariais.
- 2) consolidar todo o Estado do Espírito Santo como área de atuação do Conselho de Cidadania.
- 3) disseminar o conceito de responsabilidade social, trabalhando junto às pequenas e médias empresas.

Em 2005, o Sesi e o Cores finalizaram uma pesquisa com o empresariado local para avaliar a visão das empresas sobre as questões sociais, a abrangência das ações realizadas por essas empresas, as ações das empresas com o público interno e externo e a sua relação com o meio ambiente.

A análise dos resultados dessa Pesquisa de Responsabilidade Social nas Empresas Capixabas nos leva a questionamentos e reflexões acerca das ações que devam ser empreendidas no sentido de incrementar o tema da RSE. Em relação a esse tema, os empresários capixabas concordam que, para serem consideradas socialmente responsáveis, as empresas devem participar de forma proativa

“Há uma grande confusão entre investimento social privado e responsabilidade social e os exemplos de cidadania empresarial ainda são poucos”

em projetos de melhoria das condições de vida de seus trabalhadores e das comunidades; acreditam que, além da geração de lucro, impostos e empregos, a empresa deve participar do processo de desenvolvimento social da região onde está localizada; sabem que, para alcançar uma efetiva participação em melhorias sociais, devem discutir os problemas com o poder público e a sociedade organizada na busca de soluções conjuntas, focalizar ações sociais a partir da identificação das demandas reais e investir recursos no que efetivamente pode mudar a realidade negativa apresentada; entendem que menos prioritárias são as ações voltadas para o atendimento a pedidos de doações que chegam à empresa.

Por fim, todos concordam que as empresas possuem internamente recursos e competência que podem ser empregados para o sucesso de ações sociais.

SOBRE O FUTURO

Percebe-se um grande desafio futuro para ser enfrentado no campo da RSE no Espírito Santo, assim como nos outros Estados visitados que são parte da Rede

ACE: fazer compreender efetivamente o conceito da RSE e colocá-lo em prática, transformando as ações sociais das empresas em uma atuação mais sistêmica e sustentável. “Não é que as ações sociais tenham um efeito ruim, mas poderiam ser uma prática que provocasse transformações e atendesse às reais necessidades da comunidade, de forma que aquela população se tornasse sustentável a partir daquela ação”, acredita Samuel Siman. Além disso, segundo Cristina Puppim, é importante que, no futuro, exista investimento para produzir e medir os resultados do que se faz, pois o empresariado necessita de dados concretos, uma vez que o setor privado trabalha em cima de números.

Para o futuro, o núcleo capixaba planeja também levar as ações do conselho para além da Grande Vitória, ou seja, interiorizar suas ações principalmente nas regiões mais pobres do Estado: a região sul, que é extremamente agrária, com problemas de seca, e a região norte, que está na mesma situação.

Entre os planos do conselho, os projetos ambientais não podem ser esquecidos, porque o passivo ambiental pode gerar

O Parque Estadual da Pedra Azul protege o conjunto de belezas naturais da região



FOTO: Cortesia / Gov. do Estado do Espírito Santo

reflexos para comunidade. “A história nos mostra que todos os lugares que no passado viveram o ciclo do petróleo passaram por situações críticas no meio ambiente, e como esse ciclo pode produzir impactos positivos é uma questão primordial e um desafio”, acredita Jefferson Cabral. Além disso, o possível passivo econômico também está entre as preocupações futuras do Cores, porque, atualmente, existe um grande conjunto de empresas, mas se em dez anos a produção de petróleo cair, com todo esse contingente de mão-de-obra ociosa, o cenário será de favelização e formação de bolsões de miséria.

SOBRE A REDE ACE

Percebemos o valor que a participação na Rede ACE tem para o núcleo do Espírito Santo quando observamos o destaque com que ela é mencionada no site do Cores. Por outro lado,

quando falam da atuação na rede ACE, os integrantes do Cores do ES são unânimes em afirmar que deveria haver uma maior integração. “Quanto mais as redes se fortalecem, maior é o crescimento do movimento ou tendência”, defende Samuel. Na opinião dele, poderia haver mais encontros entre os núcleos para dinamizar a troca de experiência entre os Estados. Para que a rede se interligasse de fato, a ACE deveria estar ligada à CNI ou ao Sesi

porque a pulverização e a capilaridade fluiriam melhor.

“A rede não deveria funcionar com o mero fim de troca de informações porque, sendo assim, qualquer rede na internet funcionaria de forma mais eficiente. Em uma rede, é preciso ter várias ações articuladas, afinal, como é que você faz para juntar um empresariado que tem negócios em vários Estados?”, indaga.

CONSELHO SUPERIOR DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO – CORES / FINDES

ENDEREÇO

Av. Nossa Senhora da Penha, 2053
Santa Luíza - Vitória - ES
CEP 29045-401
www.sistemafindes.org.br

DATA DE INSTITUIÇÃO |
FUNDAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO
Março de 2004

HISTÓRICO

Em 11 de março de 2004, foi lançado o Núcleo Ação Empresarial pela Cidadania, tendo como proposta principal a institucionalização da responsabilidade social nas empresas, criando uma rede de atividades capazes de sensibilizar, motivar e facilitar a responsabilidade social empresarial no ES.

Em 20 de julho de 2004, por meio de uma portaria da diretoria da Findes, foi criado o Conselho Superior de Assessoria Técnica para Assuntos de Cidadania Empresarial, que mais tarde veio se chamar Conselho Superior de Responsabilidade Social (Cores). O Conselho Superior de Responsabilidade Social é um dos Conselhos Superiores de Assessoria Técnica (Consats), órgãos de assessoria superior da Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo (Findes).

MISSÃO E OBJETIVO

Tem como missão “criar um movimento e uma rede local de difusores da cultura da responsabilidade social e também de fomentos das ações das empresas capixabas, ampliando o número das que já iniciaram diversas atividades nesse campo”.

Seu objetivo é desenvolver mecanismos de orientação das empresas, de intercâmbio entre elas e de divulgação dos trabalhos desenvolvidos nessa área no Estado, com a participação e integração do primeiro, segundo e terceiro setores.

VISÃO

Valores

- Desenvolvimento sustentável.
- Crescimento econômico subordinado ao equilíbrio da sociedade e da natureza.

- Co-responsabilidade pelo desenvolvimento social.
- Colaboração intersetorial.
- Prioridade do bem-estar coletivo como valor orientador dos negócios privados.

Resultados Esperados

- Fortalecer o conceito de responsabilidade social empresarial no Estado.
- Ampliar, aprimorar e articular as ações das empresas.
- Promover mudança na forma de gestão dos negócios (maior qualidade nas relações com o mundo e com os seres humanos).

PRINCIPAIS LINHAS DE ATUAÇÃO

- Pesquisas sobre gestão de responsabilidade social e investimento social das empresas do ES.
- Grupos Gestores – desenvolvimento institucional, captação de recursos, capacitação e comunicação.

O Cores utiliza algumas linhas de ação, sendo estas:

Linha de Ação 1

Construir a Rede de Transformação Social Capixaba a partir das diversas iniciativas sociais empresariais

Linha de Ação 2

Consolidar todo o Estado do Espírito Santo como área de atuação do Conselho de Cidadania.

Linha de Ação 3

Disseminar o conceito de responsabilidade social trabalhando com as pequenas e médias empresas

PRINCIPAIS PROJETOS, PROGRAMAS E AÇÕES

Projetos do Conselho Superior de Responsabilidade Social (Cores):

Seminário de Responsabilidade Social para Micros e Pequenas Empresas

O seminário, realizado em seis módulos, teve como objetivo a capacitação de multiplicadores dos conceitos de responsabilidade social nas micros e pequenas empresas, com base na metodologia do Instituto Ethos.

Levantamento Socioeconômico dos Municípios Capixabas para Identificação do IDH

O objetivo do levantamento foi orientar as ações do Cores, buscando a melhoria da qualidade de vida nos municípios capixabas, em especial nos do noroeste do Espírito Santo. A partir dele foi criada uma matriz com os dados de todos os municípios capixabas.

Pesquisa de Responsabilidade Social

Pesquisa realizada no âmbito empresarial para levantamento das ações de responsabilidade social nas empresas.

Elaboração do Mapa Estratégico da Indústria Capixaba

Participação na elaboração/validação do Mapa Estratégico da Indústria Capixaba, que estabelece um conjunto de ações e indicadores visando ao desenvolvimento sustentável do Estado do Espírito Santo.

AÇÕES INDICADAS PARA INTEGRAR O BANCO DE PRÁTICAS DA REDE ACE

Seminário de Responsabilidade Social para Micros e Pequenas Empresas

O seminário tem como objetivo a capacitação de multiplicadores

dos conceitos de responsabilidade social nas micros e pequenas empresas, com base na metodologia do Instituto Ethos.

Levantamento Socioeconômico dos Municípios Capixabas para Identificação do IDH

O objetivo do levantamento é orientar as ações do Cores, buscando a melhoria da qualidade de vida nos municípios capixabas. A partir dele é criada uma matriz com os dados de todos os municípios capixabas.

Pesquisa de Responsabilidade Social

Pesquisa realizada no âmbito empresarial para levantamento das ações de responsabilidade social nas empresas.

Elaboração do Mapa Estratégico da Indústria Capixaba

Participação na elaboração/validação do Mapa Estratégico da Indústria Capixaba, que estabelece um conjunto de ações e indicadores visando ao desenvolvimento sustentável do Estado do Espírito Santo.

PARCERIA COM A FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS LOCAL

O Conselho Superior de Responsabilidade Social é uma organização criada para ser o fórum do debate empresarial capixaba em torno da responsabilidade social.

Alocado na Federação das Indústrias do Espírito Santo, o conselho hoje é formado por 55 integrantes. Sua composição é bastante diversificada, tendo grandes empresas que atuam no Estado ao lado de entidades do terceiro setor, representantes da universidade e entidades do Sistema Findes. Essa composição reflete a intenção do conselho de aproximar e integrar experiências dos vários setores da sociedade.

RELAÇÃO COM OUTRAS ENTIDADES EMPRESARIAIS LOCAIS

Petróleo Brasileiro S.A.
Serviço Social da Indústria do Espírito Santo
Companhia Vale do Rio Doce

Intrépida Produções
Movimento Vida Nova Vila Velha
Ambiente Público Consultoria
Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Espírito Santo
GHI/Nutes
Associação de Empresários da Serra
Grupo Coimex
BrasilCenter Comunicações
Espírito Santo Centrais Elétricas S.A.
Correios
Usina do Conhecimento
Movimento Capixaba de Voluntários
Interação
Departamento de Trânsito do Espírito Santo
Rede Salesiano de Escolas
Kaizen Consultoria
Federação das Fundações e Associações do Espírito Santo
Metalúrgica União Ltda.
Luigi Indústria de Alimentos Ltda.
Prefeitura Municipal de Vitória
Unimed Vitória
Prefeitura Municipal de Cariacica
Instituto Innovare – Soluções em Educação e Saúde
Ação Comunitária do Espírito Santo
Associação dos Municípios do Estado do Espírito Santo
Secretaria do Estado do Trabalho, Assistência e Desenvolvimento Social
Rede Tribuna de Comunicação
Faculdades de Vitória
Sociedade Espírito-Santense de Industrialização de Madeiras Ltda.
Instituto Solidário
Yázigi
TimeNow Engenharia
TV Vitória
Chocolates Garoto S.A.
Instituto Estadual do Meio Ambiente
Instituto Rodrigo Marcheschi
Samarco Mineração S.A.

Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo
Programa Bem Viver

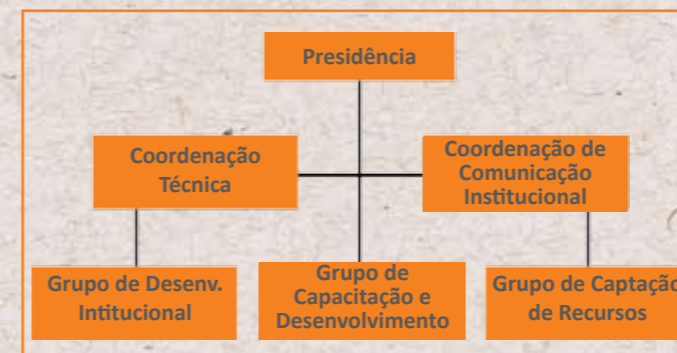
PUBLICAÇÕES, PESQUISAS E ARTIGOS

Publicação da Pesquisa de Responsabilidade Social Empresarial no Estado do Espírito Santo – Dezembro de 2005.

LEGISLAÇÃO LOCAL (para incentivo às ações sociais das empresas)
Existem duas leis municipais da área de cultura e esporte que estão relacionadas à questão social:

- Lei Jaime Navarro de Carvalho. Em vigor desde 1991, essa lei autoriza o Poder Executivo municipal a celebrar convênios de cooperação mútua com federações de esporte amador, olímpico e paraolímpico para execução de dois programas: Calendário Esportivo e Adote um Atleta.
- Lei 3.730 “Rubem Braga”. O Projeto Cultural Rubem Braga consiste na concessão de incentivo fiscal para a realização de projetos culturais a pessoa física ou jurídica.

ESTRUTURA



CONSELHO E DIRETORIA

Presidente
Márcio Félix

Coordenação Técnica
Solange Siqueira

Grupo Gestor de Sustentabilidade
Frederico Daibert Moncorvo - Vice-Presidente
Marco Túlio Ferreira
Alexandre Perim Monte Alto
Tereza Cristina Zanol Puppim
Luciano Martins Santana
João Carlos Marins
Eurípedes Santos Pedrinha Filho
Antonio Reis
Lílian Figueira Cavalcante Jeveaux
Samuel Saibert Siman
Catarina Maria Linhares Baptista

Grupo Gestor de Desenvolvimento Institucional
Elizabeth Kfuri Simão
Tereza Rachel Coser
Olga Cristina Saibel
Ornela Belotti
Maria Goretti Emediato Fernandes

Grupo Gestor de Capacitação
Jefferson Cabral (Vice-Presidente)
Maria José Quintera
Regina Murad
Mônica Braga Ronchetti Ferri
Maria Noélia de Oliveira Scandian
Melânia Carminati
Bianca Monteiro
Priscilla Turco
Luiz Carlos de Freitas Pacheco

Paulo Alfonso Meneguelli
 Luciana Barbosa Regattieri
 Lorena Ribeiro Correa
 Maria Helena Spinelli Escovedo
 Eloísa Souza Fia
 Mariza Neves Guimarães
 Seledyr de Azevedo Gomes
 Robert de Azevedo Stirling
 João Guerino Balestrassi
 Vera Maria Simoni Nacif
 Geraldo Schüller
 Udno Zadonade
 Maria Bernadete Lemos Bragatto
 Roberta Atherton Magalhães Dias
 Flávio Kataoka
 Lino Antônio Carlos Gomes

Convidados

Flávia Trenetini
 Ronald Carvalho
 Fernanda Gundes
 Talita Guimarães
 Janine Mendes
 Yaskara Dias Trazzi
 Rodrigo Tessarolo Marcheschi
 Alexandre MacDowell
 Heriberto Neves Simões Filho
 Cristal Carvalho

EQUIPE EXECUTIVA

Superintendência

Solange Maria Nunes Siqueira
 Superintendente do Sesi-ES
 ssiqueira@findes.org.br
 (27) 3334-5703

Coordenação Técnica

Samuel Saibert Siman
 Gerente de Responsabilidade Social
 ssiman@findes.org.br
 (27) 3334-5705

Lilian Figueira Cavalcante Jeveaux
 Analista de Responsabilidade Social
 ljeveaux@findes.org.br
 (27) 3334-5708
 Haretuza de Paula Pereira
 Analista de Responsabilidade Social
 hpereira@findes.org.br
 (27) 3334-5723

Assessoria de Comunicação e Marketing

Heriberto Neves Simões Filho
 Gerente de Marketing
 hsimoes@findes.org.br
 (27) 3334-5710

Projetos 2007 / 2008

PROJETO CORES E MOVIMENTO & PROJETO DE POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Descrição dos dois principais projetos do Conselho de Responsabilidade Social Empresarial da Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo para fomentar a Cidadania Empresarial no Estado, eleitos pela entidade conforme os critérios de inovação, facilidade de viabilização e nível de resultados alcançados.

Recife, agosto de 2008.

PROJETO VENCER

CRITÉRIO DE ESCOLHA

Denominado *Cores e Movimento*, esse projeto visa ser o instrumento de integração de todas as iniciativas e vivências da área de RS no Estado, tendo como marco zero a inserção de dados provenientes do Geomapeamento de Ativos e da Pesquisa de RS – versão 2008.

O PROJETO

Desenvolver um instrumento que possibilite a convergência de todas as ações previstas no campo de atuação do Cores e que possa, através do processo de construção permanente, servir como o “lugar” para compartilhamento de experiências vividas pelos diversos atores nos diversos territórios.

COMO FUNCIONA

Ações convergentes do Projeto Cores e Movimento

- Pesquisa de RS – versão 2008.
- Geomapeamento de ativos.

Principais Movimentos:

- Sensibilização e divulgação da proposta.
- Constituição e capacitação do grupo de trabalho.
- Celebração do termo de parceria inicial.
- Mapeamento provisório dos ativos e potencialidades.
- Mobilização e convocação dos empresários, organizações do terceiro setor e da população do território.
- Elaboração do Diagnóstico Participativo do Território.

- Elaboração do Plano Participativo de Desenvolvimento do Território.
- Elaboração participativa da agenda de trabalho.
- Articulação da oferta de programas e ações governamentais com a demanda pública expressa na agenda.
- Celebração do Pacto de Desenvolvimento do Território.
- Capacitação para o trabalho de implementação da agenda do território.
- Monitoramento e avaliação das ações e parcerias desenvolvidas.

POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

OBJETIVO

O objetivo principal da Política de Responsabilidade Social do Sistema Findes é estabelecer o alinhamento da responsabilidade social de todas as instituições integrantes do sistema, orientando ações, práticas e projetos de responsabilidade social que contribuam para o desenvolvimento sustentável do Espírito Santo. Outro importante objetivo é difundir valores e princípios éticos, além de incentivar a aplicabilidade da responsabilidade social para todas as empresas filiadas aos sindicatos integrantes do sistema Findes.

ABRANGÊNCIA

A Política de Responsabilidade Social do Sistema Findes será o instrumento orientador das tomadas de decisão referentes às ações, práticas e projetos de responsabilidade social de todas as entidades do Sistema Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo (Findes); Centro das Indústrias do Estado do Espírito Santo (Cindes); Serviço Social da Indústria do Espírito Santo (Sesi-ES); Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Espírito Santo (Senai-ES); Instituto Euvaldo Lodi do Espírito Santo (IEL-ES); e Instituto de Desenvolvimento Educacional e Industrial do Espírito Santo (Ideies).

DIRETRIZES ESTRATÉGICAS

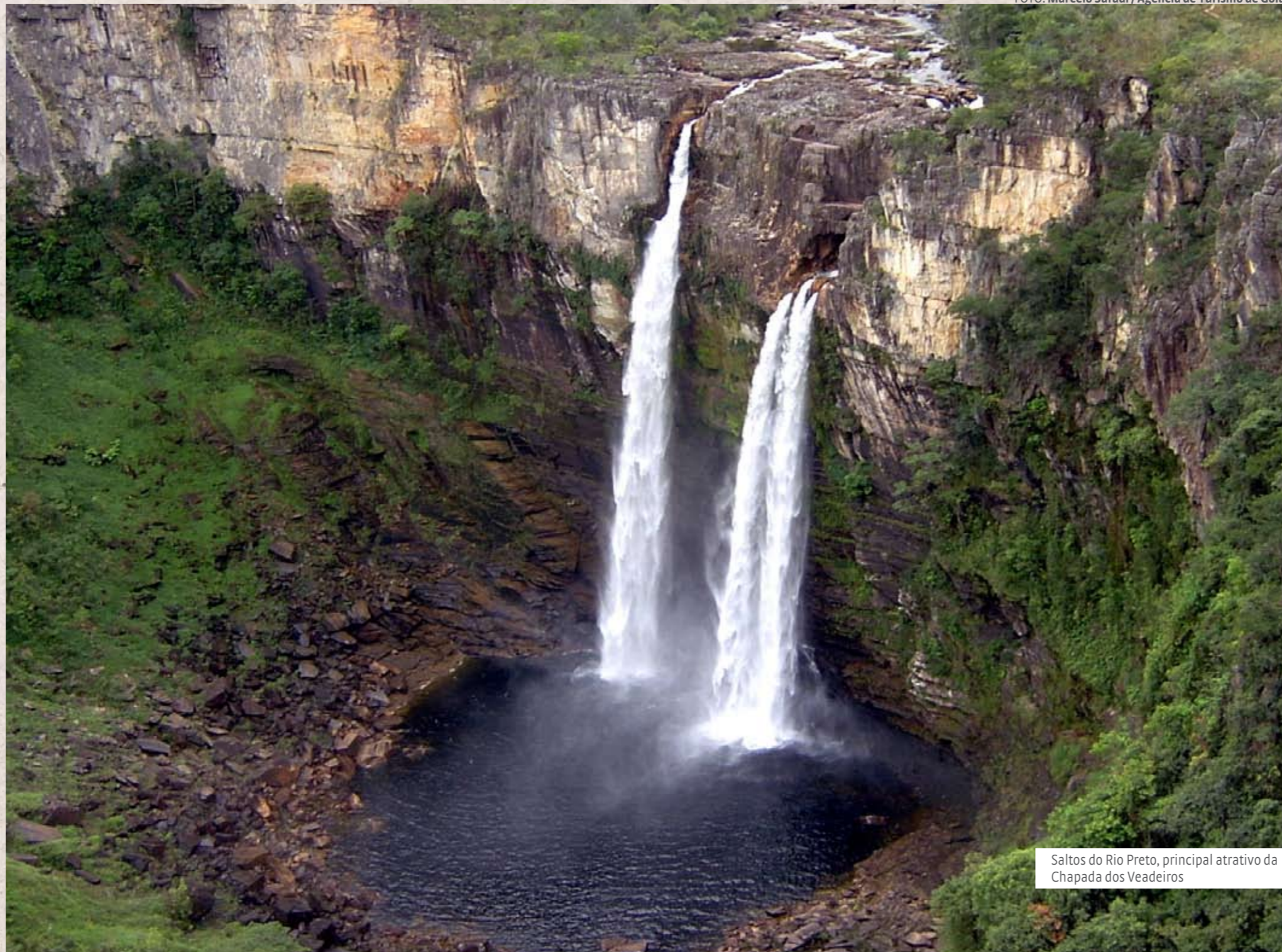
As diretrizes estratégicas desta política são voltadas diretamente para uma gestão diferenciada, em que cada instituição do Sistema Findes buscará permanentemente adequar todos os seus processos a uma atuação socialmente responsável. Para auxiliar nessa adequação, os indicadores sociais serão base do modelo. Como referência essa política aplica os Indicadores Ethos, aliados às diretrizes estratégicas da ISO 26000, instrumentos de aprendizado e avaliação da gestão no que se refere à incorporação de práticas de responsabilidade social ao planejamento estratégico e ao monitoramento e desempenho geral de cada organização. Trata-se de um meio de auto-avaliação e aprendizagem de uso essencialmente interno.

São organizados em sete temas, sendo cada um deles dividido em um conjunto de indicadores, cuja finalidade é avaliar como a organização pode alinhar sua forma de gestão para uma atuação socialmente responsável. São eles:

1. Valores, Transparência e Governança
2. Público Interno
3. Meio Ambiente
4. Fornecedores
5. Consumidores e Clientes
6. Comunidade
7. Governo e Sociedade

COMPROMISSOS

Cada instituição do Sistema FINDES terá o compromisso de incluir em seu planejamento estratégico e em suas ações uma nova forma de gestão com revisão permanente dos processos buscando uma postura mais transparente, ética e solidária no relacionamento com todos os públicos, contribuindo para o “pensar” coletivo focado no Desenvolvimento Sustentável.



Salto do Rio Preto, principal atrativo da Chapada dos Veadeiros

GOIÁS

Conselho Temático de
Responsabilidade Social da
Federação das
Indústrias do Estado de
Goiás - Cores / Fieg

CONTEXTO

O Estado de Goiás é o mais populoso Estado do Centro-Oeste do Brasil, com cerca de 9 milhões de habitantes. Situa-se no leste da Região Centro-Oeste, no Planalto Central brasileiro. O seu território é de 340.086km², o equivalente a duas Inglaterra, além de ser o sétimo maior Estado em extensão.

Apesar do extenso território, a população do Estado só representa 3,1% da população do Brasil. Sua economia era inicialmente voltada para a mineração: ouro e outros minerais nobres. A mineração teve grande destaque na economia goiana, até a decadência do ouro e a transição para uma sociedade pastoril, voltada para a ruralização. Goiás, antes território de São Paulo, tornou-se independente em 1784, mas só virou província em 1824. A capital do Estado, Goiânia, foi construída em 1940, na época da “marcha para o oeste”, que culminou na criação de Brasília na década de 1950.

A construção de Brasília foi um marco no desenvolvimento do Estado de Goiás. Hoje, o Distrito Federal fica quase totalmente rodeado por Goiás. O PIB de Goiás foi de cerca de R\$ 50.536 bilhões em 2005 (SEPIN- Superintendência de Pesquisa de Informações do Governo do Estado de Goiás), sendo a indústria goiana responsável por 27,5% desse montante. Nos últimos anos Goiás observou um “boom” de indústrias e produção industrial. Vários foram os fatores que contribuíram para este

A expansão da agropecuária tem causado prejuízos ao cerrado goiano. As matas ciliares são destruídas e as reservas permanentes, desmatadas, cedendo lugar ao gado bovino e às plantações.

“boom”. A proximidade da matéria-prima, a disponibilidade de mão-de-obra e os incentivos do governo estadual são alguns deles.

A expansão da agropecuária tem causado prejuízos ao cerrado goiano. As matas ciliares são destruídas e as reservas permanentes, desmatadas, cedendo lugar ao gado bovino e às plantações. Na região das nascentes do Rio Araguaia, há focos de erosão provocados pelo desmatamento para a plantação de pastagens, o que produz erosões profundas, que atingem o lençol freático. Algumas chegam a medir 1,5km de extensão, por 100m de largura e 30m de profundidade.

Esses problemas, aliados ao assoreamento dos rios, fazem com que Goiás enfrente crise no abastecimento de água, situação agravada nos períodos de estiagem prolongada. A vazão dos mananciais, em 1999, alcançou os mais baixos níveis desde 1989, de acordo com a Secretaria do Meio Ambiente - os reservatórios atingem 40% de sua

capacidade. O governo chega a estudar o racionamento de água para as maiores cidades. Atualmente existem diversos grupos de trabalho criados para tratar desse assunto tão vital para o meio ambiente goiano.

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de Goiás era de 0,776, segundo o Atlas de Desenvolvimento Humano/Pnud (2000), enquanto o brasileiro era de 0,766 e o do Distrito Federal de 0,844. Na área de educação, o número total de alunos matriculados na rede de ensino caiu cerca de 22 mil de 2005 a 2006. Entretanto, ampliou-se o percentual de pessoas de 15 anos ou mais alfabetizadas nesse mesmo período, que foi de 89,87% para 90,39%. Quanto ao trabalho e renda, a participação da População Economicamente Ativa (PEA) de Goiás em 2000 cresceu cerca de cinco pontos percentuais, proporcionando assim mesmo uma taxa de desemprego de 7,23%, ainda que seja menor do que a nacional. A renda per capita goiana é a menor do Centro-Oeste, segundo o Instituto de Pesquisa Econômico Aplicado (Ipea), e



Igreja Matriz de Nossa Senhora do Rosário, em Pirenópolis

inferior à renda média brasileira. O número de domicílios com abastecimento de água, esgotos e serviços de coleta de lixo também está abaixo da média nacional. Já a média de esperança de vida ao nascer é de 67,5 anos, pouco acima da média nacional, que está em 66,3 anos.

As grandes propriedades rurais representam apenas 4,9% dos estabelecimentos agrários do Estado e controlam 47,1% do território goiano. As pequenas propriedades correspondem a 60,5% do total de propriedades, mas ocupam apenas 9,2% da área do Estado. A concentração fundiária tem alimentado, nos últimos anos, inúmeros conflitos pela posse da terra.

SOBRE O NÚCLEO

O Conselho Temático de Responsabilidade Social da Federação das Indústrias do Estado de Goiás tem quatro anos e meio de atuação. Criado em abril de 2004 para contribuir com o desenvolvimento social do Estado de Goiás, o Cores busca promover a redução das desigualdades sociais, por meio da interação de interesses e ações das indústrias e da comunidade.

Entre os principais objetivos do conselho estão:

1) Discutir as questões relacionadas com a elaboração e execução das políticas de responsabilidade social empresarial em âmbito federal, estadual e municipal, propondo ações e desenvolvendo articulações em benefício da atividade industrial, quando necessário.

Quanto aos investimentos, a maioria das empresas utiliza recursos próprios para investir em responsabilidade social.

2) Definir e orientar as políticas e estratégias de trabalho das instituições do Sistema Fieg em temas relacionados com a responsabilidade social empresarial.
3) Colaborar para o desenvolvimento da cultura e prática da responsabilidade social empresarial nas indústrias.
4) Representar a federação perante as instituições públicas e privadas em questões relacionadas com a responsabilidade social empresarial.

Entre seus principais projetos e ações estão:

1) Desenvolvimento de seminários, encontros e palestras visando conscientizar e sensibilizar as indústrias quanto às boas práticas de responsabilidade social.
2) Pesquisa sobre responsabilidade social nas indústrias goianas.
3) Desenvolvimento de competências internas ou externas, capacitando o profissional para atuar no mercado e também na própria empresa.
4) Estímulo à realização de ações de responsabilidade social nas indústrias.
5) Divulgação de experiências bem-sucedidas na prática da responsabilidade social.
6) Promoção e aproximação das indústrias com as organizações governamentais e não-governamentais (terceiro setor) voltadas para o trabalho de responsabilidade social.

7) Apoio e orientação às indústrias na implementação da responsabilidade social.
8) Estímulo à realização de parcerias para o desenvolvimento de projetos e ações de responsabilidade social.

No mesmo ano em que se iniciaram as atividades do Cores, dando continuidade à série de estudos que fazia sobre o envolvimento do setor empresarial na área social, o Ipea realizou a Pesquisa Ação Social das Empresas na Região Centro-Oeste. O recorte dessa pesquisa considerava apenas a ação social voluntária pela empresa, de qualquer tipo, inclusive as doações humanitárias realizadas de forma eventual como forma de ajuda às comunidades. O estudo, que deixava claro que a responsabilidade social exerce um papel mais amplo no âmbito da atuação empresarial, foi um importante marco zero para avaliação futura das ações do conselho.

Naquela época, a pesquisa apontava um crescimento de 10% na proporção de empresas privadas brasileiras que, entre os anos de 2000 e 2004, passaram a realizar ações sociais na comunidade, saltando de 59% para 69%. Isso representava cerca de 600 mil empresas atuando no campo social voluntariamente no país, utilizando recursos na ordem de R\$ 4,7 bilhões, o que significa 0,27% do

Produto Interno Bruto (PIB). Enquanto isso, no mesmo período, o Estado de Goiás crescia apenas 4%, ficando abaixo da média nacional, com 54% das empresas envolvidas em ações sociais. O mais relevante era notar que no ranking regional da pesquisa do Ipea o Estado ficava na última colocação. Isso poderia significar que a situação das empresas goianas no quesito responsabilidade social poderia estar ainda mais aquém. Em meio à importância de se investir na discussão desse tema pela sociedade e pelas empresas, o Conselho Temático de Responsabilidade Social da Fieg foi criado com esse propósito, entre outros. Assim, no sentido de subsidiar as ações do conselho, sua primeira iniciativa foi fazer um levantamento em uma amostragem de 351 empresas do setor industrial, para saber, entre outras coisas, a visão das empresas sobre as questões sociais, suas iniciativas relacionadas à responsabilidade social e à gestão desse tema na organização. Outros pontos abordados foram como são compostos seus quadros de funcionários, qual o grau de conhecimento sobre os conceitos de responsabilidade social empresarial e quais as áreas de preferência das indústrias para apoio a projetos, bem como o volume total de recursos financeiros neles empregados.

Essa pesquisa mostrou que, na época, apenas 11% das empresas tinham conhecimento ou experiência com a aplicação do conceito da responsabilidade social. Um maior percentual, 36% delas, entretanto, respondeu que sabia o significado da RSE, mas não possuía experiência de aplicação dessa política na

empresa. Além dessas, 53% desconheciam o tema, por vezes admitindo ter ouvido falar sobre ele, mas não sabiam explicar o que era (31%), ou dizendo que era a primeira vez que ouviam falar no tema e não tinham idéia do que se tratava (22%). Em resumo, 89% das empresas da indústria goiana não tinham envolvimento com a prática do conceito da RSE. Além disso, 3% apenas de todas as empresas ouvidas admitiram possuir recursos e competências que poderiam ser empregados na realização bem-sucedida de projetos de interesse social sem fins lucrativos.

A pesquisa ainda chama atenção para o fato de que, em matéria de gestão da responsabilidade social, a atuação das empresas goianas ainda é tímida. Nenhuma empresa é certificada com a SA 8000, norma internacional de responsabilidade social. Entre as 351 entrevistadas, apenas 10 afirmaram que publicam seu balanço social. Outras 19 têm uma área ou pessoa responsável pela responsabilidade social e, da mesma forma, é pequeno o número das que divulgam as atividades de responsabilidade social desenvolvidas — apenas 4% do total. Quanto aos investimentos, a maioria das empresas utiliza recursos próprios para investir em responsabilidade social. O valor total aplicado em 2004 em projetos foi de R\$ 18,2 milhões.

Considerando a receita bruta anual das empresas naquele ano, os valores empregados representaram até 2% para 62% das empresas que empregaram algum valor nesta área. As empresas

também demonstraram desconhecer ou não utilizar os incentivos fiscais para a prática da RSE. Embora conhecessem a possibilidade de dedução para doação ao Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente ou os incentivos relacionados a doações ou patrocínios oferecidos aos projetos culturais, a maioria não se vale dessas alternativas.

Porém, de positivo, entre as indústrias pesquisadas em Goiás, 58% buscam melhoria da imagem perante o seu público, 56% procuram melhorar o relacionamento com os funcionários e 38% querem melhorar as condições de vida das pessoas e da sociedade em geral.

Sem dúvida, há nesse contexto um grande desafio para o Conselho Temático de Responsabilidade Social Empresarial da Federação das Indústrias do Estado de Goiás. Seu presidente, Antônio Almeida, em princípio, ficou preocupado com o resultado da pesquisa, porém, ao compará-la com levantamentos semelhantes realizados em outros Estados, entendeu que os índices goianos não eram tão diferentes dos índices dos demais e que ainda havia uma grande desinformação no meio empresarial do Estado sobre o significado desse tema. Era preciso iniciar a ação do Cores pela diferenciação entre filantropia, assistencialismo e responsabilidade social, de forma a estimular as empresas a integrarem esse tema à sua gestão estratégica, independentemente de seu porte. Ele também ressalta que entende perfeitamente que “a empresa não faz ações como essa porque é boazinha”, mas pela sustentabilidade de seu negócio em

FOTO: Rui Faquini / Agência de Turismo de Goiás



Chapada dos Veadeiros, que abriga o Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, considerado patrimônio natural mundial. Detalhe da cidade de Goiás

longo prazo, e é por aí que o Cores deve trabalhar.

Já no ano seguinte à pesquisa, em 2006, o Cores lançou a cartilha A Responsabilidade Social Empresarial: uma Ferramenta de Gestão de Negócios Sustentáveis e Competitivos, visando esclarecer que a filantropia é basicamente uma ação assistencialista, pontual, de resultado imediato, que beneficia tanto o indivíduo quanto um grupo de pessoas ou instituição, independentemente de projeto estruturado e relacionado aos negócios de seu patrocinador, ao passo que a responsabilidade social é focada na cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações e iniciativas com um público maior (acionistas, colaboradores, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), cuja demanda e

necessidade a empresa deve buscar entender, incorporar e alinhar a seus negócios. Portanto, responsabilidade social deve ser encarada como ferramenta de gestão de negócio sustentável e competitivo.

A cartilha visava ainda demonstrar que a prática da RSE influencia e impacta de forma positiva não apenas quem recebe os benefícios, mas também a organização que realiza os investimentos.

Os resultados das atitudes socialmente responsáveis podem ser percebidos nos balanços financeiros das organizações e mensurados com a aplicação de ferramentas específicas de controle, pois tais atitudes influem na imagem institucional, contribuindo para a atração e fidelização de talentos, clientes e investidores e maximizando o valor da empresa. Ser socialmente responsável

é, portanto, um fator de competitividade para os negócios. Se antes o que identificava uma empresa competitiva era basicamente o preço e a qualidade dos produtos, hoje, em um contexto econômico caracterizado pela integração dos mercados e pela queda das barreiras comerciais, as empresas devem investir no permanente aperfeiçoamento de suas relações com todos os públicos dos quais dependem e com os quais interagem: clientes, fornecedores, empregados, parceiros, colaboradores, comunidade e governo. Para isso, precisam mudar suas estratégias de negócios e padrões gerenciais.

No início de 2008, aconteceu o lançamento da revista, a primeira publicação goiana voltada especialmente à responsabilidade social empresarial. Nessa publicação, são apresentados artigos e matérias sobre ações socioambientais realizadas pelas empresas goianas, e há espaço para divulgação de seus balanços sociais. A



FOTO: Rui Faquini / Agência de Turismo de Goiás

publicação também pretende ser um canal de comunicação que incentive e promova as boas práticas de responsabilidade social em Goiás.

“Além de dar visibilidade para ações bem-sucedidas de algumas empresas, ela serve como instrumento de indução para que outras indústrias realizem ações socialmente responsáveis”, explica o presidente do conselho, Antônio de Sousa Almeida. Essa revista, que tem periodicidade semestral, foi agraciada com a premiação “Prata” na categoria revista no 4º Prêmio Aquino Porto de Excelência Gráfica – Criação e Produção, promovido pelo Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado de Goiás (Sigego) e pela Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf). A revista concorreu com cerca de 500 peças inscritas ao prêmio, que contemplou todos os segmentos da indústria gráfica e de comunicação.

Nos últimos quatro anos, com seus seminários, encontros, palestras e publicações, o Cores tem divulgado e debatido o tema da responsabilidade social empresarial, tanto na capital como no interior do Estado, e procurado trabalhar em sintonia com os sindicatos patronais e com as indústrias, reunindo empresários e executivos interessados em discutir e encaminhar ações do setor empresarial. O conselho tem também buscado divulgar experiências bem-sucedidas e promover a aproximação das empresas com organizações governamentais e não-governamentais, oferecendo apoio na implementação de iniciativas com estímulo de parcerias intersetoriais.

Entre as demais ações do conselho, destaca-se o Fórum Permanente Coleta Seletiva de Material Reciclável e Inclusão Social, promovido em parceria com os

Conselhos de Meio Ambiente e Relações de Trabalho da Fieg, a Delegacia Regional do Trabalho (DRT), Comurg, Saneago, Agência Ambiental, secretarias de Meio Ambiente do Estado e do Município de Goiânia, Secovi, além de algumas empresas e o Instituto Ethos.

Nesses fóruns se debatem problemas enfrentados pelos trabalhadores de coleta seletiva de material reciclável, bem como alternativas para promover sua inclusão social. Entre os resultados alcançados está a decisão de se proceder a um levantamento estatístico da população de catadores de material reciclável em Goiânia e a articulação com a prefeitura da capital para a criação de um modelo de coleta seletiva de material reciclável. Outro resultado é a parceria da UFG com o Banco do Brasil para implantação de uma rede de incubadoras para que as associações de catadores passem a gerir as atividades de forma mais profissional e estruturada.

O principal objetivo da incubadora é promover a inserção socioeconômica e

a conquista da cidadania de pessoas em estado de vulnerabilidade social e baixa renda, por meio do apoio à criação e ao desenvolvimento de empreendimentos econômicos solidários.

Atualmente, o conselho é composto por 34 empresas, que se reúnem regularmente e trabalham na perspectiva de virem a ser referência para a prática da responsabilidade social empresarial no Estado. O Cores já é referência no trabalho de responsabilidade social em Goiás, sendo considerado parceiro preferencial em atividades e eventos relativos ao assunto pela maioria das empresas e instituições envolvidas com o tema. Por isso, dezenas de reuniões de trabalho, encontros e outras articulações são promovidos.

Na opinião de Antônio Almeida, se uma nova pesquisa fosse realizada hoje revelaria um conhecimento maior a respeito do tema e um aumento significativo de casos de empresas socialmente responsáveis. Revelaria também o aprimoramento e a profissionalização das ações, que gradativamente vão deixando de ter uma conotação meramente filantrópica e passam a estar alinhadas ao conceito da responsabilidade social. A mudança que hoje se percebe certamente vem se dando pelo interesse crescente do empresariado, que vê as inúmeras vantagens da prática como a valorização da imagem e da marca, e também em virtude dos esforços empreendidos pelo conselho nesses últimos anos.

Ao longo desse período, muitas parcerias importantes foram se consolidando com instituições como o Ministério Público do



FOTO: Rui Faquini / Agência de Turismo de Goiás

Trabalho, Ministério Público do Estado de Goiás, Federação das Fundações do Estado de Goiás, Delegacia Regional do Trabalho de Goiás, Centro de Reabilitação Dr. Henrique Santillo (Crer), além de outras ONGs, fundações e órgãos governamentais.

SOBRE O FUTURO

Sobre o futuro dessas ações, o coordenador executivo do Cores, Leandro Gondim, reconhece que ainda há muito a ser feito e que se trata de “um trabalho de formiguinha”. “Já se fez muito, mas temos consciência de que ainda estamos engatinhando”, afirma. Gondim revela ainda o plano de fazer uma nova pesquisa para que se possa avaliar concretamente o

quanto já se caminhou e na expectativa de que, dessa vez, os resultados sejam muito melhores. Já o presidente do Cores, Antônio Almeida, enfatiza o desejo de ter um envolvimento maior do poder público, que, na opinião dele, tem estado muito omissivo nas suas funções, e diz que as empresas não podem fazer o papel do poder público. “O poder público, juntamente com as indústrias e ONGs, poderia desenvolver, grandiosamente, a sociedade”, afirma.

Busca-se também desdobrar as ações do conselho por todo o Estado, descentralizando suas atividades por meio da criação de núcleos regionais. Já foi instituído o núcleo de Itumbiara, que conta com a parceria de empresas locais, e também se pretende implantar núcleos em Catalão, Anápolis e Rio Verde. O

FOTO: Stock.XCHNG



Trecho do Rio Araguaia, principal curso de águas do Cerrado Brasileiro. Vista noturna da cidade de Caldas Novas, conhecida por ter a maior estância hidrotermal

objetivo é ter quatro ou cinco núcleos nas grandes cidades.

Para que possa realizar o que se pretende, o conselho deseja ampliar cada vez mais a sua parceria com o Sesi porque entende que suas ações se complementam. Na opinião de Leandro, “o ideal seria criar núcleos regionais onde se possa monitorar o desenvolvimento local. Com isso, vamos fomentar e a sociedade vai agir. Dessa forma a gente encontra o desejo deles”.

Outro projeto é realizar, em parceria com o governo do Estado, o 1º Prêmio Goiás de Ações e Responsabilidades Sociais, para incentivar a expansão dessa prática em todos os setores produtivos.

Assim, as empresas com boas práticas nessa área serão reconhecidas e terão mídia institucional, visando dar maior visibilidade a suas ações e disseminar o conceito entre o público goiano e os empresários locais.

SOBRE A REDE ACE

Na visão do núcleo Goiás, o grande aporte que se tem da Rede ACE é o aprendizado com a experiência dos outros núcleos. E, nesse sentido, é importante que essa rede se reúna com mais frequência para troca de experiências, promova discussões conceituais, alinhamentos e o desenvolvimento de ações conjuntas.

Segundo Leandro, quando a rede está ativa, serve para somar esforços ao trabalho de cada um. Quando uma rede funciona, você percebe que não se precisa elaborar projetos novos, já que se tem várias experiências bem-sucedidas que podem ser adaptadas ou melhoradas para se atender às necessidades locais. “Essa rede foi muito importante no início de nossa iniciativa, especialmente porque investiu em nossa capacitação. Agora estamos aptos a desenvolver o trabalho e dar continuidade a ela”, ressaltou ele.

Para o Cores, a comunicação constante por meio de informativos também é importante, assim como sua animação por uma liderança estabelecida que pudesse executar ações, realizar articulações políticas, promover interação, propor e monitorar as ações conjuntas.

CONSELHO TEMÁTICO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE GOIÁS - CORES / FIEG

HISTÓRICO

O Cores contempla três projetos prioritários:

1. Realização de uma pesquisa no Estado de Goiás para conhecer a realidade nas indústrias goianas sobre as ações sociais por elas realizados. Em 2005 foram consolidados os dados, disponíveis no site www.sistemafig.org.br/social.
2. Sensibilizar, conscientizar e estimular o empresário quanto à importância da responsabilidade social empresarial. Nesse objetivo elaboramos uma cartilha para melhor contribuir com as empresas no processo de gestão das ações sociais.
3. Desenvolvimento de competências internas e externas, para que os profissionais possam implantar e analisar as ações sociais de forma a abranger seus públicos envolvidos. Realizamos constantemente não só cursos de elaboração de projetos, captação de recursos, desenvolvimento sustentável e indicadores sociais, mas também fórum, seminários e congresso.

MISSÃO E OBJETIVO

Missão

Contribuir para o desenvolvimento social do Estado de Goiás, promovendo a redução das desigualdades sociais, por meio da interação dos interesses e ações das indústrias e da comunidade

Objetivos

- Estimular a realização de ações de responsabilidade social nas indústrias.
- Conscientizar as indústrias e a comunidade para a importância da prática da

responsabilidade social.

- Divulgar experiências bem-sucedidas na prática de responsabilidade social empresarial.
- Promover a aproximação das indústrias com as organizações governamentais e não-governamentais (terceiro setor) voltadas para o trabalho de responsabilidade social.
- Apoiar e orientar as indústrias na implementação de responsabilidade social. Estimular a realização de parcerias para o desenvolvimento de projetos e ações de responsabilidade social.

VISÃO E VALORES

Ser referência na promoção da responsabilidade social nas indústrias goianas.

RELAÇÃO COM OUTRAS ENTIDADES EMPRESARIAIS LOCAIS

Associação Comercial e Industrial de Goiás, Sebrae Goiás, Federação do Comércio do Estado de Goiás.

PRINCIPAIS PARCEIROS

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Ministério Público do Trabalho
Ministério Público do Estado de Goiás
Federação das Fundações do Estado de Goiás
Delegacia Regional do Trabalho de Goiás
Centro de Reabilitação Dr. Henrique Santillo
Fundação Aroeira
Associação Brasileira de Recursos Humanos do Estado de Goiás
ONGs
Entidades governamentais

PERFIL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS

Indústrias e Serviços

PUBLICAÇÕES, PESQUISAS E ARTIGOS

- Cartilha de Responsabilidade Social Empresarial.
- Pesquisa de Responsabilidade Social nas Indústrias Goianas.

RELAÇÃO COM OUTRAS ENTIDADES EMPRESARIAIS LOCAIS

Associação Comercial e Industrial de Goiás, Sebrae Goiás, Federação do Comércio do Estado de Goiás.

LEGISLAÇÃO LOCAL

Governo do Estado de Goiás

Lei Goyazes (Lei nº. 13.613) - O contribuinte que aplicar na Goyazes o equivalente mínimo de 5% do valor do imposto devido pode pleitear na Secretaria da Fazenda prazo especial para pagamento de imposto de competência do Estado; Redução para até 50% do valor da base de cálculo do ICMS nas importações de mercadorias e serviços que não possuam similar no território nacional e sejam destinados exclusivamente a projeto cultural ou artístico aprovado pela Agência Goiana de Cultura; Lei Proesporte (Lei nº. 14.546) - o benefício fiscal será concedido com base no ICMS, sob as formas de concessão de prazo especial para recolhimento do imposto, redução para até 50% de sua base de cálculo e concessão de crédito outorgado do imposto. O contribuinte do ICMS que incentivar financeiramente o Proesporte destinando-lhe o equivalente a, no mínimo, 5% do valor do imposto devido poderá pleitear à Secretaria da Fazenda concessão de prazo especial para pagamento do imposto, nos termos que dispuser a legislação tributária estadual.

ENDEREÇO

Avenida Araguaia, 1544
Setor Leste Vila Nova - Goiânia-GO
CEP 74645-070

DATA DE INSTITUIÇÃO |
FUNDAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO
Abril de 2004

Governo Municipal de Goiânia

Lei de Incentivo à Cultura (Lei nº. 7.957) - A Prefeitura Municipal de Goiânia (2007) destina parte de suas receitas do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) e do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN) para os empresários que investem em ações culturais. Os limites anuais por investidor para as deduções a que se refere essa lei são de 50%. É fixado em 1% da receita proveniente do ISSQN e IPTU o limite de recursos fiscais disponíveis para aplicação dessa lei, por exercício fiscal.

Antônio de Sousa Almeida

Presidente do Cores

Leandro Gondim Silva

Assessor Executivo do Cores

Fone: (62) 3219-1303

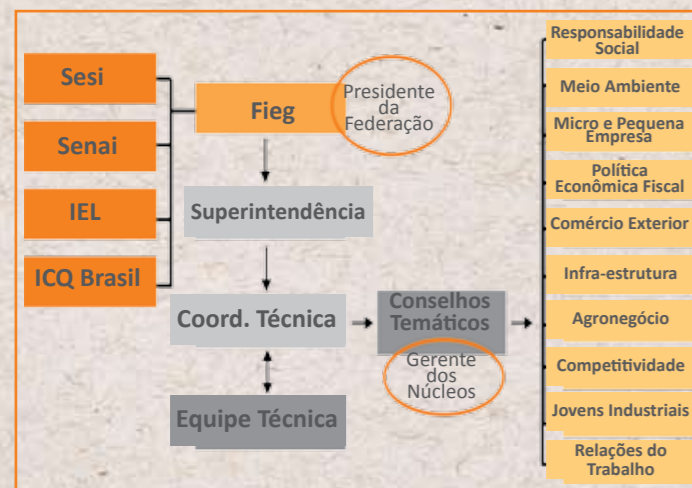
Fax: (62) 3219-1719

Celular: (62) 9651-6774

ctrs@sistemapfieg.org.br

www.sistemapfieg.org.br

ESTRUTURA



FORMAÇÃO DO CORES-GO

José Eduardo de Andrade Neto

Superintendente da Fieg

Welington da Silva Vieira

Coordenador Técnico da Fieg

Projetos 2007 / 2008

PROJETO NÚCLEOS REGIONAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E PROJETO MOBILIZAÇÃO PARA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Descrição dos dois principais projetos do Conselho Temático de Responsabilidade Social (Cores), eleitos pela entidade conforme os critérios de inovação, facilidade de viabilização e nível de resultados alcançados.

Goiás, julho de 2008.

PROJETO MOBILIZAÇÃO PARA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

REALIZAÇÃO

Federação das Indústrias do Estado de Goiás (parceiro do Instituto Ethos em Goiás), Jorcelina L.M.Moraes (articuladora do Instituto Ethos em Goiás) e Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial.

PERÍODO

A articulação começou em 13 de fevereiro de 2006.

LOCAL

Goiás

PÚBLICO-ALVO

Empresas associadas ao Instituto Ethos em Goiás.

TEMA

Mobilização empresarial.

OBJETIVO

Discutir e aprofundar novos conhecimentos na área de responsabilidade social.

ATIVIDADES

Realização de palestras, reuniões e Oficina de Indicadores Ethos.

PARCEIROS

Águia Diesel
Artesanal Farmácia de Manipulação
Belcar Caminhões e Ônibus
Cifarma
Colégio Classe
Engebra Evoluti
Faculdade Ávila
Faculdade de Goiás
Flamboyant Shopping Center
Goiarte
Mabel
Maeda S.A.
Novo Mundo
Sama S.A. - Minerações Associadas
Scitech Produtos Médicos
Toctao Engenharia
Tropical Imóveis
Unimed Goiânia
Vivo Goiás e Tocantins

RESULTADOS

Realização de 15 reuniões, três palestras e cinco Oficina de Indicadores Ethos.

Cada reunião teve em torno de 25 empresas participando. Duas palestras tiveram um público de 60 pessoas cada e uma contou com 180 pessoas. As Oficinas de Indicadores Ethos receberam em média 30 pessoas.

CONTATO

Leandro Gondim Silva

Fieg

+55 62 3219-1303

e-mail: leandro@sistemafieg.org.br

Jorcelina Moraes

Articuladora do Ethos em Goiás

+55 62 8401-2159

e-mail: jorcelina-lobes@hotmail.com.

MOBILIZAÇÃO PARA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

REALIZAÇÃO

Federação das Indústrias do Estado de Goiás, Sebrae Goiás, Secretaria de Meio Ambiente do Estado de Goiás e Agência Goiana de Meio Ambiente.

PERÍODO DE REALIZAÇÃO

O projeto está disponível no site do Sistema Fieg e do Sebrae Goiás desde novembro de 2004.

LOCAL

Goiás.

PÚBLICO-ALVO

Empresas e indústrias que querem disponibilizar seus resíduos para venda ou troca.

TEMA

Meio Ambiente.

OBJETIVO

Facilitar o intercâmbio entre indústrias que produzam ou que procuram resíduos, além de contribuir para a redução dos desperdícios e dos custos de produção, promovendo o uso racional dos recursos naturais.

ATIVIDADES

Ofertas de compra e venda de resíduos recicláveis no ambiente eletrônico. As empresas que queiram negociar ou doar seus resíduos sólidos devem cadastrar-se no programa e, caso alguma pessoa, empresa ou ONG se interessem, poderão entrar em contato e fazer a articulação para efetivar a doação ou compra.

PARCEIROS

Federação das Indústrias do Estado de Goiás
Sebrae Goiás
Secretaria de Meio Ambiente do Estado de Goiás
Agência Goiana de Meio Ambiente

RESULTADOS

Empresas cadastradas: 75
Ofertas: 50
Procura: 25

RESÍDUOS ANUNCIADOS

Plástico
Borracha
Borra de resíduo gráfico
Óleo de fritura
Escória de alumínio
Tíner
Borra de tinta
Aparas de couro
Big bag
PET
Embalagens Tetra Pak

Espumas
Retalhos de jeans
Vidro inteiro e cacos

CONTATO

Elaine Farinelli

Assessora executiva do Conselho Temático de Meio Ambiente
+55 62 3219-1326
e-mail: elaine@sistemafieg.org.br

Luciana Machado

Assistente do Conselho Temático de Meio Ambiente
+55 62 3219-1419
e-mail: lucianamachado@sistemafieg.org.br



MARANHÃO

Instituto de Cidadania
Empresarial do Maranhão
(ICE-MA)

Cidade Velha de São Luís do Maranhão

CONTEXTO

Foram os espanhóis os primeiros a chegar, em 1500, à região onde hoje se encontra o Estado do Maranhão. Em 1535, verificou-se uma primeira tentativa fracassada de ocupação do território pelos portugueses. A região só foi ocupada efetivamente a partir de 1612 pelos franceses, quando 500 deles chegaram em três navios e fundaram a França Equinocial.

Em 1621, foi instituído o Estado do Maranhão e Grão-Pará, com o objetivo de melhorar as defesas da costa e os contatos com a metrópole, uma vez que as relações com a capital, Salvador, localizada na costa leste do Oceano Atlântico, eram dificultadas pelas correntes marítimas. Em 1641 São Luís foi invadida e ocupada por holandeses, que nomearam o povoado em homenagem ao rei Luiz XIII, sendo expulsos três anos depois pelos portugueses.

A separação do Maranhão e do Pará só veio a ocorrer em 1772, após a consolidação do domínio português na região. A forte influência portuguesa no Maranhão fez com que o Estado só aceitasse a independência do Brasil (ocorrida em 7 de setembro de 1822) após intervenção armada em 1823.

No século XVII, a base da economia do Estado estava na produção do açúcar, cravo, canela e pimenta. No século XVIII,

A capital, São Luís, ocupa uma área de 28,01km². Segundo dados do Censo2007 – IBGE, o município possui 957.515 habitantes, sendo 837.584 na área urbana e 32.444 na área rural. Ainda segundo o censo, a população é jovem, sendo 63,87% com idade inferior a 29 anos, destacando-se que 40,17% são menores de 19 anos.

surgiram o arroz e o algodão, que vieram a se somar ao açúcar, constituindo-se estes três produtos a base da economia escravocrata do século XIX. Com a abolição da escravatura, em 13 de maio de 1888, o Estado enfrentou um período de decadência econômica, do qual viria a se recuperar no final da primeira década do século XX, quando teve início o processo de industrialização, a partir da produção têxtil.

A capital do Estado do Maranhão, São Luís, foi fundada em 1612, na ilha, às margens da Baía de São Marcos, do Oceano Atlântico e do Estreito dos Mosquitos. Povoada originariamente pelos franceses no século XVII, a cidade tem atualmente uma população composta de aproximadamente 53% de mulheres e 47% de homens.

O Estado do Maranhão é um Estado de contrastes, ora conhecido pelas belezas e riquezas naturais, ora identificado pelos índices de pobreza. A renda per capita desse Estado ocupa a 27^o posição no Brasil, seu IDH é de 0,636 (Atlas IDH 2000) – entre os mais baixos do país –, sua economia é fortemente agrária (poucas são as indústrias) e grande parte de suas empresas está voltada para os setores de serviços e comércio. Segundo o Sebrae-MA, 89% dessas empresas são micros e pequenas e, entre os maiores empregadores, estão os governos federal, estadual e municipal.

A capital, São Luís, ocupa uma área de 28,01km². Segundo dados do Censo 2007 – IBGE, o município possui 957.515 habitantes, sendo 837.584 na área urbana e 32.444 na área rural. Ainda



Fruto da palmeira de babaçu, árvore típica do Estado maranhense

segundo o censo, a população é jovem, sendo 63,87% com idade inferior a 29 anos, destacando-se que 40,17% são menores de 19 anos.

O município ocupa mais da metade da ilha (57%) e, conforme registros de 2006 da Fundação Nacional de Saúde, a população está distribuída em centro urbano, com 122 bairros (que constituem a região semi-urbana), e 122 povoados (que formam a zona rural). A cidade está dividida em 15 setores fiscais e 233 bairros, loteamentos e conjuntos residenciais. O Centro Histórico de São Luís, tombado desde 1955 pelo governo federal, foi declarado Patrimônio Mundial Cultural e Natural da Humanidade pela Unesco em 1997.

Além disso, a cidade conta com o mais profundo porto marítimo do Brasil e tem um setor industrial em expansão. Segundo o Banco Mundial, o desemprego, porém, é muito alto e há grande incidência de pobreza:

“Populações migrantes aglomeram-se em assentamentos urbanos não adequados, particularmente em áreas de risco ambiental na Baía do Bacanga, vulnerável a inundações e marcada por condições precárias de habitação, abastecimento de água e saneamento. Residem na baía mais de 230.000 pessoas, e 90% das famílias têm renda mensal inferior a dois salários mínimos”.

Dados do Ipea/MDS5 corroboram essa afirmação do Banco Mundial, destacando que 33,42% da população vive em estado de pobreza. Já com relação à infância, São Luís tem um índice de desenvolvimento infantil de 0,839, estando entre os 560 municípios brasileiros com nível alto.

Segundo dados da prefeitura de São Luís, das pessoas residentes com mais de 10 anos de idade, 93,10% são alfabetizadas

e o município apresenta Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,778, superior ao restante do Estado.

<http://web.worldbank.org> – acessado em 4 de setembro de 2008.

<http://www.ipeadata.gov.br> – acessado em 4 de setembro de 2008.

<http://www.saoluis.ma.gov.br> – acessado em 4 de setembro de 2008.

Dados do Relatório do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud) 2007 - www.pnud.org.br.

SOBRE O NÚCLEO

Apesar desse contexto, o movimento de responsabilidade social empresarial (RSE) vem crescendo no Estado desde 2001, quando o Instituto de Cidadania Empresarial do Maranhão (ICE-MA) nasceu com a tarefa de difundir, entre as

empresas locais, os princípios e valores da responsabilidade social corporativa, iniciando a mudança de uma cultura empresarial já instalada. No início eram 16 empresas associadas e hoje, em pouco mais de seis anos, são 58.

Nesse período, verificaram-se nas empresas o desenvolvimento de projetos coletivos e individuais de investimento social, o incremento de ações voltadas para a melhoria das relações com o público interno e a ampliação dos recursos investidos pelas empresas

no campo social. Outra conquista importante foi a inclusão da temática da RSE como módulo do Programa de Certificação de Empresas Maranhenses (Procem), uma iniciativa do governo do Estado, Sesi-Senai, CVRD e Alumar.

Além disso, viu-se surgir prêmios locais de responsabilidade social e incluiu-se o tema nos currículos de cursos de graduação das universidades, o que podemos considerar como indicador de que as empresas maranhenses buscam a transformação de suas ações, passando

da filantropia para ações qualificadas e integradas às estratégias e valores propostos pelo tema da RSE.

Em paralelo a tudo isso, o terceiro setor também avança no Maranhão, passando a ser reconhecido, valorizado e respeitado pelas empresas. Há indícios de que muito disso se deve a um trabalho de construção de redes e parcerias feito pelo ICE-MA. Essa entidade tem sido reconhecida e respeitada pelo papel de facilitadora do encontro entre os três setores, um difícil trabalho que passa pela adequação de linguagens, pela mediação de diferenças, pela integração de universos, na busca

FOTO: Stock.XCHNG



FOTO: Arquivo / Rede ACE



Representantes do Instituto de Cidadania Empresarial do Maranhão. Ladeiras e casarios antigos em São Luís

Crianças no projeto “Natal o Ano Todo”

influenciou diretamente a política pública de educação no município de São Luís e que permanece vivo até hoje, atendendo mais de 1.600 crianças, em parceria com a Secretaria Municipal de Educação e organizações sociais, em nove pólos espalhados pela zona rural e urbana de São Luís. “É preciso que se entenda que, em um Estado onde mais de 80% das empresas são micros e pequenas, praticar investimento social privado é um desafio. O meio que encontramos para superar a dificuldade das empresas foi agrupá-las para investir. Os Espaços Lúdicos são um ótimo exemplo disso. Ali várias empresas investem conjuntamente, gerando um grande impacto a partir de pequenas cotas individuais de recursos”, destaca Deborah Baesse, gestora do ICE-MA.

Inicialmente se atuava na comunidade buscando a sensibilização das empresas

para ação social que em sua maioria tinha uma visão mais assistencialista, contribuindo com doação de livros, roupas, alimentos ou com ações de voluntariado. A partir daí, inicia-se todo o trabalho do ICE-MA. Apesar de entender que o assistencialismo definitivamente não é o melhor caminho, já que gera dependência e não fomenta o desenvolvimento dos atores, o ICE-MA lida com essa prática sem preconceitos.

De um modo geral, as empresas iniciam sua atuação social por práticas assistencialistas. Portanto, sem negar o que já faz cada empresa, o ICE-MA trabalha para qualificar essas ações, ampliando o universo e o conhecimento sobre RSE.

“O assistencialismo é nefasto se você fica nele. O desafio do ICE-MA é fazer com que a empresa avance a partir dali”, comenta Deborah Baesse. A sensibilização das empresas maranhenses para a conquista de uma nova visão foi o caminho que o ICE-MA precisou inicialmente trilhar, na direção do investimento social privado e da responsabilidade social empresarial. Vencida a etapa de sensibilização, o ICE-MA percebe que o empresariado já sabe o que é RSE, entende a necessidade de praticá-la e, agora, se vive a difícil tarefa de adequar as práticas da empresa às ações, projetos e iniciativas voltados para seus públicos de relacionamento. Muitas delas já avançaram na relação com público interno e ações voltadas

É preciso que se entenda que, em um Estado onde mais de 80% das empresas são micros e pequenas, praticar investimento social privado é um desafio.

para o meio ambiente, entretanto a incorporação do conceito e da prática do investimento social tem sido mais lenta.

O desafio agora é passar da etapa de sensibilização e do discurso para prática. Também há outro importante desafio pontuado pelo ICE-MA, a consolidação da visão da RSE na prática. Preocupação que se expressa no comentário seguinte da equipe: “A gente vive em uma sociedade midiática. A temática chega muito forte e de um modo geral ela é apropriada como informação, antes de ser apropriada como conhecimento ou prática, então se fala tanto que se esvazia o conceito. A empresa pode adotar essa abordagem como um agregador de valor e aí fazer o laço maior que o presente. Existem muitas empresas que acreditam ser um valor fundamental e nós buscamos fomentar isso”.

Quando o ICE chegou ao Maranhão, o empresariado local pouco conhecia a RSE e não foi fácil se associar a essa entidade. Hoje os mais bem-sucedidos empresários do Maranhão fazem parte do ICE-MA.

Assim, a equipe executiva entende que existe um processo em desenvolvimento por meio do qual certamente se alcançará o objetivo final, com as empresas do Maranhão reconhecidas pelas suas práticas socialmente responsáveis.

Com vista a isso, a organização tem feito investimentos em sua gestão e desenvolvimento institucional, bem como em ações relacionadas com a tecnologia de atendimento às empresas. A organização interna do trabalho conta com cinco áreas: intervenção, educação, mobilização, assessoria técnica e comunicação.

Hoje se vê entre as empresas associadas a compreensão da importância e da amplitude do tema, pois elas passam a procurar o ICE-MA para trabalhar na sua gestão a prática da responsabilidade social. Entretanto, esse entendimento não é geral e ainda são poucas as iniciativas no sentido de adequar a gestão dos negócios aos indicadores propostos pelo tema. As empresas



da complementaridade entre esses setores e com vista à promoção de um desenvolvimento local sustentável.

Entretanto, não foi sempre assim: o ICE-MA trilhou um caminho árduo e importante na busca de consolidar a melhor forma de atuação junto ao empresariado do Maranhão. De início, o instituto realizava principalmente

ações diretas nas populações menos favorecidas por meio do apoio financeiro de algumas empresas, como brinquedotecas, ações de saúde e educação nos bairros, entre outras.

Durante os cinco primeiros anos, foram bons os resultados alcançados pelo ICE-MA com essas ações, a exemplo do projeto Espaços Lúdicos, que

Percebe-se claramente que a essência do que está sendo construído pelo ICE-MA é a promoção do desenvolvimento local. Há um compromisso forte com a terra, de mostrar que as empresas podem ser sujeitos do desenvolvimento local

ainda estão em processo de assumir como definitivo o pensamento de que a responsabilidade social é uma estratégia capaz de gerar ganhos diretos para seus negócios e para a sociedade. No tocante ao investimento social privado, são notados avanços rumo a uma visão menos assistencialista, embora se perceba que ainda há muito a se caminhar neste sentido.

Entre os projetos do instituto, o Liderar-se tem uma função importante nesta nova etapa que está vivendo e também vai ao encontro da convicção de que a parceria da empresa com a comunidade é a grande saída para o fomento da responsabilidade social empresarial. A idéia do Liderar-se é formar líderes sociais e empresariais e colocá-los para atuar em conjunto, em parceria. O público-alvo do ICE-MA são as empresas, embora o instituto também considere como público indireto as organizações sociais e o governo. O ICE-MA está se tornando cada dia mais um

instituto especializado em articulação intersetorial no sentido de estabelecer um canal de diálogo entre empresa e o setor social.

Por outro lado, percebe com atenção o crescimento das demandas das empresas por apoio técnico, apoio na construção de programas de voluntariado corporativo, identificação de atores que possam se articular na sociedade civil, palestras e projetos que possam ser implementados na comunidade.

Há casos de empresas que iniciam seu desenvolvimento neste campo partindo de uma visão pessoal da própria liderança, e esse conceito chega para confirmar convicções anteriores e para melhorar o enquadramento de suas iniciativas. É o caso de um empresário associado ao ICE-MA que comenta: “Já havíamos criado na empresa um ambiente onde as pessoas pudessem trabalhar em parceria. O ponto mais

importante para a gente era ter uma relação com os funcionários. A questão da vida pessoal, como essas pessoas viviam e como elas gostariam de viver. A questão da moradia, da escola, da formação profissional e pessoal. A moradia precária era uma coisa que sempre incomodava muito a gente, por isso nós construímos uma vila. Até que um dia nós conhecemos o ICE-MA, que nos ajudou a sistematizar melhor isso. Através do ICE-MA a gente começou a perceber que existe uma demanda externa, não dava para ficar só olhando para os públicos internos. Nós somos associados ao ICE-MA e lá existem várias pessoas com esse perfil. Pessoas que têm pretensão de melhorar a comunidade, o país onde vivem. Então nós ajudamos a influenciar idéias. Lá no ICE-MA a gente consegue aprender com eles e daí a gente vai modificando algumas realidades”. Percebe-se claramente que a essência do que está sendo construído pelo ICE-MA é a promoção do desenvolvimento local. Há um compromisso forte com a terra, de mostrar que as empresas podem ser

sujeitos do desenvolvimento local. Hoje, mais do que responsabilidade social empresarial, o que o ICE afirma é o seu desejo de promover o desenvolvimento sustentável, porque reconhece que esse Estado tem um grande déficit de desenvolvimento.

SOBRE O FUTURO

Considerando que a etapa de sensibilização foi vencida, o ICE-MA avalia que a melhoria da prática da RSE nas empresas é um dos principais desafios para o instituto e para a

causa que abraça. Outro desafio a ser enfrentado é a interiorização das ações da organização, ainda muito centradas na capital, uma vez que o instituto, com sete anos de atuação, precisou primeiro se fortalecer na capital e agora considera ser o momento de iniciar as ações de interiorização. O que se configura como desafio ainda maior é o fato de que em várias dessas regiões são poucas as empresas formais, grande parte dos empreendimentos são muito pequenos e informais. A meta, a partir de 2009, é partir para os dois principais pólos do Estado: Imperatriz e Balsas. E para isso o instituto já está se articulando com uma

associação comercial, com um grupo formado por microempresários. Também há o início de uma articulação com ONGs da Baixada Maranhense, região com um dos piores IDH do Estado e do país.

Uma das metas do instituto é ver as empresas atuando na melhoria dos índices sociais do Estado. Para tanto, monitorar e avaliar o que vem sendo feito por elas, na perspectiva da responsabilidade social, parece fundamental. A idéia é gerar indicadores relativos à atuação do ICE-MA, de modo que em médio e longo prazo seja possível mensurar minimamente o impacto das ações. A pergunta que se faz neste momento é: “O que iremos definir como indicadores para que se possa medir, ao final de dez anos, os resultados do engajamento social das empresas associadas?”

Outro grande desafio para frente é a sustentabilidade do próprio ICE e

Brigadeira e educação: crianças se divertindo na brinquedoteca

FOTO: Stock.XCHNG



FOTO: Stock.XCHNG



Apresentação do bumba-meu-boi, dança folclórica do Maranhão. Vista aérea dos Lençóis Maranhenses

dos projetos que estão sendo postos em prática. Além da estabilidade financeira, desafio permanente de todas as organizações sem fins lucrativos, o ICE-MA preocupa-se em manter e garantir as conquistas já efetivadas. “O nosso maior patrimônio tem sido a imagem que foi construída de seriedade, de competência técnica e credibilidade. Nós não temos patrimônio material, prédios, só temos o trabalho e a seriedade com que desenvolvemos nossas ações”, comenta Deborah.

Outros pontos a serem desenvolvidos no nosso futuro são: a integração de grandes empresas do interior do Estado ao instituto, que

normalmente já desenvolvem suas ações de forma independente do movimento aqui no Maranhão, e fazer com que as ações e a prática da responsabilidade social nas pequenas e médias empresas sejam cada vez mais bem-sucedidas e reconhecidas frente à sociedade.

SOBRE A REDE

Embora o ICE-MA ache que a metodologia que usa para atuar nas empresas do Maranhão é a que mais responde ao momento que vive o movimento na região, entende a necessidade de estar constantemente revendo seus conceitos, metodologias,

além de melhorar a avaliação do que está sendo feito.

Pensando nisso, acha importante que a Rede ACE ofereça uma melhor estrutura para troca de experiências e para o conhecimento das tecnologias existentes nessa rede, entendendo que existem carências dos núcleos neste sentido. Os núcleos individualmente demandam coisas que o grupo pode suprir como um todo. A rede precisa identificar isso, trabalhar as peculiaridades existentes. A percepção é que a primeira missão dessa rede é manter a chama de cada núcleo acesa em sua região. Cada um desses núcleos deve se responsabilizar por isso, ou seja, pelo outro e pela rede como um todo.

FOTO: Stock.XCHNG



É perceptível que a rede necessita aperfeiçoar o potencial que tem, dinamizar mais. Percebe-se que na prática falta realizar mais que encontros, descentralizar a gestão, possibilitando a todos tomar conta de alguma coisa, assumir alguma atividade coletiva. Esse movimento é que fará a rede avançar. O que une e move essa rede é a sua história, a forma como foi constituída, sua diversidade e a necessidade do grupo de se complementar mutuamente. A “cola” dessa rede é a construção de relacionamentos, mais do que aspectos

técnicos, é a colaboração, a confiança construída. Compartilhar acertos e também erros.

Outra coisa que também pode mover essa rede é uma causa comum, e para isso não basta saber que todos estão trabalhando com responsabilidade social empresarial, isso parece ser muito pequeno para uma atuação comum. Parece que há uma essência ainda a ser descoberta dentro desse tema. A grande questão que se impõe é: o que mais pode se encontrar entre nós, qual é o ponto de

convergência? É evidente que a rede em si ainda não é um projeto de todos nem o projeto que vai nos unir. Todos estão identificados com a RSE, mas que causas seriam comuns para todos?

Vê-se que a rede está num momento que pode significar o seu florescimento e que há algo muito importante a ser construído para a sua consolidação que é a sua identidade. Percebe-se também algo que vai além do tema da RSE nesses núcleos, e isso tem um caráter para além do “fazer corporativo”. O entendimento é que a construção dessa identidade caminha por aí, por algo que é mais do que investimento social privado, mais do que RSE. É algo que vai na direção da mobilização entre os três setores para a construção do desenvolvimento sustentável do país. Essa é uma percepção do ICE-MA.

INSTITUTO DE CIDADANIA EMPRESARIAL DO MARANHÃO (ICE-MA)

HISTÓRICO

Impulsionado por um movimento nacional deflagrado em 1999 denominado Ação Empresarial pela Cidadania (hoje Articulação Nacional pela Cidadania Empresarial – Rede ACE), o Instituto de Cidadania Empresarial do Maranhão surgiu em 20 de fevereiro de 2001 constituído formalmente pela associação de empresas com sede no Maranhão, com o objetivo de disseminar práticas de responsabilidade social empresarial.

Foi preciso inicialmente conhecer as empresas locais, recrutar suas lideranças e, principalmente, construir junto com os empresários um jeito próprio de exercitar a responsabilidade social empresarial.

Desde sua fundação, o ICE-MA tem desenvolvido ações relevantes na área de educação, intervenção social e mobilização, sendo hoje a principal referência em responsabilidade social empresarial no Estado. Trabalhando ininterruptamente há sete anos, o ICE-MA traz como diferencial a atuação direta nas empresas via articulação destas com os demais setores sociais.

Fruto de todo o trabalho desenvolvido, o instituto tem o seu quadro de associados constantemente fortalecido e ampliado e a parceria com órgãos governamentais aumentada, fato observado nos vários convites para discussões de políticas relativas à inclusão social, segurança pública e desenvolvimento sustentável.

Outro importante momento para o ICE-MA foi seu reconhecimento em nível municipal (Lei 4689, de 29/11/2006) e estadual (Lei 8496, de 21/9/2006) como entidade de interesse público, pois atua como um agente de iniciativas complementares às do Estado. Mais do que uma associação de empresas, a organização se configura como uma rede de solidariedade e parceria cuja atuação vai para além dos ambientes corporativos, chegando até a comunidade.

O crescimento do número de associados, de sua fundação até o ano de 2008, mostra a legitimidade que tem o ICE-MA perante a sociedade e principalmente na classe empresarial. De 2001 a setembro de 2008, o número de empresas passou de 16 para 58, apresentando um crescimento de 267%.

Junto a essas empresas, o instituto fomentou a implementação de setores de responsabilidade social empresarial em aproximadamente 57% e conseguiu desenvolver projetos de investimento social, coletivos ou individuais, em 49% delas. Entre novembro de 2005 e abril de 2006, o montante de recursos investidos em ações de responsabilidade social pela empresas associadas cresceu 927%.

MISSÃO E OBJETIVO

Difundir o conceito de desenvolvimento sustentável de modo a incentivar as empresas a adotarem a responsabilidade social como parte de sua estratégia de negócio.

VISÃO

Empresas participando e investindo efetivamente no crescimento dos índices sociais do Maranhão.

PRINCÍPIOS

Acreditamos...

- No estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade.
- Na construção de uma relação ética das empresas com todos os públicos com os quais se relacionam.
- Na atuação em rede para redução de problemas sociais.
- Na força de transformação social das empresas ou do setor produtivo.

- Na construção de um modelo de desenvolvimento que seja inclusivo.

VALORES

Desenvolvimento sustentável.
Diversidade.
Responsabilidade.
Transparência.
Ética.
Inclusão social.
Cidadania.
Respeito a realidades locais.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Sensibilizar, articular e mobilizar os três setores (poder público, mercado e sociedade civil) em torno do desenvolvimento sustentável.
2. Subsidiar as empresas na construção de seus programas de Responsabilidade social empresarial (RSE), promovendo intercâmbio de experiências e mudança de cultura.
3. Fortalecer as organizações sociais locais, contribuindo para o aperfeiçoamento de seu modelo de gestão e dos programas e projetos desenvolvidos em parceria com as empresas.

PRINCIPAIS LINHAS DE ATUAÇÃO

O ideal do Instituto de Cidadania Empresarial do Maranhão é a construção de um novo futuro, no qual as empresas invistam mais em programas, projetos e ações sociais e, dessa maneira, contribuam efetivamente para a melhoria dos índices sociais e econômicos do Estado. Nesse sentido, o instituto atua de diferentes formas, mas sempre com o intuito de incentivar as empresas a

ENDEREÇO

Av. Daniel de La Touche, 1445
Lojas 2 e 3 - Cohama,
CEP 65074-115

DATA DE INSTITUIÇÃO |
FUNDAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO
Fevereiro de 2001

adotarem a responsabilidade social como uma de suas estratégias de negócio.

ASSESSORIA TÉCNICA - O instituto assessora as empresas associadas na elaboração e implementação de projetos próprios voltados para o público interno e comunidades. Fornece orientações sobre o investimento social e apóia as empresas na seleção de projetos e parcerias com organizações sociais e o poder público. **Atualmente 18 empresas associadas executam projetos sociais próprios.**

EDUCAÇÃO - A adoção da responsabilidade social como princípio de gestão empresarial exige a incorporação de valores como transparência, sustentabilidade e engajamento social. A disseminação dessa nova cultura exige ações de sensibilização através de palestras, seminários e encontros. Um exemplo é o Projeto de Formação de Líderes em Responsabilidade Social, que capacita empresários e funcionários de empresas em responsabilidade social empresarial e investimento social privado e também líderes sociais, integrantes de organizações do terceiro setor, em gestão de organizações sociais.

38 líderes empresariais capacitados em 2006 e mais 56 líderes sociais capacitados no mesmo ano.

INTERVENÇÃO - O instituto mobiliza as empresas associadas em torno de projetos sociais comuns, voltados diretamente para a comunidade. O Projeto Voluntariar, por exemplo, reuniu em dezembro de 2006 voluntários de 15 empresas numa ação social no bairro Coroadinho.

VOLUNTARIAR 2006 - 47 voluntários mobilizados e mais de 760 atendimentos a pessoas da comunidade do Coroadinho e de bairros vizinhos, em apenas um dia de ação social.

MOBILIZAÇÃO - Além de conscientizar a classe empresarial e de ampliar o debate a respeito da responsabilidade social, o ICE-MA também provoca o envolvimento dos seus associados em projetos e iniciativas do terceiro setor, o que resulta numa aproximação entre

atores estratégicos dessas duas esferas sociais e numa transferência significativa de recursos privados para fins públicos. Outro ator fundamental nesse processo de desenvolvimento local sustentável é o Estado. Compreendendo seu papel complementar, o instituto procura ainda estreitar laços com o poder público, contribuindo com as políticas públicas a serem implementadas, principalmente na área da educação.

Fomento de uma rede municipal de Espaços Lúdicos em parceria com a Secretaria Municipal de Educação de São Luís e a Rede Social de Segurança Cidadã, vinculada à Secretaria Estadual de Segurança Cidadã.

COMUNICAÇÃO - Pautar o tema da responsabilidade social empresarial na mídia local desperta para a importância dele, estimulando o investimento social e disseminando boas práticas. O ICE-MA trabalha em parceria com os veículos de comunicação e profissionais da área visando ampliar espaços de divulgação e debate, colocando a temática social na agenda deles.

Crescente interesse da imprensa e da academia pela cidadania corporativa, o que se pode mensurar pela inclusão do tema nos currículos de cursos de graduação e pós-graduação de universidades locais e por uma maior inserção do tema na mídia local.

PRINCIPAIS PROJETOS/PROGRAMAS/AÇÕES

Projeto de Formação de Líderes em Responsabilidade Social – Liderar-se

Tem o objetivo principal de capacitar líderes empresariais (empresários e/ou executivos) em responsabilidade social empresarial e investimento social privado e líderes sociais (gestores e/ou educadores de organizações sociais) em gestão de organizações sociais e processo pedagógico, fortalecendo sua atuação e buscando uma ação concreta e articulada desses atores em torno de temas e causas comuns tanto ao foco de trabalho das organizações sociais quanto à ação de responsabilidade social das empresas.

Período: Desde novembro de 2005

Programa Voluntariar

Propõe sensibilizar as empresas para a prática do voluntariado cooperativo por meio de ações de atendimento à comunidade.

Período: Desde 2 de dezembro de 2006.

Programa Espaços Lúdicos

Ação complementar à escola voltada para crianças e adolescentes de 4 a 14 anos de idade, com o objetivo de desenvolver ações socioeducativas e culturais, utilizando a brincadeira como meio de diversão, direito e fortalecimento do processo de socialização e aprendizagem. Acontece em nove espaços, sendo três em organizações sociais e seis em escolas públicas municipais.

Período: Desde dezembro de 2001.

Coral Canto Curumim

Objetiva despertar habilidades artísticas e elevar a auto-estima de crianças por meio do canto coral. É realizado em organizações comunitárias do bairro do Coroadinho, em São Luís.

Período: Desde maio de 2006

Projeto Natal o Ano Todo

Desenvolvido no âmbito do Programa Espaços Lúdicos, visa desenvolver a sensibilidade artística e o senso estético a partir de oficinas de artes plásticas. Os desenhos produzidos nas oficinas fazem parte de uma coleção de cartões de Natal para serem adquiridos pelas empresas associadas ao ICE-MA, gerando recursos para o próprio projeto. Acontece em parceria com organizações comunitárias do bairro do Coroadinho, em São Luís.

Período: De agosto a outubro de cada ano

Seminário de Responsabilidade Social do Maranhão

Seminários para inclusão do tema da responsabilidade social nas agendas globais e locais, utilizando como estratégia a discussão de papéis intersetoriais (Estado, mercado e terceiro setor), isto é, pensando possibilidades, limites e contribuições de cada setor no processo de desenvolvimento e na busca da sustentabilidade.

Período: I Seminário – setembro de 2005, II Seminário – novembro de 2006, III Seminário – novembro de 2007

AÇÕES INDICADAS PARA INTEGRAR O BANCO DE PRÁTICAS DA REDE ACE

PROJETO LIDERAR-SE e PROGRAMA ESPAÇOS LÚDICOS

Critérios de escolha

Cada um dos projetos deveria ter:

- Capacidade de replicação da experiência.
- Possibilidade de parcerias intersetoriais.
- Capacidade de adaptação a diferentes contextos e realidades.
- Caráter inovador.
- Resultados positivos alcançados.
- Viabilidade econômico-social.
- Simplicidade da experiência.

PARCERIA COM A FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS LOCAL

O Instituto de Cidadania Empresarial do Maranhão mantém com a Fiema um relacionamento cordial, apoiando institucionalmente algumas de suas ações e vice-versa. Entretanto, não há nenhum vínculo mais efetivo ou parceria formalizada entre as duas organizações.

RELAÇÃO COM OUTRAS ENTIDADES EMPRESARIAIS LOCAIS

São associadas ao ICE-MA as seguintes entidades:

- Associação Comercial do Maranhão
- Câmara de Dirigentes Lojistas de São Luís

PRINCIPAIS PARCEIROS

O Instituto de Cidadania Empresarial do Maranhão possui em seu quadro os seguintes parceiros:

LOCAIS

Parceiros Apoiadores (doam recursos físicos e serviços voluntários)

ABC Borrachas – Consultoria em Segurança do Trabalho – doação de

material de segurança e parcerias diversas
 AD Life Style – doação de uniformes
 Alumar – patrocínio do Programa Espaços Lúdicos
 AMG – Agência Publicitária - campanhas institucionais
 CSA Consultoria – licença gratuita do software Radar de gerenciamento administrativo e financeiro
 CVRD – patrocínio do Seminário de Responsabilidade Social do Maranhão
 Empresas associadas – parcerias diversas e apoio a projetos específicos
 Escola Crescimento – doação de equipamentos e consultoria educacional
 Fundação Kellogg – patrocínio do Projeto Liderar-se
 Grupo Camargo Correa – patrocínio do Projeto Presenças
 Grupo Lago – patrocínio do Coral Canto Curumim
 Jornal O Estado do Maranhão – doação de assinatura, anúncios e divulgação
 Office – construção e manutenção de banco de dados e consultoria em informática
 Ponto All Informática – construção e manutenção do web site
 Secretaria Municipal de Educação – cessão de educadores e técnicos para o Programa Espaços Lúdicos
 Taguatur Veículos – cessão de espaço-sede e estrutura operacional, doação de ônibus e patrocínio do Coral Canto Curumim
 TV Mirante – Veiculação de campanhas de TV

Nacionais

Parceiros Institucionais

Organizações da Rede ACE Brasil:

AM: Comissão de Cidadania Empresarial do Amazonas (Cieam)

BA: Comissão da Responsabilidade Social da Fieb (Fieb)

CE: Instituto Fiec de Responsabilidade Social (Fiec)

DF: Núcleo de Responsabilidade Social do Distrito Federal (Fibra)

ES: Conselho de Cidadania Empresarial da Findes (Findes)

GO: Conselho Temático de Responsabilidade Social da Fieg (Fieg)

MG: Conselho de Cidadania Empresarial da Fiemg (Fiemg)

MG: Núcleo de Articulação Nacional (NAN)

PE: Instituto AEC-PE / Conselho de Cidadania da Fiepe (Fiepe)

PR: Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial da Fiep (Fiep)

RJ: Conselho e Assessoria de Responsabilidade Social da Firjan (Firjan)

RS: Fundação Semear (Fundação Semear)

SP: Instituto de Cidadania Empresarial (ICE-SP)

SP: Núcleo de Ação Social da Fiesp (Fiesp)

Fundação W.K. Kellogg

Associação Comercial do Maranhão

Câmara de Dirigentes Lojistas de São Luís

Centro Educacional e Profissional do Coroadinho

Creche Comunitária Alegria de Viver

Comissão Municipal de Erradicação do Trabalho Infantil

Conselho Municipal de Direitos da Criança e do Adolescente

Conselho Regional de Contabilidade

Delegacia Regional do Trabalho do Maranhão (DRT-MA)

Fórum de Desenvolvimento Sustentável da Ilha de São Luís

Fórum Estadual de Erradicação do Trabalho Infantil

Fundação Municipal da Criança e da Assistência Social

Fundação Alcoa

Fundação Vale

Grupo Comunitário Semente da Esperança

Instituto de Cidadania Empresarial de São Paulo

Instituto Alcoa

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (o ICE-MA é parceiro local do Ethos)

Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (Idis)

Instituto Camargo Correa

Instituto Amazônia Celular

Fundo Internacional Socioambiental (Ficas)

Plan Internacional

Pólo de Inovação Tecnológica de São Luís

Prefeitura Municipal de São Luís

Rede América

Rede Amiga da Criança

Rede Social de Segurança Cidadã

PERFIL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS (OU QUE DESENVOLVEM O TEMA LOCALMENTE APOIADAS PELO NÚCLEO) POR SETOR

Serviços

COMPANHIA ENERGÉTICA DO MARANHÃO

AGÊNCIA BALUZ

AMG PRODUÇÃO E PROMOÇÃO

AMORIN COUTINHO ENGENHARIA

ATLÂNTICA SERVIÇOS GERAIS

CENTRO DE ENSINO UNIFICADO DO MARANHÃO

COC

CORES COMUNICAÇÃO

CSA CONSULTORIA

ÉBES ENGENHARIA

ESCOLA CRESCIMENTO

FONMART TECNOLOGIA

GRUPO LAGO

HOSPITAL SÃO DOMINGOS

NOJASA TRANSPORTE E LOGÍSTICA

RDR INFORMÁTICA

RIP SERVIÇOS INDUSTRIAIS

SÃO BENEDITO LTDA.

SEMPREVERDE JARDINS

SISTEMA MIRANTE DE COMUNICAÇÃO

SUPERCLÍNICA

INSTITUTO DE ESTUDOS JURÍDICOS

SACADA EVENTOS E PRODUÇÕES

SAFEMED MEDICINA E SEGURANÇA DO TRABALHO

NEUROCLÍNICA DR. ARTUR ALMEIDA

INSTITUTO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS

EDECONSIL CONSTRUÇÕES E LOCAÇÕES LTDA.

SERHUM CONSULTORIA E ASSESSORIA EM RECURSOS HUMANOS

FACULDADE PITÁGORAS

TERMAC

TVN SÃO LUÍS

Comércio

ABC BORRACHAS

AD LIFE STYLE

BAHIA AUTOPEÇAS

BRC COMERCIAL DE FERRAMENTAS LTDA.

DISTRIBUIDORA NOVA ILHA

DISTRIBUIDORA NOVA ILHA

ELÉTRICA VISÃO

FRIBAL FRANSHING

LIVRARIA ESTUDANTIL

MANORTE DERIVADOS DE PETRÓLEO

MARACABOS

PORTO SEGURO COMÉRCIO DE PRODUTOS DE SEGURANÇA

ROLIMÃO

TAGUATUR VEÍCULOS

TECNOBRAY COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS

TOTALINE

TRATORMEQ

Indústrias

ALUMAR

COMPANHIA MARANHENSE DE REFRIGERANTES

GRUPO CAMARGO CORREA

INOVA AMBIENTES

MERCK MARANHÃO

MOINHOS CRUZEIRO DO SUL/ROSA BRANCA

PRODESC FARDAMENTOS

VALE

Entidades de classe

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO MARANHÃO

CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS DE SÃO LUÍS

Outros

4. CENTRO DE INTEGRAÇÃO EMPRESA-ESCOLA

5. FUNDAÇÃO NAGIB HAICKEL

PUBLICAÇÕES, PESQUISAS E ARTIGOS

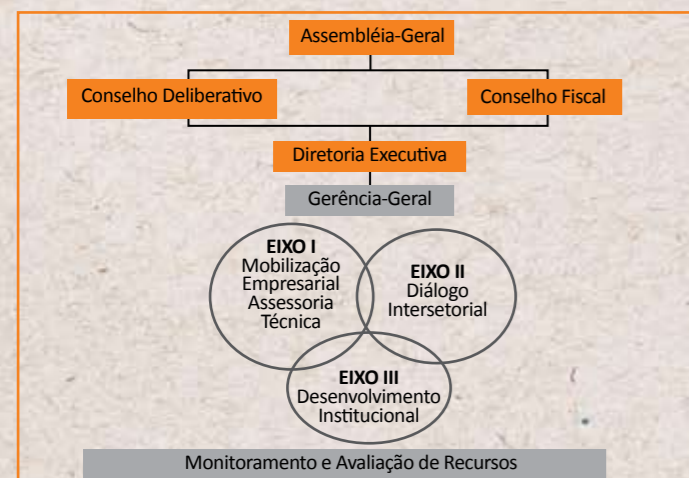
Disponos de cópias impressas e em CD-ROM da publicação Empresa e Jovem: formar e transformar.

O Relatório de Atividades 2006/2007 também está disponível impresso e em CD, além de em versão para download no site do ICE-MA (www.icema.org.br).

No site do ICE-MA disponibilizamos a coluna opinião com artigos diversos sobre RSE.

LEGISLAÇÃO LOCAL (para incentivo às ações sociais das empresas).

Não dispomos de legislação estadual que favoreça esse tema.

ESTRUTURA**FORMAÇÃO DO ICE-MA****DIRETORIA EXECUTIVA**

José Medeiros Filho – Taguatur

Diretor-Presidente

Darci de Jesus Fontes Júnior – Fonmart

Diretor

Wagner Caldas – Inova

Diretor**PRESIDENTE DE HONRA**

Renata de Camargo Nascimento

CONSELHO DELIBERATIVO

Eduardo de Carvalho Lago Filho – Grupo Lago

Presidente

Marli Kammer Janson – ABC Borrachas

Vice-Presidente

Catharina Bacelar – CSA Consultoria

Conselheira

Nilson Ferraz – Alumar

Conselheiro

João Bragança - SempreVerde

Conselheiro

José de Ribamar Belo – ACM

Conselheiro

Luis Carlos Cantanhede - Grupo Atlântica

Conselheiro

Letícia Franco – CVRD

Conselheiro

Cidinho Marques - CEI-COC

Conselheiro**CONSELHO FISCAL**

Jorge Lamego – Merck

Conselheiro

Luís Carlos Borralho Júnior – Manorte

Conselheiro

Ariadne Bacelar – Escola Crescimento

Conselheiro

Dulce Brito - Sistema Mirante

Conselheira

Guto Cortes – AMG

Conselheiro

Ariomar André de Souza – Bahia Autopeças

Conselheiro**GERÊNCIA-GERAL**

Deborah Baesse

EQUIPE EXECUTIVA**Gerência-Geral**

Deborah Baesse

deborah@icema.org.br

(98) 21061086

Coordenação Técnica

Luís Alfredo Santos Lima

alfredo@icema.org.br

(98) 21061086

Daniel Madorra

daniel@icema.org.br

(98) 21061086

Alessandra Aquino

alessandra@icema.org.br

(98) 21061003

Assessoria Administrativo-Financeira

Alexandre Aragão Mendonça

alexandre@icema.org.br

(98) 21061086 / 81116299

Assessoria de Comunicação e Marketing

Amanda Hellen

Assessor de comunicação

amanda@icema.org.br

(98) 21061003

Mobilização de Recursos

Nyelson Weber Gama

nyelson@icema.org.br

(98) 2106.1086

Projetos 2007 / 2008

LIDERAR-SE & PROGRAMA ESPAÇOS LÚDICOS

Descrição dos dois principais projetos do Instituto Cidadania Empresarial do Maranhão para fomentar a cidadania empresarial no Maranhão, eleitos pela entidade conforme os critérios de inovação, facilidade de viabilização e nível de resultados alcançados.

São Luís, junho de 2007.

PROJETO DE FORMAÇÃO DE LÍDERES EM RESPONSABILIDADE SOCIAL LIDERAR-SE

CRITÉRIO DE ESCOLHA

- Replicabilidade.
- Possibilidade de adaptação das metodologias a realidades locais.
- Potencial de desenvolver capacidades e lideranças locais.
- Causas (educação e desenvolvimento de lideranças) de grande relevância social e fácil mobilização de recursos.
- Impactos positivos e resultados alcançados.

O PROJETO

O objetivo principal do Programa Liderar-se é capacitar líderes empresariais (empresários ou executivos) em responsabilidade social empresarial e investimento social privado e líderes sociais (gestores de organizações sociais) em gestão de organizações sociais, fortalecendo sua atuação e buscando uma ação concreta e articulada desses atores em torno de temas e causas comuns tanto ao foco de trabalho das organizações sociais quanto à ação de responsabilidade social das empresas. Exemplos disso são grupos temáticos reunindo empresas, ONGs e poder público, formados a partir do Liderar-se em torno de causas como educação e cidadania, meio ambiente, voluntariado, avaliação, monitoramento de indicadores sociais, entre outros.

COMO FUNCIONA

O Projeto Liderar-se possui dois eixos de atuação: capacitação e intervenção. Em 2006 foi desenvolvido o eixo de capacitação trabalhando na formação de 40 líderes empresariais e 31 líderes sociais, ambos com conteúdos, metodologias e objetivos distintos.

Com os empresários foram aprofundados conhecimentos relacionados ao desenvolvimento sustentável e responsabilidade social empresarial e com os gestores das ONGs trabalhados conhecimentos de gestão, mobilização de recursos, redes, parcerias e alianças, entre outros. Esses eixos temáticos são assim organizados em virtude da crença de que o desenvolvimento local se forja pela atuação qualificada e articulada dos atores territoriais - o poder público, as empresas e a sociedade civil organizada. Assim, acreditamos que capacitar e integrar empresas e organizações da sociedade civil é um grande serviço que se presta na promoção do desenvolvimento social.

O segundo ano de projeto (2007) trabalha na perspectiva da ação, estreitando relações de cooperação e mobilizando os atores, agora mais capacitados para agir em parceria. Como estratégia de atuação foram criados os grupos temáticos (Gtemas), que reúnem empresas e ONGs em torno de uma temática comum e de afinidade, que tem relação direta com ação/negócio de cada participante. Os Gtemas contam com uma metodologia própria, elaborada, ministrada e acompanhada pelo ICE-MA, com animadores definidos pelos próprios grupos, que também definem uma agenda comum de trabalho conjunto.

Atualmente existem seis grupos em ação: Educação & Cidadania; Inclusão Digital; Meio Ambiente; Voluntariado Corporativo; Avaliação/Monitoramento & Indicadores Sociais; Inclusão Social da Pessoa com Deficiência.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

Parceiros

- Fundação W. K. Kellogg
- Taguatur Veículos

BENEFICIÁRIOS

Lideranças sociais e empresariais.

RESULTADOS PERCEBIDOS

38 líderes empresariais capacitados para desenvolver ações de responsabilidade social.

56 líderes sociais capacitados para apoiar o processo de desenvolvimento institucional de organizações sociais.

Implantação de setores de responsabilidade social e/ou relações comunitárias nas empresas participantes.

Incremento significativo do investimento das empresas participantes do Liderar-se em ações sociais, por meio de doação de recursos materiais e financeiros (929,7%).

Maior demanda por assessoria e apoio técnico para a implementação de atividades relacionadas à responsabilidade social empresarial e investimento social privado nas empresas participantes.

Maior solicitação de palestras relativas ao tema da responsabilidade social empresarial nas empresas participantes.

Ampla divulgação do projeto e, principalmente do tema da responsabilidade social empresarial na mídia local, o que atraiu empresas não associadas, em busca de informações, e mais parceiros estratégicos, como universidades e outros.

Fortalecimento da cultura de responsabilidade social empresarial e do investimento social privado.
31 organizações sociais fortalecidas.

Realização de um projeto comum voltado para a capacitação pedagógica dos educadores das organizações sociais participantes.

Ações de multiplicação dos conteúdos dos módulos em fóruns, redes e outros espaços através de formação de grupos de estudos conduzidos pelas organizações sociais participantes do Liderar-se (ex.: Foundation Terre des Hommes, Rede Amiga da Criança).

Adoção do modelo metodológico do Programa Liderar-se pelo Fórum Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente para a capacitação de gestores de organizações sociais que o integram.

Elaboração dos planos estratégicos e projetos pedagógicos das organizações sociais participantes.

6 grupos intersetoriais em ação.

PROGRAMA ESPAÇOS LÚDICOS

CRITÉRIO DE ESCOLHA

- Replicabilidade.
- Possibilidade de adaptação das metodologias a realidades locais.
- Potencial de desenvolver capacidades e lideranças locais.
- Causas (infância e adolescência).
- Grande relevância social e fácil mobilização de recursos.
- Impactos positivos e resultados alcançados.

O PROJETO

O Projeto Espaços Lúdicos Comunitários é uma ação complementar à escola voltada para crianças e adolescentes de 4 a 14 anos de idade, que acontece em três organizações comunitárias do bairro Coroadinho, área de ocupação situada na cidade de S. Luís-MA, e seis escolas da rede pública municipal de educação infantil espalhadas pela zona urbana e rural da Ilha de São Luís. O objetivo é desenvolver ações socioeducativas e culturais utilizando a brincadeira como meio de diversão, direito e fortalecimento do processo de socialização e aprendizagem.

COMO FUNCIONA

O processo de instalação das brinquedotecas foi iniciado em dezembro de 2001 em parceria com três organizações comunitárias locais no bairro do Coroadinho, área da periferia urbana de São Luís. Elas foram instaladas em espaços cedidos por essas organizações, onde o ICE, em parceria com a Fundação Alcoa, construiu as salas e fez a compra de brinquedos e todos os mobiliários indispensáveis para o bom funcionamento de uma brinquedoteca.

O atendimento é feito de segunda à sexta-feira, nos turnos matutino e vespertino. Como atendemos a diferentes faixas etárias, os horários são estabelecidos obedecendo às diferenças de idade das crianças e ao limite de crianças nos espaços (20 ao todo por horário).

Cada grupo de crianças frequenta sessões diárias que variam de 40 minutos a uma hora de atividade interna, ampliando o tempo de permanência diária em um espaço educativo e contribuindo para a implantação de uma educação de tempo integral para essas crianças.

A parceria com a Secretaria Municipal de Educação se deu através da disponibilização de educadores do quadro da secretaria para compor a equipe pedagógica das brinquedotecas, além da instalação de brinquedotecas em escolas da rede pública municipal de ensino.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

Parceiros

Instituto Alcoa
Secretaria Municipal de Educação
Centro Educacional e Profissional do Coroadinho
Grupo Comunitário Semente da Esperança
Creche Comunitária Alegria de Viver
Empresas associadas ao ICE Maranhão

RESULTADOS PERCEBIDOS

- 9 Espaços Lúdicos (brinquedotecas) estruturados e em funcionamento.

- 600 crianças e adolescentes do bairro do Coroadinho atendidas.
- 2.150 crianças da rede municipal de ensino infantil atendidas.
- 30 educadores em processo de formação continuada.
- Fomento de uma rede municipal de Espaços Lúdicos em parceria com a Secretaria Municipal de Educação de São Luís.
- Frequência e participação das crianças e adolescentes nas atividades.
- Elevação da auto-estima das crianças e adolescentes.
- 100% das crianças e adolescentes frequentando a escola regular.



MINAS GERAIS

Conselho de Cidadania
Empresarial da Federação das
Indústrias do Estado de Minas
Gerais – CCE/ FIEMG

Centro Histórico de Tiradentes

CONTEXTO

Localizado no noroeste da Região Sudeste, Minas Gerais é o maior Estado da região e o segundo mais industrializado do Brasil. A partir dos anos 90, centenas de novas indústrias se instalaram no Estado, atraídas pelos incentivos fiscais do governo e pela facilidade de escoamento dos produtos para o resto do país. Destacam-se as empresas de autopeças, em decorrência das montadoras de automóveis, de móveis e de minérios como ferro, ouro, cimento e aço. É de Minas Gerais que sai metade de toda a safra brasileira de café. Minas também está entre os maiores fornecedores de feijão, milho e frutas. Dono do rebanho bovino mais numeroso do Brasil depois de Mato Grosso do Sul, Minas é líder na produção de leite, com 6 bilhões de litros por ano, 27,5% do total brasileiro, e o quarto colocado na produção de carne, com 606 mil – o Estado responde por 10% da produção nacional de ovos e de carne de frango.

No turismo, também se destaca pela suas cidades históricas, que recebem milhares de pessoas de todo o Brasil, como Ouro Preto, Tiradentes, Mariana, São João del-Rei e Diamantina, que chegam para apreciar a arte nascida da prosperidade do século XVIII, decorrente da extração de ouro na região. As cidades de Ouro Preto e Diamantina são consideradas Patrimônio Histórico da Humanidade, tombadas pela Unesco em 1980 e 1999, respectivamente. Além disso, as estâncias hidrominerais, como

Mesmo sendo um dos Estados mais ricos do Brasil, contudo, Minas, assim como o Brasil, ainda não conseguiu resolver o desequilíbrio social e econômico entre suas regiões.

Poços de Caldas, Lambari, São Lourenço e Caxambu, são grande atração.

Apesar dos conflitos históricos, a economia baseada na extração de minérios trouxe muita prosperidade para a sociedade mineira. Quando a mineração entrou em declínio, Minas Gerais devia altos impostos à coroa portuguesa.

Essa situação acabou gerando descontentamento e desejos da população em romper com Portugal, a fim de tornar a colônia livre e independente. Um desses movimentos, a Inconfidência Mineira, teve a participação de intelectuais, mineradores, militares e pessoas ligadas à produção agrícola. A cultura do café também teve muita influência na economia e ajudou o Estado a se recuperar após a proclamação da independência do Brasil. Tanto no Império quanto no período republicano, o Estado de Minas Gerais tem participação decisiva na vida política do país, aliando-se a São Paulo em muitos momentos

importantes. Com uma população de 19.479.356 habitantes (em 2006) em 853 municípios, Minas Gerais é hoje o Estado com a segunda maior economia do Brasil. A partir da década de 70, o Estado passou por um amplo processo de transformação na sua estrutura produtiva, que resultou na expansão da indústria e na diversificação e integração econômica do seu parque produtivo. Em consequência desse processo, a economia mineira deixou de ser predominantemente agrícola para se tornar essencialmente industrial.

Mesmo sendo um dos Estados mais ricos do Brasil, contudo, Minas, assim como o Brasil, ainda não conseguiu resolver o desequilíbrio social e econômico entre suas regiões. Enquanto o centro, o sul e o sudeste do Estado concentram as indústrias e grande parte da atividade agrícola, o norte e o noroeste, castigados pela seca, são áreas bastante pobres. Levantamentos divulgados pela Fundação João Pinheiro (FJP), em parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostram que 153



Igreja de São Pedro, em Mariana, construções de 1752/1753, mas nunca acabada

municípios mineiros, juntos, concentram apenas 1% do Produto Interno Bruto (PIB) estadual, calculado em R\$ 192,6 bilhões. Por outro lado, só Belo Horizonte e Betim acumulam juntas 22% das riquezas do Estado. Conforme a pesquisa, ao passo que os dez maiores PIBs de Minas somam R\$ 80,8 bilhões, os dez menores, juntos, atingem R\$ 72 milhões.

Existem ainda áreas de baixa densidade produtiva, muita pobreza e baixo IDH,

como o norte e os vales do Jequitinhonha e Mucuri. O IDH de 0,665 (reunindo os indicadores de renda de 0,579, educação de 0,726 e longevidade de 0,691) dessa região contrasta enormemente com o do Triângulo Mineiro, que é de 0,816. E, quando enfocamos os indicadores que compõem esse índice, renda com 0,749, educação com 0,892 e longevidade com 0,807, compreendemos que somente com investimentos articulados em desenvolvimento econômico e educação

pode-se melhorar as condições de vida desse Estado, assim como de todo o país.

SOBRE O NÚCLEO

Para estimular e apoiar a adoção da cidadania empresarial pelo Sistema Fiemg e pelas empresas, fazendo frente ao contexto socioeconômico do Estado, surge em abril de 2000 o Conselho de Cidadania Empresarial da Federação

das Indústrias de Minas Gerais. A proposta é ser um centro de referência, disseminação, mobilização e articulação das empresas para a transformação da realidade social desse Estado.

O conselho foi constituído essencialmente por empresários, por representantes da sociedade, do terceiro setor, das universidades e igrejas. Passou a se reunir duas vezes por ano, com apoio de um comitê executivo responsável pela implementação de seus projetos.

No início, o foco foi a formação de uma rede de responsabilidade social empresarial que se estendesse por todo o Estado de Minas através da realização de seminários, eventos e palestras de sensibilização e capacitação com o fim de criar núcleos de cidadania corporativa em dez regionais da Federação das Indústrias localizadas no interior.

Em paralelo a isso, por acreditar no voluntariado como estímulo à mudança pessoal e como processo transformador, a Fiemg aceitou a proposta de desenvolver esse tema nas empresas através da iniciativa do Programa Voluntários das Gerais, que abraça a idéia do voluntariado, assumindo, pouco a pouco, a iniciativa por completo. A visão era que o voluntariado abriria as portas para a cidadania corporativa. Percebia-se que as empresas viam com simpatia essa prática por envolver a sua equipe de colaboradores e também poucos recursos. A proposta era unir a força do voluntariado à responsabilidade social empresarial e assim fortalecer o movimento como todo.

Dessa forma, a equipe do Voluntários das Gerais foi se integrando às ações do conselho e ao seu núcleo operacional, desenvolvendo materiais, ações, metodologias e começando a participar mais efetivamente dos eventos e encontros que eram realizados.

Dessa união entre o Conselho de Cidadania da Fiemg e o Voluntários das Gerais nasceu uma das mais referenciadas ações de voluntariado do país, o DIA V, com a proposta de convocar as empresas mineiras para um dia de ação voluntária. O sucesso foi tanto que se criou um fato de repercussão nacional, capaz de despertar a atenção de todos os setores para esse tema. Esse propósito



FOTO: Arquivo / Rede ACE

Apresentação das crianças do projeto "Dia V", em 2007 e as peças de barro, típicas do artesanato mineiro do "Mãos de Minas"



FOTO: Arquivo / Rede ACE

FOTO: Stock.XCHNG



Participantes da oficina de indicadores em Uberaba

inicial acabou sendo ampliado e passou a ter função estratégica na promoção e organização da responsabilidade social e do voluntariado nas empresas mineiras.

O Dia V se propõe a promover 24 horas de ações voluntárias que mobilizam pessoas e empresas organizadas em grupos e acontece em todo o Estado de Minas Gerais. Nesse dia, os voluntários fazem atividades diversas e articuladas em benefício de suas comunidades. Desde 2001, o Dia V passou a ser realizado todo primeiro domingo de dezembro em Minas Gerais e todos podem participar a partir da organização de seus grupos nas empresas, cidades, escolas, universidades, bairros, igrejas, sindicatos, etc. É uma oportunidade de atuar sob o espírito da cidadania,

da solidariedade, da integração com colegas, amigos, vizinhos e parentes. Esse dia também tem servido para dar partida em ações capazes de se estender por um ano inteiro e oportuniza a transformação de muitas vidas.

Para apoiar as empresas nesse dia, a Fiemg oferece assessoria no desenvolvimento das atividades de voluntariado, material técnico, capacitação e consultoria especializada para que planejem e implantem seus programas de forma mais permanente. É crescente o número de empresas que vêm adotando ações voltadas para promover e apoiar o envolvimento de seus funcionários em atividades voluntárias nas comunidades onde se encontram. Essas atividades podem ser

espontâneas e individuais, realizadas pelos funcionários, ou de caráter formal, desenvolvidas por programas sistemáticos estruturados pelas empresas.

As práticas de voluntariado são vistas pelas empresas não apenas como instrumento de intervenção nos problemas sociais e exercício da responsabilidade social empresarial, mas também como vetores relevantes para o avanço da competitividade das organizações, seja pela melhoria do ambiente interno de trabalho, seja pela consolidação de sua imagem institucional. Áreas como educação, saúde e meio ambiente são alvo prioritário dos projetos de voluntariado corporativo, tendo crianças, adolescentes e os núcleos familiares como principais beneficiários dos investimentos.

A partir de 2005, o Dia V adotou como tema principal os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), criados pela ONU para mobilizar a humanidade a lutar contra a fome, a pobreza, o desrespeito ao meio ambiente, a dificuldade de acesso à educação, o alastramento de doenças, entre outros graves problemas mundiais, e foca suas ações nessa direção. Em seis anos de realização, os resultados desse dia foram crescentes, chegando a envolver, até 2007, um total de 53.336 voluntários em 156 cidades, atingindo um número de 611.000 participantes em 4.413 ações. Hoje essa iniciativa já extrapola as fronteiras mineiras e vai se consolidando como ação vitoriosa em 15 Estados brasileiros. É evidente o dinamismo do Conselho de Cidadania da Fiemg e isso se revela já no seu terceiro ano de atuação, em 2004, quando passou por uma reestruturação.

Foi consolidada a sua missão e melhor especificados os seus objetivos que, passaram a ser: 1. informar e mobilizar a sociedade para a prática da cidadania empresarial; 2. fortalecer a cidadania empresarial do Sistema Fiemg; 3. transferir tecnologia de projetos sustentáveis que promovam oportunidades de desenvolvimento da cidadania empresarial; 4. fortalecer o voluntariado empresarial como ferramenta de inclusão das empresas na prática da cidadania empresarial; 5. criar, desenvolver e aperfeiçoar ferramentas para instrumentalizar as empresas na adoção da cidadania empresarial; 6. fomentar a capacitação e assessoria de pessoas e empresas na implantação e

Ainda há um longo caminho a se percorrer para se chegar à plenitude da consciência e da prática. A grande maioria das empresas ainda está perdida em meio a um turbilhão de desinformações, preconceitos e má interpretação.

aperfeiçoamento de ações de cidadania empresarial (escola de líderes); 7. formar uma rede colaborativa de cidadania empresarial no Estado de Minas Gerais, que envolva os três setores da sociedade.

Segundo Marisa Resende, atual coordenadora do Núcleo de Responsabilidade Social, o conselho presta serviços à indústria no tema da RSE e ainda busca despertar o interesse através de instrumentos indutores e fomentadores do desenvolvimento desse tema e da sua prática. Trabalha-se com o envolvimento de grupos em temas como gestão do voluntariado empresarial; princípios da responsabilidade social empresarial; Programa Redes Sustentáveis, elaboração de códigos de conduta ética e aplicação dos Indicadores Ethos, por meio de cursos in company, a distância (EAD), presenciais e de oficinas, ajudando as empresas mineiras a se tornarem parceiras na construção do desenvolvimento sustentável.

No âmbito do conselho se trabalha o relacionamento com as empresas líderes de mercado, através dos sindicatos, dos

seus diretores, das questões econômicas, da produção e das vendas.

Marisa Resende ainda explica que hoje a atuação do núcleo se divide em quatro vias: a sensibilização, com uma série de atividades, seminários e eventos; o aprofundamento de atitudes e práticas, com produção de material didático, criação, desenvolvimento ou aperfeiçoando de ferramentas, publicações, cursos, oficinas, palestras, jogos e assessorias de suporte, compondo um amplo conjunto de conhecimentos e instrumentos adequados e acessíveis às empresas que desejam colocar em prática uma gestão socialmente responsável; a articulação e a construção de parcerias da agenda global, atuando com diversos órgãos públicos e privados buscando a intersetorialidade; e a responsabilidade social empresarial no Sistema Fiemg.

No campo da sensibilização, além dos seminários e ações internas nos núcleos regionais do Estado, o Núcleo de Responsabilidade Social vem promovendo a cada dois anos, com grande impacto nacional e

internacional, os Seminários Abertos de Responsabilidade Social Empresarial. O último, que foi a 6ª edição, realizou-se em 2007 e se baseou em quatro eixos temáticos do Pacto Global da ONU: Direitos Humanos, Meio Ambiente, Direitos do Trabalho e Combate à Corrupção. O evento teve a finalidade de fortalecer o potencial de inovação das empresas industriais brasileiras ao agirem de forma mais propositiva em torno do desafio de consolidar negócios de forma ética e sustentável, para um mundo mais justo e próspero. Em sessões plenárias, mesas-redondas e oficinas, palestrantes e convidados tiveram a oportunidade de compartilhar experiências e definir responsabilidades, estratégias e ações concretas para a promoção da gestão responsável para o desenvolvimento sustentável.

O seminário em 2007 contou com cerca de 750 inscritos, com uma participação média de 600 pessoas por dia, sendo muito bem avaliado por 70% dos participantes. O próximo acontecerá em abril de 2009. Para o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), um dos principais apoiadores desse evento, a responsabilidade social corporativa deveria ter um caráter de máxima urgência para um país com as características do Brasil.

Em 2008 nas regionais da Fiemg foram realizados seminários em sete cidades pólos do Estado, com palestras e oficinas sobre o tema central “Sustentabilidade – Desafios e Oportunidades”, objetivando disseminar os conceitos e elevar o padrão de integridade das empresas para o desenvolvimento sustentável

num ambiente ético e transparente. No conjunto, todos os seminários tiveram 1.278 participantes e 276 empresas locais. Debates como o que o Sistema Fiemg promove são uma grande oportunidade para fortalecer a discussão dos negócios como instrumento de desenvolvimento e progresso para todos. Esse tipo de discussão permite a toda a sociedade vislumbrar novos caminhos para delinear quais devem ser a direção e a atuação do setor empresarial, em conjunto com a esfera governamental e da sociedade civil, na busca de um desenvolvimento econômico inclusivo e sustentável.

Esses seminários têm se configurado como grande evento para Minas Gerais e também uma referência para as empresas de todo o Brasil. Participam empresários

e especialistas de todo o país, bem como de outros países, e tem sido uma excelente oportunidade para se obter conhecimentos e trocar experiências. O BID considera muito importante defender uma perspectiva que leva a materializar um setor privado e público responsável e protagonista na busca de um desenvolvimento econômico inclusivo.

Na área de aprofundamento do conhecimento das empresas, destacam-se os cursos de capacitação a distância via internet. O primeiro desenvolvido foi o curso de voluntariado empresarial, que nasceu da necessidade de capacitação dos empregados do Sistema Fiemg espalhados em várias cidades do Estado.

Seria um alto custo operacional tirar o funcionário da sua atividade de trabalho para frequentar o curso, bem como deslocar facilitadores de todas as unidades para o prédio-sede da Fiemg. O curso é ministrado de acordo com a disponibilidade do aluno, embora tenha sido formatado para ser dado em oito horas corridas. Mas, como ele é disponibilizado on-line durante 20 dias, o aluno pode fazer o curso no seu tempo livre, com o acompanhamento de um professor, que coordena o desenvolvimento desses cursos e programas de capacitação.

Por conseqüência, esse curso vem atender à necessidade de empresas que têm unidades em locais distintos, pois facilita que o voluntário dos programas de voluntariado empresarial faça o curso em qualquer lugar e horário. Com essa tecnologia de ensino a distância, o Núcleo de Responsabilidade Social avançou para um curso sobre os princípios da RSE, destinado ao público interno das empresas, para que ele possa identificar mudanças em suas rotinas diárias que lhes permitam participar na prática da gestão socialmente responsável.

Inspirado nos Indicadores Ethos de RSE, o curso foi desenvolvido com o objetivo de oferecer os conceitos básicos que introduzem e fundamentam a gestão socialmente responsável nas empresas e na sociedade por meio do fortalecimento do entendimento pelos empregados da dimensão e importância de participar desse movimento tanto na empresa quanto na família e na sociedade.

FOTO: Arquivo / Rede ACE



Entrada do Seminário de Responsabilidade Social Empresarial de Valadares. Igrejas de São Francisco e do Carmo em Mariana

FOTO: Secretaria de Turismo de Minas Gerais / Cortesia





Detalhe da Igreja de São Francisco de Assis, na cidade de Ouro Preto, projeto de Antônio Francisco Lisboa, o Aleijadinho

desenvolvimento do milênio na Região Metropolitana de Belo Horizonte; na Comissão Organizadora da 3ª Conferência Estadual dos Direitos Humanos 2008; no Comitê Estadual do Pacto Um Mundo para Crianças e Adolescentes do Semi-Árido em Minas Gerais; no Movimento Nossa BH – Cidades Justas e Sustentáveis; e nos Fóruns do Instituto de Governança Social do Centro Mineiro de Alianças Intersetoriais (Cemais), incluindo atuação na presidência do Cemais.

As alianças do Sistema Fiemg com entidades de governo e do terceiro setor reforçam a disseminação da responsabilidade social e da gestão sustentável. Nessa linha o Sistema Fiemg se propõe a promover e apoiar vários movimentos como signatária do Pacto Global ONU, signatária do Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção – Instituto Ethos, Unodc e Patri e signatária do Pacto contra o Trabalho Escravo – Instituto Ethos e OIT.

Como consequência, no planejamento estratégico 2008/2010 houve a proposição de

diretrizes para as ações de responsabilidade social do Sistema Fiemg com a inclusão da perspectiva de sustentabilidade no mapa estratégico da Fiemg, Sesi e Senai, o estabelecimento de metas e indicadores para todas as áreas de competência técnica e o estudo para a implantação do Observatório da Indústria, que possa aferir a intervenção da indústria e do Sistema Fiemg em ações de responsabilidade social empresarial.

No último e quarto eixo, ressalta-se a assessoria da equipe do Núcleo de Responsabilidade Social às equipes internas de outras áreas do Sistema Fiemg para a implantação da gestão estratégica com base na sustentabilidade e o acompanhamento do programa interno de voluntariado empresarial – Programa Mundo Melhor, com participação no comitê central e capacitação dos comitês regionais em gestão do voluntariado e dos voluntários na Preparação para ação na comunidade – EAD.

Dessa forma, Minas Gerais se consolida como um Estado também inovador de tecnologia social, com numerosos exemplos de projetos empreendedores promovidos por profissionais e empresas que conseguem contribuir com o desenvolvimento social, ambiental, econômico e cultural em conjunto com empresários, governos, sociedade civil organizada e organismos multilaterais para uma sociedade melhor.

SOBRE APRENDIZAGEM

Para Marisa Resende, o movimento da responsabilidade social empresarial

Nas grandes empresas a coisa acontece de forma mais evidente porque elas sofrem influência de movimentos internacionais dos quais fazem parte. Nas pequenas empresas ainda se percebe que há um longo processo de entendimento pela frente.

avançou muito nos últimos anos: “Há cinco anos não se falava nesse tema, hoje já é uma palavra-chave. O negócio da empresa era apenas ganhar dinheiro, embora já existisse a questão da qualidade, como prenúncio. Daí surgiram alguns pensamentos que se desdobraram na valorização da responsabilidade social empresarial. E todas essas questões deságuam na importância de um relacionamento ético, porque a ética é a essência de tudo isso. Há também uma única direção nesse caminho todo que temos percorrido, que é a busca por sustentabilidade, que tende a ampliar ainda mais a discussão em torno da responsabilidade empresarial, aprofundando o debate numa dimensão bem mais complexa e mais completa”.

Observando o enfoque que Marisa dá à trajetória da responsabilidade social nas empresas, comparando com o desenvolvimento da qualidade total, percebemos que há similaridades no desenvolvimento de ambos os temas dentro das empresas. Existe uma tomada de consciência sobre a importância e

ênfase na melhoria dos processos e das relações dentro e fora das empresas, bem como no panorama da discussão dessas questões e da prática das empresas nesses campos. Porém, quando se trata da responsabilidade social, concordamos com Marisa quando ela diz que ainda há um longo caminho a se percorrer para se chegar à plenitude da consciência e da sua prática. A grande maioria das empresas ainda está perdida em meio a um turbilhão de desinformações, preconceitos e má interpretação. Há pouca disponibilidade de formação a respeito do assunto e às universidades ainda não assumiram devidamente essa direção. Mas de uma coisa não se duvida: o tema da RSE continua caminhando sem descanso e já se percebe uma evolução na visão das empresas no que toca ao campo das relações na direção da ética.

Nas grandes empresas a coisa acontece de forma mais evidente porque elas sofrem influência de movimentos internacionais dos quais fazem parte. Nas pequenas empresas ainda se percebe que há um longo processo

O aluno acessa o site da Fiemg de qualquer lugar e em qualquer horário, pois o curso é oferecido em web aberta, com conteúdo passado em módulos, usando uma metodologia dinâmica e participativa. Ao final do curso o aluno precisa construir a sua agenda pessoal para a responsabilidade social. Uma agenda com metas tanto profissionais como pessoais para colocar em prática o que aprendeu no curso.

No terceiro eixo, destacam as parcerias para a sustentabilidade na agenda global, com participação de pessoas da equipe do Núcleo de Responsabilidade Social no Comitê Brasileiro do Pacto Global; no Conselho Brasileiro de Ética e Integridade contra a Corrupção; no Comitê de Implantação do Observatório Urbano de Belo Horizonte, que fará o monitoramento dos objetivos de

de entendimento pela frente. Muitas delas, por exemplo, se chocam com os indicadores de responsabilidade social do Instituto Ethos, porque acham que, diante de sua realidade, estão muito distantes daquela proposta. Buscam parâmetros mais próximos, e nesse ponto é fundamental a troca de experiência com outras empresas do mesmo porte, pois sozinhas se perdem, se decepcionam e desistem de continuar. Entretanto destacamos a importância da aplicação desses indicadores como instrumento de auto-avaliação e promoção da evolução das práticas socialmente responsáveis das empresas.

Já se percebe um certo amadurecimento nesse campo e resultados visíveis, por isso a Fiemg investe na disseminação desses indicadores, na valorização do trabalho articulado entre as empresas nos núcleos regionais e na construção de vínculos entre elas e os outros setores da sociedade no estímulo de ações conjuntas. É aí que entra o voluntariado muito forte com formação e capacitação de comitês, tendo o Dia V como grande carro-chefe. Além disso, atende a uma demanda grande das empresas por consultorias, cursos e palestras numa diversidade de necessidades, como código de ética, aplicação de indicadores, gestão da responsabilidade social, entre outros. Todos os atendimentos às empresas são realizados hoje de forma conjunta e integrada com o Sesi para operacionalização das consultorias, oficinas, cursos e palestras.

De maneira geral, a Fiemg busca integrar as empresas com a prática da responsabilidade social via disseminação

Cada empresa tem um tempo diferente na evolução dessa consciência e depende muito da visão de seus líderes. A grande dificuldade nesse processo é o pouco acesso e a pouca disponibilidade de tempo das lideranças para o envolvimento com essas questões.

de informações em seminários e campanhas temáticas, utilizando-se de uma grande variedade de assuntos, estímulos e abordagens. Trabalha-se a ética, o Pacto Global, o voluntariado, o Dia V, havendo sobre essa variedade de temas o “guarda-chuva” da responsabilidade social empresarial. Quando a empresa começa a entender o conceito, inicia-se o aprofundamento em direção à melhoria de suas práticas.

Nas consultorias a Fiemg se reúne com gestores e colaboradores das empresas para pensar estrategicamente por onde vai iniciar sua trajetória com práticas socialmente responsáveis. Cada empresa escolhe o caminho por onde inicia a sua discussão e atuação, o melhor caminho e o tema de partida. Fazem-se um diagnóstico e um mapeamento, seguidos por oficinas que trabalham na perspectiva das vocações e dos recursos disponíveis na empresa e de acordo com as temáticas escolhidas.

Se há interesse de atuação em parceria com outros atores, reúne-se um grupo de empresas para trocar experiências e

planejar sua atuação frente à análise dos casos bem-sucedidos e malsucedidos.

Se há necessidade de se levar uma ação a um número maior de pessoas dentro das empresas, pode-se lançar mão da ferramenta de educação a distância.

Na temática de voluntariado empresarial, utiliza-se como metodologia recursos pedagógicos com estratégia lúdica por meio de jogos: Palavras em Jogo, que constrói a cultura do voluntariado e as estratégias do programa de voluntariado empresarial; Baralho Estratégico, que ajuda na criação de uma estrutura de planejamento; Ciranda de Conversas, que facilita a gestão criativa e o diálogo entre gestores e voluntários; e Na Trilha, que conduz a avaliação e o monitoramento como processo de aprendizagem. Utilizar o lúdico como estratégia de formação e desenvolvimento do voluntariado se mostrou muito eficaz porque envolve emoção e o prazer de compartilhar idéias, do construir junto, com o diálogo, trabalhando as diferentes culturas das partes envolvidas. O jogo



Conscientização: Voluntárias durante ações do Dia V

facilita a integração no exercício da disputa, da fala e do aproveitamento do conhecimento do outro, conciliando conteúdos padronizados com plano de ação, monitoramento e avaliação.

Quando o tema é responsabilidade social o jogo é um excelente facilitador para o diálogo. Por exemplo, ao colocar em torno de uma mesa pessoas de todos os níveis de uma empresa, ou até mesmo da comunidade, para jogar, possibilita-se a equidade na relação. As respostas são excelentes, as pessoas se envolvem - mesmo os mais reservados no dia-a-dia se envolvem jogando ativamente. Já na perspectiva da sensibilização, aprendemos que a estratégia de realização de seminários possibilita uma explanação dos temas trabalhados, com grande resultado quanto à valorização pela sociedade, o que acaba despertando, também, o interesse

das empresas e a sua aproximação do assunto. O retorno se dá através da adoção dos conceitos disseminados, da procura por capacitação e de assessoria para o desenvolvimento de ações que respondam às questões propostas.

SOBRE O FUTURO

A equipe do Núcleo de Responsabilidade Social do Conselho de Cidadania Empresarial da Fiemg é unânime em apontar que há resultados visíveis como resposta ao trabalho que realiza. É evidente que o assunto da responsabilidade social e do voluntariado está na pauta da sociedade e das empresas mineiras. O Estado ocupa hoje uma posição de liderança no país, como atestam pesquisas realizadas pelo Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (Ipea), órgão do Ministério do

Planejamento, concentrando o maior número de empresas (81%) que investem em ações sociais na comunidade.

Entretanto, a equipe reconhece que o processo é mais lento do que gostaria e acredita que poderia realizar muito mais, porque o potencial nesse campo é muito grande e há muito ainda para ser transformado. Por exemplo, no campo do desenvolvimento da consciência ética e da gestão socialmente responsável das empresas, especificamente na aplicação dos indicadores de RSE, ainda há muito para se avançar. Cada empresa tem um tempo diferente na evolução dessa consciência e depende muito da visão de seus líderes.

A grande dificuldade nesse processo é o pouco acesso e a pouca disponibilidade de tempo das lideranças para o envolvimento com essas questões. O grande desafio a ser enfrentado no campo da responsabilidade social empresarial é a conscientização dos líderes empresariais e o seu efetivo comprometimento com as

transformações sociais que se necessita ver neste país. Pensando em superar esses desafios, a Fiemg continua desenvolvendo tecnologias que facilitem a acessibilidade desses líderes na sua formação, a exemplo dos cursos on-line, que devem ser ampliados para atender a outros temas, como a elaboração do código de conduta ética da empresa e a formação de redes sustentáveis de empresas com a realização de eventos mensais que oferecem palestras, oficinas e ferramentas para melhorar os processos, formar pessoas e ampliar os resultados a partir da perspectiva da sustentabilidade. Tudo está sendo elaborado, sempre visando à facilitação do processo e da

compreensão com conteúdos dinâmicos, leituras rápidas e exercícios práticos. Serão também disponibilizados novos jogos para discussão da cidadania das empresas de forma lúdica e participativa.

No futuro, muitas outras ações também vão se desdobrar. Espera-se, por exemplo, que os Seminários Abertos de Responsabilidade Social se transformem em um grande fórum onde as empresas mineiras possam levar suas experiências.

O Dia V já se transformou numa grande ação de cidadania e participação da sociedade mineira, com várias atividades, pessoas, empresas e organizações que se

organizam em grupos, formam comitês e se articulam em parcerias para promoverem o desenvolvimento no Estado como um todo. Espera-se que esse dia possa vir a ser uma grande alavanca para ações voluntárias permanentes e transformadoras da realidade social, que se torne uma espiral de iniciativas e ações em todo o país na provocação de grandes mudanças.

SOBRE A REDE ACE

Na perspectiva da Fiemg, há muito ainda o que se avançar no âmbito da Rede ACE para que possa se considerar como rede. É importante discutir os papéis, a razão de ser dessa rede para o país. É fundamental refletir sobre o que cada núcleo agrega à rede e, como rede, o que agregamos ao movimento da responsabilidade social nacional. Há

muitos problemas a serem enfrentados em todas as regiões e refletir juntos sobre essas questões confere outra dimensão à capacidade de agir sobre elas.

Outro ponto que se deve destacar é que não estamos tratando de uma rede de pessoas, mas de instituições, e tem que haver um envolvimento maior, uma maior articulação, para que cada uma reconheça valor nessa rede e no papel que desempenha nela. O grande desafio é mobilizar todos esses Estados, é ter em cada um pontos de apoio a ações de cidadania empresarial e criar possibilidades a partir da grande rede de empresas que está por trás desses núcleos. Ter conhecimento da contribuição que cada membro dessa rede pode dar, conhecer as expertises e o potencial de cada um. A Fiemg, por exemplo, tem muito material e conhecimentos a compartilhar com os demais.

Percebe-se que a grande contribuição que a Fiemg pode disponibilizar para essa rede, além do conhecimento já desenvolvido nesse campo, são as metodologias de envolvimento do voluntariado e da responsabilidade social, os jogos, os cursos a distância, a metodologia das oficinas do Programa Redes Sustentáveis e dos Seminários Regionais de RSE, entre outras iniciativas.

É necessário haver uma maior articulação entre as ações existentes. Para isso, é importante ter um plano de ação por semestre e por ano com o engajamento de todos os núcleos. A questão que se impõe e que precisa ser encarada com maturidade é se essa é uma rede



FOTO: Stock.XCHNG

FOTO: Arquivo / Rede ACE



Reunião do grupo Tear, em 2008. Detalhe da cidade de Diamantina

apenas de federações ou se a proposta é realmente fortalecer e articular o movimento da cidadania empresarial no país entre as diversas instituições.

O que pode unir essa rede são objetivos comuns, um projeto nacional que fosse importante para todas as localidades onde existem núcleos. Vê-se a necessidade de escolher um tema que possa unir os interesses de todos e que possa ser implementado de acordo com as possibilidades locais. O tema da disseminação e monitoramento dos objetivos do milênio seria bastante viável porque, mesmo que não haja infra-estrutura para monitoramento do cumprimento das metas do milênio no Estado, há sempre possibilidade de se trabalhar a sua disseminação e contribuir para a reflexão acerca delas. Um projeto nacional único é muito

importante, sem dúvida, mas também um grande desafio para essa rede.

Vê-se que a grande fortaleza dessa rede é a sua capacidade de articulação, como diz o seu próprio nome, Rede de Articulação Nacional pela Cidadania Empresarial. Define-se aí claramente o seu maior campo de atuação, a sua missão, e é preciso haver um alinhamento nesse sentido. A cidadania é o grande viés dessa rede, e não se trata de ação social apenas, a atuação cidadã está para além disso. Trabalha-se com o tema da responsabilidade social, que envolve a ética nas relações empresariais. Mas a missão da cidadania empresarial compreende a mobilização para a participação e o posicionamento das empresas. Nesse quesito, a rede tem um potencial enorme. Somos importantes para o país, o desafio é grande, e temos muito trabalho pela frente.

CONSELHO DE CIDADANIA EMPRESARIAL DA FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS – CCE/ FIEMG

HISTÓRICO

O Conselho de Cidadania Empresarial foi lançado em abril de 2000 com o objetivo de transformar-se em um centro de referência voltado ao estímulo, mobilização e articulação das empresas para a transformação da realidade social em Minas Gerais.

MISSÃO E OBJETIVO

Missão

Liderar o processo de engajamento das organizações na prática da cidadania empresarial como um valor ético que contribui para a construção de uma sociedade mais próspera e justa.

Objetivo Geral

Apoiar tecnicamente a adoção da cidadania empresarial pelo Sistema Fiemg e pelas empresas como um valor que gera resultado no desenvolvimento socioeconômico e ambiental.

Objetivos Específicos

- Informar e mobilizar a sociedade para a prática da cidadania empresarial.
- Fortalecer a cidadania empresarial do Sistema Fiemg.
- Transferir tecnologia de projetos sustentáveis que promovam oportunidades de desenvolvimento da cidadania empresarial.
- Fortalecer o voluntariado empresarial como ferramenta de inclusão das empresas na prática da cidadania empresarial.

- Criar, desenvolver e aperfeiçoar ferramentas para instrumentalizar as empresas na adoção da cidadania empresarial.
- Fomentar a capacitação e assessoria de pessoas e empresas na implantação e aperfeiçoamento de ações de cidadania empresarial (escola de líderes).
- Formar uma rede colaborativa de cidadania empresarial no Estado de Minas Gerais que envolva os três setores da sociedade.

VISÃO E VALORES

Por se tratar de um conselho/núcleo dentro da instituição, não possui uma visão própria. Seguem abaixo a visão e os valores da Federação das Indústrias de Minas Gerais, seguidos pelo conselho:

Visão do Sistema Fiemg

Ser reconhecida como líder na representação da indústria de Minas, com atuação política em defesa dos interesses dos associados, respeitada nacional e internacionalmente, oferecendo soluções de desenvolvimento empresarial sustentado nas áreas de educação, conhecimento, tecnologia e serviços sociais, sendo uma organização de associação voluntária, transparente e auto-sustentável.

Crenças e Valores do Sistema Fiemg

- Associativismo.
- Democracia representativa.
- Desenvolvimento.
- Economia de mercado.
- Ética, cidadania e qualidade de vida.

- Geração de riqueza e lucratividade.
- Parcerias e alianças estratégicas.
- Qualidade, produtividade e competitividade.
- Desenvolvimento da defesa da indústria de Minas Gerais através da ação solidária com entidades coirmãs e com os poderes constituídos.
- Atuação em perfeita e absoluta sintonia com os sindicatos na busca permanente do fortalecimento da base sindical da indústria e na formação de novas lideranças no setor.
- Educação e capacitação profissional como base da prosperidade para o desenvolvimento da indústria de Minas Gerais.
- Visão de futuro arrojada para integrar benefícios de curto, médio e longo prazos.
- Valorização de seus colaboradores para dar suporte à sua atuação, na condição de aliados e parceiros.

PRINCIPAIS LINHAS DE ATUAÇÃO

- Informação, mobilização e sensibilização da sociedade para a prática da responsabilidade empresarial.
- Aprofundamento de atitudes práticas nas empresas do Estado de Minas Gerais.
- Estabelecimento de parcerias para a sustentabilidade – Sistema Fiemg, empresas, organizações nacionais e internacionais, governos, etc.

PRINCIPAIS PROJETOS, PROGRAMAS E AÇÕES

Conhecimento Empresarial

O Núcleo de Responsabilidade Social cria, desenvolve, aperfeiçoa

ENDEREÇO

Avenida do Contorno, nº 4520,
Belo Horizonte - MG

DATA DE INSTITUIÇÃO/ FUNDAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

Abril de 2000

e disponibiliza ferramentas como publicações, capacitações, palestras, jogos e assessorias, formando um amplo conjunto de conhecimento e instrumentos totalmente acessível às empresas que desejam colocar em prática a gestão socialmente responsável. Temas como gestão do voluntariado empresarial, princípios da responsabilidade social empresarial, elaboração de códigos de conduta ética e aplicação dos Indicadores Ethos são desenvolvidos em cursos in company, a distância (EAD), presenciais e em oficinas, ajudando as empresas mineiras a se tornarem parceiras na construção do desenvolvimento sustentável.

Curso a Distância (EAD) Princípios da Responsabilidade Social Empresarial

O curso princípios da responsabilidade social empresarial (PRSE), promovido pelo Núcleo de Responsabilidade Social Empresarial da Fiemg, tem como objetivo apresentar os conceitos básicos da responsabilidade social empresarial por meio de educação a distância, como uma forma de ampliar e facilitar a execução do curso pelos colaboradores do Sistema Fiemg em tempos alternativos e, dessa forma, possibilitar sua realização em períodos compatíveis à atividade de cada um no ambiente de trabalho.

Confidências Mineiras

Lançado pelo Conselho de Cidadania Empresarial do Sistema Fiemg em abril de 2003, o Confidências Mineiras é um espaço de debate dos diversos temas que envolvem a responsabilidade social empresarial e o voluntariado. Em 2006, a Fiemg se uniu com o Instituto Hartmann Regueira - promotor do Fórum do Terceiro Setor - para realizar um evento único, visando potencializar e otimizar a implementação de práticas empresariais responsáveis e criar oportunidades no mercado global.

Em 2007 o evento tornou-se um debate sobre os temas que envolvem a responsabilidade social empresarial, por meio de sessões comentadas de documentários que retratam o cenário atual das corporações, dilemas éticos, situações de risco e oportunidades presentes no cotidiano das empresas. Foram realizados cinco eventos em 2007, cada um com média de 20 participantes.

Dia V

O projeto consiste em 24 horas de ações voluntárias que mobilizam pessoas e empresas. Organizadas em grupos, elas fazem nesse dia alguma atividade em benefício de sua comunidade.

Redes Sustentáveis

Para apoiar as empresas na construção deste novo momento, o Sistema Fiemg apresenta o Ciclo de Formação Redes Sustentáveis, que pretende capacitar empresas que desejam conhecer, implantar ou aperfeiçoar a gestão socialmente responsável.

Em cinco encontros, o programa oferece palestras, oficinas e ferramentas para melhorar processos, formar pessoas e ampliar resultados a partir da perspectiva da sustentabilidade, que busca o equilíbrio entre os aspectos econômico, social, ambiental e cultural. Mensalmente, serão discutidos os seguintes temas:

- O bom negócio da sustentabilidade.
- Responsabilidade social empresarial e o diálogo com os stakeholders.
- Ética empresarial.
- Gestão da responsabilidade social.
- Responsabilidade social e cidadania.

Ao final do ciclo, os participantes presentes a todos os encontros receberão um certificado de conclusão do programa.

Movimento Fiemg pela Ética e Integridade nos Negócios

O movimento é um programa que visa mobilizar a indústria mineira a adotar elevado padrão de integridade em suas relações com os poderes públicos e demais setores do mercado, por meio da implantação de ferramentas gerenciais de prevenção e controle e pela adesão ao Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção.

Programa Mundo Melhor

É um programa de mobilização dos colaboradores do Sistema Fiemg para a realização de ações voluntárias, com o objetivo de contribuir para a melhoria das condições de vida de diversas comunidades.

Projeto de Combate à Pirataria

Alinhado à missão do Sistema Fiemg, que busca liderar o processo de desenvolvimento sustentável da indústria de Minas Gerais, esse projeto pretende conscientizar os diversos públicos sobre os danos causados pela pirataria à sociedade, disseminando informações que favoreçam o combate à pirataria, para que uma nova cultura, com valores éticos sólidos, possa emergir.

Programa Tear

O Tear é um programa de implantação de práticas de gestão da responsabilidade social corporativa em pequenas e médias empresas dentro de cadeias produtivas. A Fiemg, através do Núcleo de Responsabilidade Social, participa do Programa Tear como indutora, ou seja, incentivando empresas a formar novos programas utilizando a metodologia proposta.

Responsabilidade Social e Voluntariado nas Escolas da Rede Sesi de Educação

O objetivo do projeto é criar oportunidades e espaço de atuação voluntária aos alunos do Sesi, trazendo para o ambiente escolar uma nova postura de formação ética e cidadã. Por meio de jogos didáticos, os professores discutem em sala de aula os conceitos de voluntariado, cidadania, responsabilidade social e sobre objetivos de desenvolvimento do milênio.

Seminário Internacional

O Seminário Internacional de Responsabilidade Social é realizado por iniciativa da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e do Governo do Estado de Minas Gerais, concentrando um amplo debate entre especialistas nacionais e internacionais, empresários, jornalistas e representantes da sociedade civil, buscando aprofundar os temas e as práticas para o desenvolvimento sustentável.

Seminários Regionais

Os Seminários Regionais de Responsabilidade Social são realizados pelo Núcleo de Responsabilidade Social da Fiemg e pelos Comitês Regionais de Cidadania Empresarial, localizados em oito cidades pólos.

Os seminários propõem a criação de um ambiente de discussão para a indústria visando elevar o padrão de integridade das empresas. Com essa visão, serão realizados seminários com o título Sustentabilidade – Desafios e Oportunidades, cujo objetivo é contribuir para o desenvolvimento sustentável num ambiente ético e transparente.

AÇÕES INDICADAS PARA INTEGRAR O BANCO DE PRÁTICAS DA REDE ACE

Dia V

Sempre no primeiro domingo de dezembro acontecem milhares de ações voluntárias em centenas de municípios brasileiros. É o Dia V. Criado em 2001 pela Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), cresce em número de participações a cada ano e ajuda a transformar muitas vidas.

O Dia V é o grande marco do voluntariado ativo e transformador. É o momento de lançar iniciativas, de envolver voluntários, de comemorar resultados, enfim, de sair às ruas e mostrar a força da solidariedade. Todos, empresas, sociedade e governos, juntos pelo desenvolvimento.

Curso a Distância (EAD) Princípios da Responsabilidade Social Empresarial

O curso princípios da responsabilidade social empresarial (PRSE), promovido pelo Núcleo de Responsabilidade Social Empresarial da Fiemg, tem como objetivo apresentar os conceitos básicos da responsabilidade social empresarial por meio de educação a distância, como uma forma de ampliar e facilitar a execução do curso pelos colaboradores do Sistema Fiemg em tempos alternativos e, dessa forma, possibilitar sua realização em períodos compatíveis à atividade de cada um no ambiente de trabalho.

Concebido para aproximar e ampliar o conhecimento sobre responsabilidade social nos diversos setores da empresa, o curso oferece as informações necessárias para que os colaboradores possam identificar mudanças em suas rotinas diárias que lhes permitam participar na prática da gestão socialmente responsável.

PARCERIA COM A FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS LOCAL

A Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg) possui diversos colegiados. Os colegiados são órgãos de assessoria e/ou fóruns especiais, constituídos por empresários, especialistas e/ou presidentes de sindicatos patronais. Visam integrar e desenvolver os setores industriais afins, bem como colaborar nos estudos e decisões do Sistema Fiemg, contribuindo para o fortalecimento da representatividade empresarial em âmbito estadual e federal.

- As câmaras de indústrias são fóruns voltados para o aprimoramento de setores industriais através da participação de todos os agentes envolvidos na cadeia produtiva.
- Os conselhos são fóruns voltados para o aprimoramento de processos direta ou indiretamente ligados à indústria, que determinam estratégias de atuação sobre um determinado tema.

A Implantação dos colegiados representa um avanço no processo participativo e estratégico no sentido de integrar os segmentos da sociedade industrial na busca do atendimento aos objetivos que direcionam as ações do sistema.

- Câmara da Indústria da Construção.
- Câmara da Indústria de Moda.
- Câmara da Indústria Mineral.
- Câmara da Indústria de Petróleo e Gás.
- Conselho de Assuntos Legislativos.
- Conselho de Cidadania Empresarial.
- Conselho de Desenvolvimento Tecnológico.
- Conselho de Empresários para o Meio Ambiente.
- Conselho de Infra-estrutura e Privatização.
- Conselho da Micro, Pequena e Média Indústria.
- Conselho de Política Econômica e Industrial.
- Conselho de Política Tributária.
- Conselho de Relações do Trabalho.
- Conselho de Relações Econômicas Internacionais

O Conselho de Cidadania Empresarial é constituído por empresários, especialistas no tema e representantes da sociedade que visam

desenvolver a responsabilidade social, bem como colaborar nas estratégias e no posicionamento do Sistema Fiemg.

O Núcleo de Responsabilidade Social é uma área que atua diretamente no desenvolvimento dos projetos, sendo constituído por uma equipe de sete profissionais, que respondem diretamente ao Sistema Fiemg e atuam em parceria com o Sesi no atendimento às empresas.

RELAÇÃO COM OUTRAS ENTIDADES EMPRESARIAIS LOCAIS

Relação com Sebrae, Sesi, Senai, IEL e Ciemg.

PRINCIPAIS PARCEIROS

Parceiros: Governo de Estado, Prefeitura de Belo Horizonte, Ministério Público, Confederação Nacional das Indústrias, Instituto Ethos de Responsabilidade Social, ONU – Pacto Global e ODMs.

PERFIL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS

O Sistema Fiemg tem 26.000 empresas associadas em Minas Gerais.

CLASSIFICAÇÃO POR SETOR ECONÔMICO

Dados da Indústria de Minas Gerais

- Total de estabelecimentos industriais no Estado (2006): 121.614.
- Estoque de trabalhadores nas indústrias (2006): 1.020.667.
- PIB industrial – valores correntes (2005): R\$ 81,540 bilhões.
- Participação no PIB industrial brasileiro (2005): 11,8%.

Destaques

- Metalurgia: 35% da produção brasileira de aço.
- Produtos alimentares: 12 mil empresas.
- Química: terceiro maior setor da indústria mineira.
- Extrativa mineral: participação de 22% no valor da produção brasileira do setor.
- Material de transporte: segundo pólo automotivo brasileiro.
- Têxtil: segundo pólo têxtil do Brasil.
- Minerais não metálicos: 14% da produção brasileira do setor.

Número de empresas por setores da Indústria em Minas Gerais – Novembro/2006

Setores Industriais - Número de Empresas

- Extrativa Mineral: 4.388
- Indústria de Transformação: 67.304
- Serviços Industriais de Utilidade Pública: 1.273
- Construção Civil: 48.649
- Total: 121.614

Fonte: www.fiemg.com.br - Cadastro de Estabelecimentos Empregadores – MTE (Novembro/2006)

Número de empresas por Subsetores do IBGE em Minas Gerais – Novembro/2006

Subsetor IBGE - Número de Empresas

- Extrativa Mineral: 4.388
- Indústria de Produtos Minerais não Metálicos: 6.002
- Indústria Metalúrgica: 7.479
- Indústria Mecânica: 1.743
- Indústria de Material Elétrico e de Comunicações: 958
- Indústria de Material de Transporte: 765
- Indústria de Madeira e de Mobiliário: 6.984
- Indústria de Papel, Papelão, Editorial e Gráfica: 4.181
- Indústria de Borracha, Fumo, Couros, Peles, Similares, Indústrias Diversas: 3.064
- Indústria Química de Produtos Farmacêuticos, Veterinários, Perfumaria: 4.251
- Indústria Têxtil do Vestuário e Artefatos de Tecidos: 14.171
- Indústria de Calçados: 2.601
- Indústria de Produtos Alimentícios, Bebidas e álcool Etílico: 15.105
- Serviços Industriais de Utilidade Pública: 1.273
- Construção Civil: 48.649
- Comércio Varejista: 283.955
- Comércio Atacadista: 34.917
- Instituições de Crédito, Seguros e Capitalização: 7.428
- Comércio e Administração de Imóveis, Valores Mobiliários: 84.840
- Transportes e Comunicações: 29.113
- Serviços de Alojamento, Alimentação, Reparação, Manutenção,

Redação: 110.753

- Serviços Médicos, Odontológicos e Veterinários: 26.952
- Ensino: 11.422
- Administração Pública Direta e Autárquica: 2.855
- Agricultura, Silvicultura, Criação de Animais, Extrativismo Vegetal: 90.727
- Total: 804.576 3.136.377

Fonte: www.fiemg.com.br - Cadastro de Estabelecimentos Empregadores – MTE (Novembro/2006)

PUBLICAÇÕES, PESQUISAS E ARTIGOS

Temos cinco arquivos disponíveis para download no nosso site, www.fiemg.com.br/cidadania, e duas cartilhas e dois livros editados. Uma coleção que possui cinco guias, dirigidos aos profissionais que lideram e acompanham a gestão de Programas de voluntariado empresarial, nos seguintes temas:

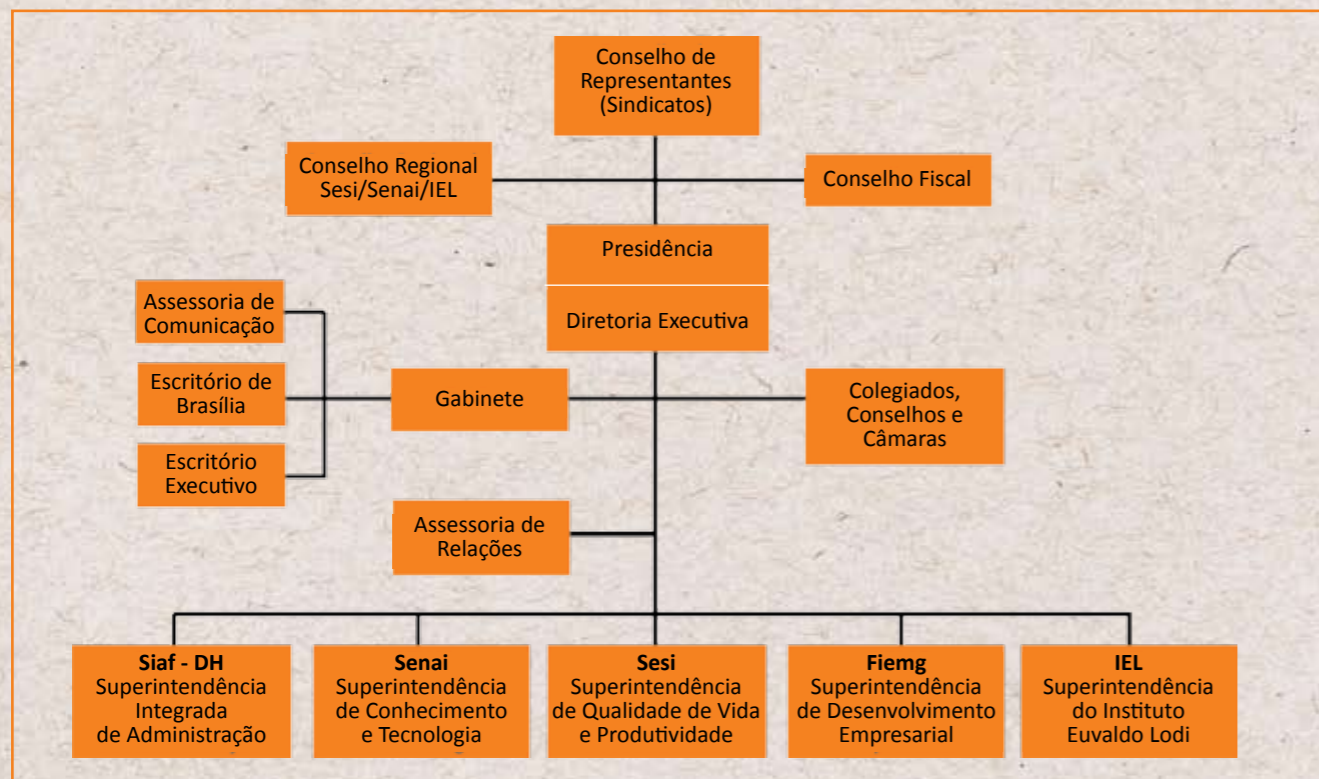
1. Como coordenar programas de voluntariado empresarial.
2. Como organizar comitês de voluntariado empresarial.
3. Como identificar e implantar ações de voluntariado empresarial.
4. Como mobilizar pessoas para programas de voluntariado empresarial.
5. Glossário de cidadania.

Publicações editadas

1. Guia Metodológico Fiemg para Elaboração de Códigos de Conduta Ética nas Empresas - Antônio Carlos Gomes da Costa, 2007.
2. Cartilha Dia “V” – preparando comitês para mudar o mundo – 2007.
3. Livro A Estratégia Lúdica – jogos didáticos para a formação de gestores de voluntariado empresarial – Juan José Meré Rouco & Marisa Seoane Rio Resende. Editora Peirópolis, 2003.
4. Livro Voluntariado na Empresa – gestão eficiente da participação cidadã – Mônica Beatriz Galiano Corullón & Barnabé Medeiros Filho. Editora Peirópolis, 2002.

LEGISLAÇÃO LOCAL (para incentivo às ações sociais das empresas).
O Estado não possui nenhuma legislação nesse sentido.

ESTRUTURA



Danusa Dias Reis Coutinho
Consultora de Projetos Sociais
(31) 3263-4352
(31) 9104-8773
danusareis@fiemg.com.br

Laura Boaventura de Andrade
Consultora de Projetos Sociais
(31) 3263-4474
(31) 91200105
elboaventura@fiemg.com.br

Luciene Regina Araújo
Assessora de Marketing
(31) 3263-4474
(31) 9239-2114
lraaraujo@fiemg.com.br

Marisa Seoane Rio Resende
Coordenadora
(31) 3263-4351
(31) 9635-4564
msresende@fiemg.com.br

CONSELHO E DIRETORIA

O Conselho de Cidadania Empresarial é constituído por empresários, especialistas no tema e representantes da sociedade civil organizada. Sua estrutura está sendo atualizada, a fim de propiciar a participação de novas empresas.

EQUIPE EXECUTIVA

Annabella de Fátima Prates
Consultora de Projetos Sociais
(31) 3263-4351
(31) 9737-7302
annabella@fiemg.com.br

Projetos 2007 / 2008

DIA V & CURSO A DISTÂNCIA (EAD) PRINCÍPIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Descrição dos dois principais projetos do Conselho de Cidadania Empresarial da Fiemg para fomentar a cidadania empresarial em Minas Gerais, eleitos pela entidade conforme os critérios de inovação, facilidade de viabilização e nível de resultados alcançados.

Recife, novembro de 2007.

PROJETO DIA V

O Dia V é um projeto com um alto grau de multiplicação metodológica e com grande poder de mobilização para o fortalecimento da cidadania de todos os setores da sociedade – empresas, sociedade civil, organizações sem fins lucrativos, governo, secretarias e prefeituras.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

Todo o projeto é sustentado pelo Sistema Fiemg.

O PROJETO

Sempre no primeiro domingo de dezembro acontecem milhares de ações voluntárias em centenas de municípios brasileiros. É o Dia V. Criado em 2001 pela Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), o projeto cresce em número de participações a cada ano e ajuda a transformar muitas vidas.

O Dia V é o grande marco do voluntariado ativo e transformador. É o momento de lançar iniciativas, de envolver voluntários, de comemorar resultados, enfim, de sair às ruas e mostrar a força da solidariedade. Todos, empresas, sociedade e governos, juntos pelo desenvolvimento.

Ser voluntário é uma atitude de vida que envolve um senso de responsabilidade pelo outro e pelo desenvolvimento da sociedade. Implica compromisso e cidadania. No Dia V, os participantes realizam todas as ações de forma espontânea e voluntária, dando o melhor

de si e se unindo a voluntários de todos os continentes com um objetivo comum: MUDAR O MUNDO.

COMO FUNCIONA

Todos podem participar do Dia V, de preferência em grupos organizados nas empresas, cidades, escolas, universidades, bairros, igrejas, sindicatos. É uma oportunidade para demonstrar espírito de cidadania, solidariedade, integração com os colegas, amigos, vizinhos e parentes. É muito fácil. Você pode organizar um comitê, escolher um dos objetivos do milênio e planejar ações para melhorar a qualidade de vida da sua comunidade. Se não estiver participando de nenhum comitê, você pode avaliar as necessidades da sua comunidade, escolher também um dos objetivos do milênio e organizar alguma ação que possa favorecê-la.

É este o convite: engajar-se, participar, construir novas realidades.

Leia os textos “Como organizar um comitê” e “Planejamento de ação” e saiba mais sobre como participar do Dia V.

Como organizar um comitê

Comitê é um grupo que organiza as ações voluntárias na comunidade antes, durante e depois do Dia V. Convide os amigos, as lideranças do bairro, os colegas de trabalho e forme o seu grupo. É importante que o comitê:

- Defina um objetivo do milênio prioritário em sua comunidade e a ação que vai contribuir para enfrentar o problema escolhido. Cada ação só pode estar vinculada a um objetivo.
- Mobilize pessoas, empresas, escolas e outros grupos para que realizem ações, gerando idéias, fazendo palestras, entre outras atividades.

- Estabeleça parcerias, tendo em vista o objetivo do milênio definido.
- Divulgue o Dia V, levando informação para o maior volume possível de pessoas, colocando os cartazes em locais públicos, anunciando nos meios de comunicação (TV, rádio, jornais, revistas, internet).
- Cadastre o comitê e todas as ações, gerando informação e compartilhando com todo o movimento do Dia V o que está sendo feito e quais os compromissos assumidos.
- Realize as ações e dê apoio aos outros grupos de ação da comunidade.
- Envie para a organização do Dia V o relatório de mobilização, contendo dados numéricos sobre as ações, fotos, resultados e depoimentos.

Planejamento de ação

Todos os comitês devem planejar uma ou mais ações e preparar tudo para que elas aconteçam: organizar as pessoas, distribuir as tarefas, informar sobre todos os detalhes. É importante ter alegria, trabalhar com energia e entusiasmo. Também é preciso dar atenção aos imprevistos e ter algumas soluções à mão, como um kit de primeiros socorros e uma lista de telefones de emergência.

Se você não faz parte de um comitê, mesmo assim pode participar do Dia V. Sozinho ou com os amigos, descubra habilidades, abuse da criatividade, escolha um dos objetivos do milênio e planeje ações úteis para a sua comunidade. Não se esqueça de inscrevê-la, para que se torne mais um exemplo de solidariedade e cidadania.

RECURSOS NECESSÁRIOS

Uma equipe mínima de cinco pessoas, computadores, internet,

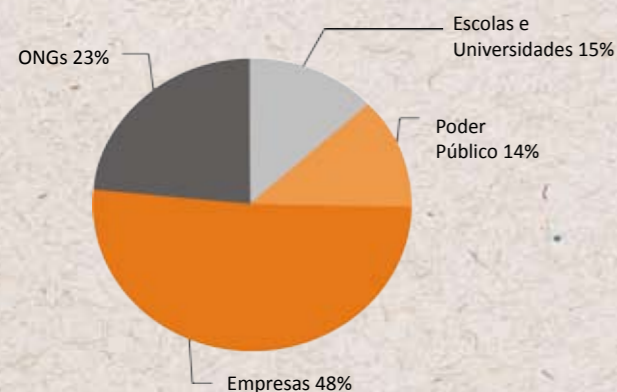
telefone fixo e telefones celulares, comunicação virtual, comunicação impressa, comunicação de mídia, software para cadastro de comitês e ações, papel e impressora.

RESULTADOS ALCANÇADOS

Comemorado desde 2001, o Dia V tem resultados extremamente positivos. Através dele, muitas portas se abrem para que os voluntários e as comunidades se encontrem, formem parcerias, façam planos de ação e dêem início a projetos permanentes, construindo uma forte cultura de responsabilidade social. Exemplo Bem-sucedido de solidariedade voluntária, o Dia V já extrapola as fronteiras mineiras e vai se consolidando como iniciativa vitoriosa em 12 Estados brasileiros.

Ano	Comitês	Ações	Cidades	Voluntários	Organização	Participantes
2001	-	573	44	11.037	184	114.574
2002	54	880	62	22.017	491	306.432
2003	224	1.562	100	26.639	991	335.614
2004	448	2.792	124	42.302	1.362	366.956
2005	674	3.134	129	47.863	1.500	429.314
2006	1.006	4.689	143	47.030	1.864	539.076
2007	1.063	4.413	156	53.336	1.992	611.910

Participação dos Três Setores da Sociedade



AVALIAÇÃO

No dia do evento, todas as pessoas que estão liderando os comitês e as ações são contatadas por telefone para avaliação das atividades que foram registradas nas fichas de cadastro. A partir dos dados coletados e dos dados registrados, há um cruzamento e ajuste dos números para o relatório final.

PROJETO CURSO À DISTÂNCIA “PRINCÍPIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL”

CRITÉRIOS DE ESCOLHA

Este projeto foi escolhido pelos critérios de inovação, facilidade de viabilidade e baixos recursos.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

O curso tem baixíssimo custo, pode ser gratuito, financiado pela empresa ou instituições parceiras, ou com pagamento de mensalidades pelos alunos.

RECURSOS NECESSÁRIOS

Para turmas de até 70 alunos, o curso necessita de:

- 1 plataforma WEB
- 1 computador
- Internet Banda Larga
- 1 Tutor (professor)
- 1 Monitor (técnico pedagógico)
- Certificados

Acima de 70 alunos, precisará de mais 1 tutor.

O PROJETO

O curso Princípios da Responsabilidade Social Empresarial - PRSE promovido pelo Núcleo de Responsabilidade Social Empresarial da FIEMG tem como objetivo apresentar os conceitos básicos da responsabilidade social empresarial por meio de educação à distância (SENAI NEAD) como uma forma de ampliar e facilitar a execução do curso pelos colaboradores das empresas em tempos alternativos e, dessa forma, possibilitar sua realização em períodos compatíveis à atividade de cada um no ambiente de trabalho.

Concebido para aproximar e ampliar o conhecimento sobre responsabilidade social nos diversos setores da empresa, seu

conteúdo programático oferece as informações necessárias para que os colaboradores possam identificar mudanças em suas rotinas diárias que lhes permitam participar na prática da gestão socialmente responsável.

Inspirados nos Indicadores Ethos de RSE, os conteúdos do curso foram desenvolvidos por meio de oito eixos estruturantes:

- 1 – Estação I: Contexto da Responsabilidade Social Empresarial
- 2 – Estação II: Gestão de Valores, Transparência e Governança
- 3 – Estação III: Relacionamento com Público Interno
- 4 – Estação IV: Gestão de Meio Ambiente
- 5 – Estação V: Relacionamento com Fornecedores
- 6 – Estação VI: Relacionamento com Cliente e Consumidores
- 7 – Estação VII: Relacionamento com Comunidade
- 8 – Estação VIII: Relacionamento com Governo e Sociedade

Objetivo geral

Oferecer os conceitos básicos que introduzem e fundamentam a gestão socialmente responsável nas empresas e na sociedade.

Objetivos específicos

- Conhecer os conceitos de responsabilidade social, identificando suas implicações na prática.
- Ampliar o conhecimento sobre os atores que compõem a rede de relacionamento das empresas e identificar formas de dialogar com eles.
- Conhecer exemplos de empresas com gestão socialmente responsável.
- Aplicar e promover mudanças de atitudes dos empregados que favoreçam a gestão socialmente responsável nas empresas e a prática da cidadania na sociedade.

COMO FUNCIONA

O participante será convidado a fazer uma viagem de trem. Durante a viagem, além dos eventos temáticos nos vagões, há paradas nas oito estações com temas sobre os eixos estruturantes do curso. Nas

estações, o Seu Brasa leva os participantes para visitar as lojas de souvenir, onde os visitantes podem adquirir ótimas lembranças, para os espaços lúdicos que proporcionarão momentos interativos e para os fóruns de conversas para integração com os companheiros de viagem.

Nas “Estações” o aluno encontrará:

- Ponto do Conhecimento, que apresentará o conteúdo conforme o tema de cada parada;
- Loja de Souvenir oferecerá produtos e ferramentas em forma de arquivos para download;
- Espaço Lúdico terá vários jogos e atividades interativas sobre os temas discutidos para serem adquiridos como “bagagens”.

A cada dois temas concluídos, o aluno encontrará a etapa “conferindo a bagagem” que são os exercícios que irão avaliar o grau de conhecimento adquiridos nos estudos.

O curso tem carga horária de 16h e fica on line durante 30 dias para que os alunos possam executá-lo em tempos alternativos, podendo ser acessado de qualquer lugar que tenha internet (dentro ou fora do país).

As turmas podem ter até 70 alunos, sendo que um tutor acompanha todas as atividades dos alunos dando retornos e esclarecendo dúvidas. Os cursos podem ser oferecidos a todos os colaboradores das empresas, inclusive terceiros e estagiários. Os participantes do curso devem alcançar 70% de aproveitamento para a certificação final.

RESULTADOS ALCANÇADOS

Capacitação de empregados com esclarecimento sobre os conceitos de RSE, participação em fóruns de discussão com relatos do que agregou valor em suas vidas profissionais a partir da ampliação de conhecimentos sobre a responsabilidade social, e necessidade de atuar de forma cada vez mais ética em seus espaços de trabalho, favorecendo a transparência e a cultura da sustentabilidade.

AVALIAÇÃO

Número de alunos que alcançaram 70% de aproveitamento;
Número de alunos que solicitaram matrícula;
Número de alunos evadidos durante o curso;
Avaliação de satisfação ao final do curso.



Estufa do Jardim Botânico de Curitiba

PARANÁ

Conselho Paranaense de
Cidadania Empresarial da
Federação das Indústrias do
Estado do Paraná – CPCE /
Fiep

CONTEXTO

Segundo o Censo de 2007, o Estado do Paraná tem uma população de cerca de 10 milhões de habitantes, é o sexto Estado mais populoso do país, embora concentre apenas 5,63% da população brasileira. Foram os colonizadores espanhóis os primeiros a iniciar o povoamento do território paranaense. No entanto, são os descendentes de portugueses a maioria da população do Estado. Existe, porém, uma grande e diversificada população de descendentes de imigrantes, tais como italianos, alemães, poloneses, ucranianos, japoneses e árabes. Há também minorias de imigrantes neerlandeses, coreanos, chineses, búlgaros, russos, franceses, austríacos, chilenos, noruegueses, argentinos e muitos outros que vieram para marcar a cultura deste Estado. Entre eles predominaram os alemães e italianos.

Toda essa diversidade cultural e étnica influenciou e contribuiu efetivamente para configurar o desenvolvimento que o Estado do Paraná tem hoje. Esses povos trouxeram consigo uma herança de muito trabalho e o desejo de fazer prosperar a terra que adotaram.

O Paraná é o quinto Estado mais rico do Brasil, ficando atrás de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, com PIB de R\$ 108,7 bilhões, representando 6,2% do PIB nacional para o ano de 2004. Entre suas principais atividades econômicas, destacam-se a agricultura e a pecuária, além de um setor industrial em franca expansão. Os

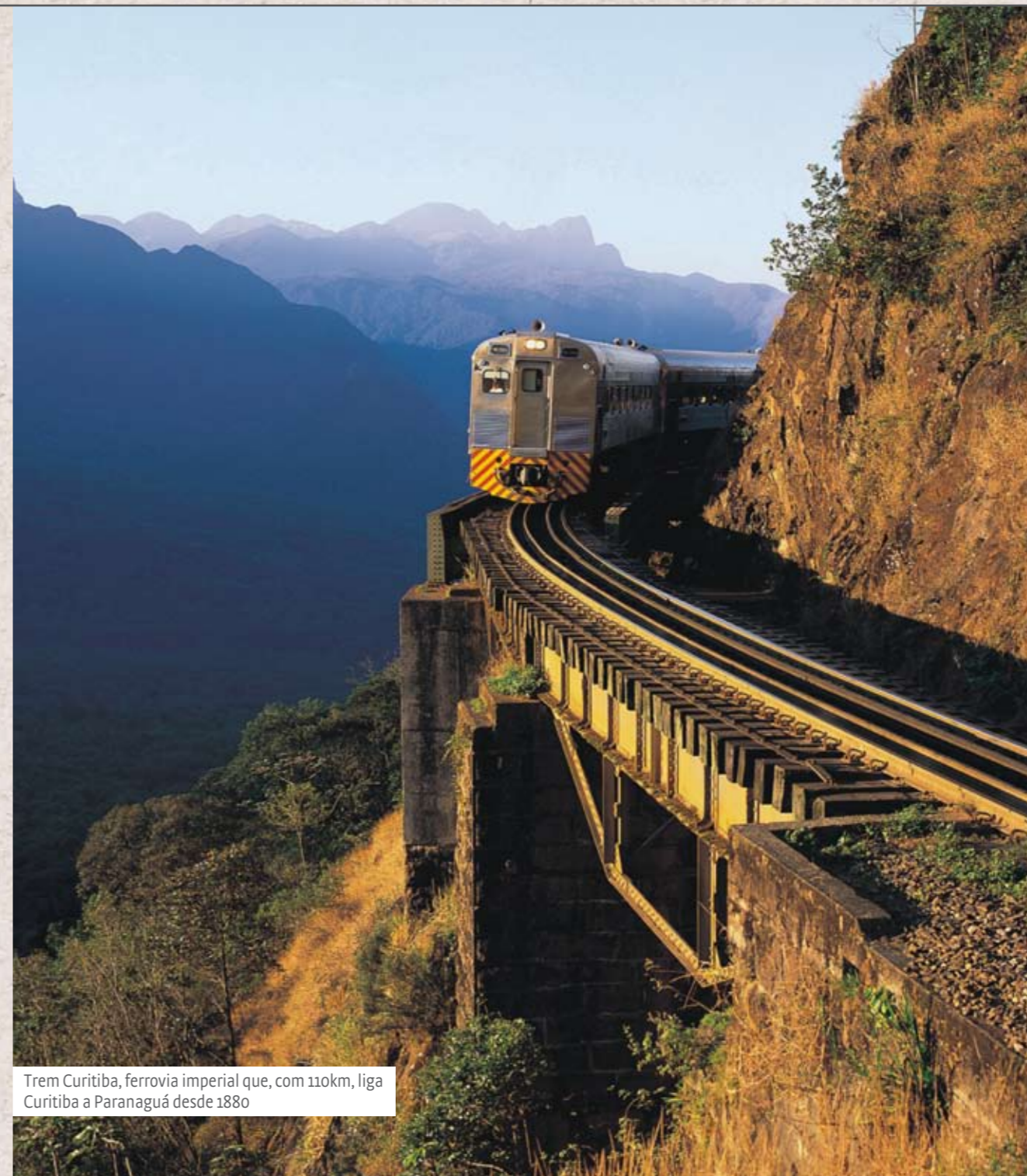
O Paraná é o quinto Estado mais rico do Brasil, ficando atrás de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, com PIB de R\$ 108,7 bilhões, representando 6,2% do PIB nacional para o ano de 2004.

principais setores industriais paranaenses são a agroindústria, de papel e celulose, de fertilizantes e, mais recentemente, o setor automobilístico e o de eletroeletrônicos. Há também importantes jazidas de calcário e outras atividades relevantes, como a extração de gás natural e água mineral e uma pequena produção de petróleo. Em 2007, o Paraná apresentou um crescimento de mais de 7% no PIB.

Sua população urbana é hoje maior que a população rural (cerca de 81,5% dos habitantes do Estado moram nas cidades). Muitos são os municípios que contribuem para o desenvolvimento do Paraná, cada um com ênfase em um setor. Curitiba, maior cidade do Estado e sua capital, possui um importante e diversificado parque industrial, incluindo o segundo maior pólo automotivo do país e o principal terminal aeroviário internacional da Região Sul, o Aeroporto Internacional Afonso Pena. Gera um PIB de R\$ 19.109.744.000,00 (o maior das capitais da Região Sul do Brasil e o terceiro maior nacional); Londrina destaca-se como centro comercial e industrial,

no norte. Ponta Grossa, na parte centro-leste do Estado, possui estabelecimentos metalúrgicos, de beneficiamento de trigo, fábricas de adubos e de óleos vegetais. Paranaguá, às margens da baía do mesmo nome, tem um dos mais importantes portos do Brasil; Maringá, no norte, destaca-se como importante centro cafeeiro, além de produtor de soja e centro atacadista do sul do país. Cascavel, no oeste, é uma das principais cidades do agronegócio, não só do Paraná, mas também de todo o Brasil. Foz do Iguaçu, no extremo-oeste, é parte de um aglomerado urbano de quase 700 mil habitantes e também uma das regiões que mais crescem no Paraná: lá se localizam a maior usina hidrelétrica do mundo, Itaipu, e as cataratas do Iguaçu, um dos pontos turísticos mais visitados do Brasil. Também Guarapuava, no centro, é economicamente semelhante a Cascavel em termos de agronegócio, porém com uma importância menor.

Na dimensão humana, o Paraná se destaca no panorama brasileiro oferecendo acesso quase universal ao



Trem Curitiba, ferrovia imperial que, com 110km, liga Curitiba a Paranaguá desde 1880

FOTO: Arquivo / Rede ACE



Reunião do Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial

Portanto, apesar do seu desenvolvimento humano e do contexto de sua economia, o Estado ainda abriga mais de 2,2 milhões de pessoas vivendo em situação de pobreza, sendo, aproximadamente, um terço delas em condição de indigência. Em 1990, mais da metade das famílias não possuíam renda suficiente para comprar uma cesta básica per capita. No Paraná, os 20% mais pobres da população ficam com apenas 2,4% da renda total gerada no Estado, enquanto os 20% mais ricos se apropriam de 65%. A redução da fome e da miséria passa pela elevação da renda dos mais pobres, mas especialmente por uma distribuição de renda mais igualitária. É essa consciência que faz com que se mobilizem os setores empresariais mais esclarecidos.

SOBRE O NÚCLEO

O Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial (CPCE) foi instalado em 2 de dezembro de 2004, a partir de uma iniciativa do atual presidente do Sistema

Fiep, Rodrigo Costa da Rocha Loures. Trata-se de um órgão consultivo e deliberativo integrante do Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep) e composto por várias instâncias: um conselho superior, que é assessorado por um fórum de desenvolvimento, uma diretoria, um fórum de coordenação, um núcleo executivo e cinco núcleos de competências, a quem se subordinam as equipes de projeto. Este conselho visa congrega interesses e necessidades do segmento industrial para executar projetos no âmbito social, cultural, ambiental e de voluntariado, disseminando a consciência social e ambiental em todos os setores da sociedade. Seu desafio é contribuir com o fortalecimento das instituições do Estado e a construção de capital social.

O fórum máximo de tomada de decisões do CPCE, o conselho superior, é constituído pelos presidentes das instituições participantes e presidido pelo presidente da Federação das Indústrias do Estado do Paraná, na qualidade de instituição fundadora e mantenedora. Possui também um presidente de honra, escolhido pelo presidente do CPCE entre representantes do setor empresarial paranaense e que tem prestado serviços de notável relevância social no Estado do Paraná. Reúne-se ordinariamente duas vezes ao ano e extraordinariamente quantas vezes forem necessárias, sendo secretariado pela coordenação do fórum de desenvolvimento; tem uma diretoria, que é responsável pelo pensamento estratégico da organização, designa os membros do fórum de desenvolvimento e

Portanto, apesar do seu desenvolvimento humano e do contexto de sua economia, o Estado ainda abriga mais de 2,2 milhões de pessoas vivendo em situação de pobreza, sendo, aproximadamente, um terço delas em condição de indigência.

sua coordenação, bem com a coordenação do núcleo executivo e do fórum de coordenação dos núcleos, além de aprovar o encaminhamento de convites a todos os novos integrantes.

O fórum de desenvolvimento é responsável por assegurar que as diretrizes aprovadas pelo conselho superior sejam respeitadas pelos demais órgãos do CPCE e é secretariado pelo coordenador do núcleo executivo. Reúne-se ordinariamente quatro vezes ao ano.

Na seqüência da estrutura, existe um núcleo executivo, que é responsável por assegurar as diretrizes aprovadas pelo conselho superior e por fazer com que as deliberações do fórum de desenvolvimento e do fórum de coordenação dos núcleos sejam respeitadas pelos demais órgãos do CPCE. Esse núcleo é o coração do CPCE, já que dele emana toda a energia dessa entidade, como o repasse às instituições participantes de informes regulares, relativos às atividades do CPCE; a facilitação das reuniões dos diferentes fóruns do CPCE; a provisão de infraestrutura, materiais, informações e

auxílio metodológico, acompanhando os cronogramas de execução definidos pelas equipes de projetos; a convocação de reuniões extraordinárias do fórum de coordenação dos núcleos, dos núcleos de competências e das equipes de projetos; e a administração do site do CPCE. O núcleo executivo é composto por funcionários do Sistema Fiep, designados pelo presidente do conselho superior, e seu coordenador tem assento no fórum de coordenação dos núcleos.

Por fim, há os núcleos de competências, que reúnem os representantes designados pelo fórum de desenvolvimento de acordo com temas de interesse comum, áreas afins e/ou em função de competências setoriais. Seus integrantes poderão ser os próprios “conselheiros” (membros do conselho superior), os “conselheiros designados” (membros do fórum de desenvolvimento) ou qualquer outra pessoa diretamente ligada à instituição pertencente ao CPCE. Esses núcleos propiciam maior sinergia, identificação com os setores, priorização, discussão, definição de projetos e ações que melhor reflitam as necessidades e anseios das instituições que compõem os grupos de

ensino fundamental. Ainda assim, 4,5% das crianças de 7 a 14 anos estão fora do sistema educacional. No ensino médio, a situação não é tão favorável devido à evasão e à defasagem da taxa líquida de matrícula, que é pouco mais de 50%.

Em termos de qualidade de ensino, segundo o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Básica (Saeb), que avalia a qualidade de ensino das escolas urbanas, públicas e particulares, os alunos paranaenses da 4ª série do ensino fundamental público atingiram a pontuação de 179,9 em língua portuguesa, a melhor de todos os Estados do Sul (SC 177,8, e RS 178,7) e também do Brasil, como um todo, que atingiu 170,6. Sem dúvida, o Paraná goza de uma razoável condição de desenvolvimento educacional perante os demais Estados brasileiros. Nessa esteira, o Paraná registra bons

avanços na redução da pobreza, já que em 1990 55% da população do Estado possuíam renda familiar per capita insuficiente para a compra de uma cesta básica, passando a 25% em 2005 (uma redução de mais de 50%). O Paraná conseguiu reduzir de 41% das pessoas abaixo da linha da pobreza em 1990 para 14,4% em 2005, segundo informações do Observatório Regional Base de Indicadores de Sustentabilidade (Orbis). Entretanto, quando se analisa a distribuição da pobreza entre os municípios do Estado, verificam-se enormes disparidades regionais e a concentração de áreas críticas, onde quase a metade da população vive abaixo da linha da pobreza. A região central do Paraná é uma delas, apresentando municípios que chegam a ter dois terços de sua população nessas condições. Apenas em 11 municípios do Estado a proporção de pessoas abaixo da linha é menor que 15%.

afinidade. Também propiciam agilidade e melhores resultados em função da proximidade de interesses e do formato de reuniões mais direcionado para a operação. Possibilita ainda que outras pessoas pertencentes às entidades participantes do CPCE possam se integrar e assim contribuir com a sua expertise.

Atualmente, existem cinco núcleos de competências: Indústrias e Sindicatos Empresarias; Comércio e Serviços; Instituições de Ensino Superior; Organizações do Terceiro Setor (reúne as instituições hospitalares, de assistência social e ONGs); Instituições Associativas e de Apoio e Desenvolvimento (reúne as entidades de representação associativa, de apoio e desenvolvimento). Esses núcleos de competências são responsáveis por assegurar a execução

de tudo que é deliberado pelo conselho superior que pode se desdobrar em projetos e ações que reflitam as necessidades e interesses das instituições que compõem seus grupos de afinidades.

Desses núcleos se desdobram as equipes de projeto. É um fórum ad hoc, ou seja, constituído para um fim específico por recomendação de um ou mais núcleos de competências do fórum de coordenação dos núcleos ou do fórum de desenvolvimento, e extingue-se automaticamente tão logo esteja cumprida a sua missão ou extinta a causa que lhe deu origem. Seus integrantes, designados pelo fórum que o propôs, poderão ser os próprios “conselheiros” (membros do conselho superior), os “conselheiros designados” (membros do fórum de desenvolvimento), os

membros de qualquer um dos núcleos de competências ou qualquer outra pessoa diretamente ligada à instituição pertencente ao CPCE. E entre seus integrantes será escolhida uma pessoa que exercerá a sua liderança. Com essa estrutura aparentemente complexa, as ações do CPCE se dividem por equipes que trabalham em temas como direitos da infância, do adolescente e do Idoso; objetivos do milênio, através do projeto Nós Podemos Paraná; voluntariado, com o Dia V; inclusão de pessoas com deficiência; banco de material de construção; competências transformadoras; comunidade escolar; meio ambiente, com o Valorizar é Preciso; sustentabilidade dos negócios; interação escola/comércio local e Pró-Infância, entre muitos outros temas e ações relacionados.

O CPCE acredita na melhoria e ampliação das ações de responsabilidade social e na realização de parcerias como estratégia fundamental para estabelecer mecanismos de apoio às empresas que têm interesse em investir no campo social. Assim como na importância de sensibilizar e apoiar a formação de líderes empresariais paranaenses comprometidos com o desenvolvimento do investimento social privado, como também na importância da transferência de competências técnicas e gerenciais do setor empresarial para o terceiro setor. E procura resumir isso na sua missão, que é “congregar as potencialidades e competências empresariais para promover o desenvolvimento sustentável do Paraná”. Tudo isso com vistas a ser reconhecido como agente articulador de ações que promovem o desenvolvimento sustentável do Paraná até 2010.

Seus objetivos estratégicos para o quadriênio 2007/2010 são: desenvolver ações que colaborem para o alcance dos objetivos do milênio no Estado do Paraná; influenciar políticas públicas que promovam desenvolvimento sustentável; realizar ações que promovam a transferência de competências empresariais entre os agentes envolvidos; adicionar valor às instituições participantes; e estimular a prática da responsabilidade social e do investimento social privado.

Toda essa estrutura busca atender às necessidades de um fórum de geração de idéias com grandes linhas de ação na comunidade empresarial que pretende impactar a sociedade e estimular os

empresários a contribuir para o desenvolvimento do Estado do Paraná por meio de uma rede articulada de ações empresariais estruturadas e sem fins lucrativos.

Atualmente, o conselho conta com 240 membros, sendo 137 empresas/instituições, entre indústrias, associações, bancos, federações, hospitais, cooperativas, conselhos, sindicatos, ONGs, empresas prestadoras de serviços e instituições de ensino. Todas essas entidades, além de envolvidas e comprometidas com suas próprias ações, também têm o desejo de, em conjunto, fortalecer as ações cidadãs do empresariado paranaense. Na opinião de Carla Mocellin, coordenadora do Núcleo Executivo do CPCE, a articulação com todos os setores é fundamental para o conselho, que tem um papel político. Nele se discute, se planeja e se estabelecem os processos de transformação socioambientais que se quer ver no Estado. É também um espaço de troca de experiências e de influência em políticas públicas que o conselho entenda que são prioridades para a sociedade. Todavia, não se pode perder de vista que se trata de um conselho empresarial, portanto tem dinâmicas próprias, ênfase na inovação, valoriza o engajamento da empresa como um todo (até porque o empresário deseja levar para a empresa o aprendizado tido no âmbito dessa iniciativa).

SOBRE APRENDIZAGENS

Para Carla Mocellin, empreendedora experiente no campo socioambiental, para atuar no conselho se buscam empresários

que já têm algum tipo de ação social, que demonstrem interesse de aprimorar essas ações, ou seja, pessoas já sensibilizadas para a cidadania empresarial. Mas nesse campo também vemos muitas pessoas que surpreendem no seu engajamento. Carla também revela a percepção de que as pessoas que vêm representar suas instituições no conselho sentem necessidade de levar algo de volta para sua organização. “Elas têm que sair daqui com a sensação de que estão agregando valor às suas instituições, porque é preciso também que as outras pessoas que fazem parte de sua instituição percebam valor na sua atuação. Para isso, é importante que elas cheguem em suas empresas com algum valor a oferecer”.

Percebe-se que essas pessoas que compõem o conselho têm necessidades individuais e que essas demandas é o que as mobiliza no primeiro momento. Tudo começa, portanto, no plano do indivíduo. Elas compreendem que, sozinhas, não chegarão a lugar nenhum e buscam outros para se apoiarem mutuamente no atendimento de suas necessidades. Se sentindo “agredidas” pelo o que está acontecendo no ambiente onde vivem, as pessoas querem fazer alguma coisa para mudar sua realidade, então se organizam, porque chegam à conclusão de que um precisa do outro para fazer acontecer as mudanças que pretendem implementar no plano coletivo. Por se tratar com pessoas, percebem-se também muitas contradições. Alguns empresários que desenvolvem ações muito relevantes na sociedade são elogiados por uns e criticados por outros, que vêm uma

FOTO: Arquivo / Rede ACE



Encontro do Circulo Padilha

forte via de marketing em suas ações ou acreditam que sua ação é compensatória porque, por um lado, educa para que o meio ambiente seja sustentável e, por outro, polui com a sua produção industrial. Vê-se muita contradição entre discurso e atitude nesse campo da responsabilidade social empresarial.

Outro ponto importante a destacar se refere ao processo de construção desse grupo que forma o conselho. No início, o conselho tinha outra dinâmica, pois todas as instituições atuavam juntas, e havia uma grande diversidade de interesses. Num determinado momento, percebeu-se que se fossem divididos os grupos de trabalho por setores poderia haver mais sinergia e os resultados poderiam ser potencializados. Assim, dividiu-se o conselho por setores e a troca passou a ser maior, qualificando o atendimento das demandas socioambientais dos próprios setores, cada qual com suas equipes de projetos.

Nota-se também que a nova dinâmica do conselho, criando sinergias de interesses, foi muito importante para o amadurecimento do grupo, que passou a participar mais e contribuir com sugestões de melhoria para desenvolvimento sustentável do Paraná a partir dos seus setores. Quando se compara o CPCE com os demais conselhos temáticos da Fiep, vê-se que o nível de interesse e participação é muito maior e, em decorrência disso, tem-se tido melhores resultados de envolvimento, especialmente porque tem uma equipe executiva especialmente dedicada a ele.

Não tem mais como não se considerar o conceito da sustentabilidade do negócio, que está implícito nesse tema, nem deixar de perceber a importância de a empresa interagir com o meio onde está inserida, num tripé com pessoas e comunidade. Todos são interdependentes.

SOBRE O FUTURO

Carla Mocellin também enfatiza que o conselho tem como principal objetivo influenciar para que o Estado do Paraná possa atingir até 2010 o cumprimento dos oito objetivos do milênio. A perspectiva é poder influenciar políticas públicas para o alcance do que se deseja, assim como cooperar com o poder público e agregar valor à atuação das empresas no campo social e no ambiente de negócios.

Neste sentido, com o apoio do Sesi, o CPCE lançou a publicação O Empresário do Terceiro Milênio, guia que tem como objetivo inspirar a reflexão e estimular uma nova visão de gestão empresarial nos pequenos e microempresários, contextualizando o novo ambiente de negócios, onde as empresas são demandadas a adotar uma nova cultura de valorização das relações humanas, sociais e ambientais e uma atitude voltada para a sustentabilidade.

Além disso, e pensando no desenvolvimento de uma nova visão empresarial, também se busca atuar nas instituições de ensino superior do Estado com iniciativas que visam disseminar o conceito de sustentabilidade.

Para Carlos Ogliari, que coordena o fórum de coordenação dos núcleos de competências, todo esse movimento de responsabilidade social empresarial que está crescendo no Brasil e no mundo e a forma como os empresários estão de mobilizando em torno dele demonstram uma tendência irreversível. Não tem mais como não se considerar o conceito da sustentabilidade do negócio, que está implícito nesse tema, nem deixar de perceber a importância de a empresa interagir com o meio onde está inserida, num tripé com pessoas e comunidade. Todos são interdependentes.

Na visão da equipe executiva, a tendência é que esse conselho se expanda para além dos muros da Fiep, abrindo-se para a sociedade

FOTO: Secretaria de Turismo do Estado do Paraná / Cortesia



Arquitetura, beleza e arte: Museu Oscar Niemeyer, na cidade de Curitiba

O Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial conclui que pode contribuir com a rede através de suas experiências, como a metodologia de animação do CPCE, a experiência do Nós Podemos Paraná e muitas outras.

paranaense sob a forma de uma rede cidadã que envolva todos os setores da sociedade.

SOBRE A REDE ACE

O núcleo Paraná acha muito importante se sentir parte de um movimento maior, poder trocar informações, novidades, idéias inovadoras, mas sente falta de não ter um núcleo com atuação maior junto a políticas públicas porque acredita que, no país, esse tema precisa ser trabalhado. Entende que um dos elementos fundamentais para o fortalecimento de uma rede é a circulação de informações com segurança. Se a Rede ACE oferecer informação de qualidade, que faça diferença para os trabalhos que os núcleos realizam, pode criar uma maior interdependência entre os núcleos, levando todos a buscar, nos informativos, as

novidades, notícias “quentes”, informações que sejam pertinentes e de interesse dos núcleos, que possam potencializar suas ações, algo que faça diferença.

A troca e o conhecimento mútuo das ações é outra coisa fundamental para o fortalecimento dessa rede, assim como identificar afinidades para complementação mútua e referência. No início, alguns núcleos de outras federações foram uma referência importante para o Paraná. A coordenadora do núcleo se anima com a possibilidade de o projeto Nós Podemos ser replicado em outros núcleos. É muito importante o apoio e a orientação no sentido de encaminhar as tendências no nosso campo de atuação e também a análise de iniciativas bem-sucedidas que estão acontecendo no Brasil e no mundo.

O grande ponto que pode enfraquecer a rede, na visão do conselho, é a falta de recursos destinados a colocar em andamento as ações conjuntas, como comunicação, gestão da informação, realização de encontros, seminários, etc. Olhando para o futuro, enxerga-se a necessidade de um fortalecimento da identidade dessa rede, um posicionamento mais explícito quanto ao tema da cidadania empresarial, o alinhamento de uma base conceitual de partida e a articulação com outras entidades que também atuam com temas relacionados ao seu tema foco, dando uma maior visibilidade a essa rede. A rede tem um papel importante nessa questão da cidadania empresarial porque esse conceito extrapola o conceito da responsabilidade social empresarial, entretanto é necessário um alinhamento acerca desses conceitos e o apoio da área acadêmica é fundamental.

CONSELHO PARANAENSE DE CIDADANIA EMPRESARIAL DA FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARANÁ – CPCE / FIEP

ENDEREÇO

Av. Comendador Franco, 1341,
Jardim Botânico - MG
CEP: 80215-090
Site : www.fiepr.org.br/fiepr/cpce

DATA DE INSTITUIÇÃO/
FUNDAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO
Dezembro de 2004

HISTÓRICO

O Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial (CPCE) foi instalado em 2 de dezembro de 2004, a partir de uma iniciativa do presidente do Sistema Fiep, Rodrigo Costa da Rocha Loures.

O conselho atende à necessidade de um fórum de geração de idéias com grandes linhas de ação na comunidade empresarial e pretende cada vez mais visualizar e transmitir um impacto na sociedade, estimulando os empresários a contribuir para um mundo mais próspero.

Por meio de uma rede de ações empresariais estruturadas, sem fins econômicos, o conselho visa criar um movimento em benefício da comunidade, capaz de sensibilizar, motivar e facilitar o investimento social dos empresários paranaenses.

Pensando na melhoria e ampliação das ações de responsabilidade social, percebe-se que a realização de parcerias é fundamental para estabelecer mecanismos de apoio às empresas que têm interesse em investir na área social, bem como para sensibilizar e apoiar a formação de líderes empresariais paranaenses comprometidos com o desenvolvimento do investimento social privado, permitindo também a transferência de competências técnicas e gerenciais do setor empresarial para o terceiro setor.

MISSÃO E OBJETIVO

Congregar as potencialidades e competências empresariais para promover o desenvolvimento sustentável do Paraná.

VISÃO E VALORES

Ser reconhecido como agente articulador de ações que promovem o desenvolvimento sustentável do Paraná até 2010.

PRINCIPAIS LINHAS DE ATUAÇÃO

Objetivos Estratégicos Propostos - Quadriênio 2007/2010

- Desenvolver ações que colaborem para o alcance dos objetivos do milênio no Estado do Paraná.
- Influenciar políticas públicas que promovam desenvolvimento sustentável.
- Desenvolver ações que promovam a transferência de competências empresariais entre os agentes envolvidos.
- Adicionar valor às instituições participantes.
- Estimular a prática da responsabilidade social e do investimento social privado.

PRINCIPAIS PROJETOS/PROGRAMAS/AÇÕES

Principais projetos/ações em 2006

- ODM – Círculo Paranaense dos 8 Jeitos de Mudar o Mundo
- Campanha Fundo Pró-Infância
- Dia V - Dia do Voluntário
- I Encontro da Comunidade Escolar – Evasão Escolar – Causas e Soluções em Discussão
- Lançamento do Cartão Telefônico da Brasil Telefônico divulgando os ODM
- Palestra Empresas, Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável – Unifae
- Palestra no Conselho Temático de Responsabilidade Social – Federação das Indústrias da Bahia
- Palestra no Fórum Facet

- Palestra no IX Seminário de Educação e Cidadania / III Congresso Internacional Sinepe/Maringá
- Semana Nacional pela Cidadania e Solidariedade - Café da manhã com empresários

Principais projetos/ações em 2007

- Seminário Fortalecendo os Conselhos de Direitos da Criança e do Adolescente
- Seminário Fortalecendo os Conselhos de Direito do Idoso
- III Encontro da Comunidade Escolar
- Semana Nacional pela Cidadania e Solidariedade
- Seminário de Responsabilidade Social
- Dia V – Dia do Voluntariado

Principais projetos/ações em 2008

- Seminário Políticas Sociais para Pessoa Idosa é Chegada a Hora!
- Projeto Escola - Valorizar é Preciso!
- II Governança Socioambiental- Educação para Sustentabilidade nas IES
- Patrocínio no Pró-Renal - Golf Day
- Círculos de Diálogo de Curitiba
- Palestra Empresas, Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável – Unifae, MNREB, Sebrae-PR: Divulgação do guia O Empresário do Terceiro Milênio o
- Palestra no Fórum Leis de Incentivo Fiscal – Programa Bom Vizinho (Kraft Foods)
- Semana Nacional pela Cidadania e Solidariedade
- Os 8 Jeitos de Educar para Sustentabilidade nas IES do Paraná
- Projeto Bolsa Social de Materiais de Construção – www.bolsasocial.org.br

ACÇÕES INDICADAS PARA INTEGRAR O BANCO DE PRÁTICAS DA REDE ACE

Nós Podemos Paraná e 8 Jeitos de Educar para Sustentabilidade nas IES do Paraná

PARCERIA COM A FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS LOCAL

O Conselho Paranaense de Cidadania-Empresarial é um órgão consultivo e deliberativo integrante do Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep).

PRINCIPAIS PARCEIROS

Projeto Círculo Paranaense dos 8 Jeitos de Mudar o Mundo – Nós Podemos Paraná

Observatório Regional Base de Indicadores de Sustentabilidade Serviço Social da Indústria

Parceiros Institucionais

Organizações da Rede ACE:

- AM: Comissão de Cidadania Empresarial da Federação das Indústrias do Amazonas (Cieam)
- BA: Comissão da Responsabilidade Social da Fieb (Fieb)
- CE: Instituto Fiec de Responsabilidade Social (Fiec)
- DF: Núcleo de Responsabilidade Social do Distrito Federal (Fibra)
- ES: Conselho de Cidadania Empresarial da Findes (Findes)
- GO: Conselho Temático de Responsabilidade Social da Fieg (Fieg)
- MA: Instituto de Cidadania Empresarial (ICE-MA)
- MG: Conselho de Cidadania Empresarial da Fiemg (Fiemg)
- PE: Instituto Ação Empresarial pela Cidadania (Instituto AEC)
- RJ: Conselho e Assessoria de Responsabilidade Social da Firjan (Firjan)
- RS: Fundação Semear (Fundação Semear)
- SP: Instituto de Cidadania Empresarial (ICE-SP)

PERFIL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS (OU QUE DESENVOLVEM O TEMA LOCALMENTE APOIADAS PELO NÚCLEO) POR SETOR

Atualmente o conselho conta com 240 membros, sendo 137 empresas/instituições, entre indústrias, associações, bancos, federações, hospitais, cooperativas, conselhos, sindicatos, ONGs, empresas prestadoras de serviços e instituições de ensino. Todas elas envolvidas e comprometidas com as atividades desenvolvidas, para em conjunto fortalecer as ações cidadãs do empresariado paranaense.

Serviço

1. Ambiente - Engenharia Sanitária e Ambiental
2. Andrade Vieira Arte e Cidadania
3. Auto Visão Brasil Desenvolvimento de Negócios Ltda.
4. Camargo Mafuz Comunicação Ltda.
5. Centro de Integração Empresa-Escola do Paraná
6. Companhia de Desenvolvimento de Cascavel
7. Companhia Paranaense de Energia
8. Elo Agência de Apoio Social e Ambiental
9. Fonfisa Engenharia S.A.
10. Instituto Curitiba de Informática
11. Irmãos Passaúra & Cia. Ltda.
12. Nova Forma Assessoria e Desenvolvimento
13. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná
14. Tecpar - Instituto de Tecnologia do Paraná

Institutos

1. Instituto de Engenharia do Paraná
2. Instituto Alfredo Kaefer de Desenvolvimento Econômico e Social

Associações

1. Associação Brasileira de Recursos Humanos Paraná
2. Associação Paranaense de Administradores Escolares
3. Associação Paranaense de Supermercados

4. Associação dos Notários e Registradores do Brasil
5. Associação Alirio Pfiffer
6. Associação Comercial do Paraná
7. Associação das Indústrias da Cidade Industrial de Curitiba
8. Associação de Mulheres de Negócios e Profissionais de Curitiba
9. Associação Médica do Paraná
10. Associação Serpiá - Serviços e Programas para Infância e Adolescência
11. Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças
12. Lions Clubes/Associação Internacional

Arquidiocese

1. Ação Social do Paraná/Mitra da Arquidiocese de Curitiba

Indústrias

América Latina Logística do Brasil

1. Atlas Indústria de Eletrodomésticos Ltda.
2. Bematech Ind. e Com. de Equipamentos Eletrônicos S.A.
3. Brafer Construções Metálicas S.A.
4. BS - Colway Pneus Ltda.
5. Cassol Pré-Fabricados Ltda.
6. Cidade Clima Publicidade, Promoções e Eventos, Gráfica e Editora Ltda.
7. CNH Latin America
8. Companhia de Celulose e Papel do Paraná
9. Companhia Cacique de Café Solúvel
10. Companhia de Cimento Itambé
11. Companhia Siderúrgica Nacional
12. Corrêa Chemical Industrial Ltda.
13. Decorprint Decorativos do Paraná Ind. e Com. Ltda.
14. Doria Construções Cívicas Ltda.
15. Electrolux do Brasil S.A.
16. Embafört - Embalagem Industrial
17. Furquim Bezerra e Cia. Ltda. Cal Rio Branco
18. Gerdau Açominas S.A.

19. Grupo O Boticário
20. Herbarium Laboratório Botânico Ltda.
21. Incepa Revestimentos Cerâmicos Ltda.
22. Itaipu Binacional S.A.
23. J.Malucelli Construtora de Obras Ltda.
24. Kraft Foods Brasil S.A.
25. Leão Júnior S.A. – Matte Leão
26. Macroplastic Ind. e Com. de Embalagens Ltda.
27. Metalúrgica Atra Ltda.
28. Milenia Agrociências S.A.
29. Noma do Brasil S.A. - Maringá
30. Norske Skog Pisa Ltda.
31. Novozymes Latin América Ltda.
32. Nutrimental S.A. Ind. e Com. de Alimentos
33. Petrobras - Repar
34. Philip Morris Brasil Ind. e Com. Ltda.
35. Pormade - Portas e Madeiras Decorativas Ltda.
36. Renault do Brasil Ltda.
37. Risotolândia Ind. e Com. de Alimentos Ltda. 38.
38. Robert Bosch Ltda.
39. Rodonorte - Concessionária de Rodovias Integradas S.A.
40. Rondopar - Energia Acumulada Ltda.
41. Sadia S.A.
42. Saint Germain Alimentos Industrializados Ltda.
43. Spaipa S.A.
44. Siemens Ltda.
45. TIM Sul S.A.
46. TMT Motoco do Brasil
47. Volvo do Brasil Veículos Ltda.
48. Votorantin Cimentos S.A.

Bancos

1. Banco ABN AMRO Bank S.A.
2. Banco do Brasil S.A.
3. Caixa Econômica Federal
4. HSBC Bank Brasil S.A. - Banco Múltiplo

Telefonia

1. Brasil Telecom S. A.
2. Global Village Telecom. Ltda.
3. TIM Sul S.A.

ONGs

1. Centro de Ação Voluntária de Curitiba
2. Fundação Honorina Valente
3. Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário
4. Instituto EKO
5. Instituto Social de Apoio a Família, Saúde, Educação e Meio Ambiente
6. Instituto de Promoção e Desenvolvimento
7. Lar O Bom Caminho
8. ONG Parceiros Voluntários
9. Organização Mundial da Família
10. Oscip Gerar
11. Pastoral da Criança

Educação / Faculdades e Universidades

1. Centro de Ensino Superior do Paraná
2. Centro de Ensino Superior dos Campos Gerais
3. Faculdade Educacional de Araucária
4. Faculdade Opet
5. Faculdades Integradas Curitiba
6. Faculdades Integradas Espírita
7. Faculdades Sociedade Paranaense de Ensino e Informática
8. Faculdade Educacional do Sudoeste do Paraná
9. Fafipar - Faculdade Estadual de Filosofia, Ciências e Letras de Paranaguá
10. Fesp - Faculdade de Estudos de Ciências Sociais do Paraná
11. Pós-Gaduação Bagozzi
12. Pontifícia Universidade Católica do Paraná
13. Pontifícia Universidade Católica do Paraná - Campus Londrina
14. Universidade Estadual de Londrina
15. Universidade Estadual de Maringá

16. Universidade Federal do Paraná
17. Uniandrade - Centro Universitário Campos de Andrade
18. Unibrasil - Faculdade de Ensino Superior do Brasil
19. Unifae - Centro Universitário
20. Unifil - Centro Universitário Filadélfia
21. Uninorte - União Norte do Paraná
22. Unioeste - Universidade Estadual do Oeste do Paraná
23. Unissa - Faculdade Unissa de Sarandi
24. Universidade Federal do Paraná
25. Universidade Tuiuti do Paraná
26. Unopar - Universidade Norte do Paraná
27. Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Conselhos

1. Conselho Regional de Contabilidade do Paraná
2. Conselho Regional de Economia
3. Conselho temático de Responsabilidade Social do Sistema Fiep
4. Ordem dos Advogados do Brasil - Curitiba

Consultoria

1. Ferraz Paciornik Consultoria e Planejamento Ltda.
2. Organização das Cooperativas do Estado do Paraná
3. Umuarama Administração de Bens e Participações Ltda.
4. Xingu Administração e Participações Ltda.

Cooperativa

1. Cocamar - Cooperativa Agroindustrial
2. Organização das Cooperativas do Estado do Paraná

Comunicação

1. Ecoterra Brasil - Rede de Comunicação Ambiental
2. Grupo Paulo Pimentel
3. Rádio e televisão OM Ltda. - CNT

4. Rede Independência de Comunicação
5. Rede Paranaense de Comunicação
6. Telecomunicações Campos Dourados - Rádio Capital AM
7. TV Bandeirantes do Paraná Ltda. - Band

Federações

8. Federação das Associações Comerciais e Industriais do Paraná
9. Federação da Agricultura do Estado do Paraná
10. Federação do Comércio do Estado do Paraná
11. Federação das Indústrias do Estado do Paraná
12. Federação dos Empregados em Estabelecimentos Bancários no Estado do Paraná
13. Federação dos Trabalhadores nas Indústrias do Estado do Paraná
14. Serviço Social da Indústria

Hospitais

1. Hospital Cruz Vermelha
2. Hospital Pequeno Príncipe

Sindicatos

3. Secovi - PR Sindicato da Habitação e Condomínios do Paraná
4. Simovem - Rio Negro
5. Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá
6. Sindicato das Empresas de Eletricidade, Gás, Água, Obras e Serviços do Estado do Paraná
7. Sindicato das Indústrias do Vestuário de Curitiba
8. Sindicato das Indústrias do Vestuário do Sudoeste do Paraná
9. Sindicato das Indústrias de Artefatos de Borracha do Estado do Paraná
10. Sindicato das Indústrias de Bebidas em Geral, do Vinho e Águas Minerais do Estado do Paraná
11. Sindicato das Indústrias de Instalações Telefônicas no Estado do Paraná

12. Sindicato das Indústrias de Pré-Moldados de Concreto e Artefatos de Cimento do Norte do Paraná
13. Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado do Paraná
14. Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Materiais Elétricos do Estado do Paraná
15. Sindicato das Indústrias Químicas e Farmacêuticas do Estado do Paraná
16. Sindilouça
17. Sindicato da Indústria da Construção Civil no Estado do Paraná
18. Sindicato dos Estabelecimentos Particulares de Ensino de Curitiba-PR

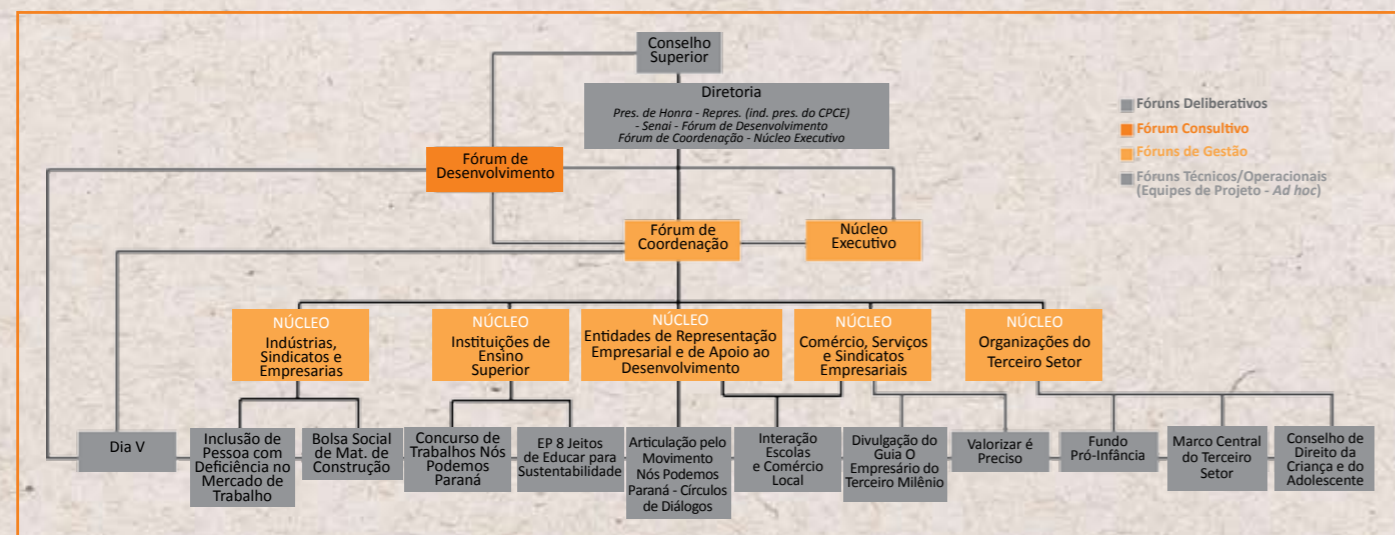
Secretaria

1. Secretaria de Estado da Fazenda do Paraná

PUBLICAÇÕES, PESQUISAS E ARTIGOS
Círculo Paranaense dos 8 Jeitos de Mudar o Mundo.

- Indicadores de Desenvolvimento do Milênio do Estado do Paraná e dos 17 Círculos de Trabalho Local.
Link: www.nospodemosparana.org.br
- Indicadores Regionais dos 8 Objetivos do Milênio – Orbis.
Link: www.orbis.org.br/indicadores_regionais.php

ESTRUTURA



CONSELHO E DIRETORIA

Conselho Superior

Rodrigo Costa da Rocha Loures
Presidente do Sistema Fiep

Diretoria Executiva - CPCE

Rodrigo Costa da Rocha Loures
Presidente do Sistema Fiep

Mario de Mari
Presidente de Honra

João Barreto Lopes
Diretor Regional
(Representante do Senai/PR)

José Antonio Fares
Superintendente
(Representante do Sesi/PR)

Ramón Andrés Dória
Coordenador do Fórum de Desenvolvimento

Carlos Ogliari
Coordenador do Fórum de Coordenação

Carla Mocellin
Coordenadora do Núcleo Executivo

Rogério Mainardes
Representante Designado pelo Presidente (Grupo Positivo)

Fórum de Desenvolvimento

Ramón Andrés Dória
Coordenador
(Dória Construções)

Núcleo Executivo

Carla Mocellin

Coordenadora
(Assessora de Ação Social do Sistema Fiep)

Núcleos de Competências

Cristina Gonçalves
Indústria - Coordenadora
(Renault do Brasil)

Heitor Côrtes Neto
Comércio e Serviços - Coordenador
(Saint Germain Alimentos)

Sonia Ana Charchut
Instituições de Ensino - Coordenadora
(Universidade Tecnológica Federal do Paraná)

Paula Baena
Organizações do Terceiro Setor - Coordenadora
(Hospital Pequeno Príncipe)

Estefano Ulandowski
Coordenador - Entidades de Representação Empresarial e de Apoio ao Desenvolvimento (Instituto EKO)

Fórum de Coordenação

Carlos Ogliari
Coordenador
(Volvo do Brasil Veículos)

**EQUIPE EXECUTIVA
Coordenação Técnica**

Carla Mocellin
Coordenadora do Núcleo Executivo
Aniversário: 16/12
(41) 3271-7473 / 41 8416-0215
carla.mocellin@fiepr.org.br
cpce@fiepr.org.br

Elaine Cristina de Andrade
Secretária Executiva do Núcleo Executivo
Aniversário: 16/09
(41) 3271-7467 / 41 9641 0061
elaine.andrade@sesipr.org.br
cpce@fiepr.org.br

Sandra Mara Martins Bortot
Assistente Social do Núcleo Executivo
Aniversário: 16/04
(41) 3271-7486
sandra.bortot@sesipr.org.br
cpce@fiepr.org.br

Projetos 2007

MOVIMENTO NÓS PODEMOS PARANÁ – 8 JEITOS DE MUDAR O MUNDO & OS 8 JEITOS DE EDUCAR PARA SUSTENTABILIDADE NAS IES DO PARANÁ

Descrição dos dois projetos, eleitos pela entidade conforme os critérios de inovação, facilidade de viabilização e nível de resultados alcançados.

Recife, agosto de 2007.

MOVIMENTO NÓS PODEMOS PARANÁ – 8 JEITOS DE MUDAR O MUNDO

O PROJETO

O Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), o Serviço Social da Indústria (Sesi), o Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial (CPCE), órgão consultivo do Sistema Fiep, e o Observatório de Indicadores de Sustentabilidade (Orbis), programa do Instituto de Promoção do Desenvolvimento (IPD), propuseram a constituição do Movimento Nós Podemos Paraná – 8 Jeitos de Mudar o Mundo.

Com o objetivo de promover a sustentabilidade econômica, social e ambiental do planeta, tomando as diretrizes de desenvolvimento definidas no Fórum Futuro 10 e os objetivos do milênio (ODM) como ponto de partida para nortear as ações, estabeleceu-se o desafio de atingir as metas dos ODM até 2010, cinco anos antes do prazo estabelecido pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Objetivo Geral

Estimular o comprometimento voluntário de pessoas e instituições dos três setores para a consolidação dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio no Paraná, até 2010, potencializando ações já existentes, formando parcerias, estruturando círculos de trabalho local e implementando novas ações, para fazer do Estado do Paraná uma referência de qualidade de vida e desenvolvimento sustentável, e do paranaense um povo líder de seu destino.

Objetivos Específicos

- Conhecer e fazer conhecer o cenário dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio no Paraná.
- Mobilizar a sociedade paranaense para a importância dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio como orientadores do desenvolvimento local, com a certeza de que as

comunidades locais só poderão viver em paz quando todos tiverem oportunidades de trabalho e renda, acesso aos serviços essenciais, capacidade de fazer valer seus direitos políticos e sociais, convivendo numa sociedade com equidade social.

- Criar espaços de diálogo, consolidando uma rede paranaense para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio.
- Incentivar a execução de projetos, programas e ações para o alcance das metas do milênio no Estado.
- Monitorar os avanços dos indicadores dos ODM nas regiões paranaenses.
- Estimular a criação de comunidades de práticas, visando divulgar e multiplicar as bem-sucedidas.

COMO FUNCIONA

O movimento Nós Podemos Paraná fomenta a e articulação entre os três setores da sociedade, potencializa e dá sustentação a ações de promoção da qualidade de vida e do desenvolvimento local sustentado. A implementação de um empreendimento dessa natureza depende da iniciativa das lideranças e da articulação da sociedade; a disposição dos empresários e a vontade política são também decisivos para a obtenção de resultados efetivos.

Para os governos locais, a parceria com o setor empresarial, a sociedade organizada e a população engajada e consciente de seu papel no processo de desenvolvimento local constitui-se num elemento fundamental para o êxito de seus projetos, tanto pela possibilidade de agregar novos apoios na captação de recursos financeiros como pelos conhecimentos e capacidade de gestão das empresas, além da otimização dos esforços da sociedade.

A capacidade de articulação e de realização de ações conjuntas

e coordenadas dos diversos segmentos sociais paranaenses é determinante na promoção do desenvolvimento sustentado. O projeto baseia-se na ação voluntária e estará plenamente comprometido a mobilizar, articular e coordenar esforços de instituições e pessoas visando à concretização de ações coletivas para o atingimento dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio até 2010.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

AÇÕES	ATRIBUIÇÕES
Círculos de Desenvolvimento Integrado: é a integração dos círculos de diálogo, de conhecimento e de trabalho local. Cada círculo de desenvolvimento integrado deve ter um núcleo gestor local, que garantirá a sustentabilidade do projeto.	<ul style="list-style-type: none">• Dar sustentação aos círculos de trabalho local.• Oferecer expertise de gestão empresarial.• Apoiar os círculos na captação e otimização de energias, recursos e competências.
Círculos de Diálogo: encontros locais, com a participação de representantes de empresas, organizações não-governamentais, comunidade, governo e especialistas.	<ul style="list-style-type: none">• Definir áreas prioritárias, metas de alcance, ações e projetos a serem implementados.• Incentivar a participação comunitária e criar um espaço de diálogo sobre as problemáticas urbanas, elevando o nível de percepção e consciência da comunidade.• Identificar lideranças para a formação dos círculos de trabalho local.

<p>Círculos de Conhecimento: grupo composto por técnicos voluntários e técnicos representando instituições privadas e públicas, instituições de ensino e organizações não-governamentais, nos níveis municipal, estadual, federal e internacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar oportunidades locais e identificar potenciais projetos e ações para a promoção da qualidade de vida local. • Disseminar a expertise de sua área de conhecimento.
<p>Círculos de Trabalho Local: grupo composto por representantes de instituições privadas e públicas, instituições de ensino e organizações não-governamentais, nos níveis municipal, estadual, federal e internacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Definir áreas prioritárias, metas de alcance, ações e projetos a serem implementados. • Incentivar a participação comunitária e criar um espaço de diálogo sobre as problemáticas urbanas, elevando o nível de percepção e consciência da comunidade. • Identificar lideranças para a formação dos círculos de trabalho local.
<p>Núcleo Gestor Local: profissionais cedidos pelas instituições, responsável pela gestão do projeto no âmbito local.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar os diálogos locais. • Ajudar a estabelecer metas de alcance factível e a priorizar ações e projetos. • Definir plano de implementação e monitorar a evolução local do programa. • Conduzir e facilitar a execução das ações e projetos formulados para redução das carências.
<p>Coordenação-Geral do Projeto: profissionais disponibilizados pelo Sistema Fiep.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estruturar e executar o projeto. • Consolidar o círculo de mobilização e Integração. • Acompanhar e monitorar as ações. • Publicar caderno de referência com os resultados.

AUTO SUSTENTAÇÃO

O Sistema Fiep, através do Serviço Social da Indústria, disponibilizou os recursos para a criação de uma coordenação que tem como responsabilidade a estruturação, execução do projeto, a consolidação, o acompanhamento, monitoramento e a publicação de resultados.

Para realização de eventos - círculos de diálogo, implantação e implementação dos círculos de trabalho local, coordenação da Semana Nacional de Cidadania e Solidariedade, mostra de projetos regionais, congresso, entre outros -, o movimento estabelece parcerias com o poder público, empresários e população local.

PARCERIAS CONSOLIDADAS

A viabilização do movimento Nós Podemos Paraná - 8 Jeitos de Mudar o Mundo no Estado do Paraná e a mobilização da população a discutir e propor soluções para o alcance das metas até 2010 se deram com a sensibilização do público a participar na sua região, portanto era necessário estabelecer parcerias no Paraná e no âmbito regional.

Parceiros no Paraná

O movimento Nós Podemos Paraná - 8 Jeitos de Mudar o Mundo obteve parcerias de instituições como Instituto Rede Paranaense de Comunicação, Companhia Paranaense de Energia e Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul.

Parceiros Regionais

Nos 19 núcleos gestores locais o movimento Nós Podemos Paraná - 8 Jeitos de Mudar o Mundo conta com diversos parceiros dos setores público, privado e ONGs.

AÇÕES	ATRIBUIÇÕES
<p>Círculos de Diálogo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Articulação entre os parceiros para realização dos círculos onde cada qual disponibiliza um item para a realização deles – conforme checklist.
<p>Círculos de Trabalho Local</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seção de espaço para realização de reuniões por um dos parceiros,
<p>Núcleo Gestor Local</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acompanhar a realização das ações dos círculos de trabalho local - conforme documento. • Organizar e convidar empresas, governo e sociedade a atuarem nos círculos de trabalho local e suas ações.
<p>Coordenação-Geral do Projeto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Equipe para acompanhar e monitorar ações dos círculos de trabalho local e executar ações de replicação.

AVALIAÇÃO

A avaliação é realizada através de aplicação de questionário de avaliação nos círculos de diálogo e em 2007 foi realizada pesquisa que teve como objetivo avaliar o índice de realização dos projetos sociais.

BENEFICIÁRIOS

O projeto é destinado ao desenvolvimento da sociedade paranaense, objetivando tornar o paranaense líder do seu destino.

RESULTADOS PERCEBIDOS

- Realização de diversas reuniões nas diferentes regiões do

Estado para sensibilização e mobilização para a realização dos círculos de diálogo.

- Realização dos 58 círculos de diálogo com a participação de 15.000 pessoas, em 2006, 2007 e 2008.
- Produção de material gráfico para distribuição de fôlderes, flyer, cartazes, bem como análise e interpretações dos indicadores do Estado do Paraná e mesorregião.
- Mídia voluntária: site www.nospodemosparana.org.br.
- Semana Nacional de Cidadania e Solidariedade
- Divulgação e apoio no Concurso de Redação Ler é Preciso, com a participação de 1.200 escolas.
- Realização de 20 Oficinas de Elaboração de Projetos e Identificação de Fontes de Financiamento Não Reembolsáveis, com a participação de 1.000 pessoas.
- Realização de 11 Oficinas de Análise e Interpretação de Indicadores de Desenvolvimento.
- Realização de seis Mostras de Projetos Regionais.
- 7ª Mostra de Ação Voluntária e 1º Congresso Nós Podemos Paraná

• Acompanhamento e apoio aos 19 círculos de trabalho local.

Desenvolvimento dos núcleos:

Nível Ouro – Ponta Grossa, Apucarana, Londrina e Guarapuava.
 Nível Prata – Paranavaí, Bandeirantes, Coronel Vivida, Curitiba, Foz do Iguaçu, Piên, Toledo, Maringá, Cascavel e Araucária.
 Nível Bronze – Paranaguá, Umuarama, Iriti, Rio Branco do Sul, Piraquara.
 Desarticulado – Campo Mourão. ◀

• Parcerias Estratégicas

Articular o Movimento Nós Podemos Paraná em âmbito nacional.
 Gestor do Prêmio ODM Brasil 2007.
 Parceiro do Portal ODM Brasil.

OS 8 JEITOS DE EDUCAR PARA SUSTENTABILIDADE NAS IES DO PARANÁ

CONTEXTUALIZAÇÃO

Com o propósito de alinhar a compreensão sobre a temática da sustentabilidade, o Núcleo de Instituições de Ensino Superior do Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial (CPCE), do Sistema Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), realizou no dia 3 de junho a segunda edição do evento Governança Socioambiental para Sustentabilidade do Planeta, com ênfase em educação para a sustentabilidade, nas IES do Paraná.

O CPCE é estruturado em núcleos de competências, entre eles o Núcleo de Instituições de Ensino Superior, composto por Instituições públicas e privadas do Estado do Paraná. Seu objetivo é propiciar um espaço democrático para integrar as competências das IES, permitindo identificar, priorizar, discutir e definir projetos e ações que reflitam as necessidades e anseios das instituições que o compõem, como também aqueles das comunidades do seu entorno.

II Governança Socioambiental – Educação para Sustentabilidade nas IES

Pautados nos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, na Agenda 21 e nas discussões que aconteceram ao longo do ano dentro do Núcleo de Competência das Instituições de Ensino Superior do CPCE, chegou-se à conclusão de que seria preciso promover um diálogo para o estabelecimento de uma linguagem comum sobre o tema educação para a sustentabilidade.

No dia 3 de junho de 2008, durante o II Governança Socioambiental, aconteceu um diálogo apreciativo com o tema educação para a sustentabilidade. Nele estavam presentes representantes docentes, discentes, dirigentes e funcionários de 19 instituições de ensino do Paraná, bem como outras 20 instituições, entre elas representantes do governo, da indústria e de ONGs.

Resultados

Como resultado desse encontro, foram estabelecidos os 8 Jeitos de Educar para Sustentabilidade nas IES do Paraná, que passamos agora a apresentar e acreditamos que serão colocados na prática do dia-a-dia dessas instituições e disseminados para as demais instituições do Estado do Paraná.

RESULTADOS

Os 8 Jeitos de Educar para Sustentabilidade nas IES do Paraná

1. Promover diálogos sobre educação para a sustentabilidade envolvendo a comunidade interna e externa.
2. Adotar modelo de gestão coerente com os princípios da sustentabilidade.
3. Preparar o corpo docente para o modelo de educação para a sustentabilidade.
4. Inserir nos projetos político-pedagógicos institucionais diretrizes voltadas à educação para a sustentabilidade.
5. Disseminar internamente as políticas institucionais de educação para a sustentabilidade.
6. Formar uma rede entre as IES para troca de experiências em educação para a sustentabilidade.
7. Desenvolver ações que visem irradiar a cultura da sustentabilidade para a sociedade.
8. Estabelecer alianças estratégicas entre as IES, a iniciativa privada, o poder público e a sociedade em geral para desenvolver ações conjuntas de educação para a sustentabilidade.

PARCERIAS CONSOLIDADAS

1. Centro de Ensino Superior do Paraná
2. Centro de Ensino Superior dos Campos Gerais
3. Centro Universitário de Maringá
4. Faculdade Educacional de Araucária
5. Faculdade Estadual de Filosofia, Ciências e Letras de Paranaguá

6. Faculdade Evangélica do Paraná
7. Faculdade Opet
8. Faculdades Integradas Curitiba
9. Faculdades Integradas do Brasil - Unibrasil
10. Faculdades Integradas Espírita
11. Faculdades Sociedade Paranaense de Ensino e Informática
12. Faculdade Educacional do Sudoeste do Paraná
13. Fesp - Faculdade de Estudos de Ciências Sociais do Paraná
14. Pós-Graduação Bagozzi
15. Pontifícia Universidade Católica do Paraná
16. Pontifícia Universidade Católica do Paraná - Campus Londrina
17. Unindus
18. Universidade Estadual de Londrina
19. Universidade Estadual de Maringá
20. Universidade Federal do Paraná
21. Lactec
22. Unifae - Centro Universitário
23. Unifil - Centro Universitário Filadélfia
24. Uninorte - União Norte do Paraná
25. Unioeste - Universidade Estadual do Oeste do Paraná
26. Unissa - Faculdade Unissa de Sarandi
27. Universidade Tuiuti do Paraná
28. Unopar - Universidade Norte do Paraná
29. Universidade Tecnológica Federal do Paraná
30. Universidade Estadual de Ponta Grossa
31. Universidade Positivo
32. Uniandrade - Centro Universitário Campos de Andrade



PERNAMBUCO

Instituto Ação Empresarial Pela
Cidadania – AEC/PE

Praia de Boa Viagem, conhecida por sua barreira de recifes naturais, que deram origem ao nome da cidade

CONTEXTO

Para se ter dimensão exata do desafio enfrentado pelo Instituto Ação Empresarial pela Cidadania e melhor entender o potencial do movimento da cidadania empresarial no Estado, começemos por analisar em que contexto ele acontece. Segunda economia do Nordeste, superada apenas pela da Bahia, Pernambuco tem um PIB da ordem de R\$ 49,9 bilhões (IBGE 2005), equivalente ao do Chile e superior ao de países como Paraguai e Uruguai, parceiros do Brasil no Mercosul.

O Estado teve, no passado, sua base econômica concentrada no açúcar. Atualmente esse setor representa 40% da economia, dividindo espaço com o comércio, os serviços, a indústria de transformação e a produção agrícola. Nos anos 1990, o trinômio constituído pela emergente atividade do turismo, da agricultura irrigada do Vale do São Francisco e do Complexo Portuário de Suape projetou e tem projetado a economia pernambucana no conjunto nacional.

Nos próximos cinco anos, espera-se que o emergir das energias renováveis no mundo resgate a força do setor canavieiro. Esse fator, assim como a chegada da refinaria de petróleo em Suape, aquecerá ainda mais o crescimento econômico do Estado. Com todo esse potencial econômico, o Estado de Pernambuco tem aproximadamente 56,7% de sua população em situação de pobreza (IBGE/Pnud 2004) com renda domiciliar per capita de até meio salário mínimo, contra uma média brasileira de 32,1%. No que toca ao desenvolvimento humano, o Estado

Segunda economia do Nordeste, Pernambuco tem um PIB de R\$ 47,7 bilhões, equivalente ao do Chile e superior ao de países como Paraguai e Uruguai.

ocupa o 19º lugar no ranking nacional, com um IDH de 0,705 (Pnad 2000).

Sua capital, o Recife, ocupa o 10º lugar no ranking de capitais brasileiras, com um IDH de 0,797 (Pnud/Ipea/FJP, segundo o ADHB 2003). Pelos critérios das Nações Unidas, o IDH médio de ambos (Estado e capital) reflete índices semelhantes a nações com desenvolvimento médio. Entretanto, o Recife não traduz a realidade da maioria dos municípios do Estado.

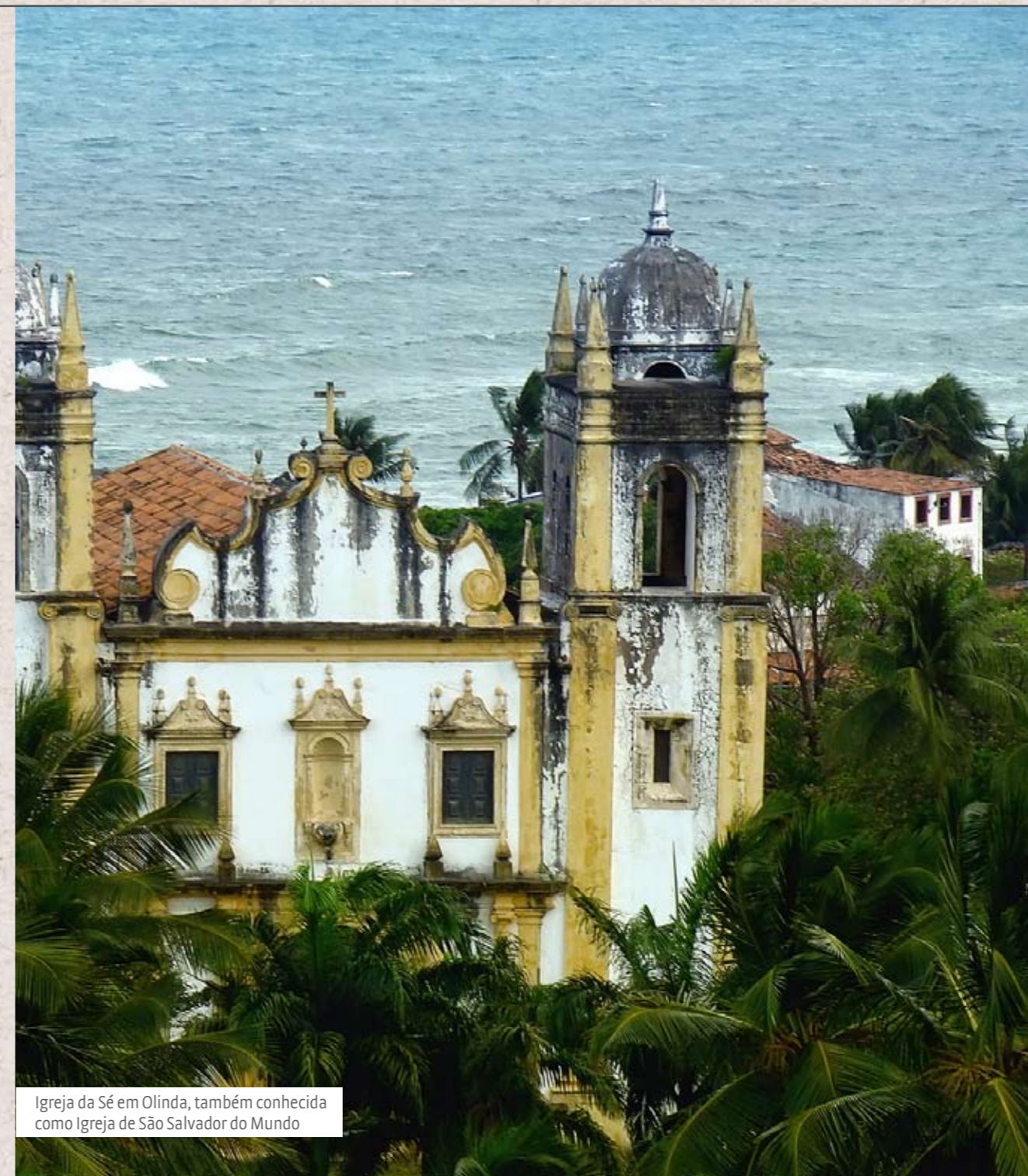
Pernambuco, como um todo, tem uma população de 8,5 milhões de habitantes (IBGE 2007), dos quais 4,7 milhões (56%) vivem no interior (fora da Região Metropolitana e da capital), com IDH-M médio/município em torno de 0,629 (Atlas IDH 2000). Entre os índices que compõem esse IDH-M, chama atenção a mortalidade infantil: em média, 85 em cada mil crianças pernambucanas morrem antes de completar 1 ano. Alguns municípios chegam a patamares mais preocupantes, como é o caso de Manari, no Sertão do Moxotó, a 318,4 km da capital,

onde morrem 109 entre mil crianças no primeiro ano de vida. Outra questão grave a ser considerada é a violência entre os jovens. O Estado tem a segunda maior taxa de mortalidade de jovens (entre 15 e 24 anos) do país por causas violentas, que se explica, em parte, pelo alto índice (23%) de desocupação desse público.

Se colocarmos numa balança, de um lado a economia, em sua expansão e potencial, e do outro as graves questões sociais mencionadas, ficamos com uma pergunta: como equilibrar o crescimento econômico, ampliando-o para uma perspectiva de desenvolvimento sustentável, buscando incluir a melhoria das questões sociais e ambientais com as quais o Estado de Pernambuco nos desafia?

SOBRE O NÚCLEO

Nesse contexto, surge o Instituto Ação Empresarial pela Cidadania, para atuar perante as empresas no campo da cidadania empresarial, com a missão de mobilizar



Igreja da Sé em Olinda, também conhecida como Igreja de São Salvador do Mundo

FOTO: Arquivo / Rede ACE



Participantes do Prêmio Parcerias 2008 e reunião do Ação Empresarial pela Cidadania

de Pernambuco através de uma prática socialmente responsável de suas empresas. A sensibilização e o enquadramento desse tema foram a mais importante estratégia dos cinco primeiros anos desse movimento, incluindo os primeiros três anos de organização formal.

Diversas foram as ações de sensibilização implementadas, sendo a mais eficaz delas o Fórum Ação em Debate, que ocorreu com frequência mensal, depois bimestral, por três anos consecutivos. Esse fórum contou a participação de mais de duas mil pessoas naquele período e foi responsável pela aproximação de cerca de 40% das empresas que se associaram ao instituto. O fórum trazia exemplos concretos do que já acontecia com inúmeras empresas no Sul e Sudeste do país, os resultados de suas ações, e promovia a reflexão sobre a responsabilidade e o papel das empresas frente ao contexto social e ambiental existente no país.

A partir daí, passamos a aprofundar esse tema, enfocando o estímulo e o apoio ao

e apoiar o empresariado pernambucano nas práticas socialmente responsáveis que contribuem para a equidade social e o desenvolvimento sustentável da região. Como um dos primeiros núcleos implantados do Projeto Ação Empresarial pela Cidadania no Brasil, em 1999 – estimulado pela Fundação Kellogg no país a partir do seu Programa de Lideranças em Filantropia na Américas –, o movimento Ação Empresarial pela Cidadania Pernambuco teve o desafio de despertar uma nova consciência no empresariado pernambucano para a prática da responsabilidade social e da cidadania empresarial.

Em 2001, com o encerramento do projeto inicial, o AEC-PE veio a se consolidar com a legalização do movimento a partir do apoio de 11 empresas que passaram a contribuir financeiramente para sua sustentabilidade. Naquele início, a visão que o empresariado

tinha da responsabilidade social era ainda distante da realidade. O conceito era confundido com o de filantropia e relacionado com as ações sociais das empresas.

Naquele ocasião, o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (Ipea) realizou uma pesquisa intitulada Ação Social da Empresa no Brasil e constatou que 47% das empresas pernambucanas tinham algum tipo de atuação social na comunidade. Predominava uma visão filantrópica, assistencialista e pontual.

Por essa razão, no início, o foco principal do instituto foi a sensibilização do maior número possível de empresários e empresas, fazendo-os conhecer o conceito e a prática da responsabilidade social empresarial e refletir sobre o papel de cada um na transformação social e ambiental

FOTO: Arquivo / Rede ACE



investimento estratégico da empresa no ambiente onde ela estava inserida. Nessa perspectiva, passou a ter ênfase o tema do investimento social privado e da cidadania empresarial nas ações empreendidas pelo AEC. Dois anos depois, sendo uma entidade composta por empresas, o instituto achou importante evidenciar o seu caráter de interesse público através do credenciamento como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip). No seu terceiro ano de atuação formal, o AEC já contava com

cerca de 40 empresas associadas e nesse momento começava a focar a qualificação das suas ações, bem como a ampliação do compromisso social dos empresários.

Percebia-se que as empresas participavam das atividades do instituto por meio do seu corpo executivo, entretanto, o tema da responsabilidade social e do investimento social ainda não chegara ao nível estratégico das empresas. Poucos líderes empresariais liam informativos produzidos ou compare-

ciam aos encontros realizados pelo AEC. Isso preocupava porque, paralelamente, via-se, com frequência, algumas empresas reagirem com o corte dos recursos destinados às suas ações sociais ao menor sinal de crise.

Configurava-se, ainda, um compromisso relativo com o “investimento” no campo social. A lógica empresarial era, e ainda é, muito centrada no próprio negócio. Talvez fosse necessário se aproximar mais do empresário para ajudá-lo a refletir sobre sua visão de lucro, talvez ampliá-la. Imaginava o AEC naquela época que um dos principais desafios do instituto passaria a ser aproximar-se das lideranças empresariais, ajudando-as a entender a importância de aprofundar a reflexão sobre essa e outras questões.

Ao completar cinco anos de atividade formal e sete anos de movimento em Pernambuco, o Instituto AEC já contava com 68 empresas associadas. Nesse período, segundo resultados da reedição da pesquisa do Ipea realizada em 2004, Pernambuco ampliou em 55% o envolvimento das empresas com as questões sociais: 73% das empresas pernambucanas já realizavam ações sociais. Embora esses números fossem animadores por um lado; por outro, a mesma pesquisa apontava que, de maneira geral, o empresariado nordestino declarava não dispor de recursos para investir no campo social (62%). E juntou-se a isso a constatação de que a maioria dos recursos aplicados pelas empresas nordestinas não eram planejados nem investidos estrategicamente nesse campo (65% dos casos). Ou seja, percebia-se que havia pouca consciência e consistência

na ação social das empresas da região, mostrando um baixo comprometimento do empresariado nordestino com o campo social.

A percepção acima se contrapunha, entretanto, à pesquisa Responsabilidade Social Empresarial: dimensões e características no contexto do Instituto Ação Empresarial pela Cidadania, realizada pela mestrandia Mônica Cavalcanti (2005-2006), que revelou um avanço no nível de consciência desse grupo de empresas pernambucanas. Entre as associadas ao AEC, 84% concordavam que a contribuição com o desenvolvimento social pode ser lucrativa para as empresas e 86% discordavam da afirmação de que as empresas não podem assumir responsabilidades sociais.

A pesquisa revelou ainda que 60% das associadas afirmavam dispor de recursos variados para contribuir com ações sociais e 61% delas entendiam que os custos decorrentes de projetos sociais não eram fator impeditivo a esse tipo de prática. Outra revelação interessante era que 84% discordavam da visão de que “a empresa é um ser essencialmente econômico”.

Por outro lado, ainda predominavam ações filantrópicas (56% das empresas pesquisadas) contrastando com a afirmação, de 91% delas, de que a principal motivação para realizar ações de RSE seria o desenvolvimento da sociedade. Entretanto, apenas 39% das empresas do AEC desenvolviam iniciativas com práticas alinhadas ao conceito de desenvolvimento local e havia

Uma organização como essa, composta por empresas, mesmo tratando de questões de interesse público, e não privado, deve ter à sua frente líderes empresariais que possam vir a ser referência para seus pares e para a sociedade como um todo como pessoas que pensem e atuem para além de seus interesses.

ainda outras contradições entre o desejo e a prática nas conversas que tivemos com alguns empresários.

Um exemplo disso é o comentário de um dos empresários entrevistados que revelou: “O meu maior dilema, que eu diria monumental, é conciliar o tempo entre aquilo que assegura a minha sobrevivência com a falta que eu sei que faço ao meu projeto social. Se eu estivesse todo tempo lá na frente seria diferente. O meu maior dilema é não ter tempo para aquilo que acho relevante”.

Outra contradição em relação aos dados obtidos pelo Ipea é que nessa pesquisa 74% dos empresários nordestinos afirmaram que era obrigação do Estado cuidar das questões sociais, e 44% ainda destacaram que para a empresa contribuir com a comunidade bastaria pagar seus impostos, garantir empregos e a qualidade de seus produtos e serviços, afirmações diferentes do que registramos acima no âmbito das empresas associadas ao AEC.

Para o Ação Empresarial, questões como essas são a oportunidade para refletir e buscar maior aproximação desse público para ajudá-lo a entender o seu papel cidadão na relação com o governo e na reivindicação dos direitos de uma sociedade que é cumpridora de seus deveres, através da participação e do monitoramento constante.

Para responder aos desafios que se apresentam hoje, o Ação Empresarial atua basicamente em três linhas. A primeira é a de sensibilização e mobilização, com seminários, fóruns e palestras, divulgação de boas práticas empresariais, produção e disseminação de informações e conteúdos, por meio de sites, publicações, informativos e do estímulo à disseminação da temática de cidadania empresarial na mídia local. A segunda é a de apoio e capacitação, oferecendo suporte técnico ao investimento socioambiental das empresas, por meio de cursos e oficinas para apoiar a formação de profissionais em responsabilidade social empresarial e investimento social privado,

FOTO: Arquivo / Rede ACE



**“Ação em Debate”:
Palestra sobre formas de
cidadania empresarial**

formas criativas que favoreçam o seu envolvimento no tema.

A trajetória do Instituto Ação Empresarial pela Cidadania mostra a luta para encontrar o caminho de uma maior participação social das empresas, mesmo com as contradições inerentes ao fato de se pretender conciliar o mundo empresarial com o mundo social. Nisso reside um dos grandes desafios que essa organização enfrenta. O outro objetivo é contribuir positivamente, e de forma concreta e mensurável, para a melhoria dos índices de desenvolvimento socioambiental do Estado.

SOBRE LIÇÕES APRENDIDAS

Muitas foram as lições aprendidas por essa organização ao longo dos seus sete anos de atuação. A principal delas emerge fortemente nesse processo de desenvolvimento organizacional,

além de um programa de desenvolvimento dirigido a lideranças empresariais. Finalmente, o instituto ainda promove a articulação, por meio da criação de espaços para o relacionamento e a troca de experiências entre as empresas, e a contribuição técnica em comitês e conselhos de entidades empresariais, organizações da sociedade civil e no setor público, além de estimular a parceria intersetorial e de seus associados em outras redes.

Essa diversidade de atividades visa atender às diferentes demandas das empresas associadas. Segundo Saritta Britto, atual superintendente do AEC, “há uma demanda

heterogênea, empresas que querem estar apenas presentes no movimento, outras que querem estruturar suas próprias ações sociais, e há as que querem apenas dar visibilidade às suas ações. Entretanto, a maioria quer articular-se com demais empresas e outros setores para potencializar suas ações e capacitar seus gestores para implementação de seus projetos”.

Um ponto de atenção a ser considerado no ambiente empresarial pernambucano é que a grande maioria das empresas são médias, pequenas e micros, e não dispõem de grandes recursos para investimentos sociais, o que desafia o AEC a estabelecer

quando se registra uma crítica feita pelo empresariado mais próximo: “O AEC precisa buscar uma linguagem mais empresarial, compreender o ponto de vista do empresário e falar na mesma perspectiva. Está aí um desafio para uma organização do terceiro setor que é composta por empresas: se expressar na mesma língua do empresariado ao mesmo tempo que provoca a reflexão sobre uma nova lógica de condução dos negócios. Fica patente que há incômodos e diferenças a serem superadas entre o setor empresarial e o setor social, e todas essas questões passam pela comunicação”.

O AEC acredita que existem diferentes níveis no processo de conscientização. Esse processo inicia-se no pensar, revela-se no falar, instala-se no sentir e concretiza-se no agir. A linguagem é um grande indutor de tudo isso. Portanto, a linguagem bem utilizada pode facilitar o início do processo tanto quanto a linguagem mal usada pode dificultar. Uma organização como o AEC deve adequar sua linguagem para comunicar melhor ao empresariado e, ao mesmo tempo, deve provocar a mudança em seus modelos mentais. Este é o desafio: usar sua linguagem para introduzir uma nova lógica.

Nesses sete anos de atuação no setor empresarial, o AEC aprendeu que é preciso diminuir o nível de ansiedade em relação ao processo de mudança que se estabeleceu no seio do empresariado a partir do desenvolvimento do tema da responsabilidade social empresarial.

Cada indivíduo tem um ritmo próprio de expansão de consciência e, dentro

dele, suas contradições. A regra é aceitar esses indivíduos como são e, ao mesmo tempo, ajudá-los no seu desenvolvimento, não poupando provocações e reflexões, confrontando-os com questões que possam contribuir com a mudança de suas visões. Os indivíduos têm níveis diferentes de consciência sobre seu papel no mundo social, cada um parte de um ponto e de um estágio de consciência, cada um demanda tempos diferentes no processo de mudança que se estabelece. Alguns demoram mais para migrar do discurso à prática do que outros. O AEC aprendeu,

com a experiência, que a paciência é pedagógica.

Por fim, o AEC revela que sua principal descoberta para o sucesso de um empreendimento social é a capacidade de se articular e estabelecer parcerias com todos os setores da sociedade. Essa é a melhor maneira de promover a sustentabilidade das ações no campo social, porque com parcerias se constrói a legitimidade de um empreendimento social. Ou seja, construção de parcerias é construção de capital social.



FOTO: Arquivo / Rede ACE

Reunião do grupo Cactus

SOBRE O FUTURO

Ao entender que todas as grandes questões relacionadas com a prática da cidadania empresarial passam pelo despertar da consciência social do líder empresarial para o exercício pleno de sua cidadania, o AEC desenvolveu o Projeto Lidera – Lideranças Empresariais para o Desenvolvimento Sustentável do Nordeste.

O desenvolvimento de lideranças é um tema que suscita muito interesse no meio empresarial e integraram-se a esse debate conteúdos e reflexões sobre o papel do líder diante da empresa e do contexto socioambiental no qual está inserido na busca por um desenvolvimento sustentável. O Programa Lidera foi estruturado em cinco módulos de imersão e propicia reflexão e discussão sobre as diversas dimensões da liderança e da responsabilidade social empresarial com o objetivo de estimular uma nova visão empresarial e formar um grupo capaz de interagir e contribuir com o desenvolvimento sustentável dessa região.

Essa proposta atraiu o interesse do empresariado e, em 2005/2006, já aconteceram duas edições desse programa, através de uma proposta que abre amplas perspectivas para o AEC na formação de líderes que possam se engajar verdadeiramente nesse movimento de mudança que se desenha para o futuro. Na visão de Susana Leal, atual diretora de relações institucionais, que esteve entre os fundadores do AEC, o futuro e a liderança da organização estão relacionados com uma maior apropriação dos empresários em relação ao movimento e sua atuação mais consciente e integrada. Uma organização como esta, composta por empresas, mesmo

tratando de questões de interesse público, e não privado, deve ter à sua frente líderes empresariais que possam vir a ser referência entre seus pares e para sociedade como um todo como pessoas que pensem e atuem para além de seus interesses. Só assim se produzirão as mudanças necessárias.

Hoje a diretoria e conselho do AEC é composta de 50% de empresários membros da Rede Lidera, o que é considerado um bom sinal para o futuro da organização. Mas há outros sinais visíveis da mudança que o Lidera vem produzindo. Um deles foi o protagonismo do Movimento Observatório do Recife por membros da Rede Lidera, assim como duas iniciativas de projetos de negócios inclusivos. A mudança da visão empresarial do empresariado pernambucano está a caminho, não se tem dúvida disso. Na busca da sustentabilidade, o instituto tem aprimorado sua gestão ao longo desses sete anos para chegar a um modelo de organização mais participativa e cooperativa. O objetivo é fortalecer a instituição, envolver e comprometer todos os públicos com os quais se relaciona, assim como identificar e fortalecer lideranças tanto no empresariado associado quanto no seu corpo executivo.

A proposta é ter um modelo de governança ampliado, incluindo empresas associadas, e afirmar sua identidade e reconhecimento do seu papel frente à sociedade.

SOBRE A REDE ACE

O instituto vê a Rede ACE como grande oportunidade de ampliar suas fronteiras e de se articular nacionalmente. Entretanto, percebe que nada disso

ainda acontece porque, na sua visão, a rede ainda não está operando como teria potencialidade para fazer, tanto na articulação entre seus núcleos quanto com trocas efetivas de experiências, conhecimentos e recursos.

O AEC acredita que pode contribuir para o fortalecimento dessa rede com sua experiência e seu envolvimento em ações nacionais conjuntas, agregando seus recursos locais em prol de um movimento nacional. Olhando para o futuro, o AEC imagina a possibilidade de integração não apenas dos núcleos em si, mas principalmente das lideranças empresariais que estão por trás desse movimento em cada Estado, num grande movimento de interesse nacional. Nessa perspectiva, percebe que o grande fio de ouro que pode ligar esses núcleos para transformá-los numa rede seria uma comunicação mais efetiva e a promoção da articulação entre esses atores empresariais que ainda permanecem invisíveis nesse movimento nacional.

O grande desafio dessa proposta é a mobilização desses empresários em todo o Brasil. O que poderia movê-los? Que temas podem ser reconhecidos por todos? Talvez sejam essas perguntas um bom motivo para se promover o encontro entre esses atores. Eis uma grande provocação para essa rede: mover nacionalmente pessoas que hoje se mobilizam apenas em torno de interesses locais, de resultados imediatos, visíveis e diretos para seu Estado ou cidade. Poderia ser este um grande exercício de cidadania e integração: mobilizar o empresariado em torno dos interesses que movem a nação.

INSTITUTO AÇÃO EMPRESARIAL PELA CIDADANIA — AEC

HISTÓRICO

Origem - Desde o seu surgimento, em 1999, integrando o projeto apoiado pela Fundação Kellogg, Ação Empresarial pela Cidadania Brasil, o instituto iniciou o movimento da cidadania empresarial em Pernambuco. Hoje mobiliza e apóia mais de 70 empresas no Estado e participa de uma rede nacional de 13 organizações voltadas para o estímulo do crescimento da cidadania empresarial no país.

Marco Legal - Em 2001, o Instituto AEC foi formalizado como organização da sociedade civil, em uma assembleia constituinte que congregou 23 sócios-fundadores, representantes do setor empresarial e da sociedade civil organizada. Em 2003, recebeu o certificado de Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip).

Desenvolvimento - Ao longo de sete anos, o AEC vem desenvolvendo um conjunto integrado de ações de mobilização, apoio, capacitação e articulação de empresas para melhoria de sua atuação social. Atividades que possibilitaram o despertar de empresas e empresários para a gestão dos negócios articulada à promoção do bem-estar social; bem como o engajamento das empresas em ações de transformação social, por meio do investimento voluntário de recursos.

Entre os diversos projetos e produtos desenvolvidos pelo instituto durante esses anos, destacam-se o site, o Ação em Debate, o Calendário da Cidadania, os boletins eletrônicos Informe Ação e Integração, as Rodadas de Gestão, o Banco de Ações Sociais das Empresas (Base), o curso de projeto social, o Lídera e a Central do Conhecimento.

O instituto também realizou projetos em parceria com outras organizações e empresas, a exemplo da Aliança Empresarial pelo Nordeste (Aene), os Seminários

Itinerantes, o Prêmio Cidadania S.A. e o Programa Parcerias para o Desenvolvimento Solidário do Nordeste.

Hoje o instituto conta com um grupo significativo de empresas associadas e parceiras e cada dia mais tem se firmado como entidade referencial no Estado e na Região Nordeste. Vem agregando, portanto, parceiros que consideram fundamental a contribuição das empresas, através da cidadania empresarial, para promoção da equidade social e do desenvolvimento sustentável de Pernambuco.

MISSÃO E OBJETIVO

Mobilizar e apoiar o empresariado para investir em práticas socialmente responsáveis que contribuam para a equidade social e o desenvolvimento sustentável de Pernambuco.

VISÃO E VALORES

Ser uma organização de referência em virtude dos impactos gerados pelas práticas empresariais socialmente responsáveis sobre o desenvolvimento sustentável de Pernambuco.

PRINCIPAIS LINHAS DE ATUAÇÃO

O Instituto AEC atua por meio de duas linhas programáticas:

Mobilização social

Incentivamos a adoção dos princípios da responsabilidade empresarial socioambiental na gestão dos negócios articulada às demandas da sociedade, através de ações de comunicação e relacionamento intersetorial entre empresas, organizações da sociedade civil e governo, visando ao fortalecimento de iniciativas de desenvolvimento sustentável.

Desenvolvimento de empresas

Fortalecemos a adoção de ações, programas e políticas de

responsabilidade socioambiental das empresas através da disseminação de conhecimentos, apoio técnico, troca de experiências e estímulo à ações compartilhadas.

Atuamos por meio de:

- Seminários, fóruns e palestras para estimular a reflexão e o comprometimento de empresas e empresários com a cidadania empresarial.
- Divulgação das boas práticas empresariais.
- Produção e disseminação de informações e conteúdos, por intermédio de sites, publicações e informativos.
- Disseminação da temática da cidadania empresarial na mídia local.
- Suporte técnico ao direcionamento do investimento social da empresa.
- Cursos e oficinas para apoio à formação em responsabilidade social empresarial de lideranças e executivos.
- Espaços de encontros, relacionamento e troca de experiências entre empresas, ONGs e governo.
- Contribuição técnica a premiações e comitês de entidades empresariais, da sociedade civil e do setor público sobre os temas da RSE, do ISP e da cidadania empresarial.
- Participação em redes e conselhos intersetoriais.

Serviços de atendimentos exclusivo a associados:

- Reuniões temáticas.
- Visitas monitoradas.
- Palestras de sensibilização.
- Aconselhamento técnico.
- Pesquisas.

PRINCIPAIS PROJETOS/PROGRAMAS/AÇÕES

O Instituto AEC disponibiliza serviços e produtos voltados ao alcance das diretrizes definidas pelas linhas de atuação. Esses serviços

ENDEREÇO

Av. Dona Maria César
nº 170 – Sala 201-C
Bairro do Recife / Recife – PE
CEP 50030-140

DATA DE INSTITUIÇÃO/
FUNDAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO
Abril de 2001

e produtos estão articulados nos projetos institucionais abaixo relacionados:

Sites:

Ação Empresarial

Homepage do instituto, contendo as informações institucionais, as ações das empresas associadas e parceiras, notícias diversas e outras seções. Período: desde 2000.

Central do Conhecimento

Portal com banco de informações sistematizadas sobre as temáticas trabalhadas pelo Instituto AEC, contendo também um amplo cadastro de ONGs e empresas com suas com atuação no Estado e respectivos projetos sociais. Período: desde 2006.

Informativos:

Informe Ação / Boletim eletrônico bimensal para disseminação dos temas já relacionados, alinhado ao site do Instituto AEC. Período: desde 2001.

Integração

Informativo mensal voltado exclusivamente a associados e parceiros da organização. Período: desde 2002.

Sou do Ação

Conjunto de peças que identificam as ações promovidas pelas empresas associadas, fortalecendo a identidade da Rede AEC. Período: desde 2006.

Programa Integração

Ação de relacionamento do Instituto AEC com a sua rede de associados para integração, apoio e formação, visando ao fortalecimento da rede e da prática social dessas empresas. Período: desde 2003.

Calendário da Cidadania

Uma estratégia de disseminação das ações sociais das empresas de Pernambuco, por meio da exposição de cases nas páginas de um calendário físico. O calendário também tem o objetivo de disseminar e sensibilizar as empresas para os grandes desafios sociais do Estado de Pernambuco através de quatro temas: melhoria da educação,

geração de renda, preservação do meio ambiente e promoção dos direitos da criança e do adolescente. Período: desde 2003.

Projeto Social: uma opção estratégica para a empresa cidadã

Curso realizado em parceria com o INTG – Instituto da Gestão, visando à capacitação das empresas para construção de sua política de investimento social. Período: desde 2003.

Prêmio Cidadania S.A.

Premiação realizada em parceria com o Sistema JC de Comunicação, a TGI Consultoria e o INTG que objetiva valorizar e reconhecer as ações socialmente responsáveis das empresas no Estado de Pernambuco. Período: desde 2004.

Programa Parcerias para o Desenvolvimento Solidário do Nordeste

Realizado junto com a Aliança Interage, com o objetivo de identificar, apoiar e dar visibilidade a projetos sociais desenvolvidos por meio de parcerias entre empresas e ONGs. Período: desde 2005.

Programa Lidera

Programa para o desenvolvimento de lideranças empresariais que tem objetivo de conscientizar, articular e fortalecer essas lideranças para que atuem em iniciativas que contribuam para o desenvolvimento sustentável do Nordeste. Período: desde 2005.

Banco de Ações Sociais das Empresas (Base)

Publicação anual que objetiva apresentar o conjunto de práticas sociais das empresas associadas ao Instituto Ação Empresarial pela Cidadania, estimulando a reflexão sobre essas práticas e sobre o exercício da cidadania empresarial em Pernambuco. Período: desde 2006.

Participação na Articulação Nacional pela Cidadania Empresarial (ACE)

Junto com outros 12 núcleos de disseminação da responsabilidade social empresarial (RSE) e investimento social privado (ISP) distribuídos por Estados brasileiros. Período: desde 1999 (em sua origem, ainda como Rede AEC Brasil).

Participação no Conselho Temático Permanente de Cidadania da Federação das Indústrias de Pernambuco

O Instituto apóia operacional e tecnicamente o principal projeto do Conselho, o Nossa Escola. Período: desde 2003.

Participação no **Observatório do Recife**, entidade cuja missão é mobilizar a sociedade para formular e monitorar um conjunto de indicadores e metas que se constituam numa agenda de desenvolvimento sustentável para o Recife e que ajudem a transformá-la numa cidade melhor para se viver, socialmente justa, ambientalmente preservada e economicamente viável.

AÇÕES INDICADAS PARA INTEGRAR O BANCO DE PRÁTICAS DA REDE ACE

Calendário da Cidadania e Programa Integração.

Os critérios de escolha:

Cada um dos projetos:

- sensibiliza e mobiliza o empresariado local;
- atende às demandas das empresas no campo da RS;
- promove articulação com outros setores;
- aborda questões sociais locais;
- agrega valor às ações sociais das empresas;
- inova;
- é viável e auto-sustentável;
- é bem avaliado pelos beneficiários;
- é efetivo em seus resultados;
- pode ser facilmente replicado.

PARCERIA COM A FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS LOCAL

O instituto esteve sediado na Federação das Indústrias do Estado de Pernambuco, que ofereceu espaço e infra-estrutura para seu desenvolvimento durante quatro anos. Em contrapartida, o AEC apoiou técnica e operacionalmente a Fiepe em sua atuação no campo social

participando do Conselho Temático Permanente de Cidadania (CTPC). Hoje a Fiepe é associada benemérita do Ação Empresarial.

Conselho de Cidadania

Com o objetivo de desenvolver cultura da cidadania empresarial na indústria pernambucana, foi instituído o Conselho Temático Permanente de Cidadania (CTPC), em dezembro de 2003, em um órgão auxiliar da presidência da Fiepe. O conselho desenvolve uma linha de ação perfeitamente sintonizada com as políticas de atuação desse órgão.

A Fiepe conta com o apoio do Ação Empresarial pela Cidadania, que atua de acordo com as orientações do CTPC. Esse conselho é composto por representantes da Fiepe, Sesi, Senai, quatro sindicatos industriais de Pernambuco (Sinditêxtil, Sindaçúcar, Sindipão e Sinduscon), Instituto Ação Empresarial pela Cidadania, governo do Estado (Secretaria de Desenvolvimento Social e Direitos Humanos), governo municipal (Secretaria Municipal de Política da Assistência Social) e Federação do Comércio de Pernambuco.

Embora os conselhos temáticos tenham, em sua maioria, um caráter consultivo, o conselho de cidadania tem uma função mais propositiva, sugerindo e implantando projetos com apoio de empresas de todos os setores. O conselho funciona com cinco reuniões anuais.

Linhas de ação

O conselho tem três linhas de ação básicas:

- a) Disseminação da prática dos conceitos de RSE e cidadania internamente (na Fiepe) e nas empresas.
- b) Estímulo à atuação cidadã das empresas na escola pública com o projeto Nossa Escola.
- c) Incentivo ao envolvimento das empresas com temas sociais relevantes para Pernambuco, com o objetivo de elegê-los e adotá-los, a cada ano, promovendo a sua discussão e a disseminação de boas práticas que a ele estiverem associadas.

Projeto Nossa Escola

O Projeto Nossa Escola é a principal ação ligada ao CTPC, por meio do

qual a federação sensibiliza empresas do setor industrial para se engajarem no movimento de valorização da escola pública, transformando-a em foco de atenção da comunidade. São atendidos pelo projeto 6,1 mil alunos, aproximadamente, em cinco escolas estaduais.

Números de escolas atendidas pelo projeto

Escola Estadual José Maria – 1.500 alunos – Apoio da Fiepe
 Escola Estadual Alberto Torres – 1.500 alunos – Apoio da Empresa Metropolitana
 Escola Estadual João Paulo I – 1.300 alunos – Apoio da Tecelagem S. José
 Escola Estadual Ageu Magalhães – 1.309 alunos – Apoio da Labortecne
 Escola Estadual Landelino Rocha – 580 alunos – Apoio da Projeteq e da Dimensão Consultoria

Objetivo do projeto

Contribuir para a reunião de esforços compartilhados entre os empresários, gestores públicos e comunidades em torno de uma agenda para promoção da educação e da cidadania, por meio de ações de responsabilidade social empresarial que possibilitem a melhoria da qualidade do ensino e/ou das condições de gestão e de infra-estrutura física das escolas públicas.

Como funciona

1. Mobilização e articulação de empresários e colaboradores das empresas para contribuírem com a melhoria da escola pública através da transferência de tecnologias de gestão e do apoio ao desenvolvimento de projetos.
2. Apoio à formação de grupos de trabalho constituídos por representantes da empresa e dos conselhos escolares (gestores, pais, professores e alunos), para o planejamento e implementação de uma agenda comum.
3. Avaliação da efetividade das ações propostas pelos grupos de trabalho nas escolas públicas que estejam contribuindo para a melhoria da gestão, da infra-estrutura, da qualidade de ensino e de outros aspectos relevantes da escola.

Beneficiários

O Projeto Nossa Escola beneficia diretamente as escolas públicas, seus diretores, professores, pais e alunos e as empresas interessadas no

desenvolvimento de ações de responsabilidade social. Indiretamente o projeto beneficia a comunidade local e a sociedade como um todo.

Resultados Esperados

1. Melhorar a qualidade do ensino, da gestão e/ou da infra-estrutura das escolas públicas atendidas pelo projeto.
2. Através da ação cidadã nas escolas públicas, contribuir para o desenvolvimento das comunidades em que elas estão inseridas.
3. Ampliar o quantitativo de empresas envolvidas no planejamento e na implementação de ações de responsabilidade social.

Após mais de um ano do início do Projeto Nossa Escola, todas as empresas participantes reconhecem mudanças em sua vida institucional no que se refere à ampliação dos conceitos teóricos e práticos sobre responsabilidade social e sobre a necessidade de contribuir para a melhoria do sistema de ensino público nos municípios onde atuam.

Parceiros

A Federação das Indústrias de Pernambuco considera como essenciais para o sucesso do projeto as parcerias já iniciadas com o governo do Estado, através da sua Secretaria de Educação, que vem apoiando na identificação das escolas e na sensibilização dos seus gestores; com o Instituto Ação Empresarial pela Cidadania (AEC), que vem apoiando na sensibilização do empresariado e na reestruturação técnica do projeto; e com o Sebrae-PE, que até aqui viabilizou os recursos necessários à implantação do projeto.

Além desses parceiros o projeto ainda estabeleceu relações de cooperação com entidades do terceiro setor envolvidas com a melhoria da educação e, dentro do próprio sistema Fiepe, com o Sesi e o Senai. Futuramente, pretende-se agregar e potencializar as intervenções do Projeto Nossa Escola, buscando-se o apoio de agências internacionais (Unicef, Save the Children, etc.) e ampliando o envolvimento da Secretaria de Educação nas ações de capacitação e planejamento a serem desenvolvidas na escola.

RELAÇÃO COM OUTRAS ENTIDADES EMPRESARIAIS LOCAIS

São associadas ao Instituto AEC as seguintes instituições:

- Associação Comercial e Industrial de Caruaru
- Associação das Indústrias do Curado
- Associação Pernambucana de Atacadistas
- Câmara de Dirigentes Lojistas do Recife
- Federação do Comércio do Estado de Pernambuco
- Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros de Pernambuco
- Sindicato do Comércio de Maquinários e Ferragens de Pernambuco
- Sindicato dos Dirigentes Lojistas do Recife
- Sindicato da Indústria Têxtil de Pernambuco
- Sindicato da Indústria da Construção Civil de Pernambuco

Dessas instituições, apenas a Câmara de Dirigentes Lojistas do Recife (CDL-Recife) tem um braço social – a Fundação CDL Recife, tendo sido o AEC um dos responsáveis por sua reestruturação. Nenhuma dessas entidades possui área ou conselho de cidadania empresarial ou afins.

PRINCIPAIS PARCEIROS

O Instituto Ação Empresarial possui em seu quadro os seguintes parceiros:

LOCAIS

Parceiros Apoiadores (doam recursos físicos e serviços voluntários)

ADC Advogados – Assessoria Jurídica
 Aliança Interage - Parcerias em diversas ações
 Ampla – Agência Publicitária - Campanhas institucionais
 Caderno 1 – Assessoria de Comunicação
 Cartello – Licença gratuita do software Relazione de gerenciamento de newsletter (informativos)
 Click Comunicação – Projeto gráfico de toda a campanha e material do Projeto Jornada de Aprendizagem
 Dimensão Consultoria – Consultoria em RH
 Fargo Design – Projeto gráfico do Informe Ação Especial e outras peças institucionais
 Federação das Indústrias de Pernambuco – Cessão de espaço-sede

e estrutura operacional da Fiepe, bem como parceria nas ações de responsabilidade social, através do apoio técnico e operacional do AEC a essas ações e da sua participação como membro do Conselho Temático Permanente de Cidadania.

Fundação CDL Recife - Parcerias em diversas ações
 GB Assessoria Organizacional – Construção do plano de cargos e salários do AEC-PE
 Gráfica Santa Marta – Impressão de peças gráficas
 INTG – Instituto da Gestão - Parcerias em diversas ações
 Jornal do Commercio – Anúncios e divulgação
 Lumiar Fotografia – Serviços fotográficos
 Mart Pet – Agência Publicitária - Campanhas de projetos
 Mega Sistemas Corporativos – Atualizações gratuitas do software da área financeira
 Out Side RH – Construção do plano de cargos e salários do AEC-PE
 PriceWatherhouse Coopers – Auditoria financeira
 Rede Globo Nordeste – Veiculação de campanhas de TV
 TGI Consultoria em Gestão – Consultoria em Gestão

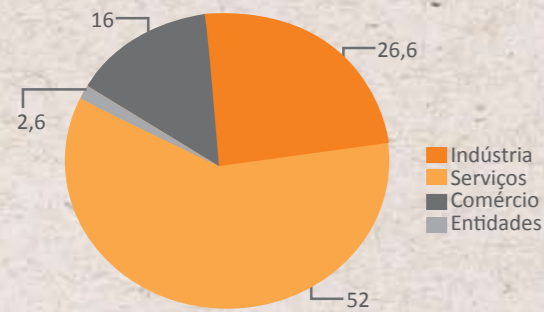
NACIONAIS

Parceiros Institucionais

Organizações da Rede AEC-Brasil:
 Organizações da Rede AEC Brasil:
 AM: Comissão de Cidadania Empresarial do Amazonas (Cieam)
 BA: Comissão da Responsabilidade Social da Fieb (Fieb)
 CE: Instituto Fiec de Responsabilidade Social (Fiec)
 DF: Núcleo de Responsabilidade Social do Distrito Federal (Fibra)
 ES: Conselho de Cidadania Empresarial da Findes (Findes)
 GO: Conselho Temático de Responsabilidade Social da Fieg (Fieg)
 MA: Instituto de Cidadania Empresarial (ICE-MA)
 MG: Conselho de Cidadania Empresarial da Fiemg (Fiemg)
 MG: Núcleo de Articulação Nacional (NAN)
 PE: Instituto AEC-PE / Conselho de Cidadania da Fiepe (Fiepe)
 PR: Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial da Fiep (Fiep)
 RJ: Conselho e Assessoria de Responsabilidade Social da Firjan (Firjan)
 RS: Fundação Semear (Fundação Semear)
 SP: Instituto de Cidadania Empresarial (ICE-SP)
 SP: Núcleo de Ação Social da Fiespe (Fiespe)
 Adigo Consultores

Fundação Avina
Fundação Getúlio Vargas/Easp
Fundação W.K. Kellogg
Grupo de Institutos Fundações e Empresas
Instituto C&A
Instituto do Conhecimento da Bahia
Instituto Fonte
Visão Mundial

PERFIL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS Classificação por setor econômico



SERVIÇOS

Ampla
Âncora Seguros
ATP Engenharia
Bom Clima
Bandeirantes Mídia Exterior
Cesar
Ciclo – Clínicas e Diagnósticos
Colméia Engenharia
Coremal
Deloitte Touche Tohmatsu
Ello Combustíveis
Empresa Metropolitana de Transportes
Engedata Engenharia Estrutural
Estaf Equipamentos

Faculdade Guararapes
Ferreira & Associados Auditores
Forte Engenharia
Geosistemas
Gráfica Santa Marta
Grupo Nordeste Segurança
Guimarães Ferreira Consultores
Hospital Memorial São José
Hospital Santa Joana
Itamaracá Produções
Itamaracá Transportes
JBR Engenharia
Mart Pet Comunicação
Nextel Telecomunicações
Pertec
Projetec
Rapidão Cometa
Rede Globo Nordeste
Rodoviária Metropolitana
Serviço de Diagnóstico Neurológico de Pernambuco
Shopping Center Recife
Shopping Guararapes
Sociedade de Ensino Superior de Escada
Teccommerce
TGI Consultoria
TIM Nordeste
Unibratec

COMÉRCIO

Cafrio Refrigeração
Supermercados Arco-Íris

INDÚSTRIA

Alcoa Alumínio
Amanco Brasil
Areva Koblitz
Benzoquímica
Celpe

Frompet
Gerdau
Hebron
Hermano Nascimento
Lapon Química e Natural
Musashi
Perfabril
Philips
Queiroz Galvão Engenharia
Teceragem São José
Termopernambuco
Tintas Coral
Usina São José
Usina Trapiche
White Martins

ENTIDADES DE CLASSE

Acic
Aspa
Assinc
CDL-Recife
Fecomércio-PE
Fiepe
Setrans-PE
Sinapro
Sincomferpe
Sindaúcar
Sindilojas Recife
Sinditêxtil-PE
Sinduscon-PE

PESSOAS FÍSICAS

Assuero Guerra
Josué Mussalém

PUBLICAÇÕES, PESQUISAS E ARTIGOS

Dispomos de cópias impressas e em CD-ROM da publicação

Empresa e Jovem: formar e transformar.
O Informe Ação Especial – Banco de Práticas também está disponível impresso e em CD, além de em versão para download no site do AEC e da Central do Conhecimento. Link: <http://www.acaoempresarial.org.br/acaodasempresas/bancodepraticas/38744;42322;0601;0;0.asp>
Temos publicados em nosso site, para download, os seguintes artigos, escritos por empresários associados especialmente para o Instituto Ação Empresarial:

A EDUCAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Por Socorro Andrade
14/3/2007
<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;866;6934.asp>

RESPONSABILIDADE SOCIAL E AS EMPRESAS

Por Josimar Henrique
4/1/2007
<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;791;6969.asp>

É PRECISO CAMINHAR JUNTOS

Por Oscar Rache
16/11/2006
<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;758;6967.asp>

A RESPONSABILIDADE E O SOCIAL

Por Eduardo Catão
23/10/2006
<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;738;6966.asp>

O MELHOR DESAFIO DOS ÚLTIMOS 50 ANOS

Por Francisco Cunha
12/09/2006
<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;717;6963.asp>

A IMPORTÂNCIA DA CIDADANIA EMPRESARIAL

Por Nara Carneiro Mendonça

16/8/2006

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;658;6935.asp>

A RESPONSABILIDADE SOCIAL E O PÚBLICO INTERNO

Por João Freitas

28/7/2006

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;591;6952.asp>

ENGAJAMENTO DO EMPRESARIADO – RESPONSABILIDADE FRENTE A UM MUNDO QUE CLAMA PELA REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

Por Frederico Petribú Vilaça

9/2/2006

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;587;6949.asp>

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL – O FAZER ACONTECER

Por Pedro Pereira

29/12/2005

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;586;6948.asp>

RECICLAGEM PELO SOCIAL

Por Maria Botelho Lins e Mello

25/8/2005

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;592;6953.asp>

A NOSSA ELITE É SUICIDA

Por Paulo Dalla Nora Macêdo

28/7/2005

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;590;6951.asp>

INICIATIVA PRIVADA X RESPONSABILIDADE SOCIAL

Por José Jacques

30/6/2005

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;589;6950.asp>

MARKETING E COMUNICAÇÃO COMPROMETIDOS COM A ÉTICA

Por Aguinaldo Viriato

30/5/2005

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;518;6946.asp>

RESPONSABILIDADE SOCIAL: “ARTIGO DE LUXO” OU DE PRIMEIRA NECESSIDADE?

Por Cármen Cardoso

17/5/2005

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;515;6943.asp>

JÁ ESTAMOS VIRANDO O JOGO

Por Amélia Bezerra Leite

23/12/2004

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;513;6941.asp>

RENOVAR, REUTILIZAR, REVALORIZAR

Por Marcelo Guerra

23/11/2004

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;511;6939.asp>

AS EMPRESAS E A RESPONSABILIDADE SOCIAL

Por Ricardo Almeida

29/10/2004

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;626;6961.asp>

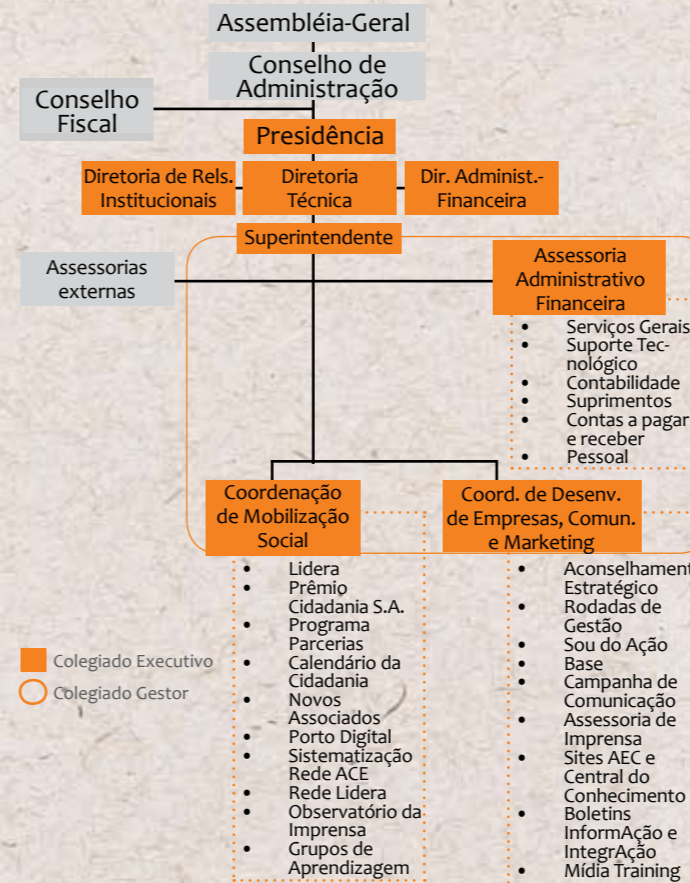
LUCRO OU PRINCÍPIOS? EXISTE ESCOLHA?

Por Paulo Dalla Nora

30/9/2004

<http://www.acaoempresarial.org.br/informeacao/opinioes/39155;6020;0803;596;6957.asp>

ESTRUTURA



DIRETORIA

Pedro Pereira Cavalcanti Filho – **Presidente**

Frederico Petribú Vilaça – **Diretor Administrativo-Financeira**

Maria Amélia Bezerra Leite – **Dir. Técnica**

Susana Simões Leal – **Dir. de Rels. Institucionais**

Conselho Fiscal

Alfredo Mendes

João Recena

Josimar Henrique da Silva

Márcia Pregnotatto

Miguel Silveira Duarte

Roberto Muniz

Conselho Superior de Administração

Ana Cristina Queiroz

Antônio Renato Rocha

Carmem Cardoso

Edivaldo dos Santos

Ernane Aguiar

João Freitas

Jorge Wicks Côrte Real

Josué Mussalém

Jussara Pettini

Kilsa Rocha

Marcelo Guerra

Matheus Antunes

Oscar Rache Ferreira

Pedro Pereira

Renato Maia

EQUIPE EXECUTIVA

Superintendente

Saritta Brito

saritta@acaoempresarial.org.br

Assessoria Administrativo-Financeira

Sonaly Soares

sonaly@acaoempresarial.org.br

Janaína Oliveira

jana.oliveira@acaoempresarial.org.br

Coordenação de Mobilização Social

Edilma Souza

edilma@acaoempresarial.org.br

Fátima Tavares

fatima@acaoempresarial.org.br

Coordenação de Desenvolvimento de Empresas, Comunicação e Marketing

Andréa Moreira

andrea@acaoempresarial.org.br

Projetos 2007 / 2008

CALENDÁRIO DA CIDADANIA & PROGRAMA INTEGRAÇÃO

Descrição dos dois principais projetos do Instituto Ação Empresarial pela Cidadania para fomentar a cidadania empresarial em Pernambuco, eleitos pela entidade conforme os critérios de inovação, facilidade de viabilização e nível de resultados alcançados.

Recife, março de 2007.

PROGRAMA INTEGRAÇÃO

CRITÉRIO DE ESCOLHA

O Integração foi indicado para ser incluído no banco de projetos da Articulação Nacional pela Cidadania Empresarial por preencher os seguintes critérios:

- Mobiliza as empresas associadas em torno de temáticas de interesse.
- Atende às demandas das empresas no campo da RS.
- Promove articulação com outros setores.
- Aborda questões sociais locais.
- Agrega valor e qualidade às ações sociais das empresas.
- Inova na sua forma de atendimento às empresas, realizando um trabalho coletivo e articulador.
- É viável e auto-sustentável.
- É bem avaliado pelos beneficiários.
- É efetivo em seus resultados.
- Pode ser facilmente replicado.

O PROJETO

O Integração é o programa de relacionamento do Instituto Ação Empresarial pela Cidadania com o setor empresarial e visa “mobilizar e apoiar o empresariado pernambucano para investir em práticas socialmente responsáveis que contribuam para a equidade social e o desenvolvimento sustentável na região”, seguindo a missão do instituto.

O programa é oferecido em contrapartida à contribuição mensal das empresas mantenedoras do Instituto Ação Empresarial. Portanto, sua fonte de recurso são os próprios associados.

COMO FUNCIONA

O programa busca manter empresas engajadas e motivadas ao movimento de responsabilidade social no Estado, mas se ocupa, principalmente, em garantir a qualidade e a sustentabilidade das ações sociais das empresas. Para isso, oferece as seguintes atividades:

Atendimento individual – Para diagnosticar, orientar e apoiar individualmente o planejamento, execução e gestão dos programas e projetos de responsabilidade social das empresas associadas. É realizado por meio de reuniões, e-mails, telefonemas e visitas às empresas. Um membro da Coordenação de Mobilização Social e Desenvolvimento orienta, avalia, articula parcerias, propõe mudanças, respalda e discute as ações da empresa para, juntos, conferirem maior coerência e eficácia aos seus projetos.

Nas ações de atendimento, também estão previstas pesquisas de índices sociais, legislação, dados macroeconômicos e sobre organizações do terceiro setor. Com seus bancos de dados, sua Central do Conhecimento (projeto desenvolvido pelo Instituto AEC) e sua biblioteca, a organização está apta a prover informações necessárias ao diagnóstico inicial no planejamento das ações e à sua implementação e operacionalização.

Realizamos, ainda, dentro desse atendimento individualizado, palestras para sensibilizar funcionários, rede de parceiros e fornecedores sobre a importância de uma gestão socialmente responsável, o que contribui para o engajamento de toda a cadeia produtiva no projeto social da empresa.

Contudo, o Programa Integração tem como grande diferencial um modelo de orientação coletiva que busca fortalecer o capital social de nossa rede de associados e estimular a sinergia e a complemen-

taridade entre eles, por meio de difusão e troca de experiências e estímulo a parcerias. Esse formato inovador é verificado em duas ações:

Rodadas de Gestão – Para nivelar conhecimentos sobre as ferramentas de investimento social privado e de responsabilidade social empresarial. Funcionam como um debate, com duração de três horas, em torno de um case de uma empresa associada ao instituto. A reunião é facilitada por um membro da Coordenação de Mobilização Social e Desenvolvimento, que busca estimular a participação de todos os presentes a dar seu testemunho sobre situações vivenciadas, dificuldades vencidas e estratégias que obtiveram êxito em suas empresas.

O caso prático é complementado com uma apostila que apresenta um passo-a-passo didático sobre o tema em debate, que será sempre uma das ferramentas de investimento social privado.

O executivo que expõe o case é convidado a ilustrar cada um dos “passos” com a experiência da empresa. São disponibilizados como anexos da apostila os documentos instrumentais necessários à operacionalização dos projetos, como leis, modelos de contrato, questionários de consulta e um banco de projetos sociais na área temática em estudo, com cadastro de fontes de pesquisa e relação de contatos úteis no terceiro setor e no governo.

CALENDÁRIO DO PRIMEIRO SEMESTRE DAS RODADAS DE GESTÃO:

- **I Reunião - 8 de abril** – Como Publicar o Balanço Social de sua Empresa
- **II Reunião – 12 de agosto** – Como Utilizar Indicadores de Responsabilidade Social na Gestão de sua Empresa.
- **III Reunião – 18 de novembro** – Como Apoiar Projetos Sociais na Comunidade.

- **Visita monitorada** – Para acompanhar in loco o funcionamento de um projeto social de referência.

Com base em um roteiro didático de observação predeterminado, são destacados os recursos investidos no projeto, sua infraestrutura, o público atendido, a estratégia utilizada e os resultados obtidos.

Grupos de cerca de 20 executivos são guiados por um membro da coordenação técnica do instituto e orientados em sua observação. A partir daí tomam notas, formulam perguntas, fazem registros fotográficos, conversam com o público beneficiado e com os responsáveis pelo projeto.

As visitas duram cerca de três horas.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

A equipe responsável pelo Programa Integração é toda custeada por recursos financeiros provenientes das contribuições mensais das empresas associadas.

Hoje esse valor representa apenas 15% do total mensal dessas contribuições.

Os demais custos, abaixo referidos, são obtidos através de parcerias com empresas associadas. As parcerias em serviços de transportes e alimentação também são contabilizadas como recursos não financeiros e têm sido fundamentais para a viabilidade dessa ação.

Recursos necessários

- Identificação e mobilização de empresas associadas com interesse no tema proposto para reunião.
- Identificação de caso bem-sucedido nas empresas associadas.
- Espaço para reunião com disponibilidade para até 30 pessoas.
- Um coffee break para 30 pessoas.

- Um facilitador responsável pela área de desenvolvimento das empresas.
- Elaboração e produção gráfica de apostila de passo-a-passo.
- Um microônibus para visita.

AVALIAÇÃO

O foco de avaliação desse projeto está voltado para indicadores que validem a relevância dessa ação nas empresas associadas, como o envolvimento da rede relacionamento dessas empresas com suas ações, parcerias geradas a partir desses encontros, reflexões e mudanças provocadas nas ações das empresas e o nível de presença e participação nas reuniões.

CALENDÁRIO DA CIDADANIA

CRITÉRIO DE ESCOLHA

O Calendário da Cidadania 2007 foi indicado para ser incluído no banco de projetos da Articulação Nacional pela Cidadania Empresarial por preencher os seguintes critérios:

- Responde a proposta de sensibilização e mobilização de empresas para a prática da cidadania empresarial e da responsabilidade social, que está na missão do Instituto AEC.
- Dissemina questões relativas ao contexto social local no setor empresarial.
- Agrega valor e divulga as ações sociais das empresas.
- É inovador na sua forma de informar as empresas e a sociedade sobre questões emergentes do contexto social local.
- É de fácil realização e auto-sustentável.
- É bem avaliado pelos beneficiários.
- É efetivo em seus resultados.
- Pode ser facilmente replicado na rede.

O PROJETO

Realizado desde 2003, o Projeto Calendário da Cidadania reúne e dissemina diferentes práticas de investimento social privado das empresas associadas ao Instituto AEC nas suas redes de relacionamento e na sociedade em geral. Tem como objetivo sensibilizar e mobilizar parceiros estratégicos dessas empresas para o tema da cidadania empresarial, divulgar o compromisso dessas empresas com temas prioritários para o desenvolvimento social de Pernambuco e ampliar a sinergia do investimento social das empresas associadas ao Instituto AEC.

COMO FUNCIONA

Durante os três primeiros anos essa iniciativa consistiu na reunião de informações sobre doze práticas relevantes de investimento

social privado em um calendário de mesa. A cada ano, as doze empresas que aderiram ao Projeto Calendário da Cidadania doavam uma cota de apoio ao AEC, que tinha a responsabilidade de organizar as atividades de aprovação do leiaute gráfico, sorteio dos meses do calendário entre as empresas participantes, registro fotográfico dos beneficiários da ação social, coleta de informações sobre o projeto, produção gráfica, realização de um evento de lançamento para 300 pessoas, distribuição de 2.000 unidades entre as doze empresas, etc. Como contrapartida as empresas recebiam 150 unidades do calendário e 50 convites para o evento de lançamento, e por meio dessas ações estimulavam o envolvimento de vários parceiros estratégicos da sua rede de relacionamento em torno do tema da cidadania empresarial.

Em 2007, essa iniciativa foi renovada e passou a reunir empresas associadas em torno de quatro eixos temáticos prioritários ao desenvolvimento de Pernambuco, a fim de estimular a reflexão e o foco das ações de investimento social privado no Estado. A partir do tema central Transformando nossos Contrastes, todas as páginas do calendário passaram a abordar um desses quatro eixos, considerando a problemática que os cerca e as possibilidades de transformação dessa realidade. Assim, de três em três meses, uma das quatro temáticas é focada e trabalhada na sua dimensão de ameaça e oportunidade. Os quatro eixos temáticos prioritários foram definidos a partir da consulta a economistas e sociólogos especialistas em programas de desenvolvimento local integrado e sustentado do Estado.

Diferentemente dos outros anos, cujo foco era a prática social das empresas, trazendo a cada mês a descrição do seu projeto social com uma fotografia do público beneficiado, a sua logomarca e a do projeto, em 2007 os meses do calendário passaram a trazer informações e imagens de fotojornalismo sobre as temáticas sociais relevantes para o desenvolvimento do Estado de Pernambuco. Essa dimensão agregou um outro sentido ao conceito dessa iniciativa, que deixou de reunir empresas em torno

de sua própria prática e passou a reuni-las em torno de um foco social estratégico. Nesse formato a contrapartida para a empresa é a assinatura em destaque em peças personalizadas, onde consta um texto breve relatando o projeto social dessa empresa e em todos os meses seu nome é citado junto com o das demais empresas apoiadoras. Além dos 50 convites para o evento de lançamento e 200 unidades do calendário, a partir deste ano a empresa pode produzir outras peças promocionais, como camisas, blocos de anotação e canetas.

FORMATO INOVADOR

Essa iniciativa inova quando transforma o calendário de mesa numa peça de promoção e estímulo à prática da cidadania empresarial. Quando reúne empresas que são concorrentes no ambiente de mercado em uma iniciativa comum e a favor da co-responsabilidade pelo desenvolvimento social. Quando dá visibilidade a diferentes práticas de cidadania empresarial na cadeia produtiva dessas empresas. Quando mobiliza recursos para a sustentabilidade do Instituto AEC aliada à disseminação da problemática social no público empresarial.

CALENDÁRIO DA CIDADANIA 2007

Tema Central

Transformando nossos contrastes.

Eixos temáticos

1. Melhoria da Educação

Janeiro: Apoiar a Escola Pública;
Fevereiro: Formar Jovens para o Trabalho;
Março: Incentivar a Leitura.

2. Geração de Renda

Abril: Apoiar o Comércio Justo.
Maio: Promover a Inclusão Social dos Catadores.
Junho: Incentivar o Desenvolvimento Local.

3. Preservação do Meio Ambiente

Julho: Fortalecer a Convivência das Comunidades com o Semi-Árido.
Agosto: Melhorar a Gestão Ambiental da Empresa.
Setembro: Apoiar a Utilização de Tecnologias Alternativas de Geração de Energia.

4. Promoção dos Direitos da Criança e do Adolescente

Outubro: Combater o Trabalho Infantil.
Novembro: Combater a Mortalidade Infantil.
Dezembro: Disseminar a Cultura de Paz.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

A equipe do Calendário da Cidadania mobiliza recursos financeiros nas empresas associadas interessadas em participar do projeto através de cotas de apoio que podem chegar a R\$ 5.000,00 por empresa. As parcerias em serviços de comunicação e alimentação também são contabilizadas como recursos não financeiros e têm sido fundamentais para a viabilidade dessa ação, já que esse projeto gera recursos para a realização de atividades institucionais do AEC.

Além dos recursos financeiros e em serviços, consideramos que o envolvimento das empresas parceiras nas várias etapas de planejamento dessa ação e a realização do evento de lançamento como espaço de articulação entre empresas contribuem estrategicamente para a co-responsabilidade e sustentabilidade dessa iniciativa.

Recursos necessários

- Consulta a especialistas para definição dos eixos temáticos prioritários de investimento social privado no Estado.
- Identificação e mobilização de empresas locais com práticas de cidadania empresarial relevantes e interessadas em participar do projeto.
- Estabelecimento de parcerias com agência de comunicação, escritório de fotografia, espaços de recepção, escritório de

ambientação, gráfica, etc. Ou seja, qualquer fornecedor e/ou prestador de serviço necessário à execução do projeto.

- Executivo de projeto responsável pela sensibilização das empresas, formatação da proposta e gerenciamento das atividades e recursos.
- Espaço de recepção para 300 pessoas com bufê e coquetel.
- Produção gráfica de 3.000 calendários de mesa e 700 convites.

BENEFICIÁRIOS

Diretos: Empresas participantes e Instituto AEC.

Indiretos: Projetos apoiados; ONGs parceiras nos projetos das empresas; rede de relacionamento das empresas e do AEC.

AVALIAÇÃO

O foco de avaliação desse projeto está voltado para indicadores que validem a relevância dessa ação nas empresas participantes, o envolvimento da rede de relacionamento dessas empresas com as ações geradas pelo projeto e a presença das empresas e do AEC nos veículos de mídia a partir desse projeto.

Para isso o instituto utiliza alguns instrumentos, como pesquisa de satisfação nas empresas, listas de presença e de confirmação de participação no evento de lançamento, cruzamento de mailings de convidados das empresas, número de calendários distribuídos e clipping das ações de comunicação geradas pelo projeto.

RESULTADOS PERCEBIDOS

- Divulgação no setor privado e na sociedade em geral dos temas prioritários para o desenvolvimento social de Pernambuco.
- Fortalecimento da imagem institucional da empresa através da exclusividade e personalização das unidades do calendário, agregando ao negócio dela o conceito de empresa apoiadora da causa social junto com a sua rede de relacionamento.

- Renovação do modelo/conceito que vinha sendo adotado pelo calendário nas suas últimas edições, permitindo que mais empresas possam fazer parte desse amplo movimento de cidadania, diferentemente do formato anterior, em que apenas 12 empresas eram contempladas.
- Viabilização, com os fundos arrecadados, de parte das atividades previstas no Programa Integração, cujas ações estão voltadas para o desenvolvimento das práticas de cidadania empresarial.
- Renovação por quatro anos consecutivos do apoio de 80% das empresas parceiras do calendário.
- Mobilização de mais de 1.000 pessoas ligadas à rede de relacionamento das empresas participantes através do evento de lançamento.
- Distribuição de mais 8.000 calendários entre a rede de parceiros das empresas participantes e do AEC, desde sua primeira edição, em 2003.
- Geração de 15 matérias em mídia on-line e 13 notas em mídia impressa.



RIO DE JANEIRO

Assessoria de Responsabilidade Social Empresarial do Sistema Firjan – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – Asser

Pão de Açúcar, visto da Enseada do Botafogo

CONTEXTO

O Estado do Rio de Janeiro vive um ciclo de desenvolvimento sustentado e sua economia, altamente diversificada, corresponde à segunda unidade da Federação em termos de Produto Interno Bruto (PIB). Em 2006, o PIB fluminense superou a marca recorde de R\$ 300 bilhões, representando 13% da produção nacional. Comparando-se aos demais países da América Latina, o PIB fluminense é superior ao do Chile, Colômbia e Peru, e em termos per capita é imbatível tanto entre os Estados brasileiros como em toda a América do Sul.

Sua extensão territorial corresponde a 43.910km² de bela topografia banhada pelo mar e clima agradável com excelente infra-estrutura (incluindo aeroportos, portos e extensa malha rodoviária), além de privilegiada localização no epicentro da produção nacional. Ademais, com o maior índice de urbanização (96,8%) e uma das menores taxas de desemprego do país (8%), sua população, de 15,6 milhões de habitantes, exibe bons indicadores sociais, de escolaridade e de saúde.

Índice de pujança econômica fluminense aparece em seu setor externo, que cresce a passos largos. Ao final de 2006, as exportações fluminenses aumentaram mais de 500% desde 2000. Uma análise mais detalhada evidencia que a indústria extrativa do petróleo liderou em 2006, com 58% do total exportado. Em termos fiscais, o Estado do Rio de Janeiro também mostra

Em 2006, o PIB fluminense superou a marca recorde de R\$ 300 bilhões, representando 13% da produção nacional.

envergadura ao contabilizar receitas correntes de R\$ 34 bilhões em 2006.

A robustez do crescimento da economia fluminense fundamenta-se, sobretudo, na força de sua indústria. O parque industrial fluminense é muito dinâmico e evoluiu de forma positiva nos últimos dez anos, com ganhos de produtividade em toda a cadeia produtiva. Além disso, as cinco maiores empresas brasileiras têm sua sede no Rio de Janeiro: Petrobras, Petrobras Distribuidora, Ipiranga, Companhia Vale do Rio Doce e Shell.

A indústria extrativa do norte fluminense foi a que mais cresceu nos últimos dez anos, desempenhando participação fundamental no sucesso industrial do Estado. O Estado do Rio de Janeiro tornou-se o maior produtor de petróleo e gás natural do país, respondendo por 85% e 45% da produção nacional, respectivamente.

Assim, o Rio de Janeiro é um dos maiores produtores mundiais de petróleo,

superando até mesmo a produção de países pertencentes à Organização dos Países Exportadores de Petróleo (Opep), como Argélia e Nigéria.

As cifras bilionárias do setor petrolífero têm grande poder multiplicador em outras indústrias do Estado. Apenas os royalties e a participação especial referentes à exploração extrativa já renderam montantes superiores a R\$ 10 bilhões às prefeituras da região norte fluminense nos últimos dez anos, quase o dobro da arrecadação própria de tributos municipais de todo o Estado.

O grande desafio desses municípios está em canalizar os recursos para viabilizar o nascimento de outras indústrias e atividades econômicas não ligadas apenas ao petróleo, dado que as reservas de petróleo tendem a se reduzir no longo prazo. Assim, grandes investimentos em infra-estrutura estão sendo feitos, com muitas oportunidades geradas à medida que as prefeituras buscam atrair empresas.



Caminho de Coqueiros do Jardim Botânico, parque tem 360 mil metros de área de visitação

As ações externas da indústria extrativa também geram dividendos para as indústrias petroquímica e de refino de petróleo. Outra indústria beneficiada indiretamente pelo setor petrolífero é a naval, cuja representação fluminense corresponde a 75% do total nacional.

O setor siderúrgico do sul fluminense está em pleno processo de expansão, com capacidade de se tornar o maior pólo da siderurgia nacional, internalizando atividades de pesquisa e outros ramos produtivos associados à produção de aço.

O avanço da indústria automobilística é outro exemplo do potencial e dinamismo da economia fluminense. Em uma década, o Rio de Janeiro viu a região do Médio Paraíba (em especial os municípios de Resende e Porto Real) transformar-se em importante pólo da indústria automobilística brasileira.

Por fim, a indústria fluminense do turismo vive um momento de expansão e revitalização, com mais de 25 mil quartos e uma taxa média anual de ocupação de 70%, sendo a cidade do Rio de Janeiro a mais visitada do Brasil.

Não se discute a pujança e as oportunidades que o Estado do Rio de Janeiro oferece com todo o seu potencial econômico e natural. Entretanto, para que essas vantagens se consolidem e se potencializem é fundamental que se cuide de aspectos sociais estruturadores, como educação, capacitação da mão-de-



FOTO: Arquivo / Rede ACE

obra e segurança pública. Ou seja, urge que se priorize também o atendimento das demandas sociais desse Estado. Embora as taxas de pobreza e de indigência encontradas no Estado do Rio de Janeiro se posicionem hoje abaixo da média nacional graças ao crescimento do mercado formal de trabalho e das políticas públicas compensatórias, não se pode ignorar que crescem as questões relacionadas à violência e à falta de segurança pública. A busca por uma melhor qualidade de vida para a população é uma preocupação constante não apenas dos governantes, mas também da sociedade como um todo. Hoje a mensuração da qualidade de vida

de uma cidade não é mais feita baseada no seu desenvolvimento econômico, como fora no passado, tendo em vista que qualidade de vida é um conceito muito mais amplo, que reúne informações econômicas e também sociais, tanto de natureza subjetiva quanto objetiva.

Pensando nisso, em 2006, a Firjan liderou a discussão sobre a qualidade de vida no Estado no processo de construção do Mapa do Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro para que se projetasse um cenário que contribuísse para a elevação da qualidade de vida fluminense. Naquele período, as estatísticas que compunham o Censo 2000 indicavam que, no país,

FOTO: Stock.XCHNG



15% dos brasileiros com idade acima de 15 anos ainda não haviam sido alfabetizados até aquele ano, enquanto no Estado do Rio esse índice correspondia a 6,64% da população, representando um total aproximado de 715.135 pessoas. Já a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 2004 (Pnad 2004) apontava uma taxa de analfabetismo de 4,8% no Estado do Rio, o que comprova

uma melhoria significativa – mas ainda corresponde, numa projeção, a um contingente de cerca de 570.352 jovens e adultos não alfabetizados. O número indicava a necessidade de se dar continuidade aos vários programas de alfabetização atualmente em curso, avaliando seus resultados em busca de melhorias contínuas e mantendo seu foco preferencial sobre as comunidades de

Aula do curso de formação integrada. Bondinho do Pão de Açúcar, o teleférico que é uma das maiores atrações turísticas do Rio de Janeiro

baixa renda das periferias urbanas e as regiões de baixa densidade populacional.

Nos últimos anos, o Brasil alcançou uma importante conquista: a democratização do acesso ao ensino fundamental. Hoje 97,2% das crianças com idade entre 7 e 14 anos estão na escola – e no Rio de Janeiro é ainda maior, com 98,1% da população em idade escolar matriculada.

Entretanto, na faixa etária de 15 a 17 anos, cerca de 8,8% já deixaram de frequentar as salas de aula. Nota-se que o Estado do Rio vem conquistando uma posição privilegiada num dos indicadores que mais desafiam o país hoje, porém necessita estar atento ao futuro de seus jovens.

Não é à toa que uma das questões mais debatidas no encontro de construção do Mapa do Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro (MDRJ) foi a violência. Ela é um dos fatores que mais afetam negativamente o desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro. Acima dos custos e perdas materiais envolvidos, existem efeitos talvez imensuráveis que o aumento

da violência tem causado à qualidade de vida da população fluminense diretamente afetada.

Uma pesquisa realizada pelo Sistema Firjan em dezembro de 2004 contemplando 1.157 trabalhadores no Estado mostrou que mais de 70% dos que foram ouvidos elegeram segurança e saúde como os principais temas que gostariam de ver encarados como prioridade pelo poder público. A garantia da segurança é um requisito básico para a atração de investimentos para o Rio de Janeiro, ressalta o MDRJ. As atividades criminosas variam desde o contrabando até a pirataria e o roubo de mercadorias; as armas e as drogas, todas trafegam pelo mesmo “corredor da corrupção”, comenta o MDRJ. Por essa razão, o mapa buscou o foco em cinco vertentes para segurança e combate à criminalidade: informação, legislação, formação policial, sistema prisional e ordem pública. Conclui também o MDRJ que, para se enfrentar essa realidade, é preciso envolver a sociedade como um todo e reforçar mecanismos que garantam o cumprimento das leis. O Estado sozinho não pode arcar com uma tarefa desse porte e a mobilização dos demais atores sociais é vital.

Para cumprir uma das propostas, a ação de nº 97, do Mapa de Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro, que busca medir e acompanhar o desenvolvimento humano, econômico e social do Estado como um todo, o Sistema Firjan resolveu aprofundar a reflexão e investir na

O Estado do Rio de Janeiro alicerça-se não somente no dinamismo do passado, mas também na extensão e diversidade de investimentos públicos e privados futuros.

preparação do seu corpo técnico e em consultas a especialistas externos de diversos órgãos de gestão pública. Esse investimento culmina na criação de uma metodologia denominada Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal (IFDM) para suprir a inexistência de dados freqüentes sobre os municípios, especialmente no que se refere às pequenas cidades do interior do Estado.

O IFDM distingue-se pela sua periodicidade anual, recorte municipal e abrangência nacional, possibilitando o acompanhamento do desenvolvimento humano, econômico e social de municípios e apresentando uma série anual de cálculo simplificado e com base em dados oficiais.

O IFDM amplia a perspectiva do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) criado pela ONU e facilita o seu cálculo com uma metodologia que permite a comparação quantitativa tanto serial quanto temporal dos municípios analisados, possibilitando inclusive a agregação por Estados. Também abre espaço para a comparação entre

municípios ao longo do tempo, podendo, desta forma, especificar com precisão se uma melhora relativa de posição em um ranking se deveu a fatores específicos de um determinado município ou à piora dos demais. As bases de dados do IFDM são estatísticas oficiais disponíveis publicamente, oriundas em sua maioria de registros administrativos obrigatórios. Esse grande banco de dados possui um baixo custo de coleta e fácil acesso ao público em geral e abrange, com igual ponderação, as três principais áreas de desenvolvimento humano, o seja, emprego e renda, educação e saúde.

A leitura dos resultados – por áreas de desenvolvimento ou do índice final – é bastante simples, variando entre 0 e 1, sendo quanto mais próximo de 1 maior o nível de desenvolvimento da localidade.

Segundo o IFDM, o Rio de Janeiro teve 17,3% de expansão entre 2000 e 2005, apresentando um resultado ligeiramente abaixo da média brasileira. Assim, seu crescimento não foi suficiente para manter a colocação aferida em 2000, recuando

uma posição e aparecendo em 4º no ranking de 2005.

O Estado do Rio de Janeiro alicerça-se não somente no dinamismo do passado, mas também na extensão e diversidade de investimentos públicos e privados futuros. Dar visibilidade a esse processo faz parte da missão do Sistema Firjan para potencializar o desenvolvimento fluminense com a força que caracteriza o espírito empresarial.

(A maioria das informações contidas neste texto foram extraídas das análises da Fundação Cide, do Mapa do Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro e da publicação sobre o Índice Firjan de Desenvolvimento Municipal.)

SOBRE O NÚCLEO

O Sistema Firjan é composto por cinco instituições: Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), Centro Industrial do Rio de Janeiro (Cirj), Serviço Social da Indústria (Sesi), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e Instituto Euvaldo Lodi (IEL), que trabalham de forma integrada para garantir o desenvolvimento econômico e social do Estado do Rio de Janeiro.

A sua missão é promover a competitividade empresarial e a responsabilidade social para as empresas e a sociedade. Nessa perspectiva, em 2000, foram criados o Conselho Empresarial de Responsabilidade

Social, composto por mais de 40 empresas do Estado do Rio de Janeiro, e a Assessoria de Responsabilidade Social. A partir de 2001, iniciou-se a implantação de Núcleos Regionais de Responsabilidade Social para atender a cerca de 90 empresas e sete instituições, localizadas nos municípios de Duque de Caxias, Nova Iguaçu, Nova Friburgo, Itaperuna, Campos, Petrópolis, Resende, Niterói e Macaé.

Em 2002, a Assessoria de Responsabilidade Social do Sistema Firjan realizou, em parceria com a Fundação Avina, a pesquisa Iniciativa Privada e Responsabilidade Social, que mapeou a atuação das empresas do Estado do Rio de Janeiro nas áreas de recursos humanos, apoio à comunidade e responsabilidade ambiental. O resultado revelou que ainda não havia naquele momento uma compreensão do significado da responsabilidade social empresarial e que as empresas precisariam ser orientadas

FOTO: Arquivo / Rede ACE



Fundação Theatro Municipal do Rio de Janeiro, inaugurado em 14 de julho de 1909

no desenvolvimento de uma reflexão e de práticas nesse campo.

Iniciou-se um trabalho pelo interior do Estado com foco em informação, capacitação e mobilização do setor empresarial. Em parceria com a Fundação Interamericana (IAF), criou-se o Circuito Firjan de Capacitação em Responsabilidade Social, que compreendeu uma série de seminários sobre os temas Responsabilidade Social - Uma Nova Visão Empresarial; Gestão de Pessoas; Voluntariado Empresarial; Como Elaborar e Gerir Projetos Sociais; Legislação de Incentivos Fiscais e Marketing Social.

Quarenta e seis eventos (seminários e oficinas) foram realizados no Estado, no período de maio de 2003 a outubro de 2004, com a participação de 1.431 empresários e executivos de empresas, além de representantes do terceiro setor.

Na seqüência, para estimular o investimento social privado, foi estabelecida uma parceria com a Fundação Interamericana para criação do Fundo Firjan/IAF para o Desenvolvimento Social. O objetivo era estimular a parceria de empresas com organizações do terceiro setor para implementação de projetos sociais. Esse fundo é coordenado pela Assessoria de Responsabilidade Social, assim como o monitoramento e a auditoria dos projetos. Foram apoiados 31 projetos sociais com foco em educação profissional e geração de renda.

A partir de 2007, a Assessoria de RSE da Firjan passou a atuar em três vertentes: informação e mobilização, consultoria em investimento social privado estratégico

e gestão da responsabilidade social e desenvolvimento de projetos sociais.

Ao mesmo tempo, o Sistema Firjan desenvolveu um programa interno de RSE para incorporação do conceito e prática desse tema no seu público interno e em suas atividades a partir da elaboração de um código de ética e da aplicação dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social. O objetivo era influenciar a construção de uma nova cultura organizacional, adotar um sistema de gestão orientado pelos princípios da

RSE, publicar anualmente um relatório socioambiental, além de fortalecer e validar a sua atuação externa nesse campo.

Entre os principais projetos que o Sistema Firjan oferece, além do Fundo Firjan/IAF para o Desenvolvimento Social, citado anteriormente, estão o Projeto de Mobilização para a Responsabilidade Social, que visa sensibilizar, mobilizar e capacitar as indústrias do Estado do Rio de Janeiro para aplicação dos Indicadores Ethos como ferramenta de gestão em responsabilidade social; o Projeto Arte-Indústria, que busca promover



FOTO: Arquivo / Rede ACE

Participantes do Projeto Arte Indústria

Até hoje, foram mais de 200 empresas envolvidas e participando efetivamente de ações promovidas pela Firjan no campo da responsabilidade social empresarial e do investimento social privado, numa proporção de 5 mil empresas associadas à casa.

o crescimento e fortalecimento dos empreendimentos sociais formais e valorizar as técnicas artesanais como alternativa de geração de trabalho e renda e de redução da desigualdade social; o Projeto Vencer, em parceria com a ONG Companheiros das Américas, que, por meio do Senai-RJ, utiliza o futebol para auxiliar na preparação de jovens de comunidades de baixa renda para o mercado de trabalho; o Projeto Brasil Social de Natação, que oferece a prática da natação como instrumento de promoção social, saúde, educação e lazer para crianças e jovens de comunidades de baixa renda do Estado do Rio de Janeiro; além do Programa Formação Integrada para Pessoa com Deficiência, que tem o objetivo de capacitar profissionalmente pessoas com deficiência pelo Senai-RJ, possibilitando o desenvolvimento de competências profissionais para sua incorporação e manutenção no mercado de trabalho, em consonância com a Classificação Brasileira de Ocupações do Ministério do Trabalho. Uma das ações mais efetivas que o núcleo empreendeu e que resultaram em mudanças comprovadas foi o trabalho realizado pelo circuito de capacitação, pela

influência nas empresas para começarem a mudar suas práticas empresariais.

Outra abordagem que pareceu dar bons resultados foi a possibilidade de contrapartida financeira para os investimentos das empresas em projetos sociais em parceria com ONGs, com o Fundo Firjan/IAF.

Cláudia Jeunon, coordenadora da assessoria de RSE do Sistema Firjan, relata sua experiência à frente dessas iniciativas: “Se eu pudesse mudar alguma coisa na trajetória do núcleo, eu mudaria a forma de abordagem da temática da responsabilidade social. Quando começamos, em 2000, o conhecimento era muito incipiente e partimos de uma ótica mais social que empresarial. Manter o mesmo formato de quando começamos seria um erro. Precisamos evoluir no mesmo ritmo que as discussões sobre os temas relacionados à RSE. Hoje existem pesquisas, ferramentas e padrões que nos levam a outra abordagem, além das questões relacionadas à desigualdade social. Deve-se falar de responsabilidade social, em que pese a importância do

investimento social privado, porque essa é uma questão mais tangível e de retorno mais imediato para a empresa, é mais motivadora. Atualmente, você pode provar para qualquer empresa que se ela gerenciar bem a questão ambiental ela vai pagar mais barato pelo seguro que é necessário nesse campo. Você consegue conectar os resultados de uma boa gestão a resultados mais tangíveis”.

Entre os acertos do núcleo foi mencionada a criação de um conselho que norteia todas as decisões e a realização de pesquisas que mapearam a situação das empresas na área. Esse acompanhamento evolutivo é fundamental para analisar o trabalho realizado e direcionar novas ações. O maior desafio a ser enfrentado pelo núcleo, de acordo com Flávia Siqueira, coordenadora de desenvolvimento de projetos, foi sair da teoria para a prática, transformar o discurso em realidade. “Tudo que a gente quer é ver as empresas do Rio de Janeiro investindo em responsabilidade social, ter um investimento social privado consolidado, ter uma participação efetiva das empresas no cenário social do Estado.”

Até hoje, foram mais de 200 empresas envolvidas e participando efetivamente de ações promovidas pela Firjan no campo da responsabilidade social empresarial e do investimento social privado, numa proporção de 5 mil empresas associadas à casa.

SOBRE O FUTURO

Na perspectiva de fomentar a participação empresarial no cenário social e

promover o desenvolvimento do Estado, contribuindo para o alcance das metas estipuladas no Mapa de Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro 2006-2015, elaborado pelo Sistema Firjan, a Assessoria de Responsabilidade Social do Sistema Firjan vem focando suas ações nas linhas de atuação já mencionadas, tendo como um dos principais eixos a informação e mobilização empresarial, que consiste no fomento à gestão corporativa, alicerçada nos conceitos e ferramentas de responsabilidade social. Esse importante eixo de atuação se desenvolve por meio de palestras e seminários focados em temas relacionados à gestão de responsabilidade social empresarial.

Outra ação de grande expectativa futura em sua atuação é a consultoria em gestão de responsabilidade social, que tem como principal objetivo diagnosticar a gestão dos negócios na perspectiva de indicadores de gestão de responsabilidade social, identificando oportunidades de posicionamento de RSE e construindo um plano de ação para melhoria contínua dos relacionamentos da empresa frente aos diversos públicos; e também a consultoria em investimento social privado, que visa analisar e recomendar um posicionamento da empresa em investimento social privado e implementar um projeto piloto de ISP que agregue valor ao negócio da empresa.

Na vertente desenvolvimento de projetos sociais, a assessoria vai continuar desempenhando o papel de articuladora entre as partes interessadas (empresas e organizações do terceiro



Reunião do Conselho de Responsabilidade Social. Cristo Redentor, estátua de 38 metros que se encontra a 709 metros acima do nível do mar

setor), formatando, captando recursos e monitorando a execução dos projetos em todas as suas fases. A captação de recursos é feita na iniciativa privada, podendo utilizar-se de incentivos fiscais, ou nos fundos de subdoação, como o Fundo Firjan/IAF para o Desenvolvimento Social, destinados à realização de projetos.

Muitas empresas já percebem os diversos ganhos provenientes do modelo de gestão pautado nas práticas de

responsabilidade social, entre os quais vale mencionar a minimização dos riscos de passivos trabalhistas, ambientais e de co-responsabilidade por ações de fornecedores e responsabilidade direta com o consumidor ou cliente e a comunidade; a otimização de ganhos pela revisão de seu processo e do consumo de insumos, pela participação efetiva de seus funcionários com consequente aumento de produtividade, pela fidelização de seus clientes e parcerias com fornecedores; o bom

FOTO: Stock.XCHNG



relacionamento com a comunidade do entorno, refletindo na segurança e no apoio a atividade da empresa no local; o acesso a determinadas cadeias produtivas, como a de petróleo e gás; e o acesso a financiamentos e seguros mais baratos (pela diminuição de riscos). Todos esses benefícios podem ser resumidos pelo termo sustentabilidade, pilar do crescimento social e econômico de qualquer organização nos dias de hoje.

O sucesso das ações de consultoria está intrinsecamente ligado não só à conscientização dos empresários da relevância de seu papel na sociedade,

mas também à percepção destes sobre as vantagens competitivas agregadas a seu negócio pelas práticas de responsabilidade social. Tal percepção já é uma realidade em franca expansão no mundo empresarial e, por isso, espera-se uma demanda grande para o serviço de consultoria em gestão da responsabilidade social e em investimento social privado para os próximos anos.

Por fim, vale destacar as ações de articulação com órgãos governamentais no debate sobre legislações específicas de interesse social, cujo objetivo é contribuir com o aprimoramento dos mecanismos

presentes nessas legislações, a fim de que atendam com maior eficácia às demandas sociais que as originaram, sem o prejuízo de qualquer das partes envolvidas. No momento estão na pauta de discussões a estrutura do Fundo para Infância e Adolescência (FIA) e a cota de inclusão de pessoas com deficiência (PCD) no mercado de trabalho, além do marco regulatório do terceiro setor.

SOBRE A REDE ACE

Para o núcleo do Rio, a Rede ACE é muito importante por facilitar a troca de informações e experiências entre os núcleos. O que falta ainda é identificar os pontos fortes de cada núcleo para poder otimizar essa troca de informações e para que a rede cresça e se fortaleça mais. “A gente conhece os projetos de cada núcleo, mas não sabe especificamente qual é o forte do núcleo. Faltava integração à rede. Ninguém nunca se juntou para questionar uma lei ou uma iniciativa nacionalmente. Na sociedade a gente representa o empresariado e essa consciência poucos núcleos têm”, acredita Luiz Chor, vice-presidente da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro e presidente do Conselho Empresarial de Responsabilidade Social do Rio de Janeiro.

Na rede ainda vemos cada um fazendo o seu trabalho individualmente sem se articular entre si. Sabemos que cada Estado tem suas próprias demandas e necessidades, mas poderia existir mais busca por sinergia, como acontece com frequência na relação das redes”, observa Flávia Siqueira.

ASSESSORIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL DO SISTEMA FIRJAN – FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – ASSER

ENDEREÇO

Avenida Graça Aranha, nº 1
5º andar - Centro
Rio de Janeiro - RJ
CEP 20030-002

DATA DE INSTITUIÇÃO/
FUNDAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO
Julho de 2000

HISTÓRICO

A missão do Sistema Firjan é promover a competitividade empresarial e a responsabilidade social para as empresas e a sociedade. Nesse sentido, o tema responsabilidade social é trabalhado pela Assessoria de Responsabilidade Social e os projetos dessa área pelas Diretorias de Educação, Saúde e Segurança no Trabalho e Recursos Humanos e também pelas áreas Assessoria de Responsabilidade Social, Divisão de Projeto Sociais, Gerência de Esporte e Lazer e Gerência de Marketing Cultural.

Em 2000, foi criado o Conselho Empresarial de Responsabilidade Social, composto por mais de 40 empresas do Estado do Rio de Janeiro, e em seguida foram implantados os Núcleos Regionais de Responsabilidade Social nas oito representações regionais da Firjan com 93 empresas e sete instituições. Os Núcleos estão sediados em Duque de Caxias, Nova Iguaçu, Nova Friburgo, Itaperuna, Campos, Petrópolis, Resende e Niterói. Em 2005, foi criado o Comitê de Responsabilidade Social de Macaé, ligado ao Núcleo Regional de Campos.

MISSÃO

Conscientizar, motivar, facilitar e orientar as empresas para a prática continuada e crescente de responsabilidade social, considerando-a como uma estratégia de crescimento e longevidade, de apoio ao desenvolvimento integral do Estado do Rio de Janeiro e de contribuição às políticas públicas do país.

VISÃO E VALORES

Princípios

- Divulgar e conscientizar as empresas sobre os benefícios da gestão do negócio sob a ótica da sustentabilidade.
- Promover a redução da desigualdade social.
- Estimular e mobilizar as empresas a se envolverem em programas sociais e culturais na comunidade.
- Facilitar o investimento social privado.
- Promover o voluntariado.
- Participar da discussão e elaboração de políticas públicas do Estado do Rio de Janeiro.
- Estimular a diversidade nas empresas do Estado do Rio de Janeiro.

PRINCIPAIS LINHAS DE ATUAÇÃO

Foco de Atuação

- Informação/capacitação.
- Mobilização/consultoria.
- Desenvolvimento e execução de projetos.

Atuação

- Consultoria em gestão de responsabilidade social para empresas.
- Consultoria em focalização do investimento social privado.
- Realização de eventos de capacitação em responsabilidade social.
- Formatação e gestão de projetos sociais e culturais.

PRINCIPAIS PROJETOS/PROGRAMAS/AÇÕES

Fundo para o Desenvolvimento Social Firjan/IAF

Parceria com a Fundação Interamericana para apoiar projetos sociais com foco em capacitação profissional e geração de renda, desenvolvidos por organizações sociais em parceria com empresas. O fundo já apoiou 31 projetos, com o envolvimento de 43 empresas e 24 ONGs, atendendo diretamente 2.754 pessoas.

Projeto Arte-Indústria: patrocinado pelo Sesi-RJ e Senai-RJ

O projeto tem o objetivo de promover o crescimento e o fortalecimento dos empreendimentos sociais formais e valorizar as técnicas artesanais como alternativa de redução da desigualdade social e geração de trabalho e renda, por meio da capacitação de artesãos, ligados às organizações sociais e cooperativas, para o mercado da moda. Oito instituições já participaram do Arte-Indústria, beneficiando direta e indiretamente aproximadamente 500 pessoas.

Programa Interação Empresa/Comunidade para o Desenvolvimento Local - Caju

Para o programa foi elaborada uma metodologia inovadora de desenvolvimento local, envolvendo as lideranças comunitárias, instituições públicas e privadas nacionais e internacionais. Entre os resultados: alfabetização de 182 pessoas; implementação dos projetos Alinhavando o Caju, Pré-Vestibular Comunitário do Caju e Qualificando para o Trabalho.

Projeto Brasil Social de Natação

Oferece a prática da natação como instrumento de promoção social, de saúde, educação e lazer a 600 crianças e jovens de comunidades de baixa renda do Estado do Rio de Janeiro. O projeto conta com o patrocínio dos Correios e a parceria da Confederação Brasileira de Desportos Aquáticos.

Programa Vencer

Parceria da ONG Companheiros das Américas, do Sistema Firjan, por meio do Senai-RJ, e da ONG Cieds, o programa utiliza o esporte (futebol) como agente de desenvolvimento de habilidades comportamentais, auxiliando a etapa de capacitação profissional de 180 jovens de comunidades de baixa renda para o mercado de trabalho. O projeto faz parte de um programa do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e está sendo aplicado também no Equador e no Uruguai por outras organizações.

Projeto Mobilização para a Responsabilidade Social

O projeto tem o objetivo de sensibilizar, mobilizar e capacitar as indústrias do Estado do Rio de Janeiro para aplicação dos Indicadores Ethos, uma ferramenta de gestão em responsabilidade social. Como resultado, foram realizados seis eventos em cada núcleo regional e no comitê de Macaé sobre a temática dos indicadores e 45 empresas estão aplicando a ferramenta.

AÇÕES INDICADAS PARA INTEGRAR O BANCO DE PRÁTICAS DA REDE ACE

Todas listadas acima.

PARCERIA COM A FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS LOCAL

O Sistema Firjan é composto por cinco instituições: Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), Centro Industrial do Rio de Janeiro (Cirj), Serviço Social da Indústria (Sesi), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e Instituto Euvaldo Lodi (IEL), que trabalham de forma integrada para garantir o desenvolvimento econômico e social do Estado do Rio de Janeiro.

O sistema Firjan desenvolve as ações descritas acima por meio de seu Conselho Empresarial de Responsabilidade Social e de sua Assessoria de Responsabilidade Social.

RELAÇÃO COM OUTRAS ENTIDADES EMPRESARIAIS LOCAIS

Sebrae-RJ - Parceria na realização do curso aprender a empreender para os artesãos do Projeto Arte-Indústria.

Confederação Brasileira de Desportos Aquáticos

PRINCIPAIS PARCEIROS

Fundação Avina
Instituto Ethos

Instituto Synergos
Rio Voluntário
Fundação Inter-Americana
Cieds
Grupo Cultural AfroReggae

PERFIL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS**Empresas do Conselho Empresarial de Responsabilidade Social**

- Organizações Globo
- Merck S.A.
- Apolo Produtos de Aço
- Grupo Lachmann
- White Martins
- Cia. Libra de Navegação
- L'oreal Brasil
- Servenco
- Rexam
- Esso
- Coca-Cola
- Bayer
- Indústrias Nucleares do Brasil
- Editora Sextante
- Furnas
- Brasilamarras
- Gerdau
- Souza Cruz
- Sindicato das Ind. de Energia Elétrica
- Sonoleve
- Petrobras
- Texaco
- Editora O Dia
- Embratel
- Instituto Telemar
- TIM Brasil
- Concremat

- Fundação Vale do Rio Doce
- IBM Brasil
- Sadia
- Granfino
- Nestlé
- Shell
- Fundação CSN
- Cellopress
- Carioca Engenharia
- Light
- Xerox

LEGISLAÇÃO LOCAL

Disponível no portal empresarial/responsabilidade social.

CONSELHO E DIRETORIA**Luiz Chor**

Presidente do Conselho Empresarial de Responsabilidade Social
(21)2563-4149
luiz.chor@firjan.org.br

EQUIPE EXECUTIVA**Claudia Jeunon**

Assessora-Chefe
(21)2563-4240
(21) 9982-7077
cjeunon@firjan.org.br

Ana Cristina Madeira Nascimento

Assessora Adjunta
(21)2563-4165
(21)9994-9402
anascimento@firjan.org.br

Flavia do Amaral Siqueira

Coordenadora de Informação e Mobilização
(21)2563-4380
(21)8112-5995
fsiqueira@firjan.org.br

Fernanda Leite Candeias

Analista de Projetos
(21)2563-4604
(21)8283-8353
fcandeias@firjan.org.br

Simone Klein

(21)2563-2548
(21) 9953-6426
sklein@firjan.org.br

Michele Nascimento da Silva

Assistente Administrativo
(21)2563-4386
(21)8764-6817
minsilva@firjan.org.br

Wagner dos Santos Ramos

Estagiário de Administração
(21)2563-4308
(21)9196-8330
wramos@firjan.org.br

Projetos 2007 / 2008

PROJETO DE FORMAÇÃO INTEGRADA PARA PCD & PROJETO ARTE-INDÚSTRIA

Descrição dos dois principais projetos da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro para fomentar a cidadania empresarial no Estado, eleitos pela entidade conforme os critérios de inovação, facilidade de viabilização e nível de resultados alcançados.

Rio de Janeiro, janeiro de 2008

PROJETO DE FORMAÇÃO INTEGRADA PARA PCD

CRITÉRIO DE ESCOLHA

O projeto tem fácil replicabilidade devido ao fato de facilitar a adequação de empresas à legislação vigente, capacitando PCDs e tornando-os aptos à contratação.

O PROJETO

O projeto tem como objetivo possibilitar a pessoas com deficiência o desenvolvimento de competências profissionais para sua incorporação /manutenção no mercado de trabalho, mediante título ocupacional reconhecido pela Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), do Ministério do Trabalho e Emprego.

COMO FUNCIONA

Recrutamento e seleção de acordo com perfil preestabelecido pela empresa.

Capacitação básica: cidadania e direitos humanos; mercado de trabalho e empreendedorismo e preparação para o mundo do trabalho – 20 horas.

Capacitação profissional: curso oferecido pelo Senai-RJ, a ser definido de acordo com a necessidade da empresa.

Turmas de sensibilização nas empresas - RH, potenciais gestores e uma aberta.

Palestras de especialistas das empresas em módulos do curso de capacitação profissional dos alunos correlatos com as funções dos especialistas.

Plano de desenvolvimento individual (recolocação no mercado de trabalho) – 120 horas.

OPERACIONALIZAÇÃO

O projeto é coordenado pela equipe da Assessoria de Responsabilidade Social do Sistema Firjan em parceria com a organização não-governamental Cieds.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

Cinquenta por cento pela Firjan/IAF, através do fundo de subdoações Firjan/IAF, e os outros 50% de iniciativa privada.

PARCERIAS CONSOLIDADAS

CiedsIEDS

Funlar

BED

Via Brasil

Central de Oportunidades

RECURSOS NECESSÁRIOS

- Espaço para realização dos cursos de capacitação profissional e básica.
- Contratação de profissionais para ministrar os cursos.
- Transporte da equipe e dos participantes para os cursos.
- Alimentação dos participantes.
- Material pedagógico.
- Material de papelaria.

- Certificação dos alunos.
- Valor aproximado = R\$ 70.000,00 (referência curso de gestão administrativa).

AVALIAÇÃO

Mais de 50% dos alunos capacitados no projeto já conseguiram oportunidades formais no mercado de trabalho.

BENEFICIÁRIOS

Definir o número de alunos e o tipo de deficiência com SENAI e Empresa.

RESULTADOS PERCEBIDOS

Desenvolvimento das habilidades comportamentais e profissionais dos alunos. Ao final do projeto, os alunos estavam prontos técnica e pessoalmente para competir por oportunidades no mercado de trabalho.

Com a participação dos gestores em palestras e na apresentação de trabalho de final de curso, além das sensibilizações na empresa, o processo de integração na contratação ficou muito mais fácil, além do orgulho do PCD em fazer parte de uma empresa que ele já conhecia antes de ser contratado

PROJETO ARTE-INDÚSTRIA

CRITÉRIO DE ESCOLHA

O projeto tem fácil replicabilidade em virtude do seu caráter de contribuição para a redução da desigualdade social por meio do resgate da cultura artesanal como fonte de geração de trabalho e renda.

O Brasil apresenta diversas organizações sociais que trabalham com produção artesanal, facilitando a aplicabilidade do projeto.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

Auto-sustentação do projeto: o projeto foi enquadrado em Lei Rouanet para que facilitasse a captação de recursos nas empresas para a sua realização.

Auto-sustentação das organizações sociais após saírem do projeto: a participação no Fashion Business proporciona contato direto das organizações sociais com o mercado da moda, desencadeando diversas parcerias e vendas para grifes nacionais e internacionais. Ocorre uma transição de visão de projeto social para visão de negócio sustentável.

O PROJETO

O Projeto Arte-Indústria, criado e desenvolvido pela Firjan, surgiu como uma alternativa de redução da desigualdade social no Estado do Rio de Janeiro e de geração de trabalho e renda, se tornando um importante instrumento para o desenvolvimento econômico, social e cultural do Estado.

Criado em maio de 2004 com o objetivo de promover o crescimento e o fortalecimento de empreendimentos sociais formais e de valorizar as técnicas artesanais como forma de resgate cultural, se consolida como

uma via de promoção dos direitos humanos e da qualidade de vida dessas organizações.

O Arte-Indústria surgiu a partir de conversas entre a Assessoria de Responsabilidade Social do Sistema Firjan e as ONGs Crioula e Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável a respeito de como os empreendimentos sociais formais poderiam se tornar alternativas de geração de trabalho e renda e de redução da desigualdade social, e de que forma o Sistema Firjan poderia facilitar seu acesso ao grande mercado de moda, já que é o grande patrocinador e organizador do Fashion Rio/Fashion Business, principal evento de moda do Estado do Rio de Janeiro.

COMO FUNCIONA

O Arte-Indústria funciona como uma incubadora. Durante um ano e meio, quatro empreendimentos sociais formais de produção artesanal são capacitados para o mercado da moda, com assessorias em estilo, precificação, exportação e empreendedorismo, multiplicação das técnicas artesanais para novos artesãos, curso básico de costura plana industrial, curso de modelagem para tecido plano e exposição das coleções desenvolvidas em três edições do Fashion Business, maior bolsa de negócios de moda do Brasil, que ocorre durante o evento Fashion Rio.

Até o momento, já ocorreram duas etapas do projeto, com a participação de oito organizações sociais do Estado do Rio de Janeiro. Nesse período, o projeto participou de seis edições do Fashion Business, o que propiciou às organizações oportunidades de ampliar mercados para suas produções, com benefícios que vão além da mudança de vida dos participantes diretos do projeto.

Atividades do Projeto

Em qualquer projeto social, as atividades a serem implementadas devem apresentar ligação direta com os objetivos e desafios dele. De acordo com as organizações sociais, os principais desafios de um

projeto de geração de renda estão relacionados com planejamento/gestão, acesso a mercado e capital de giro.

Atividades Definidas

Capacitação em estilo: visa à adequação do produto para o mercado da moda, aprimoramento o acesso a novas técnicas e materiais e apresentando conceitos como coleção, tendência, cartela de cores, modelagem, entre outros. Cada organização social recebe a assessoria de um estilista, indicado pelo Senai Moda. A capacitação em estilo é realizada durante sete meses em encontros semanais de quatro horas na sede da organização social. Os estilistas devem elaborar junto com as instituições um planejamento e cronograma da capacitação e entregar mensalmente um relatório avaliando os encontros.

Capacitação em precificação

Oficina para apresentação de conceitos de formação de preço, diferença de preços de atacado e varejo, margem de lucro e variações de preço de acordo com o volume da encomenda. A capacitação é realizada em duas oficinas com quatro horas de duração, ministrada por um profissional da área. A primeira oficina apresenta a parte teórica do tema e a segunda consiste na parte prática, quando cada organização social deverá preparar a planilha de preços das peças produzidas na coleção para validação com o profissional. Além disso, o profissional também elabora, junto com as organizações, a estratégia de vendas no Fashion Business, além de capacitar os vendedores que comercializam as peças no estande do projeto no evento.

Capacitação em exportação

Apresentação de temas relacionados à exportação, como noções básicas de exportação, marketing internacional, preço para mercado internacional e negociação com compradores internacionais. A capacitação é realizada pelo Centro Internacional de Negócio (CIN) da Firjan em quatro encontros com duas horas de duração cada um. O CIN também oferece assessoria às organizações em todo o processo de exportação ocorrido durante o período de realização do projeto. Para cada edição do Fashion Business, é realizada uma reunião, promovida

pelo CIN, com todos os expositores do evento, para apresentação dos compradores internacionais que visitarão a bolsa de negócios. As organizações sociais do Arte-Indústria também participam do encontro.

Capacitação em Empreendedorismo

Foi firmada uma parceria com o Sebrae-RJ para a realização do curso aprender a empreender, que apresenta noções de planejamento, gestão administrativa e financeira, gestão da produção e noções de marketing. O curso, criado especialmente para organizações sociais que trabalham com artesanato, é realizado na sede das instituições com a carga horária de 24 horas e ministrado por consultores do Sebrae-RJ.

Multiplicação das Técnicas Artesanais

Um problema apresentado pelos empreendimentos sociais formais está relacionado à inexistência de um grupo de produção, o que interfere diretamente no planejamento da produção e da venda dos produtos. A multiplicação das técnicas prevê que cinco artesãos de cada organização capacitem com suas técnicas artesanais mais cinco novas pessoas da comunidade para a formação do grupo de produção. A multiplicação é realizada durante dois meses, com encontros semanais de quatro horas cada. O artesão deve elaborar um plano de multiplicação especificando a especialidade da técnica a ser repassada, a metodologia a ser usada, o material necessário e os resultados esperados. O projeto prevê a remuneração dos artesãos que farão a multiplicação.

Curso Básico de Costura Plana Industrial - Realizado pelo Senai-RJ

Desenvolve os conceitos teóricos e práticos de confecção de peças de vestuário em todo o seu processo fabril, através da regulação, preparação de máquinas e montagem de peças de vestuário, além de permitir o pleno desenvolvimento das suas características psicomotoras e das habilidades práticas fundamentais para o exercício da função de costureira. O curso, que comporta 20 alunos por turma, tem a carga horária total de 180 horas, sendo realizado três vezes por semana.

Curso de Modelagem para Tecido Plano

Realizado pelo Senai-RJ, proporciona a aquisição de conhecimentos de

modelagem, graduação e elaboração do risco dos componentes para a confecção industrial. O curso, que comporta 20 alunos por turma, tem a carga horária total de 120 horas, sendo realizado três vezes por semana.

Participação no Fashion Business

Para o acesso ao mercado da moda, o projeto participa com um estande no Fashion Business, bolsa de negócios que ocorre paralelamente ao Fashion Rio. No Fashion Business, são apresentadas as coleções desenvolvidas pelas instituições aos compradores nacionais e internacionais convidados para o evento. Para a comercialização das peças são contratados três vendedores para assessorar as organizações no processo de vendas. Os vendedores recebem treinamento para conhecer o projeto, as instituições e as peças desenvolvidas, além de serem capacitados pelo profissional de precificação sobre a estratégia de vendas.

OPERACIONALIZAÇÃO

O projeto é coordenado pela equipe da Assessoria de Responsabilidade Social (Asser) do Sistema Firjan, com a supervisão de moda e estilo do Senai Moda. Duas pessoas da equipe da Asser coordenam o projeto, que tem prestação de conta semestral com o diretor financeiro da instituição para aprovação e comprovação das despesas. Além disso, outras áreas da Firjan dão suporte ao projeto, como gerência de marketing, gerência de eventos e diretoria jurídica e assessoria de imprensa.

PARCERIAS CONSOLIDADAS

Senai Moda, Sebrae-RJ e Centro Internacional de Negócios.

RECURSOS NECESSÁRIOS

- Espaço para realização das capacitações em estilo, empreendedorismo, exportação e precificação.
- Contratação de estilistas, profissional de precificação e vendedores.
- Transporte para o curso de costura e modelagem.
- Curso de costura industrial plana e modelagem.

- Apostila da capacitação em precificação.
- Apostila de estratégia de vendas.
- Planilha de preço com as peças.
- Criação, produção e impressão de material de divulgação (vídeo, catálogo da moda, banner e convite).
- Aluguel e decoração do estande no Fashion Business.
- Valor aproximado = R\$ 392.200,00.

AValiação

A equipe do projeto realiza o monitoramento de cada atividade e a avaliação dos resultados ao longo do projeto, com visitas de monitoramento e relatórios.

Visitas de Monitoramento

São realizadas mensalmente ou de acordo com a demanda da atividade que está sendo realizada. A visita tem o objetivo de averiguar o andamento da atividade, a participação da organização social, além de colher depoimentos e sugestões de melhoramento com o grupo e com os profissionais envolvidos nas atividades.

Relatórios de Atividades

Para o acompanhamento das atividades e avaliação dos resultados do projeto, seguem as informações que devem constar em cada relatório:

Relatório de Capacitação em Estilo (mensal) – Instituições

- Data e horário dos encontros.
- Lista de presença.
- Conteúdo abordado.
- Planejamento da coleção (tema, tipo de tecido, cores, quantidade de peças e tipo de peça).
- Pontos facilitadores e pontos dificultadores.
- Avaliação da capacitação.

Relatório da Capacitação em Exportação (único)

- Data e horário dos encontros.
- Lista de presença.
- Conteúdo abordado.

- Avaliação da capacitação

Relatório da Capacitação em Precificação (único)

- Lista dos artesãos que farão a capacitação.
- Data e horário dos encontros.
- Lista de presença.
- Conteúdo abordado.
- Avaliação final.

Relatório Curso de Costura

- Lista dos artesãos que farão o curso.
- Data e horário das aulas.
- Lista de presença.
- Conteúdo abordado.
- Avaliação final.
-

Relatório do Curso de Empreendedorismo (único)

- Lista dos artesãos que participarão do curso.
- Data e horário dos encontros.
- Lista de presença dos encontros.
- Conteúdo abordado.
- Pontos facilitadores e pontos dificultadores.
- Avaliação final do curso.

Relatório de Venda e Pós-Venda

- Quantidade de peças vendidas.
- Valor de cada peça vendida.
- Valor total das vendas.
- Lista das lojas clientes.
- Data de entrega dos pedidos.

BENEFICIÁRIOS

Os beneficiados pelo projeto são artesãos de comunidades de baixa renda ligados a quatro organizações sociais e/ou cooperativas - média de 80 beneficiados diretos e na fase de multiplicação do projeto, 25 por grupo. O perfil dos beneficiados é formado em sua maioria por mulheres e afrodescendentes de comunidades de baixa renda do Estado

do Rio de Janeiro, com renda familiar inferior a um salário mínimo e baixa escolaridade. Com o Arte-Indústria, ganham principalmente os artesãos e suas famílias, positivamente atingidas pela possibilidade do aumento da renda. Além deles ganha a cadeia produtiva local.

Ganha a comunidade, tendo em vista que o exercício da cidadania na esfera profissional restaura e reforça e a auto-estima dos envolvidos no processo. E ganham também as grifes do mercado da moda, que vêm obtendo cada vez mais espaço no mercado nacional e internacional em grande parte pelo valor do trabalho artesanal.

RESULTADOS PERCEBIDOS

- 200 artesãos beneficiados direta e indiretamente.
- Capacitação dos artesãos e fortalecimento dos empreendimentos sociais formais.
- Aumento da renda dos artesãos.
- Maior valor agregado ao produto artesanal.
- Melhora na gestão das instituições.
- Venda de 631 peças para lojas do Rio, outros Estados e países, totalizando R\$ 120.000,00 em três edições do Fashion Business.
- Crescimento do grupo de artesãos envolvidos na produção das peças em mais de 100% após as encomendadas no Fashion Business.
- Formação de carteira de clientes (grifes).
- Maior visibilidade dos produtos e divulgação da instituição.
- Ação Comunitária do Brasil: reestruturação do núcleo da moda, construção de uma loja na sede da instituição e de um quiosque no Shopping da Gávea.
- Coosturart: passou a ter um ponto-de-venda fixo - loja Casa 7 no Humaitá.
- Imprensa: Jornal Extra; Jornal O Globo (quatro matérias - capa do caderno Ela); Jornal do Comercio (duas matérias); Tribuna da Imprensa e Estado de Minas.
- Televisão: TV Globo - Jornal Nacional.
- Internet: Terra Moda; Agência JB; Passarela; Erika Palomino; Fundep; Folha Online; Panorama Brasil (duas matérias); Globo Online (duas matérias); Finance One; Yahoo; Portal Setor 3; site do Cieds.

FOTO: Stock.XCHNG



RIO GRANDE DO SUL

Fundação Semear

Ruínas da redução de São Miguel Arcanjo, principais vestígios das missões jesuíticas dos guaranis

CONTEXTO

O Rio Grande do Sul é o quarto Estado mais rico do país, superado apenas por São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro, e o quinto mais populoso. Em 2006, a população era de cerca de 10,5 milhões de pessoas, sendo 8.310.995 urbana e 1.868.806 rural (Censo IBGE 2000). Sua população constitui cerca de 6% (Censo IBGE 2007) do número de habitantes do país.

Estado com características européias, o Rio Grande do Sul apresenta um alto Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), sendo o terceiro maior do país. Segundo critérios da Organização das Nações Unidas, o IDH gaúcho é de 0,814 (Atlas IDH 2000), reflexo da menor mortalidade infantil do Brasil, das altas taxas de alfabetização (93,3% IBGE 2000) e das boas condições de saneamento básico e saúde. A expectativa de vida no Estado é de 74,8 anos (IBGE 2005).

O PIB do Rio Grande do Sul é o quarto maior do Brasil. Em 2006, cresceu 2,7%, chegando a R\$ 175,2 bilhões em 2007 (Atlas Socioeconômico do Rio Grande do Sul). O PIB per capita cresceu 1,6% no mesmo ano, passando a R\$ 15,8 mil em 2007 (Atlas Socioeconômico do Rio Grande do Sul). Um dos maiores produtores e exportadores de grãos do país, o Estado também conta com grande parte de sua economia (40,6%) baseada no setor industrial.

Novo Hamburgo é um município do Rio Grande do Sul que fica situado no Vale do Rio dos Sinos, a cerca de 40km da capital, Porto Alegre. O município, banhado pelo Rio dos Sinos, compreende uma área de 223km²

O PIB do Rio Grande do Sul é o quarto maior do Brasil. Em 2006, cresceu 2,7%, chegando a R\$ 175,2 bilhões, e o PIB per capita cresceu 1,6% no mesmo ano, passando a R\$ 15,8 mil (em 2007 – Atlas Socioeconômico do Rio Grande do Sul).

e tem uma população de aproximadamente 253.067 habitantes (Censo IBGE 2007). A expectativa de vida ao nascer no município (2000) é de 70,12 anos e seu Índice de Desenvolvimento Humano é europeu (0,809), embora o seu índice de Gini se mantenha dentro dos padrões brasileiros (0,550). Em termos de educação, a sua taxa de alfabetização está entre as melhores do país (94,99), o que implica um Índice de Desenvolvimento Humano e um nível de educação bastante altos em relação aos demais municípios brasileiros (0,906).

A cidade se emancipou de São Leopoldo em 1927 e, a partir de então, acelerou sua industrialização, tornando-se um dos principais pólos econômicos do Vale dos Sinos. A economia de Novo Hamburgo nasceu e cresceu com a indústria de calçados. O desenvolvimento foi rápido e, por isso, a economia se baseou no setor coureiro-calçadista, composto por curtumes, indústrias químicas, componentes para calçados, indústria metalúrgica e componentes eletrônicos. Destacam-se ainda os setores de plástico e

o metalmeccânico, que começam a ocupar uma fatia cada vez maior na economia do município e nas exportações. O seu PIB é de R\$ 3.726.442.000,00 e o PIB per capita de R\$ 14.595,00 (IBGE 2005).

O crescimento trazido pelo calçado atraiu inúmeros imigrantes, inchando a cidade a partir da década de 1960 e originando boa parte dos problemas sociais em virtude da falta de estrutura física e econômica para atender e acomodar adequadamente a população. Nos anos 90, uma grave crise econômica e financeira fez com que os problemas graves da cidade, como favelização, transporte insuficiente e deficiências na infra-estrutura, aumentassem consideravelmente.

A queda do valor do dólar e a forte concorrência chinesa no mercado do calçado trouxeram uma acentuada mudança ao município, com muitas empresas calçadistas encerrando suas atividades e com a exportação diminuindo de volume. Esse fator tem contribuído para o aumento do



Lago Negro, lago artificial no bairro Planalto, em Gramado

desemprego, principalmente das pessoas com menos qualificação, informação e condições econômicas. Esse é o contexto socioeconômico que permeia a iniciativa da Fundação Semear e contribui para sua história e desenvolvimento.

SOBRE O NÚCLEO

A Fundação Semear foi criada em outubro de 1996, quando o segmento empresarial da região do Vale do Rio dos Sinos (RS) percebeu que a participação das empresas era fundamental no processo de desenvolvimento social.

Tudo se iniciou com um grupo de empresas e empresários, liderados pelo tabelião José Flávio Bueno Fischer, que se reunia sistematicamente para pensar e discutir o desenvolvimento do Vale do Rio dos Sinos. Nesse grupo, a maioria já realizava ações sociais independentes e encontrava dificuldades para medir os resultados desses investimentos. Além disso, recebiam um número grande de demandas vindas de entidades sociais e percebiam que a gestão desses recursos precisava ser profissionalizada.

A partir disso, pensaram em uma organização que pudesse ser referência em investimento social privado e que fizesse uma ponte entre o empresariado e a comunidade. Esse grupo, em parceria com a Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha (ACI NH/



FOTO: Arquivo / Rede ACE

CB/EV), instituiu a Fundação Semear, uma organização comunitária, sem fins lucrativos, de origem empresarial, com foco em investimento social privado, para aproximar os recursos empresariais das demandas sociais e desenvolver ações que alterem situações de risco social e promovam o desenvolvimento social.

Desde então, a fundação vem evoluindo e consolidando seu modelo de atuação na busca de atender às demandas e amenizar as desigualdades sociais. Em 2000, realizou um estudo exploratório buscando melhor compreender a atuação social das empresas de Novo Hamburgo, o que permitiu a compreensão de processos para um maior comprometimento social das empresas. Nesse estudo foi percebido, por exemplo, que o sistema de crenças e valores de uma empresa é um dos fatores

catalisadores do desenvolvimento da cultura empresarial mais responsável e comprometida com as questões sociais e que geralmente partem do líder empresarial o estímulo e a sustentação de iniciativas nessa direção.

Destacou-se também a visão de que os investimentos na área social passam por um processo de desenvolvimento e que este se inicia, na maioria dos casos, com ações de assistência à comunidade. O estudo mostra que as empresas estão buscando novos caminhos de atuação social na expectativa de obter maiores retornos e a satisfação para todos os envolvidos em suas ações, além de uma maior proximidade com as comunidades beneficiadas.

Em síntese, esse estudo revelou que o setor empresarial desejava incorporar



FOTO: Arquivo / Rede ACE

novos modelos de atuação social capazes de produzir resultados mais efetivos. Em 2003, um novo estudo foi realizado, desta vez compreendendo todo o Estado do Rio Grande do Sul. Segundo a pesquisa, o investimento das empresas gaúchas na área social vem aumentando nos últimos dez anos, além de que grande parte das empresas passou a perceber a responsabilidade social como um investimento na sustentabilidade de seu negócio. Foi nesse período

que mais da metade das empresas pesquisadas começou a investir em seus colaboradores e na comunidade onde estão inseridas. Embora boa parte das iniciativas ainda fosse de ações isoladas, o estudo mostrou que há uma crescente mobilização e sensibilização dos empresários no sentido de se articularem para ações compartilhadas.

Nesse contexto, a presença da Fundação Semear na comunidade figura como

Visita ao Tabelionato Fischer e à oficina de artesanato da Fundação Semear

um catalisador do setor empresarial e um interlocutor entre empresas e organizações sociais, desempenhando o papel de facilitador, adequando a linguagem e estabelecendo metas a serem cumpridas, visando à otimização dos recursos aplicados e a um melhor impacto como resultado social.

Helena Thomé, coordenadora executiva da Fundação Semear, revela que há um grande desafio nesse papel da fundação. “Nós trabalhamos com dois públicos bem distintos. De um lado o segmento empresarial, com condições financeiras diferenciadas, e do outro pessoas que, muitas vezes, têm uma condição social extremamente desfavorecida. O grande desafio é estabelecer um diálogo e aproximar esses públicos.”

Em 2004, após a execução de um projeto de expansão da Fundação Semear, apoiado pela Fundação Avina, houve um momento importante de aproximação com as empresas, reforçando o papel da instituição. Foi um momento de reconexão com todas as partes interessadas,

FOTO: Arquivo / Rede ACE



Informatização: Aula de computação para crianças e adolescentes. Visita à Stihl

quando foram realizadas várias visitas, levando às empresas palestras sobre responsabilidade social, voluntariado, investimento social privado e outros temas de interesse no campo da atuação social das empresas. Essas ações foram voltadas para a diretoria e também aos funcionários dessas empresas.

A partir de 2004, com a evolução da visão da responsabilidade social empresarial, a fundação passou a valorizar cada vez mais essa temática em suas ações visando estimular a consciência do empresariado nessa direção, investindo em palestras e capacitações relacionadas a esse conceito e à sua prática. Também naquele ano, qualificou-se como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip).

Em 2006, a Fundação Semear completou dez anos de atuação e atualmente conta com mais de 80 empresas mantenedoras,

com ações realizadas em várias cidades do Rio Grande do Sul. Além disso, continua contribuindo com o fortalecimento das organizações sociais por meio da capacitação em gestão, planejamento estratégico, captação de recursos, elaboração de projetos, comunicação e marketing, economia solidária, geração de renda e outros temas.

Também é uma referência quando se fala em responsabilidade social empresarial no Rio Grande do Sul, oferecendo às empresas palestras e consultorias na área de gestão da responsabilidade social empresarial e do investimento social privado.

Atualmente, com atuação estadual, os programas, projetos e ações sociais da Fundação Semear são divididos em quatro principais focos: transformação social; assistência social; capacitação e consultoria; e promoção

da responsabilidade social. Há uma diversidade de experiências e práticas que vão na direção das demandas, expertises e possibilidades das empresas e buscam intensificar o investimento na melhoria da qualidade de vida da população.

Entre as ações e projetos da Fundação Semear, destacam-se:

Em Transformação Social

1) Centros de Vivência – Programa de atendimento socioeducativo voltado para crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social, que opera há 18 anos.

2) Projeto Vencer – Realiza a capacitação profissional e o desenvolvimento pessoal e social de adolescentes para a inserção no mercado de trabalho e se desenvolve de duas maneiras: o Vencer Cooperativo, que une os investimentos de diversas empresas, e o Vencer Corporativo, que se realiza nas dependências de uma empresa, orientando os profissionais dela

FOTO: Arquivo / Rede ACE



a ministrar as oficinas de acordo com sua área de atuação.

3) Geração Empreendedora – Tem o objetivo de desenvolver o potencial empreendedor de pessoas de baixa renda, formando agentes transformadores e incentivando o desenvolvimento local. Essa iniciativa contribui para a redução da violência entre os jovens, originada pela falta de acesso e oportunidades de comunidades de baixa renda, especialmente no campo do trabalho, da cultura, do esporte e do lazer, fomentando ações que possibilitem a participação cidadã.

Em Assistência Social

1) Banco de Investimento Social (BIS) – Possibilita a concretização do investimento social privado, o acompanhamento

profissional das organizações do terceiro setor e a orientação para a prática da responsabilidade social. É a ponte entre quem quer investir e quem precisa do investimento. Mais de 80 organizações do terceiro setor, de todo o Rio Grande do Sul, participam do BIS.

2) Padrinho Legal – Mobiliza pessoas e empresas visando à melhoria da qualidade de vida de crianças e adolescentes oriundas de famílias de baixa renda. A contribuição mensal dos padrinhos possibilita a qualificação do atendimento e uma nova perspectiva de vida para essas crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

Em Capacitação e Consultoria

1) São realizadas ações que buscam

qualificar e profissionalizar a gestão das organizações e as ações empreendidas pelas empresas. Os cursos abordam temas como balanço social, planejamento estratégico, gestão financeira, legislação, comunicação, elaboração de projetos e captação de recursos. Também são realizadas palestras e consultorias para empresas na área de gestão da responsabilidade social e investimento social privado.

Em Promoção da Responsabilidade Social

1) Realiza atividades que pretendem fomentar a prática da responsabilidade social, com foco em investimento social privado. São realizados seminários, encontros, jantares, mostras e outros eventos.

Mesmo com essa variedade de ações, ainda existe a sensação de que o que se faz ainda não é suficiente, e isso se expressa na fala de um dos maiores mantenedores da Fundação Semear: “Acredito que a fundação tem um papel e desempenha bem esse papel, apesar de achar que as suas ações são insuficientes, pois há muitas necessidades sociais e ainda é pouco o que se faz. (...) A gente está trabalhando para ampliar as ações de transformação social”.

Helena Thomé complementa: “Hoje a Semear trabalha com um pensamento a longo prazo e com grande preocupação com a sustentabilidade dessas ações. O planejamento estratégico foi feito até 2010 e foram estabelecidas metas e diretrizes bem definidas e foco de atuação. Fomos tornando nossa gestão mais profissional ao longo do tempo e com uma responsabi-

lidade muito grande na administração dos nossos recursos financeiros”.

Essa preocupação de Helena é refletida nas expectativas dos empresários e retratada na observação de um deles quando diz: “Muitas pessoas de organizações solicitavam recursos e nós ficávamos em dúvida para quem dar esse apoio, qual seria o resultado e a destinação daquele recurso. Com a chegada da fundação isso se organizou, de forma que o empresário investe e a Semear faz essa ponte com a organização para verificar se aquele recurso está sendo bem aplicado, onde está sendo aplicado e dá o retorno para o empresário. Nós precisávamos de um canal para fazer isso funcionar de forma organizada e específica. A fundação entra com know-how, tecnologia, conhecimento e profissionalismo. E isso é que dá densidade. Não só a ação profissional conjunta, mas também a continuidade desse processo. Por isso é sempre um momento importante o da prestação de contas, transparência. É muito importante o empresário saber onde o dinheiro dele está sendo aplicado”.

As expectativas das empresas e empresários não param por aí. Há algo mais que se deseja das empresas, e isso é dito de diversas formas por muitos, mas quem resume muito bem é o Sr. Olívio Jacobus, presidente da fundação (gestão 2006/2007): “As empresas são duplamente beneficiadas. Primeiro porque consolidam sua imagem como uma empresa moderna e segundo porque produtividade e competitividade estão diretamente relacionadas à qualidade de vida da

Sabemos que, hoje, o sucesso das empresas e seu crescimento contínuo passam pelo envolvimento social e pela participação ativa com questões importantes da sociedade.

comunidade na qual a organização está inserida. E é nesse sentido que a Fundação Semear vem atuando, no fomento da prática da responsabilidade social, com enfoque em investimento social privado. Sabemos que, hoje, o sucesso das empresas e seu crescimento contínuo passam pelo envolvimento social e pela participação ativa com questões importantes da sociedade. A responsabilidade social representa um novo paradigma nas relações de negócios, uma nova forma de se exercer a ação empresarial. Uma educação dirigida para o social e para a cidadania proporcionará a formação de pessoas e de empresas sólidas e competitivas, porém socialmente responsáveis”.

SOBRE APRENDIZAGENS

A Fundação Semear revela que uma das mais importantes lições aprendidas foi a necessidade de apresentar ao empresariado resultados palpáveis de seus investimentos. Se esses resultados não forem apresentados, o empresário não investirá. Isso reflete na visibilidade proporcionada pelas ações, conforme pensa o empresariado local. Uma das formas de trabalhar a imagem

institucional, por exemplo, é a formatura do Projeto Vencer. É um momento, para muitos, de glória única na vida, talvez porque não terão oportunidade de conquistar outro diploma. Criou-se todo um cerimonial para valorizar a formatura, um ambiente favorável, com a presença de autoridades locais e regionais. Essa é uma forma de divulgar o trabalho.

Convidar o parceiro para ver o resultado, que consiste naquele jovem se formando. A marca da empresa também pode ser agregada ao projeto, como é o caso do Vencer, do qual a empresa pode dizer que é investidora e realizadora. Isso também é resultado mensurável.

A necessidade de definir o foco e a consistência do que está sendo feito é outra lição aprendida. Isso é expresso também nas idéias do empresariado local, que diz acreditar mais na Fundação Semear hoje e que tem um foco mais definido, o que é fundamental para se ver os resultados.

A Semear hoje estabeleceu uma meta e está seguindo-a. É determinando limites que a fundação acredita estar gerando frustrações, por isso é importante o fazer planejado, organizado, medido. Não se passa por um problema sem que se vá

até o fundo da questão. Aprendeu-se que é importante explicitar, na prática, os valores percebidos pelos parceiros da fundação, que são a confiabilidade, a eficácia das ações, a ética e a transparência na prestação de suas contas. A razão do sucesso da fundação está no envolvimento das lideranças empresariais com a organização desde o seu nascedouro. Outro aprendizado importante a ser revelado é o sentido de cooperação, do fazer junto, isso fortalece a ação. Quando as pessoas se percebem sozinhas, se sentem frágeis e incapazes de atender a algo que computam estar acima da sua capacidade. “Mas, se as vontades vão sendo somadas, podem virar algo muito grande”, diz Márcia Bernardes.

SOBRE O FUTURO

A Fundação Semear acredita em planejamento e profissionalização contínua, porém, como toda organização social e sem fins de lucro, preocupa-se muito com sua sustentabilidade. Por isso, vê na aproximação maior com os seus mantenedores algo importante para o comprometimento deles com a entidade.

Por outro lado, nas empresas fundadoras também há uma preocupação com a manutenção das ações existentes. Para elas, existe uma relação de interdependência, uma precisa da outra e não dá para separar. Por exemplo: a Semear tem o conhecimento do terceiro setor e a Associação Comercial Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha (ACI NH/CB/EV) é uma entidade representativa do setor empresarial.

A fundação é instituidora e boa parte dos associados contribui mensalmente. Com isso, percebe-se que as empresas associadas, quando contribuem, estão dando retorno sobre o valor que tem essa relação, e isso se projeta para o futuro no momento em que consta no estatuto da ACI.

Além da ACI NH/CB/EV, o Tabelionato Fischer também mostra essa preocupação: “No futuro, todos os tabelionatos que participam do sistema E-Tab (empresa de consultoria na área de serviços para tabelionatos e escritórios de registro) serão mantenedores da Fundação Semear, parceria que está prevista no modelo de gestão que a E-Tab propõe”.

Com esse nível de engajamento do empresariado local, entende-se que a Fundação Semear está no caminho da sua sustentabilidade futura. Para o empresariado local, as empresas entendem a fundação como a sua extensão para abordar questões sociais, para avaliação de projetos e sentem-se parte da fundação.

SOBRE A REDE ACE

A Fundação Semear enxerga o ACE como uma grande rede de articulação que precisa ter estratégias integradas e buscar a continuidade nos projetos que realiza. Esse levantamento que está sendo feito e o conhecimento das ações que os núcleos realizam serão muito importantes para potencializar tanto as ações da Fundação Semear como as dos demais núcleos.

A equipe executiva da Semear acredita que a Rede ACE pode agregar mais valor à

fundação, trazendo conhecimento e experiências. Entretanto, até agora, não percebe que a rede tenha aportado valor à instituição localmente. Também se questiona o papel da fundação nessa rede. Considera-se que há benefício na participação de debates e reflexões sobre o que está sendo feito nos Estados, sobre as experiências de cada um. Esse é um recurso importante da rede. Porém ressalta-se que o contato entre os membros da rede poderia ser melhor trabalhado para aprofundamento de suas relações e melhor apropriação sobre as experiências de cada um.

Existe uma certa dificuldade da fundação em se integrar a demandas propostas pela rede porque as suas demandas locais são muito grandes, maiores do que as que a sua proposta de trabalho pode absorver.

Imagina-se que isso deva ser uma constante para todos os núcleos e por isso precisa ser considerada. Na visão da equipe executiva do Semear, deveria haver união entre os núcleos da rede em torno de um objetivo comum, bem traçado e planejado. A internet pode ser mais explorada para promover maior interconexão entre os núcleos. Na visão da Semear, a rede deveria buscar o fortalecimento da responsabilidade social empresarial e do investimento social privado por meio do fomento e incentivo desses temas e da prática das empresas, e dentro disso apresentar novas alternativas, apontar caminhos a serem percorridos. A rede precisa existir a partir de uma finalidade comum e da construção de uma identidade compartilhada entre seus núcleos. A continuação virá da união de todos em torno da causa comum.

FUNDAÇÃO SEMEAR

HISTÓRICO

Em 1996 o segmento empresarial da região do Vale dos Sinos (RS) começava a delinear uma nova forma de entendimento das questões sociais e passava a perceber que a participação das empresas constitui uma parte fundamental no processo de desenvolvimento social. Nesse contexto, o tabelião José Flávio Bueno Fischer idealizou uma organização que pudesse ser referência nas relações de responsabilidade social entre o empresariado e a comunidade, focando assim o investimento social privado.

Surgia, então, a Fundação Semear, uma organização comunitária, de origem empresarial e sem fins lucrativos, constituída pela livre adesão de 33 empresas e empresários e com a parceria da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha.

MISSÃO

Proporcionar a participação da sociedade na realização de ações de responsabilidade social no exercício da cidadania.

VISÃO E VALORES

Visão

Ser uma organização de referência à prática de responsabilidade social com foco em investimento social privado.

Valores

- Ética
- Transparência

- Qualidade
- Inovação
- Eficácia das ações

PRINCIPAIS LINHAS DE ATUAÇÃO

Atualmente a Semear busca o desenvolvimento social em todo o Estado do Rio Grande do Sul, tendo como missão proporcionar a participação da sociedade na realização de ações de responsabilidade social no exercício da cidadania. Para isso, desenvolve uma série de ações e programas, dentro de quatro principais linhas de atuação: assistência social; transformação social; capacitação e consultoria e promoção da responsabilidade social.



PRINCIPAIS PROJETOS, PROGRAMAS E AÇÕES

Entre as ações e projetos da Fundação Semear, destacam-se:

Centro de Vivência Redentora

O Centro de Vivência Redentora atende cerca de 350 crianças, de 6 a 16 anos, em situação de vulnerabilidade social. As atividades são desenvolvidas por meio dos espaços Vivência Cultural,

Vivência Esportivo e Vivência Social e compreendem atividades e atendimentos como dança, artes, literatura, informática, idiomas, coral e violão, atividades de recreação e capoeira, atendimento médico, psicológico e psicopedagógico, além de encaminhamentos para laboratório, serviços especializados e doações às famílias. O Centro de Vivência Redentora oferece, ainda, uma biblioteca com quase dois mil volumes e um computador comunitário com acesso à internet à disposição da comunidade.

Capacitação para organizações do terceiro setor e para empresas

Essas ações são realizadas buscando qualificar e profissionalizar a gestão das organizações e as ações empreendidas pelas empresas. Os cursos abordam temas como balanço social, planejamento estratégico, gestão financeira, legislação, elaboração de projetos e captação de recursos. Também são realizadas palestras e consultorias para empresas na área de gestão da responsabilidade social e investimento social privado.

Promoção de Responsabilidade Social

A Fundação Semear realiza seminários e eventos e, com essas atividades, pretende fomentar a prática da responsabilidade social, com foco em investimento social privado. São realizados seminários, encontros, jantares, mostras e outros eventos.

Projeto Vencer

O Projeto Vencer realiza a capacitação profissional e o desenvolvimento pessoal e social de adolescentes para a inserção no mercado de trabalho.

Projeto Geração Empreendedora

O objetivo é desenvolver o potencial empreendedor de jovens em situação de vulnerabilidade social por meio da capacitação para o trabalho em marcenaria e de atividades de geração de renda. O Projeto Geração Empreendedora vem fortalecer e complementar as ações desenvolvidas pela Fundação Semear, impulsionando o alcance dos objetivos sociais e a participação da sociedade na busca de soluções para as demandas sociais. Essa iniciativa contribuirá para a redução

da violência originada pela falta de acesso e oportunidades para a juventude de classes populares, especialmente no campo do trabalho, cultura, do esporte e do lazer, o que configura um quadro marcado pela exclusão social. O Projeto Geração Empreendedora busca fomentar ações que possibilitem a participação cidadã juvenil.

Banco de Investimento Social (BIS)

O BIS é um programa que possibilita a concretização do investimento social privado, o acompanhamento profissional das organizações do terceiro setor e a orientação para a prática da responsabilidade social. É a ponte entre quem quer ajudar e quem precisa do investimento. Mais de 80 organizações do terceiro setor, de todo o Rio Grande do Sul, participam do BIS.

O BIS possui os seguintes serviços:

Balcão de Projetos

Espaço para apresentação de projetos no campo social que precisem de apoio para sua concretização. Os projetos, apresentados por organizações do terceiro setor, podem ser contemplados com repasses financeiros (projetos de desenvolvimento) ou em itens como materiais de higiene e limpeza, mobiliários, equipamentos de informática, materiais didáticos e vestuário (projeto de manutenção).

Padrinho Legal

O Programa Padrinho Legal mobiliza pessoas e empresas visando à melhoria da qualidade de vida de crianças e adolescentes oriundas de famílias de baixa renda. A contribuição mensal dos padrinhos possibilita a qualificação do atendimento e uma nova perspectiva de vida para essas crianças e adolescentes em situação de risco social. Os valores arrecadados são investidos em vários programas sociais, ministrados por organizações do terceiro setor. Para apadrinhar uma criança, cada padrinho contribui, mensalmente, com R\$ 50,00 e recebe os dados do(s) seu(s) afilhado(s) e os relatórios de acompanhamento dele(s).

Fontes de Recursos

Esse serviço disponibiliza um canal de comunicação entre empresas, fundações, institutos e outros potenciais investidores que possuem projetos próprios e que queiram firmar parceria com organizações do terceiro setor. O objetivo é aproximar fontes de recursos já existentes

e predefinidas com as demandas sociais de organizações sociais localizadas no Estado do Rio Grande do Sul.

AÇÕES INDICADAS PARA INTEGRAR O BANCO DE PRÁTICAS DA REDE ACE

Projeto Vencer e Banco de Investimento Social (BIS).

RELAÇÃO COM OUTRAS ENTIDADES EMPRESARIAIS LOCAIS

É parceira institucional da Fundação Semear:

- Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha

Demais entidades empresariais (locais) de relação com a Fundação Semear:

- Câmara de Dirigentes Lojistas de Novo Hamburgo
- Sindicato da Ind. de Curtimentos de Couros e Peles de Novo Hamburgo
- Associação Brasileira das Indústrias de Calçados
- Associação das Indústrias de Curtume do Rio Grande do Sul
- Associação Comercial, Industrial e de Serviços de São Leopoldo
- Federação das Associações Comerciais e de Serviços do Rio Grande do Sul
- Sindicato da Indústria e Calçado
- Associação Rio-Grandense de Fundações

PRINCIPAIS PARCEIROS

ACI NH/CB/EV, empresas mantenedoras, investidores do BIS, Gife e organizações sociais parceiras.

PERFIL DAS EMPRESAS ASSOCIADAS

Mantenedores da Fundação Semear.

Classificação por setor econômico SERVIÇOS

1. Academia de Tênis Wallau Ltda.

2. Cirinvest
3. Companhia de Participações Sinosserra
4. Feluma - Postos de Serviços Ltda.
5. Fenac S.A. - Feiras e Empreendimentos Turísticos
6. Finansinos S.A. - Crédito, Financiamento e Investimento
7. Fundação Francisco Xavier Kunst
8. Imobiliária Vila Rica Negócios Imobiliários
9. JC Importação e Exportação Ltda.
10. Kraemer Filho Participações Societárias Ltda.
11. Laboratório Exame de Análises Clínicas
12. MDT Estúdio
13. Mosmann Construções Ltda.
14. Multiclínica Serviços de Saúde Ltda.
15. On Line Trading S.A.
16. Prontomed Novo Hamburgo Ltda.
17. Representações e Participações Excelsior Ltda.
18. Sinocom Radiodiagnóstico Computadorizado Ltda.
19. Sinosserra S.A. Imóveis
20. Snel Advogados Associados SC
21. Star Export Assessoria e Exportação Ltda.
22. Swan Hotels
23. Teccos - ATT Tecnologia em Informática Ltda.
24. Unimed Vale dos Sinos
25. Vila Rica Imóveis

INDÚSTRIAS

26. Andreas Stihl Motosserras Ltda.
27. Aorelios Calçados Indústria e Comércio Ltda.
28. Artecola Indústrias Químicas Ltda.
29. Boxflex Componentes para Calçados Ltda.
30. BP Bode Proar Ltda.
31. Caeté S.A.
32. Calçados Beira Rio S.A.
33. Calçados Furlanetto Ltda. - Ceconello
34. Calçados Tabita Ltda.
35. Chronos Participações Ltda.
36. Corteletti & Sons Formulários e Etiquetas Ltda.
37. Curtume Berghan Ltda.

38. Fazenda Tradição Alimentos Ltda.
39. Felix Fôrmis e Componentes Ltda.
40. Fröhlich S.A. Indústria e Comércio de Cereais
41. Grupo A. Grings S.A.
42. HG Indústria e Comércio de Calçados Ltda.
43. Indústria de Calçados West Coast Ltda.
44. Isdralit Indústria e Comércio Ltda.
45. Killing S.A. Tintas e Adesivos
46. LRB Indústria e Comércio de Produtos Químicos Ltda.
47. Maria Gabriell Calçados Ltda.
48. Metalúrgica Daniel Ltda.
49. Petroquímica Triunfo S.A.
50. Plínio Fleck S.A. Indústria e Comércio
51. Rexnord Correntes Ltda.
52. Ricaplast Indústria e Comércio Injetados Plásticos Ltda.
53. Schmidt Irmãos Calçados Ltda.

COMÉRCIO

1. Carburgo Veículos Ltda.
2. Centro de Ecografia de Novo Hamburgo
3. Demuth Máquinas Industriais Ltda.
4. Diniz Furlan & Cia. Ltda. (Padaria Brasil)
5. Droga Rio
6. Facsom Sistemas e Produtos para Áudio e Vídeo
7. Itália Couros Ltda.
8. Joseima Kroth - ME
9. Katy Calçados Ltda.
10. Nanito Componentes para Calçados
11. Oficina do Cartucho Ltda.
12. RDV Comercial Exportadora e Importadora Ltda.
13. Restaurante O Bifão
14. Ritmo Veículos Ltda.
15. Sinoscar S.A. - Novo Hamburgo
16. Sinoscar S.A. - São Leopoldo
17. Unidasul Dist. Alimentícia S.A. (Unidão e Rissul Supermercados)

ENTIDADES DE CLASSE

18. Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo

- Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha
- 19. Sindicato das Ind. Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico
- 20. Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Esteio
- 21. Grupo de Institutos, Fundações e Empresas
- 22. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

PESSOA FÍSICA/empresários

- 23. Adalberto Alexandre Snel
- 24. Adriano Kalfelz Martins
- 25. Alfredo Ervino Berlitz
- 26. Antônio Marcelo Cáleffi
- 27. Carlos Luiz Poisl
- 28. Henrique Mosmann Júnior
- 29. Jaqueline Mielke Silva
- 30. João Carlos Hartz
- 31. José Flávio Bueno Fischer
- 32. Julio César Schaeffer
- 33. Leo Maldaner
- 34. Marco Antônio Fontana
- 35. Olívio Jacobus
- 36. Paulo Gilson Roos
- 37. Ruben Dario Vitabar Balco

PUBLICAÇÕES, PESQUISAS E ARTIGOS

- Estudo exploratório da cidadania empresarial em Novo Hamburgo (2000) – disponível para download no site no link <http://www.fundacaosemear.org.br/?area=19>.
- Pesquisa sobre responsabilidade social no Vale dos Sinos (2001) – disponível para download no site da Fundação Semea no link <http://www.fundacaosemear.org.br/?area=19>.
- Pesquisa sobre responsabilidade social empresarial no Estado do Rio Grande do Sul, disponível no link <http://www.fundacaosemear.org.br/?area=19>.
- Cartilha de responsabilidade social empresarial, disponível no link <http://www.fundacaosemear.org.br/?area=18>.
- Artigos bimestrais nas revistas Conexão Social (2003, 2004 e 2005) e O Empresário (2002, 2003, 2004, 2005 e 2006).

- Artigos semanais no jornal ABC Domingo, do Grupo Sinos, no ano de 2005.
- Artigos para a revista Brasil Responsável, para o jornal Gazeta Rosada, jornal Folha de NH, revista Expansão e Revista do Instituto de Estudos Empresariais vista Expansão e Revista do Instituto de Estudos Empresariais.

LEGISLAÇÃO LOCAL (para incentivo às ações sociais das empresas)

Investimentos pelo Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente, por meio do CMDCA NH (não é somente local).
Lei da Solidariedade.

CONSELHO E DIRETORIA

DIRETORIA

Olívio Jacobus

Presidente

Berlize Anschau

Vice-presidente de promoção e eventos

João Fernando Hartz

Vice-presidente de relações internacionais

Julio César Schaeffer

Vice-presidente administrativo financeiro

Leo Maldaner

Vice-presidente do BIS e de gestão institucional

Maria Isabel Jacobus Pezzi

Vice-presidente de novos projetos e relação com investidores

Nelson Ramalho

Vice-presidente do Projeto Vencer

Paulo Gilson Roos

Vice-presidente jurídico e do Centro de Vivência Redentora

Roque Cypriano

Vice-presidente de mantenedores

Vera Walter

Vice-presidente de comunicação e marketing

Luis Fernando Framil Fernandes

Vice-presidente de relações com o governo e a sociedade

CONSELHO CURADOR

Fatima Daudt - **Presidente**

Adriano Kalfelz Martins

Augusto de César

João Carlos Hartz

Olivério Maria Ferreira

Renato Brenner Machado

Renato Kunst

Reomar Frank

Romeu Oto Blauth

CONSELHO FISCAL

Titulares

João Carlos Lucini

Clóvis Schwan

Evaristo La Bradbury

Suplentes

Luiz Carlos Duarte

Luiz Carlos Gerhardt

Marcelo Fernando Haeser

EQUIPE EXECUTIVA

Helena leggli Thomé

Coordenadora Executiva

helena@fundacaosemear.org.br

(51) 2108 2108 – ramal 2160

(51) 8121 1753

Aniversário: 27/06

Ana Maria Paslauski

Assessora de Projetos sociais

ana@fundacaosemear.org.br

(51) 2108 2108 – ramal 2161

(51) 8135 7960

Aniversário: 15/04

Carina Capovilla

Assistente de projetos sociais

carina@fundacaosemear.org.br

(51) 2108 2108 – ramal 2164

Aniversário: 01/08

Lucas Silva dos Santos

Assistente de desenvolvimento social

lucas@fundacaosemear.org.br

(51) 2108 2108 – ramal 2163

(51) 9706 3556

Aniversário: 04/12

Márcia Bernardes

Assessora de comunicação

comunicacao@fundacaosemear.org.br

(51) 2108 2108 – ramal 2165

(51) 9128 3055

Aniversário: 22/06

Morgana da Luz

Assistente de comunicação

morgana@fundacaosemear.org.br

(51) 2108 2108 – ramal 2162

Aniversário: 28/08

Luana Lopes

Assistente financeira

luana@fundacaosemear.org.br

(51) 2108 2108 – ramal 2161

Aniversário: 21/01

Sheila Schuh da Silva

Assistente administrativo

sheila@fundacaosemear.org.br

(51) 2108 2108 – ramal 2193

Aniversário: 17/11

Projetos 2007 / 2008

PROJETO VENCER & BANCO DE INVESTIMENTO SOCIAL (BIS)

Descrição dos dois principais projetos da Fundação Semear para fomentar a cidadania empresarial no Rio Grande do Sul, eleitos pela entidade conforme os critérios de inovação, facilidade de viabilização e nível de resultados alcançados.

Recife, julho de 2007.

PROJETO VENCER

CRITÉRIO DE ESCOLHA

- Fácil replicação.
- Grande impacto social.
- É um projeto de inserção de jovens no mercado de trabalho que pode ocorrer de duas formas adequando-se a realidade da comunidade a ser inserido, pode ser cooperativo ou cooperativo.
- Metodologia de fácil entendimento.
- Atinge suas metas e objetivos.
- Envolve a sociedade na busca de soluções que alterem a realidade social das comunidades onde está inserido.

O PROJETO

Tendo identificado o problema da inserção de jovens em situação de risco social no mercado de trabalho e entendendo essa questão como um entrave ao desenvolvimento social, a Fundação Semear desenvolveu o Projeto Vencer, que busca proporcionar capacitação profissional e desenvolvimento pessoal a jovens de baixa renda, visando a sua inserção no mercado de trabalho.

Objetivos Específicos

- Unir esforços para a prática do investimento social privado.

- Promover o resgate da cidadania e da auto-estima dos jovens em situação de vulnerabilidade social.
- Capacitar jovens e oportunizar melhores condições de acesso ao mercado de trabalho.

COMO FUNCIONA

O projeto acontece por meio de oficinas diárias que possibilitam o conhecimento sobre postura profissional, exigências do mercado, sobre temas específicos de área profissional de cada edição do projeto, abordando noções gerais de cada segmento (mecânica, comércio, etc.), bem como sobre conhecimentos gerais, comuns a todas as áreas, como português, matemática, ética e cidadania, meio ambiente, informática e segurança no trabalho.

O Projeto Vencer pode ocorrer de duas formas, de acordo com sua origem:

Vencer Cooperativo

Une esforços de diversas empresas que investem na capacitação profissional dos jovens. O primeiro passo para a realização do Vencer Cooperativo é a mobilização para o investimento social privado, em que se buscam empresas interessadas em manter financeiramente o projeto. Logo após, o grupo de investidores define a área profissional que norteará o projeto e, a partir disso, é elaborado um currículo específico para cada área.

Vencer Corporativo

Acontece nas dependências de uma empresa. A partir da proposta desenvolvida pela Fundação Semear, um técnico da fundação orienta os colaboradores da empresa para ministrarem as oficinas,

de acordo com a área de atuação deles. Assim, os colaboradores da empresa são envolvidos no processo, estimulando a busca por novos conhecimentos e o desenvolvimento de trabalhos voluntários, principalmente corporativo. A Fundação Semear participa de todo o processo de implantação do projeto, prestando consultorias que visam adaptar a proposta às necessidades e aos interesses de cada empresa. A partir de um currículo, construído de acordo com cada caso, o Vencer passa a ser personalizado, adequando-se ao porte, ao segmento e à identidade de cada empresa. Escolhidos os ministrantes, as oficinas são colocadas em prática em horários definidos pela empresa.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

O Projeto Vencer Cooperativo é mantido por um grupo de empresas que investem na capacitação de jovens para inserção no mercado de trabalho. Os investidores contribuem sistematicamente com um valor fixo para a manutenção do projeto. O Vencer Corporativo é desenvolvido na estrutura física de uma empresa, que mantém o projeto.

AValiação

Mais de 50% dos alunos capacitados no projeto já conseguiram oportunidades formais no mercado de trabalho.

BENEFICIÁRIOS

Os beneficiados com o Projeto Vencer são os alunos e suas famílias, o público interno das empresas que mantêm o projeto e a comunidade onde estão inseridas as edições.

RESULTADOS PERCEBIDOS

Nas sete edições do Projeto Vencer, 95 jovens foram qualificados, dos quais 50% estão inseridos no mercado de trabalho. Por meio do Projeto Vencer os jovens melhoram a sua auto-estima, se qualificam em áreas específicas, recebendo aprendizado técnico e de cidadania e melhorando, assim, o seu acesso e permanência no mercado de trabalho.

BANCO DE INVESTIMENTO SOCIAL (BIS)

CRITÉRIO DE ESCOLHA

- Fácil replicação.
- Grande impacto social.
- Metodologia de fácil entendimento.
- Atinge suas metas e objetivos.
- É uma ponte entre quem quer investir e quem precisa de investimento.

O PROJETO

A Fundação Semear criou um banco diferente e inovador, onde os dividendos são medidos pelo reconhecimento da comunidade e pela satisfação de poder ajudar. O Banco de Investimento Social busca a promoção do investimento social privado e a participação de empresas, agências de financiamento e potenciais investidores em ações que levem ao fortalecimento do exercício da cidadania. É um programa que possibilita a concretização do investimento social privado, o acompanhamento profissional das organizações do terceiro setor e a orientação para a prática da responsabilidade social, dando visibilidade a projetos e intermediando possíveis parcerias.

COMO FUNCIONA

As organizações sociais interessadas em participar do BIS devem se cadastrar em formulário próprio emitido pela Fundação Semear. Esse cadastro passa por uma análise e, posteriormente, a organização recebe uma visita técnica. Após a aprovação do cadastro e a visita, quando confirmados os requisitos, a organização é aprovada para participar dos serviços oferecidos pelo BIS, Balcão de Projetos (contemplação de projetos sociais) e Padrinho Legal (cadastramento de crianças para apadrinhamento), além de recebimento de doações e assessoria.

Balcão de Projetos

Espaço para apresentação de projetos no campo social que precisem

de apoio para sua concretização. Os projetos, apresentados por organizações do terceiro setor, podem ser contemplados com repasses financeiros (projetos de desenvolvimento) ou em itens como materiais de higiene e limpeza, mobiliários, equipamentos de informática, materiais didáticos e vestuário (projeto de manutenção).

Padrinho Legal

O Programa Padrinho Legal mobiliza pessoas e empresas visando à melhoria da qualidade de vida de crianças e adolescentes oriundas de famílias de baixa renda. A contribuição mensal dos padrinhos possibilita a qualificação do atendimento e uma nova perspectiva de vida para essas crianças e adolescentes em situação de risco social. Os valores arrecadados são investidos em vários programas sociais, ministrados por organizações do terceiro setor. Para apadrinhar uma criança, cada padrinho contribui, mensalmente, com R\$ 50,00 e recebe os dados do(s) seu(s) afilhado(s) e os relatórios de acompanhamento dele(s).

Fontes de Recursos

Esse serviço disponibiliza um canal de comunicação entre empresas, fundações, institutos e outros potenciais investidores que possuem projetos próprios e que queiram firmar parceria com organizações do terceiro setor. O objetivo é aproximar fontes de recursos já existentes e predefinidas com as demandas sociais de organizações sociais localizadas no Estado do Rio Grande do Sul.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

Auto-sustentação do projeto: o projeto foi enquadrado em Lei Auto-sustentação do projeto: o projeto foi enquadrado em Lei Rouanet a fim de facilitar a captação de recursos nas empresas para a sua realização.

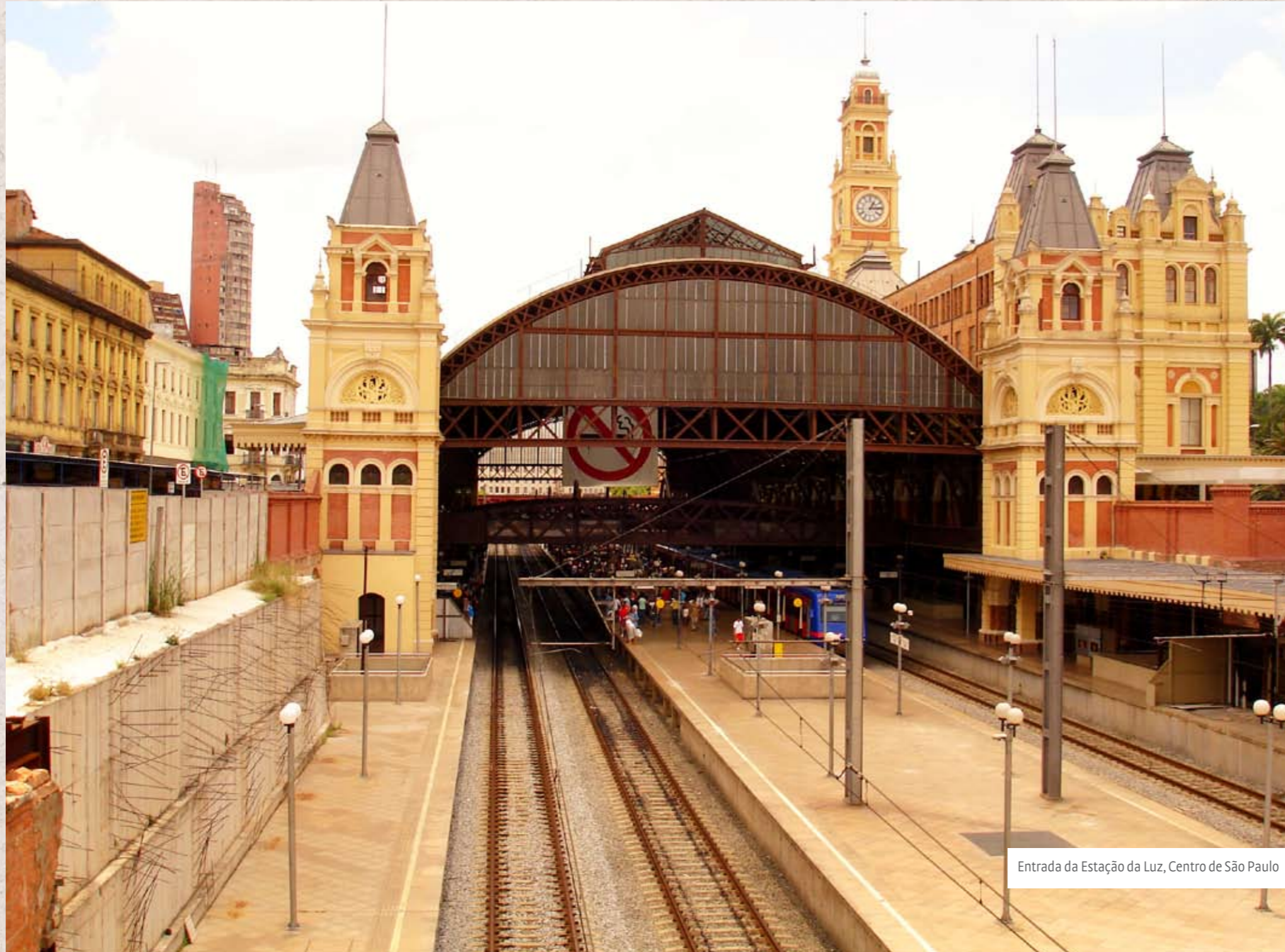
Auto-sustentação das organizações sociais após saírem do projeto: a participação no Fashion Business proporciona contato direto das organizações sociais com o mercado da moda, desencadeando diversas parcerias e vendas para grifes nacionais e internacionais. Ocorre uma transição de visão de projeto social para visão de negócio sustentável.

BENEFICIÁRIOS

O BIS abrange o público atendido pelas 82 organizações sociais cadastradas no programa (crianças, adolescentes, portadores de deficiências, idosos, dependentes químicos, etc.) e as comunidades onde essas entidades estão inseridas, além do público interno das empresas investidoras, padrinhos legais, entre outros.

RESULTADOS OBTIDOS

Desde seu lançamento, o BIS contemplou 124 projetos sociais nas áreas de alimentação, material pedagógico, higiene e limpeza, material de construção, mobiliário e equipamentos e projetos de desenvolvimento, entre 71 organizações sociais cadastradas, beneficiando mais de 12 mil pessoas. No Programa Padrinho Legal, 388 crianças já foram apadrinhadas e 432 aguardam apadrinhamento.



SÃO PAULO

Instituto de Cidadania
Empresarial de São Paulo
(ICE/SP)

Entrada da Estação da Luz, Centro de São Paulo

CONTEXTO

O Estado de São Paulo é o mais populoso do Brasil, contando com aproximadamente 40 milhões de habitantes, o que representa 21% da população brasileira e 11% de toda a população sul-americana. Essa imensa população é principalmente urbana: 93,7% vivem nas cidades, enquanto 6,3% vivem no campo. Tamanho desequilíbrio se reflete na capital do Estado: com cerca de 19 milhões de habitantes, a cidade de São Paulo é a maior cidade da América Latina. Além de grande, ela exerce influência significativa nacional e internacionalmente tanto no âmbito político quanto no econômico e cultural.

Apesar de extremamente urbano, o Estado de São Paulo é uma das unidades federativas do Brasil que mais contribuem na produção agrícola nacional, sendo responsável por um terço do PIB agroindustrial brasileiro. Na pecuária, o Estado também se destaca, sendo responsável por 16% das aves de corte, 9% do rebanho de bovinos e 7% dos suínos do país. Além de populoso, o Estado de São Paulo é também o mais rico do país, sendo responsável por 39,3% do PIB nacional. Em 2003, o Brasil ocupava o 70º lugar no ranking mundial de PIB per capita. Analisado em separado, São Paulo ocupava o 51º lugar, colocando a sua economia em patamares próximos a países como Grécia, Finlândia e África do Sul.

Sua riqueza também se reflete, em parte, no Índice de Desenvolvimento Humano,

Além de populoso, o Estado de São Paulo é também o mais rico do país, sendo responsável por 39,3% do PIB nacional.

sendo o terceiro maior índice (0,833) do país, depois de Santa Catarina (0,840) e do Distrito Federal (0,874), segundo o Pnud 2005.

Seus índices educacionais são relativamente superiores aos do restante do país e a qualidade do ensino supera a média nacional. O Estado também possui a maior rede de escolas. Em 2004, havia em São Paulo 17 mil pesquisadores doutores, o equivalente a 43 doutores por 100 mil habitantes, quase o dobro da média brasileira.

Na saúde não é diferente. São Paulo concentra 105 mil leitos clínicos, cirúrgicos e hospitalares, o que representa mais de 20% do total de leitos do Brasil.

O Estado de São Paulo, sendo o mais industrializado Estado da Federação, é o maior produtor e também consumidor de energia nacional. São Paulo possui mais usinas hidrelétricas do que qualquer outro Estado, contando também com uma usina termoeletrica. Sua economia é diversificada, com uma grande quantidade de indústrias e

multinacionais. A Região Metropolitana de São Paulo concentra a maior parte dessas indústrias, que vão de indústrias de alta tecnologia até indústrias automobilísticas, passando por indústrias metalmeccânica, de álcool e açúcar, têxtil, automobilística e de aviação.

Em relação ao comércio, dos 315 shopping centers que existem hoje no Brasil, por exemplo, 103 estão em São Paulo (32,7% do total). Os setores de serviços e financeiro também têm importância capital na economia mais forte do país.

São Paulo também possui o maior colégio eleitoral brasileiro, com 25.655.553 (IBGE 2002) eleitores em todo o Estado. Na eleição de 2006, o número passou para 28.037.256, segundo o Tribunal Superior Eleitoral.

Tudo o que descrevemos acima comprova que esse Estado é o maior centro de poder e riqueza do nosso país. Entretanto, é importante não esquecermos que, em meio a essa pujança, cerca de 50% da população desse Estado, segundo o IBGE, vive em



Vista superior da Avenida Paulista

FOTO: Arquivo / Rede ACE



Visita à comunidade produtora de farinha de mandioca e festa de primeiro aniversário do Grupo Casulo, com participação de Gilberto Gil

Com foco no investimento social privado, nicho do exercício da responsabilidade social empresarial, e entendendo que a ação de fundações e institutos empresariais deve se estruturar de forma a gerar condições para que se instaurem processos ampliados e permanentes de transformação social, o ICE define o desenvolvimento comunitário como foco de sua atuação.

Assim, com a missão de conscientizar a classe empresarial e promover seu envolvimento em projetos e iniciativas do terceiro setor, os projetos realizados pelo ICE têm o objetivo de fortalecer a capacidade de ação coletiva de organizações sociais formadas por pessoas de comunidades em situação de vulnerabilidade social. Suas ações buscam: a) promover o desenvolvimento local sustentável e solidário; b) reduzir as desigualdades sociais nos locais em que atua; c)

níveis de pobreza semelhantes aos dos países mais pobres do mundo. Parece que se tem aí um grande desafio para a sociedade paulista.

SOBRE O NÚCLEO

O Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) iniciou as suas atividades em 1999, período em que a iniciativa privada

despertava para o investimento no campo social. O instituto vem também na esteira do Projeto Ação Empresarial pela Cidadania no Brasil, que foi incentivado pelo Programa Liderazgo em Filantropia em las Américas (Programa LIP), da W. K. Kellogg Foundation, que visava contribuir com o desenvolvimento da filantropia empresarial e do voluntariado na América Latina, por meio do fortalecimento de lideranças sociais.

FOTO: Arquivo / Rede ACE



promover e estimular a articulação entre diversos setores da sociedade; d) estimular a prática socialmente responsável das empresas; e) fortalecer o relacionamento das empresas com a comunidade; f) desenvolver e disseminar metodologias sociais de impacto, com foco em desenvolvimento comunitário e juventude.

Nessa perspectiva, o ICE acredita que contribui para o fortalecimento democrático e a formação de cidadãos operantes e participantes das decisões que influenciam os destinos de suas comunidades. Muito além dos méritos e resultados de seus projetos, o ICE busca instaurar processos de aprendizagem e de ação coletiva, necessários para garantir a

continuidade das transformações sociais almejadas.

As ações desenvolvidas pelo ICE são pautadas no compromisso com o desenvolvimento local sustentável e solidário, estratégia que acredita ser eficaz para o enfrentamento da pobreza e da exclusão social. Para tal, busca atuar em parceria com empresas, tencionando fortalecer o relacionamento das empresas com as comunidades onde estão presentes, ao mesmo tempo que tece uma teia intersetorial que envolve o Estado na perspectiva de aportar bases sustentáveis para as transformações sociais.

Entre as principais ações do Instituto de Cidadania Empresarial de São Paulo estão:

1) O Projeto Casulo, iniciado em 2003 com a missão de contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população do Real Parque e Jardim Panorama (zona sudoeste da cidade de São Paulo), por meio de um processo de desenvolvimento comunitário que prioriza o jovem como agente estratégico de transformação social. Realizado em parceria com a prefeitura de São Paulo e vinte empresas, fundações e institutos, tem como eixos de atuação a cultura, a educação, a ação comunitária e o empreendedorismo. Participam dessa iniciativa cerca de 300 adolescentes e jovens com idade entre 10 e 24 anos e em situação de vulnerabilidade social, através de atividades regulares e gratuitas.

2) O Projeto Pajiroba – Programa de Desenvolvimento Comunitário Solidário de Juruti – tem como missão contribuir para a melhoria da qualidade de vida de 20 comunidades (cerca de 450 famílias) do município de Juruti, no Pará. O projeto, realizado por meio de

parceria entre ICE, RedEAmérica, Alcoa e Camargo Corrêa, objetiva aumentar a renda dessa população com o incentivo à agricultura familiar, ao artesanato, ao fortalecimento das organizações de base comunitária e à sua governança local. Por meio da adoção de novas técnicas de plantio sustentável e da diversificação da produção, busca atender ao consumo de famílias e comercializar a produção excedente. O artesanato produzido visa ressaltar os valores culturais locais.

3) O Projeto de Fortalecimento das Organizações do Real Parque e Jardim Panorama tem a missão de contribuir para o desenvolvimento comunitário da região, investindo no papel estratégico das organizações que ali atuam, fortalecendo-as e estimulando a articulação de seus esforços. Uma parceria com a Inter-American Foundation (IAF), o projeto utiliza metodologia referenciada pela RedEAmérica, que tem como



FOTO: Arquivo / Rede ACE

foco o desenvolvimento de base. O fortalecimento das organizações se dá por meio do apoio técnico e financeiro à sua gestão e à implementação de projetos de intervenção comunitária. Até agora foram apoiados seis projetos comunitários e quatro organizações receberam apoio técnico para a sua regularização jurídica e contábil. Atualmente sete organizações participam de um programa de formação para elaboração de projetos.

De maneira geral, os projetos do ICE visam fortalecer a capacidade de ação coletiva de organizações sociais

formadas por pessoas de comunidades em situação de vulnerabilidade social na busca de:

a) empoderar as pessoas para que participem de forma ativa e qualificada em organizações de base comunitária; b) fortalecer as próprias organizações e apoiá-las para que atuem em rede; c) contribuir para que as organizações consigam dialogar e negociar com outros atores sociais.

O aprimoramento decorrente dessas aprendizagens proporcionadas pelas diversas experiências desenvolvidas e avaliadas leva o ICE a um compromisso

FOTO: Stock.XCHNG



Apresentação de garotos em oficina de música e brincadeira no Parque do Ibirapuera

de sistematizar as metodologias empregadas no sentido de disponibilizar conhecimentos a outras organizações e empresas. A importância da produção e do compartilhamento de conhecimentos ficou clara desde o primeiro momento, quando o ICE criou, em parceria com o Instituto Fonte, um projeto para capacitar gestores de organizações do terceiro setor por meio de cursos, oficinas e seminários, com objetivo de gerar modelos de referência que estimulassem

a participação empresarial. Dessa ação, surge a Coleção Gestão e Sustentabilidade para o Terceiro Setor, composta por sete manuais, para disseminar as práticas de gestão eficiente no terceiro setor.

O ICE tem uma característica que o diferencia dos demais núcleos da Rede ACE por ser formado por 30 empresários que contribuem, como pessoa física, mensalmente para realização de suas

ações, além de contar com o apoio e patrocínio de diversas empresas a projetos específicos. Não tivemos oportunidade de conversar com essas lideranças, como fizemos nos demais núcleos, para compreender as razões que levam ao seu envolvimento com as ações do ICE. Entretanto, tivemos acesso ao estudo “Descobrimo o Investidor Social Local (2008)”, realizado pelo Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (Idis) com 957 pessoas com mais de 18 anos de diversas cidades de São Paulo. Esse estudo revela que a maioria dos paulistas (74%) realiza doações e caracteriza que, em geral, os motivos que levam pessoas físicas a doar recursos financeiros ou tempo giram em torno da convicção (valores humanos), da conveniência (prestígio) e da coerção (necessidade de ser aceito socialmente). Entre esses, 57% buscam fazer algo para melhorar as condições de vida das pessoas, 17% doam por motivos religiosos, 15% por satisfação pessoal,

13% para exercer a cidadania e apenas 6% por se identificarem com a causa.

Entre os perfis de investidores caracterizados por esse estudo, identificamos que, pela sua aparente forma de atuação, os membros do ICE têm uma atitude similar ao arquétipo do investidor – aquele que se preocupa sistematicamente com o impacto gerado por sua doação. Para eles, conhecer o problema social em questão, buscar as melhores estratégias e processos e saber que resultados devem ser alcançados e qual será o impacto de suas doações são elementos fundamentais em sua decisão de doar. Esse arquétipo ainda representa uma minoria dentro da sociedade brasileira, está mais presente entre os empresários, visto que são indivíduos com experiência em gestão de negócios e que se identificam com a possibilidade de pensar em uma gestão profissional também para suas doações.

Para esses doadores, cada doação é vista como um empreendimento. Eles querem realmente, por meio de

seus recursos, inovar e transformar a sociedade. Por isso buscam participar ativamente das organizações da sociedade civil, a fim de inspirar e monitorar seu investimento. São pessoas que não tem um papel de doador passivo, mas de investidor ativo. Preocupam-se com o planejamento estratégico, com a gestão e com a avaliação de resultados. Valorizam o profissionalismo e, conseqüentemente, cercam-se de pessoas que entendem do assunto e buscam parcerias. Os

doadores investidores não trabalham sozinhos. Eles aprenderam a trabalhar em seus negócios relacionando-se com fornecedores, clientes, associações de classe, redes e também montando consórcios com outras empresas para um determinado projeto. Assim, acreditam que esses elementos devam ser buscados no empreendedorismo social. E consideram que essa estratégia traz sustentabilidade a qualquer idéia, por isso não vêem a sustentabilidade no recurso que investem, mas na



FOTO: STOCK.XCHNG

Reunião da equipe de responsabilidade social do Instituto de Cidadania Empresarial de São Paulo

“A rede tem muito a contribuir com o ICE, principalmente com o compartilhamento de informações, aprendizados e experiências das ações envolvendo o empresariado e a sociedade civil.”

capacidade da organização em fazer uma boa gestão de seu recurso.

O perfil dos membros do ICE se configura de forma clara nessa fala da diretora executiva Paola Marinoni: “Além das assembleias e reuniões de diretoria, nos comunicamos também via e-mail. Atualmente estamos passando por um planejamento estratégico e todos estão sendo envolvidos, principalmente a diretoria. A motivação está muito relacionada aos resultados que produzimos e à forma como estamos gerindo a organização. A decisão por fazer um planejamento estratégico foi unanimidade entre os associados e isso mostra o quanto estão preocupados com o futuro da organização”.

Ainda sobre o envolvimento e compromisso dessas lideranças com o ICE, Paola faz uma importante observação: “No início do ICE houve uma maior mobilização dos associados com os temas da responsabilidade social e do investimento social privado, pois

eles ainda eram pouco difundidos. Hoje temos outras organizações, como Gife, Ethos e muitas outras que advogam pela causa. O que notamos atualmente é que os associados se envolvem também com outras organizações, têm seus próprios projetos, estão mais atuantes e próximos desses temas, comparando-se com dez anos atrás. Como todo grupo de indivíduos, existem aqueles que se envolvem mais e outros menos. O nosso grupo de associados não é uma exceção. O estágio de amadurecimento em que o ICE está nos traz muitas dúvidas em relação ao papel dos associados, por isso estamos fazendo este planejamento estratégico. Todos querem evoluir neste tema e ser mais efetivos em suas ações, seja no ICE, como pessoa física ou jurídica. Esse planejamento promete apontar a nova direção do ICE”.

SOBRE A REDE ACE

“Apesar de não estarmos tão ativos na rede, percebo que ela tem muito a

contribuir com o ICE, principalmente com o compartilhamento de informações, aprendizados e experiências das ações envolvendo o empresariado e a sociedade civil. A estrutura regionalizada da rede pode enriquecer nosso conhecimento e também trazer oportunidades para tornar o investimento social privado mais efetivo por meio das alianças e parcerias”, declara Paola Marinoni.

Por outro lado, Paola ressalta que a experiência do ICE oferece à Rede ACE uma bagagem de conhecimento muito consistente em relação a projetos de desenvolvimento comunitário focados na formação do capital humano e social, como os projetos Casulo e Pajiroba. Ela ainda revela que a articulação com o governo, empresas, outras organizações comunitárias e mesmo com indivíduos resulta num know-how específico em desenvolver projetos que podem ser aplicados na rede. Outro ativo que pode ser compartilhado com a rede é a grande teia de relacionamentos que o instituto vem tecendo ao longo dos anos de atuação.

Ela também pontua que, como houve mudanças na gestão do ICE, é importante que haja uma reaproximação e integração desse corpo executivo com os demais integrantes da rede, maior conhecimento do histórico e dos planos da rede e reavaliação da atuação do ICE nesse espaço. Nessa perspectiva o registro e a sistematização das ações da Rede ACE parecem fundamentais.

INSTITUTO DE CIDADANIA EMPRESARIAL DE SÃO PAULO (ICE/SP)

HISTÓRICO

O Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) surgiu do Movimento de Cidadania Empresarial (MCE), iniciativa de Renata de Camargo Nascimento, na época em que era bolsista do Programa Liderazgo em Filantropia em las Américas (Programa LIP). Criado pela W. K. Kellogg Foundation e implantado em 1997, o Programa LIP visava contribuir para o desenvolvimento da filantropia empresarial e do voluntariado na América Latina, por meio do fortalecimento de lideranças sociais.

A sensibilização do grupo de empresários que integrava o MCE para a importância da participação da iniciativa privada, de forma proativa e estruturada, na busca de soluções para a questão social, fez com que fosse lançado, em maio de 1999, o Instituto de Cidadania Empresarial (ICE).

Desde a sua criação, o ICE já participou de diversas ações voltadas à mobilização empresarial, articulação intersetorial e programas de atendimento direto à população, com foco no desenvolvimento comunitário e no empreendedorismo juvenil.

MISSÃO

Conscientizar a classe empresarial e provocar seu envolvimento em projetos e iniciativas do terceiro setor.

VISÃO E VALORES

O ICE é uma organização social que opera projetos de desenvolvimento comunitário e de mobilização e sensibilização empresarial para:

- Promover o desenvolvimento local sustentável e solidário.

- Reduzir as desigualdades sociais nos locais em que atua.
- Promover e estimular a articulação entre diversos setores da sociedade.
- Estimular a prática socialmente responsável das empresas.
- Fortalecer o relacionamento das empresas com a comunidade.
- Desenvolver e disseminar metodologias sociais de impacto, com foco em desenvolvimento comunitário e juventude.

PRINCIPAIS LINHAS DE ATUAÇÃO

O ICE atua apoiando e/ou operando programas para a promoção do desenvolvimento comunitário sustentável, articulando empresas e comunidades.

- Desenvolvemos projetos próprios em parceria com empresas, poder público e comunidades, como o Projeto Casulo.
- Também atuamos como parceiros técnicos em projetos desenvolvidos por empresas, como o Projeto Pajiroba, sempre tendo como foco o desenvolvimento comunitário.

PRINCIPAIS PROJETOS/PROGRAMAS/AÇÕES

Nossos projetos têm o objetivo de fortalecer a capacidade de ação coletiva de organizações sociais formadas por pessoas de comunidades em situação de vulnerabilidade social. As ações buscam:

- Empoderar as pessoas para que participem de forma ativa e qualificada em organizações de base comunitária.
- Fortalecer as próprias organizações e apoiá-las para que atuem em rede.
- Contribuir para que as organizações consigam dialogar e negociar com outros atores sociais, participando de espaços de concentração pública.

Os projetos desenvolvidos atualmente pelo ICE são:

Projeto Casulo

Tem a missão de contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população do Real Parque e Jardim Panorama (zona sudoeste da cidade de São Paulo), por meio de um processo de desenvolvimento comunitário que prioriza o jovem como agente estratégico de transformação social. Inaugurado em abril de 2003, é uma iniciativa do ICE, em parceria com a prefeitura de São Paulo e vinte empresas, fundações e institutos. O Projeto Casulo tem como eixos de atuação a cultura, a educação, a ação comunitária e o empreendedorismo. Cerca de 250 adolescentes e jovens, com idade entre 10 e 24 anos e em situação de vulnerabilidade social, participam de oficinas culturais (teatro, dança, artes plásticas, música) e oficinas de informática regularmente e de forma gratuita.

Projeto Pajiroba – Programa de Desenvolvimento Comunitário Solidário de Juruti

Tem como missão contribuir para a melhoria da qualidade de vida de 20 comunidades – cerca de 450 famílias – do município de Juruti, no Pará. O projeto, fruto da parceria do ICE com a RedEAmérica, a Alcoa e a Camargo Corrêa, visa aumentar a renda investindo na agricultura familiar, no artesanato, no fortalecimento das organizações de base comunitária e no fortalecimento da governança local do projeto. Por meio da adoção de novas técnicas de plantio sem agressão do meio ambiente e da diversificação da produção, o plantio atende ao consumo próprio e o excedente é comercializado. O artesanato produzido ressalta os valores culturais locais.

Projeto Identidades

A loja Identidades, parceria entre o ICE e o Shopping Jardim Sul, foi inaugurada na cidade de São Paulo em dezembro de 2006 e tem o objetivo social de contribuir para a sustentabilidade de organizações sociais e comunidades por meio da divulgação de suas causas e projetos e da comercialização de seus produtos. A loja comercializa peças

ENDEREÇO

Rua Funchal, nº 263
Cjs. 51/52, Bloco 11
Vila Olímpia - São Paulo - SP
CEP 04551-060

DATA DE INSTITUIÇÃO/
FUNDAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO
Julho de 1999

artesanais confeccionadas de forma solidária, com reaproveitamento de materiais e utilização de matérias-primas sustentáveis. Assim, é desenvolvido um modelo de consumo economicamente viável, sendo também ambiental, cultural e socialmente justo.

AÇÕES INDICADAS PARA INTEGRAR O BANCO DE PRÁTICAS DA REDE ACE

Projeto Casulo e Projeto Pajiroba.

PARCERIA COM A FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS LOCAL

Não possuímos parcerias com a Federação das Indústrias local, mas gostaríamos de iniciar um diálogo a fim de identificar oportunidades de parceria. Para essa aproximação, gostaríamos de contar com o apoio da Rede ACE.

RELAÇÃO COM OUTRAS ENTIDADES EMPRESARIAIS LOCAIS

Realizamos parcerias institucionais e/ou sob a forma de patrocínio/ doação com empresas que queiram qualificar seu investimento social privado e apoiar o desenvolvimento de projetos e programas sociais sustentáveis e que contribuam para a diminuição das desigualdades sociais em nosso país.

PRINCIPAIS PARCEIROS

Parceiros Institucionais ICE:

- Lew' Lara
- Deloitte

Parceiros do Projeto Casulo (doam recursos financeiros e/ou serviços)

- Banco Indusval Multistock
- Bradesco
- JP Morgan
- Lew' Lara
- Unilever

- Ministério da Cultura – Governo Federal
- Prefeitura de São Paulo – Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social
- Fundo Municipal da Criança e do Adolescente
- Instituto Singularidades
- SOS Juventude

Parceiros do Projeto Pajiroba:

- Alcoa Foundation
- Instituto Alcoa
- Camargo Corrêa
- RedEAmérica
- Associação de Artesãos de Juruti
- Associação de Mulheres de Juruti
- CEFT-BAM – Centro de Estudos e Formação do Trabalhador do Baixo Amazonas
- Embrapa – Amazônia Oriental e Ocidental
- Prefeitura Municipal de Juruti
- Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Juruti

PUBLICAÇÕES, PESQUISAS E ARTIGOS

Uma metodologia para formação de jovens pesquisadores: observatório de jovens - real panorama da comunidade (2005)

Publicação do Instituto de Cidadania Empresarial / Projeto Casulo

A real do parque: uma pesquisa participante (2004)

Publicação do Instituto de Cidadania Empresarial / Projeto Casulo

Projeto Manuais - Coleção gestão e sustentabilidade para o terceiro setor (2005)

Publicação do ICE em parceria com o Instituto Fonte

Foram publicados os seguintes títulos:

Captação de diferentes recursos para organizações sem fins

lucrativos (Célia Cruz e Marcelo Estraviz)

Parcerias e alianças estratégicas: uma abordagem prática (Marlova Jovchelovitch Noletto)

Utilizando o planejamento como ferramenta de aprendizado

(Antonio Luiz de Paula e Silva)

Gestão financeira para organizações da sociedade civil (João Carlos Benício)

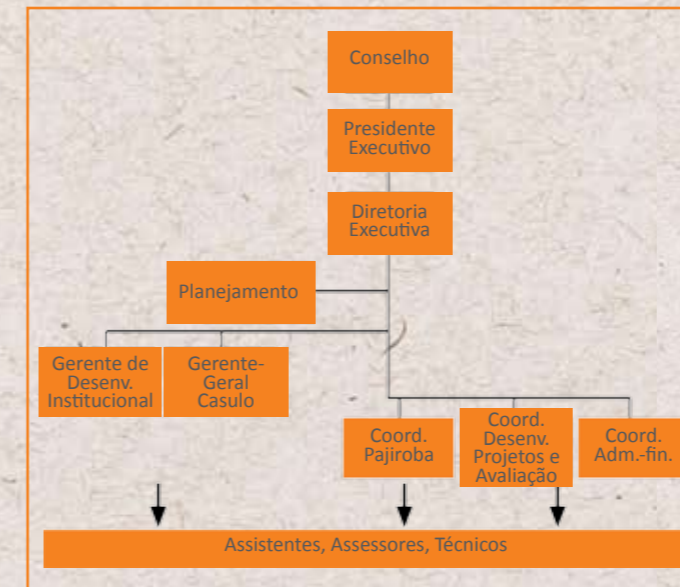
Elaboração de projetos e propostas para organizações da sociedade civil (Rosana Kasil)

Comunicação e marketing: fazendo a diferença no dia-a-dia de

organizações da sociedade civil (Sylvia Meneghetti)

Desenvolvendo a cultura de avaliação em organizações da sociedade civil (Eduardo Marino, Thomaz Chianca e Laura Schiersari)

ESTRUTURA



CONSELHO E DIRETORIA

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente

Renata de Camargo Nascimento - Grupo Camargo Corrêa

Diretores

Ana Helena de Moraes Vicintin - Instituto Votorantim

Guilherme Affonso Ferreira - Bahema Participações

Luiz de Alencar Lara - Lew' Lara Propaganda e Comunicação

Rubens Ometto Silveira Mello - Cosan

CONSELHO DELIBERATIVO DO ICE / ASSOCIADOS AO ICE

Presidente

Luiz Masagão Ribeiro - Banco Indusval Multistock

Conselheiros

Adolpho Lindenbergh Filho - Construtora Adolpho Lindenbergh
Álvaro Coelho da Fonseca - Coelho da Fonseca Empreendimentos Imobiliários

Ana Helena de Moraes Vicintin – Instituto Votorantim

Ana Maria F. Santos Diniz – Cia. Brasileira de Distribuição

Antonio Cláudio Guedes Palaia – Copabo Indústria e Comércio de Borrachas

Arthur José de Abreu Pereira - Serplan Desenvolvimento Imobiliário e Comercial

Ary Oswaldo Mattos Filho - Mattos Filho Advogados

Carlos Alberto Mansur - Banco Industrial

Emílio Carlos Medauar - Serpal Engenharia

Eugênio Emílio Staub - Gradiente

Fernando Braga

Gilberto Andrade Faria Júnior

Guilherme Affonso Ferreira - Bahema Participações

José Ermírio de Moraes Neto - Banco Votorantim

José Francisco Graziano – Copabo Indústria e Comércio de Borrachas

José Pires Oliveira Dias Neto

Lucio Castro Andrade - Grupo Ultra e Associação Margarida Igel

Luiz de Alencar Lara - Lew' Lara Propaganda e Comunicação

Marcos Puglisi de Assumpção – Sérgio de Magalhães Filho Advocacia

Ney Castro Alves - Theca Corretora de Câmbio

Oscar Americano

Renata de Camargo Nascimento - Grupo Camargo Corrêa

Roberto B. Pereira de Almeida Filho

Roger Karam

Rolf Roberto Baumgart - Otto Baumgart Indústria e Comércio
Rosana Camargo de Arruda Botelho - Grupo Camargo Corrêa
Rubens Ometto Silveira Mello - Cosan
Tito Enrique da Silva Neto - Banco ABC Brasil
Walter Gebara - Empage Construções

EQUIPE EXECUTIVA

ICE – Administração

Cristina Saito – Gerente de Desenvolvimento Institucional
Elisângela Santos – Auxiliar de Serviços Gerais
Francisco Reinaldo Filho – Coordenador Administrativo
Jaqueline Paulino da Luz – Auxiliar de Escritório
Márcia Thomazinho – Coordenadora de Desenvolvimento e Avaliação de Projetos
Paola Marinoni – Diretora Executiva
Rodrigo Rodrigues – Assessor de Desenvolvimento Institucional

Projeto Casulo

Ana Cláudia dos Santos – Coordenadora Pedagógica
Antônia Maria Carvalho – Auxiliar de Escritório
Cláudia Adoglio – Coordenadora Administrativa
Fátima Matos – Cozinheira
Francisco Lima – Coordenador de Relacionamento com a Comunidade
Gustavo da Silva – Ajudante de Cozinha
Luciana Gomes - Assistente de Coordenação Cultural
Maria Eliana Mendonça – Assistente de Coordenação Pedagógica
Nilton Patrocínio – Assistente de Coordenação de Informática
Núbia Rosa – Auxiliar de Orientação Educacional
Ricardo da Silva – Recepcionista
Rozemilton da Silva – Auxiliar de Cozinha
Sandra Guarnieri – Gerente-Geral
Vanderley Machado – Auxiliar de Serviços Gerais

Loja Identidades

Andresa Rodrigues dos Santos – Vendedora
Claudenita de Oliveira – Vendedora

Esídia Santos – Vendedora
Renata Vieira – Gerente de Loja

Projeto Pajiroba

Dorivaldo Sales – Técnico Agrícola
Fernanda Bombardi – Coordenadora de Projetos
Jilcilene Freitas – Auxiliar Administrativo
José Siqueira – Técnico Agrícola
Marcelo Vinhote – Engenheiro Agrônomo

Projetos 2007

PAJIROBA & CASULO

Descrição dos principais projetos do Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), eleitos pela entidade conforme os critérios de inovação, facilidade de viabilização e nível de resultados alcançados.

Recife, agosto de 2007.

PROJETO PAJIROBA

CRITÉRIO DE ESCOLHA

Consideramos que esse projeto é um bom exemplo de parceria entre organizações sociais com expertise em suas áreas de atuação e empresas. O Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) atua como parceiro técnico da Camargo Corrêa e Alcoa no desenvolvimento e operação do Projeto Pajiroba, sendo responsável, entre outras atividades, por fazer a articulação entre comunidades e empresas.

A metodologia de trabalho aplicada nesse projeto pode ser facilmente replicada para outras iniciativas que envolvam a realização de projetos de desenvolvimento comunitário com parceria entre empresas e comunidades.

O fato de esse projeto ter como base a premissa do desenvolvimento comunitário contribui para a sua sustentabilidade, uma vez que nós do ICE entendemos o desenvolvimento comunitário como “a capacidade dos grupos e organizações das populações de baixa renda para se autoconvocar, definir coletivamente suas necessidades, identificar alternativas de ação mais viáveis para a superação de seus problemas, formular e executar programas e projetos, avaliar seus êxitos e dificuldades. Essa capacidade organizativa e de ação permite que os grupos de base se convertam em protagonistas de seu próprio desenvolvimento e renovem constantemente sua disposição em participar da orientação dos destinos de suas comunidades” (RedEAmérica).

O PROJETO

Desenvolvido pelo Instituto de Cidadania Empresarial (ICE) no município de Juruti, no Pará, em parceria com a Camargo Corrêa e a Alcoa, o Projeto Pajiroba visa melhorar a qualidade de vida de 20 comunidades do município, cerca de 450 famílias, investindo na agricultura familiar, no

artesanato, no fortalecimento das organizações de base comunitária e no fortalecimento da governança local do projeto.

O projeto está mudando a forma de produção agrícola e artesanal, respeitando os traços e valores culturais e o grande objetivo é gerar renda para essas pessoas.

A missão do Projeto Pajiroba é “contribuir para a melhoria da qualidade de vida de comunidades do município de Juruti-PA e seu entorno, por meio de um processo de desenvolvimento comunitário que valoriza a produção agrícola e artesanal, bem como a cultura local e o uso de novas técnicas, em harmonia com o meio ambiente”.

O projeto parte do princípio de que uma ação só é sustentável quando os atores locais se envolvem e de que é preciso que as organizações locais tomem para si a responsabilidade de administrar o projeto. Nesse sentido, são parceiros do Projeto Pajiroba a Associação de Mulheres, a Associação de Artesãos, a Associação de Deficientes, o Sindicato dos Trabalhadores Rurais, a Embrapa, a Emater, a Alcoa, a RedEAmérica e a Camargo Corrêa.

COMO FUNCIONA

O Projeto Pajiroba está em sua terceira fase. Na primeira fase (2005) foi realizado um diagnóstico com o objetivo de identificar os ativos e demandas do município. Na segunda fase (2005/2006) foi realizado um curso com o objetivo de mobilizar as lideranças comunitárias e elaborar em conjunto o projeto que seria desenvolvido. Em outubro de 2006 foi iniciada a terceira fase, na qual o projeto elaborado na segunda fase começou a ser implementado.

A partir dos diagnósticos elaborados no município, a equipe do projeto detalhou as ações a serem desenvolvidas e, antes da execução, validou com todas as comunidades participantes. O projeto tem duração até outubro de 2009.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

O projeto é mantido com recursos da Camargo Corrêa, Alcoa Foundation, Instituto Alcoa e RedEAmérica.

Recursos necessários

Coordenador do projeto
Agrônomos
Coordenador local
Coordenador de negócios
Coordenador educacional
Transporte – aérea, terrestre e fluvial
Hospedagem
Equipamentos e infra-estrutura para montagem da sede
Insumos para produção agrícola
Material para capacitação das comunidades/líderes comunitários

Parceiros

Alcoa Foundation
Associação de Artesãos do Município de Juruti
Associação de Deficientes do Município de Juruti
Associação de Mulheres do Município de Juruti
Camargo Corrêa
Centro de Estudos e Formação do Trabalhador do Baixo Amazonas
Embrapa – Amazônia Oriental e Ocidental
Instituto Alcoa
Prefeitura do Município de Juruti

RedEAmérica: Iniciativa Comum
Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Juruti

AValiação

Por meio de visitas, entrevistas e levantamento de dados nas comunidades, no governo local e em empresas da região. Essas informações alimentam uma planilha/relatório com indicadores de avaliação de desempenho desenvolvidos para acompanhamento e avaliação do projeto.

BENEFICIÁRIOS

450 famílias de 20 comunidades de baixa renda (cerca de 4.500 pessoas).

RESULTADOS PERCEBIDOS

- Estabelecimento de diversas parcerias locais (RedEAmérica: parceiro técnico e co-financiador; Alcoa e Camargo Corrêa: co-financiadores e co-responsáveis pelas diretrizes do projeto; Embrapa: transferência de tecnologia agrícola; Emater: assistência técnica rural em parceria com a equipe do projeto).
- Estabelecimento de alianças políticas: CEFT-BAM, Sindicato dos Trabalhadores Rurais, Prefeitura do Município de Juruti, Associação de Mulheres, Associação de Artesãos e Associação de Deficientes.
- Mobilização e envolvimento das comunidades na implantação efetiva das ações de agricultura.
- Apropriação do projeto pelas comunidades.
- 1 Unidade de Observação implementada: 1,5ha de plantio de mandioca, feijão e milho, consorciados, coordenados pela Embrapa.
- 2 ha de açaí plantados.
- 6 viveiros (com hortas) em implementação (50m x 50m).
- 2 hortas comunitárias suspensas em implementação (em áreas de 1ha).

PROJETO CASULO

CRITÉRIO DE ESCOLHA

As metodologias aplicadas no Projeto Casulo podem ser replicadas em outras comunidades, levando-se sempre em consideração as especificidades locais. Prova disso foi a publicação de um livro com a metodologia do Observatório Social, um dos projetos desenvolvidos no Projeto Casulo.

O PROJETO

O Projeto Casulo tem a missão de contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população do Real Parque e Jardim Panorama, zona sudoeste da cidade de São Paulo, por meio de um processo de desenvolvimento comunitário que prioriza o jovem como agente estratégico de transformação social. Fundado em abril de 2003, é uma iniciativa do ICE em parceria com 20 empresas, fundações e institutos e a prefeitura de São Paulo.

O Casulo tem como eixos de atuação a cultura, a educação, a ação comunitária e o empreendedorismo. Cerca de 250 adolescentes e jovens, com idade entre 12 e 24 anos e em situação de vulnerabilidade social, participam de oficinas culturais (teatro, dança, artes plásticas) e oficinas de informática regularmente e de forma gratuita.

COMO FUNCIONA

Adolescentes de 10 a 15 anos

Atividades: oficinas culturais + leitura e produção de textos + oficina de informática + biblioteca comunitária

Foco: proteção social; ampliação do repertório cultural; ser, fazer, aprender e conviver; autoconfiança, identidade, sociabilidade, aprendizagem; evolução da competência de leitura e escrita

Adolescentes/Jovens 15/16 a 24 anos

Atividades: Programa Jovens Professores, Observatório Social, oficina de informática, biblioteca comunitária, aulas de inglês.

Foco: habilidades e competências para o aumento da empregabilidade, geração de renda, empreendedorismo.

Comunidade e Público em Geral

Atividades culturais, biblioteca, informática, plantão jurídico, futebol.

AUTO-SUSTENTAÇÃO

- Parceria com empresas, fundações e institutos empresariais, que apóiam financeiramente ou em serviços os projetos, com ou sem renúncia fiscal.
- Convênios com prefeitura de São Paulo e Ministério da Cultura.
- Realização de bazares comunitários (venda de produtos novos e usados provenientes de doações).

Parceiros Fundadores

Prefeitura do Município de São Paulo
Alcoa Foundation
Bahema Participações
Banco ABC Brasil
Banco Bradesco
Banco Industrial
CNEC
Copabo
Cosan
Deutsche Bank
Fundação Itaú Social
Gradiente
Instituto Arruda Botelho
Instituto Camargo Corrêa
Instituto Holcim
Lew' Lara
Instituto Votorantim
Serplan
Banco Unibanco

Parceiros do Projeto Casulo (doam recursos financeiros e/ou serviços)

Banco Indusval Multistock
Bradesco
JP Morgan
Lew' Lara
Unilever
Ministério da Cultura – Governo Federal
Prefeitura de São Paulo – Séc. Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social
Fundo Municipal da Criança e do Adolescente
Instituto Singularidades
SOS Juventude

Recursos necessários

Coordenador-geral
Coordenador administrativo
Coordenador pedagógico
Coordenador de relações com a comunidade
Educadores culturais: música, teatro, dança, artes plásticas
Educadores de informática
Ajudantes de limpeza e manutenção
Material de limpeza e manutenção
Alimentos para lanche dos jovens
Transporte para saídas culturais
Capacitações e cursos extras para os jovens
Prédio com instalações apropriadas para a prática de oficinas culturais, sala equipada com computadores, quadra poliesportiva, cozinha, teatro para apresentações culturais

BENEFICIÁRIOS

250 adolescentes e jovens com idade entre 10 e 24 anos e em situação de vulnerabilidade social.

AValiação

Por meio de entrevistas com a comunidade, os adolescentes e jovens participantes, relatórios de avaliação feitos pelos educadores, reuniões semanais pedagógicas e de equipe, são levantadas

informações que alimentam uma planilha/relatório com indicadores de avaliação de desempenho desenvolvidos para acompanhamento e avaliação dos projetos.

RESULTADOS PERCEBIDOS

- 250 adolescentes e jovens participando de oficinas culturais e de informática.
- 20 jovens cursando o curso superior em educação (pedagogia) no Instituto Singularidades (Programa de Formação de Jovens Professores do Projeto Casulo).
- A biblioteca comunitária do Projeto Casulo possui um acervo com cerca de 5.000 publicações e realiza aproximadamente 208 atendimentos e mais de 370 empréstimos por mês.
- Na área cultural, o Projeto Casulo realizou mais de 120 eventos voltados para os jovens e a comunidade nestes quatro anos de atividades. Foram promovidas apresentações culturais de danças brasileiras, teatro e percussão, como resultado das oficinas culturais. O palco do centro cultural recebeu grupos de música locais e artistas de renome, como o guitarrista Scott Anderson, que se apresentou com a Banda Recapa, formada por alunos da Oficina Cultural de Percussão.

