

Pesquisa Sobre o Estágio Atual da Prática de Responsabilidade Social na Indústria Goiana - 2010

Segunda edição





Pesquisa Sobre o Estágio Atual da Prática de Responsabilidade Social na Indústria Goiana – 2010

Segunda edição

IEL Pesquisas

Seu APOIO para a tomada de DECISÃO

Federação das Indústrias do Estado de Goiás - FIEG

Presidência: Pedro Alves de Oliveira

Conselho Temático de Responsabilidade Social

Presidente: Antônio de Sousa Almeida

Vice-Presidente: Rosana Gedda Carneiro

Assessor Executivo: Leandro Gondim Silva

Instituto Euvaldo Lodi - IEL

Superintendente: Humberto Rodrigues de Oliveira

Equipe técnica da pesquisa

Federação das Indústrias do Estado de Goiás

Coordenação geral: Welington da Silva Vieira - Dr. em Ciências Empresariais

Assessoria técnica

Leandro Gondim Silva - Pós-graduado em Gestão Empresarial

Instituto Euvaldo Lodi

Coordenação: Sandra Márcia Silva - Pós-graduada em Gestão de Negócios

Coordenação técnica: Taisa Pereira Nascimento - Pós-graduada em Pesquisa de Mercado





APRESENTAÇÃO.....	05
METODOLOGIA.....	06
SUMÁRIO EXECUTIVO.....	07
RESULTADOS DA PESQUISA.....	10
1. Perfil das indústrias.....	10
1.1 Setor de atividade econômica.....	10
1.2 Classificação das indústrias, por número de empregados (pessoas ocupadas).....	11
1.3 Composição do quadro de pessoal.....	11
2. Conhecimento do tema: Responsabilidade Social.....	13
3. Linhas de ação que deveriam ser adotadas em relação a problemas sociais.....	14
4. Práticas de Responsabilidade Social das empresas privadas junto a sociedade.....	15
5. Situação atual das indústrias em relação às suas ações de Responsabilidade Social.....	16
6. O que motiva as indústrias a investir em Responsabilidade Social.....	17
7. Informações que facilitariam o envolvimento das indústrias em projetos sociais.....	18
8. Conhecimento e implantação de ferramentas técnicas.....	19
9. Recursos utilizados para realização de ações de Responsabilidade Social.....	20
10. Volume de recursos financeiros aplicados em Responsabilidade Social.....	20
11. Conhecimento e utilização de incentivos fiscais em projetos sociais.....	21
12. Áreas que as indústrias preferem apoiar projetos de Responsabilidade Social.....	22
13. Responsabilidade Social e seus públicos de relacionamento.....	23
14. Ações de Responsabilidade Social, por público de relacionamento.....	24
14.1 Comunidade.....	24
14.2 Funcionários e seus familiares.....	25
14.3 Meio Ambiente.....	26
14.4 Consumidores/Clientes.....	26
14.5 Fornecedores.....	27
15. Formas de gestão da Responsabilidade Social.....	27
16. Divulgação das atividades de Responsabilidade Social.....	28



O conceito da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) está relacionado com a ética e a transparência na gestão dos negócios e deve refletir-se nas decisões cotidianas que podem causar impactos na sociedade, no meio ambiente e no futuro dos próprios negócios.

Apesar da idéia de RSE ser relativamente recente no Brasil, as empresas, impulsionadas pela exigência por transparência nos negócios, se vêem coagidas a adotar uma postura mais responsável em suas ações, e assim o país avança neste contexto.

A Federação das Indústrias do Estado de Goiás é representada, perante as instituições públicas e privadas, pelo Conselho Temático de Responsabilidade Social, que tem com um de seus objetivos colaborar para o desenvolvimento da cultura e prática da Responsabilidade Social Empresarial nas indústrias.

Assim, realizou em 2005, a pesquisa intitulada "Pesquisa Sobre a Prática de Responsabilidade Social na Indústria Goiana", com o intuito de subsidiar ações direcionadas a apoiar as indústrias goianas neste tema.

Em 2010, uma nova edição do estudo foi realizada, tendo como objetivo identificar a evolução da prática e investimentos sociais implementados pelas indústrias goianas. Além de auxiliar ações a serem adotadas pelo Conselho através do conhecimento e análise dos interesses das indústrias quanto a realização de ações sociais junto aos seus diversos públicos de relacionamento.



O estudo foi realizado no terceiro trimestre de 2010, utilizando-se de metodologia quantitativa, por amostragem.

Para extração da amostra tomou-se por base o universo de indústrias existentes em Goiás, segundo informações da Rais/2008 (MTE - Ministério do Trabalho e Emprego). Considerando este universo, foram entrevistadas 349 indústrias, obtendo-se uma margem de erro de aproximadamente 5 pontos percentuais, e nível de confiança de 95%.

Os segmentos econômicos foram estratificados dentro do universo conforme sua representatividade, ou seja, proporção em relação ao total de indústrias no Estado. Também foi considerada a localização das indústrias, observando as 10 regiões de planejamento definidas pela Seplan.

Após a distribuição, as indústrias foram selecionadas de forma aleatória, onde a maioria das entrevistas foi realizada pessoalmente, e outras por telefone.

Os pesquisados foram informados do caráter voluntário em conceder as entrevistas e, também, do sigilo quanto à identificação das empresas respondentes, sendo que suas respostas seriam tratadas de forma agregada e não individual, visando garantir a confidencialidade das informações prestadas, preservando as opiniões individuais.

Os dados levantados foram validados e utilizados para análise após tratamento por meio de programa específico e os resultados estão dispostos no relatório a seguir.



A pesquisa foi realizada no terceiro trimestre de 2010, utilizando-se de metodologia quantitativa, por amostragem. Foram pesquisadas 349 indústrias, distribuídas em todo o Estado de Goiás.

O estudo tem como principal objetivo subsidiar o planejamento de ações direcionadas a apoiar os industriais de forma a colaborar para o desenvolvimento da cultura e prática da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) nas indústrias goianas.

Perfil das indústrias pesquisadas

Devido a representatividade dos segmentos no total de indústrias no Estado de Goiás, os setores vestuário e alimentos e bebidas compuseram 26% e 23% da amostra, respectivamente.

Considerando o porte das indústrias, por número de pessoas ocupadas, 60% são micro indústrias e 32% pequenas.

Em relação ao quadro de pessoal, 27% do total de pessoas ocupadas nas indústrias pesquisadas são afrodescendentes, 26% são mulheres, e 4% são mulheres que ocupam cargo de chefia.

Outro dado constatado é que aproximadamente 16% do quadro de industriários são empregados com 45 anos ou mais.

Conhecimento sobre Responsabilidade Social, atitudes e práticas a serem adotadas pelas empresas privadas perante a sociedade

Em 2005, 22% dos industriais não tinham conhecimento sobre Responsabilidade Social, e em 2010 esse percentual caiu para 13%.

Houve um aumento expressivo (19 pontos percentuais) de industriais que já ouviram falar sobre Responsabilidade Social, mas não sabem explicar o que é, e nem como se aplica na empresa.

Também foi verificado que os industriais que têm mais conhecimento sobre RSE investem mais em obras sociais.

A atitude mais adequada para as empresas adotarem em relação aos problemas sociais é "*discutir os problemas sociais com o poder público e as organizações da sociedade civil, buscando alternativas para solucioná-los, por meio de parcerias*", segundo 54% dos industriais pesquisados.

A opinião da maioria (66%) dos entrevistados sobre as práticas de Responsabilidade Social das empresas privadas, perante a sociedade, é que: *empresa socialmente responsável é aquela que busca uma relação ética e de qualidade com todos os seus públicos de relacionamento* (foram desconsiderados os industriais que informaram não ter idéia do que trata a RSE).

Existência da prática de Responsabilidade Social nas indústrias goianas

Grande parte (87%) dos industriais entrevistados sabe o que é, ou já ouviram falar sobre RS. Destes, 49% não investem em ações sociais, e em 21% das indústrias esta prática está integrada à visão estratégica da empresa.

As principais situações mencionadas que estimulam ou estimulariam as indústrias a investir em Responsabilidade Social, foram:

- Melhoria nas condições de vida das pessoas e/ou comunidade e sociedade em geral (45%);
- Melhoria na identificação e envolvimento dos empregados com a empresa (44%);
- Melhoria na imagem da empresa junto aos consumidores, clientes e fornecedores (41%).

Já as informações mais apontadas pelas indústrias que facilitariam o seu envolvimento em projetos sociais foram: *os incentivos fiscais do governo para ações de RS (59%); programas de incentivo aos funcionários para desenvolverem trabalhos sociais e voluntários (52%) e exemplos de projetos sociais bem sucedidos em outras empresas (43%)*.

Informações apresentadas pelas indústrias pesquisadas que desenvolvem ações de Responsabilidade Social

Algumas ferramentas de Responsabilidade Social auxiliam empresas socialmente responsáveis em sua gestão. Contudo, a maioria das indústrias não conhece as 6 ferramentas de RS mencionadas na pesquisa (ISO 14000; Pacto Global; ISO 26000; AA 1000; NBR 16001 e SA 8000), ou conhecem, mas não têm interesse em implantá-las.

A norma mais popular é a ISO 14000, (37% conhecem), seguida pela ISO 26000 (33%). Já a norma menos popular é a AA 1000, conhecida por apenas 10% das indústrias socialmente responsáveis.

Para execução de ações na área de Responsabilidade Social, 97% das indústrias utilizam de recursos próprios.

Quanto à realização de ações culturais e socioambientais, em benefício da comunidade, a Lei Goyazes (Estadual - redução de ICMS) é o incentivo fiscal mais conhecido e utilizado pelas indústrias (51% conhecem), seguido pelas Leis Municipais (44%) e Leis de Incentivo ao Esporte (43%).

Dentre as 63 indústrias que realizam projetos de Responsabilidade Social, 50 informaram o volume total de recursos financeiros aplicados nestes projetos, totalizando R\$1.201.240,00. Os investimentos realizados em 2009 variam de R\$640,00 a R\$350.000,00.

As indústrias preferem direcionar suas ações de Responsabilidade Social para a área da educação (78% das indústrias) e crianças ou adolescentes (57%).

Em 2005 os empresários optavam por distribuir suas ações de RS em vários públicos, mas atualmente, a maioria (79%) centraliza em 1 ou 2 públicos, sendo que o maior interesse está voltado para ações à comunidade (78% dos empresários).

Se em 2005 apenas 35% das indústrias pesquisadas possuíam uma área ou pessoa responsável pelas ações de Responsabilidade Social, em 2010 este número subiu para 79%. Contudo, diminuiu o percentual de indústrias que divulgam suas atividades de RS, saindo de 21% em 2005, para 10% em 2010.



Resultados da pesquisa



A aplicação de uma segunda edição torna-se necessária para avaliar os efeitos dos planos de ações implantados pelo Sistema Fieg, juntamente com o Conselho Temático de Responsabilidade Social, assim como as mudanças ocorridas no comportamento das indústrias ao longo do tempo.

Desta forma é possível melhor visualização das ocorrências na pesquisa, podendo ser analisados e comparados os resultados das duas edições em relação aos itens abordados.

Contudo, devido a algumas alterações realizadas no formulário aplicado nesta edição, algumas questões não puderam ser comparadas com os da edição anterior.



1. Perfil das indústrias

1.1 Setor de atividade econômica

Foram realizadas 349 entrevistas, conforme a representatividade de cada segmento no total de indústrias do Estado de Goiás.

O quadro ao lado detalha a quantidade de indústrias pesquisadas, por segmento.

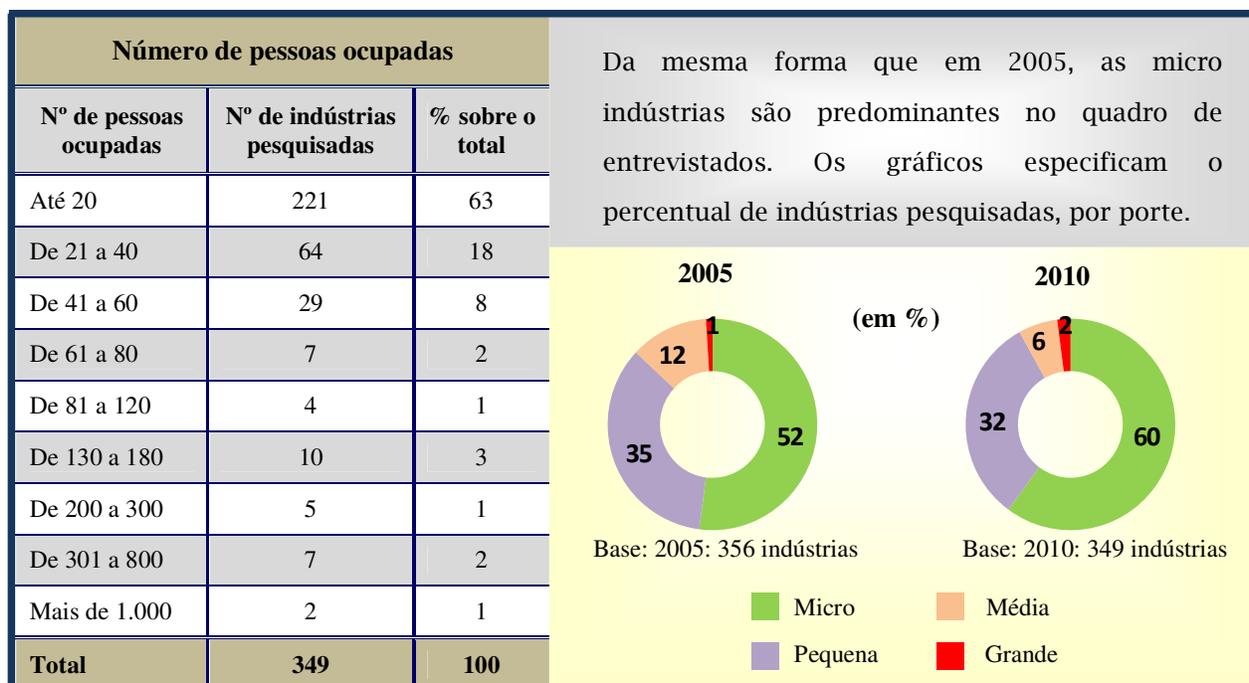
Indústrias diversas:

1. Embalagens diversas
2. Máquinas e equipamentos
3. Indústria de álcool
4. Fabricação de artigos católicos
5. Calçados
6. Capas para óculos
7. Carretas
8. Carrocerias
9. Barcos
10. Fumo
11. Fabricação de silk
12. Fabricação de saltos para sapatos
13. Fraldas descartáveis

Setor de atividade		
Segmento	Nº de indústrias pesquisadas	% sobre o total
Vestuário e acessório	90	26
Alimentos e bebidas	81	23
Minerais não metálicos	37	11
Construção civil	26	7
Gráfica	25	7
Produtos de metal - exclusive máquinas e equipamentos	23	7
Móveis	22	6
Produtos químicos	9	3
Artigos de borracha e plástico	9	3
Preparação de couro e fabricação de artefatos de couro	9	3
Produtos têxteis	5	1
Indústrias diversas	13	4
Total	349	100

Fonte: IEL Pesquisas/2010

1.2 Classificação das indústrias, por número de empregados (pessoas ocupadas)



Fonte: IEL Pesquisas/2010

Porte das indústrias: Classificação IBGE

1.3 Composição do quadro de pessoal

Variação do número de pessoas ocupadas - 2005/2010										
Descrição	Total		* %		(1) Variação	** Média por empresa		(2) Variação	Não informou	
	2005	2010	2005	2010		2005	2010		2005	2010
Total de pessoas ocupadas	17.395	15.770	100	100	-	-	-	-	-	-
Nº de portadores de deficiência (física, visual, auditiva ou mental)	212	214	1	1	0,2 ↑	0,6	0,6	0,0	1	-
Nº de empregados com 45 anos ou mais	2.853	2.481	16	16	0,7 ↓	8,0	7,1	0,9 ↓	1	1
Nº de estagiários e bolsistas	-	141	-	1	-	-	0,4	-	-	-
Nº de menores aprendizes	161	293	1	2	1,0 ↑	0,5	0,8	0,3 ↑	-	-
Nº de mulheres	3.449	4.022	20	26	5,7 ↑	9,7	11,6	1,9 ↑	-	1
Nº de afrodescendentes (ambos os sexos)	3.408	4.209	20	27	7,1 ↑	9,6	12,1	2,5 ↑	4	2
Nº de mulheres em cargo de chefia	407	662	2	4	1,9 ↑	1,1	1,9	0,8 ↑	-	-
Nº de afrodescendentes em cargo de chefia	231	363	1	2	1,0 ↑	2,6	1,0	1,6 ↓	-	1

Fonte: IEL Pesquisas/2010

* percentual em relação ao total de pessoas ocupadas nas indústrias

** média em relação ao total de indústrias respondentes

(1) variação no percentual em relação ao total de pessoas ocupadas nas indústrias (2010/2005)

(2) variação da média em relação ao total de indústrias respondentes

Considerando o total de pessoas ocupadas nas indústrias pesquisadas, 27% são afrodescendentes, e 2% ocupam cargo de chefia.

Comparado à pesquisa realizada em 2005, houve crescimento de 7 pontos percentuais no número de afrodescendentes que compõem o quadro de pessoal das indústrias e aumento de 1 ponto percentual para aqueles que ocupam cargo de chefia. Este foi o maior crescimento observado dentre as variáveis sondadas em relação ao quadro de pessoal.

Em relação ao número de mulheres no quadro de funcionários, observa-se acréscimo de aproximadamente 6 pontos percentuais se comparado aos dados obtidos em 2005. Constatou-se que aproximadamente 26% do quadro de pessoas ocupadas nas indústrias, são mulheres, já do total de pessoas ocupadas 4% são mulheres que ocupam cargo de chefia.

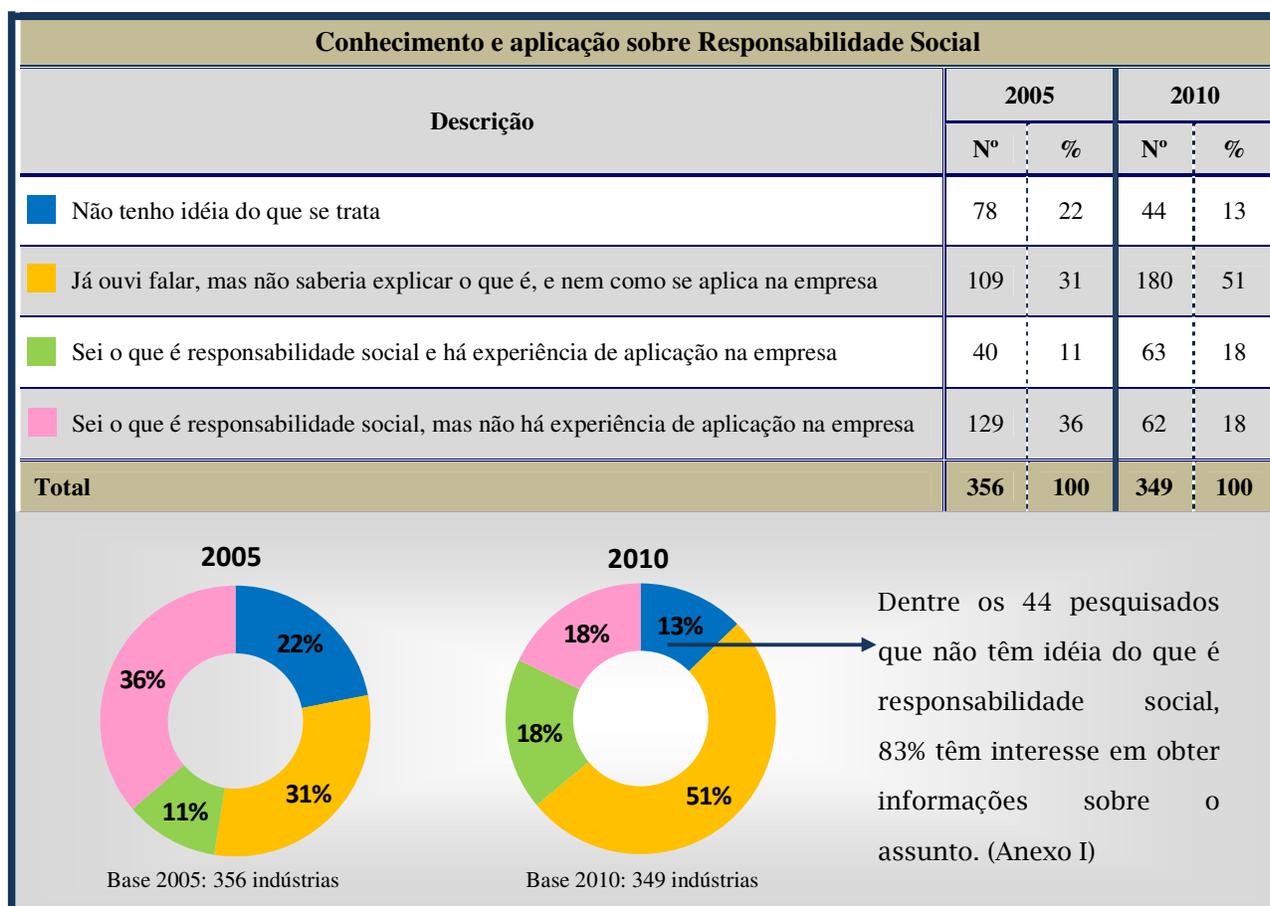
Quanto aos portadores de deficiências múltiplas, como física, visual, auditiva ou mental, a pesquisa constatou um crescimento de apenas 0,2 pontos percentuais em relação a sondagem realizada anteriormente.

Vale observar que aproximadamente 16% do quadro de industriários são empregados com 45 anos ou mais, e esta é a única variável analisada a registrar queda (0,7 pontos percentuais).



2. Conhecimento e aplicação do tema: Responsabilidade Social

A pesquisa identificou queda, no âmbito industrial, de desconhecedores do tema Responsabilidade Social. Em 2005, 22% dos empresários não tinham conhecimento do tema, e em 2010 esse percentual caiu para 13%. Contudo, em 2010 houve um aumento expressivo (20 pontos percentuais) de empresários que já ouviram falar sobre Responsabilidade Social, mas não sabem explicar o que é, e nem como se aplica na empresa.



Fonte: IEL Pesquisas/2010

N = Número de indústrias respondentes

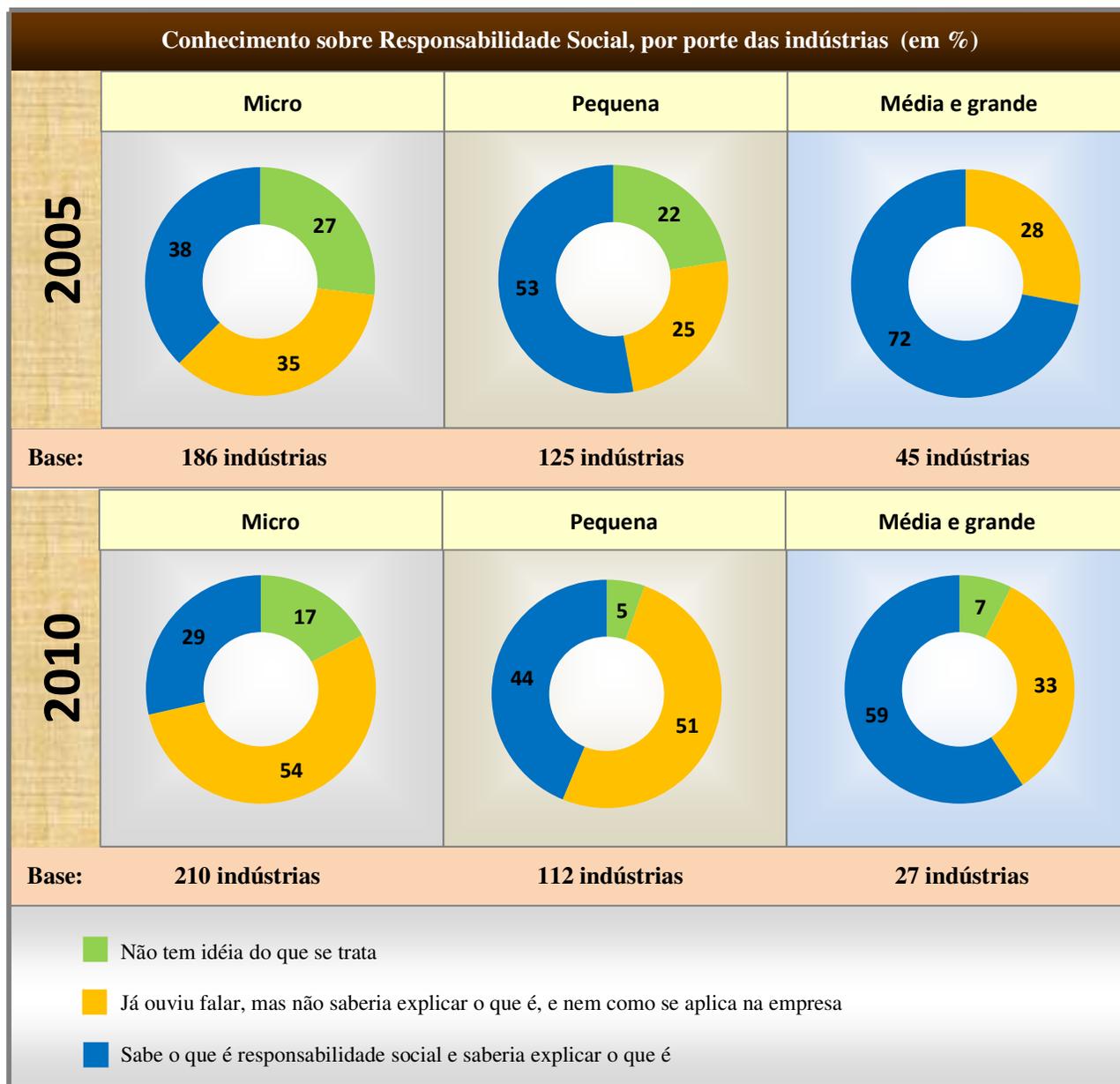
% = percentual sobre o número de indústrias respondentes

Para os industriários que sabem o que é Responsabilidade Social, 17% nunca pensaram na possibilidade da indústria investir em ações sociais, e 35% pretendem implantar ou já estão desenvolvendo algum projeto nesta área.

Para aqueles que já ouviram falar sobre RS, mas ainda não sabem como se aplica na empresa, 55% nunca pensaram na possibilidade de investir em RS e 27% pretendem implantar esta prática. Isto demonstra que a falta de aplicação em RS está diretamente relacionada com o baixo conhecimento no assunto.

Abaixo é possível analisar o estágio de conhecimento dos empresários sobre o tema responsabilidade social, considerando o porte das indústrias.

Para segmentação do porte foi considerado o número de funcionários, ou seja, o total de pessoas ocupadas na empresa. E, como era de se esperar, o tema responsabilidade social é menos conhecido pelas micro indústrias.





3. Linhas de ação que deveriam ser adotadas em relação a problemas sociais

Foi solicitado aos entrevistados que apontassem até 3 ações que consideram mais viáveis de serem realizadas em relação às atitudes que as empresas devem adotar quanto aos problemas sociais.

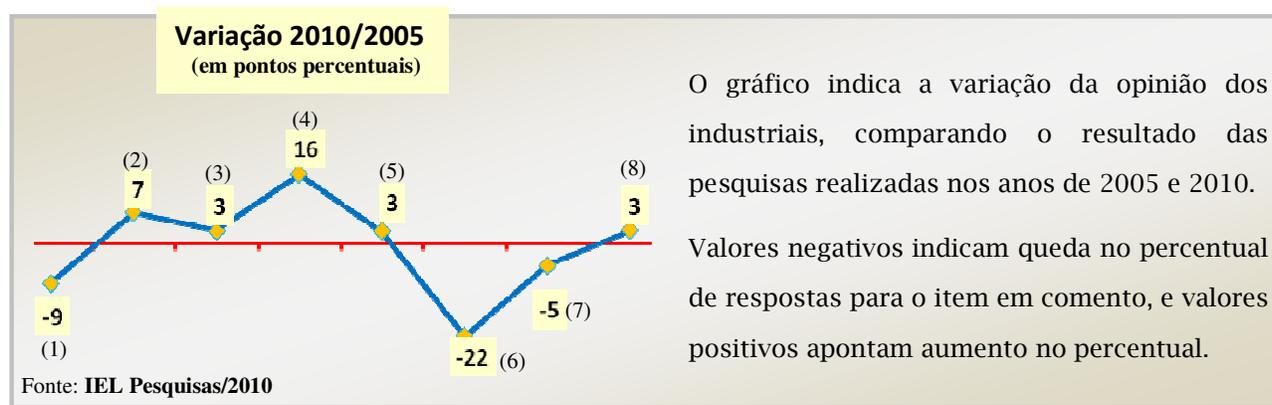
Assim como em 2005, a opinião da maioria (54%) é que o mais adequado é "discutir os problemas sociais com o poder público e as organizações da sociedade civil, buscando alternativas para solucioná-los, por meio de parcerias".

Contudo, houve redução considerável no percentual de empresários que acreditam que "as empresas devem pressionar as autoridades públicas para que elas resolvam os problemas sociais", e aumento para aqueles que almejam "fazer bem o próprio negócio, esperando que o poder público faça sua parte", demonstrando que as empresas preferem assumir um papel mais passivo em relação a questões de Responsabilidade Social.

Opinião dos industriais sobre as atitudes ou linhas de ação que as empresas devem adotar em relação a problemas sociais				
Atitudes/Linhas de ação	2005		2010	
	Nº	%	Nº	%
(1) Discutir os problemas sociais com o poder público e as organizações da sociedade civil, buscando alternativas para solucioná-los, por meio de parcerias	225	63	188	54
(2) Identificar e apoiar entidades sociais, escolas ou outras instituições de interesse social	145	41	167	48
(3) Apoiar seus empregados para que se envolvam em ações comunitárias	145	41	152	44
(4) Fazer bem o próprio negócio, esperando que o poder público faça sua parte	82	23	136	39
(5) Procurar atender pedidos de doações que chegam à empresa, desde que dentro das possibilidades	115	32	122	35
(6) Pressionar autoridades públicas para que elas resolvam os problemas sociais	157	44	78	22
(7) Ter o foco na ação social, escolhendo um ou mais temas para concentrar as ações ou doações da empresa	80	22	60	17
(8) Não tenho elementos para responder	4	1	14	4

N = Número de indústrias respondentes
Base 2005: 356 indústrias

% = percentual sobre o número de indústrias respondentes
Base 2010: 349 indústrias





4. Práticas de Responsabilidade Social das empresas privadas junto à sociedade

A pesquisa confirma que, mais uma vez, a opinião da maioria dos empresários sobre as práticas de Responsabilidade Social das empresas privadas junto à sociedade, é que: *empresa socialmente responsável é aquela que busca uma relação ética e de qualidade com todos os seus públicos de relacionamento.*

Para este questionamento não foram consideradas as indústrias que informaram não ter idéia do que trata Responsabilidade Social (22% em 2005 e 13% em 2010).

Opinião sobre as práticas de responsabilidade social das empresas privadas perante a sociedade				
Descrição	2005		2010	
	Nº	%	Nº	%
(1) Empresas socialmente responsável são aquelas que buscam uma relação ética e de qualidade com todos os seus públicos de relacionamento	193	69	201	66
(2) A responsabilidade social das empresas se esgota no pagamento de impostos, geração de empregos e oferta de produtos de qualidade ao mercado	29	10	45	15
(3) Para serem socialmente responsáveis as empresas devem participar ativamente em projetos de melhoria das condições de vida das comunidades em que se inserem	48	17	34	11
(4) As empresas privadas possuem recursos e competências que podem ser empregadas na realização bem sucedida de projetos de interesse social, sem fins lucrativos	8	3	25	8
Total	278	100	305	100

N = Número de indústrias respondentes
% = percentual sobre o número de indústrias respondentes

2010

Opinião	Porcentagem
(1)	66%
(2)	15%
(3)	11%
(4)	8%

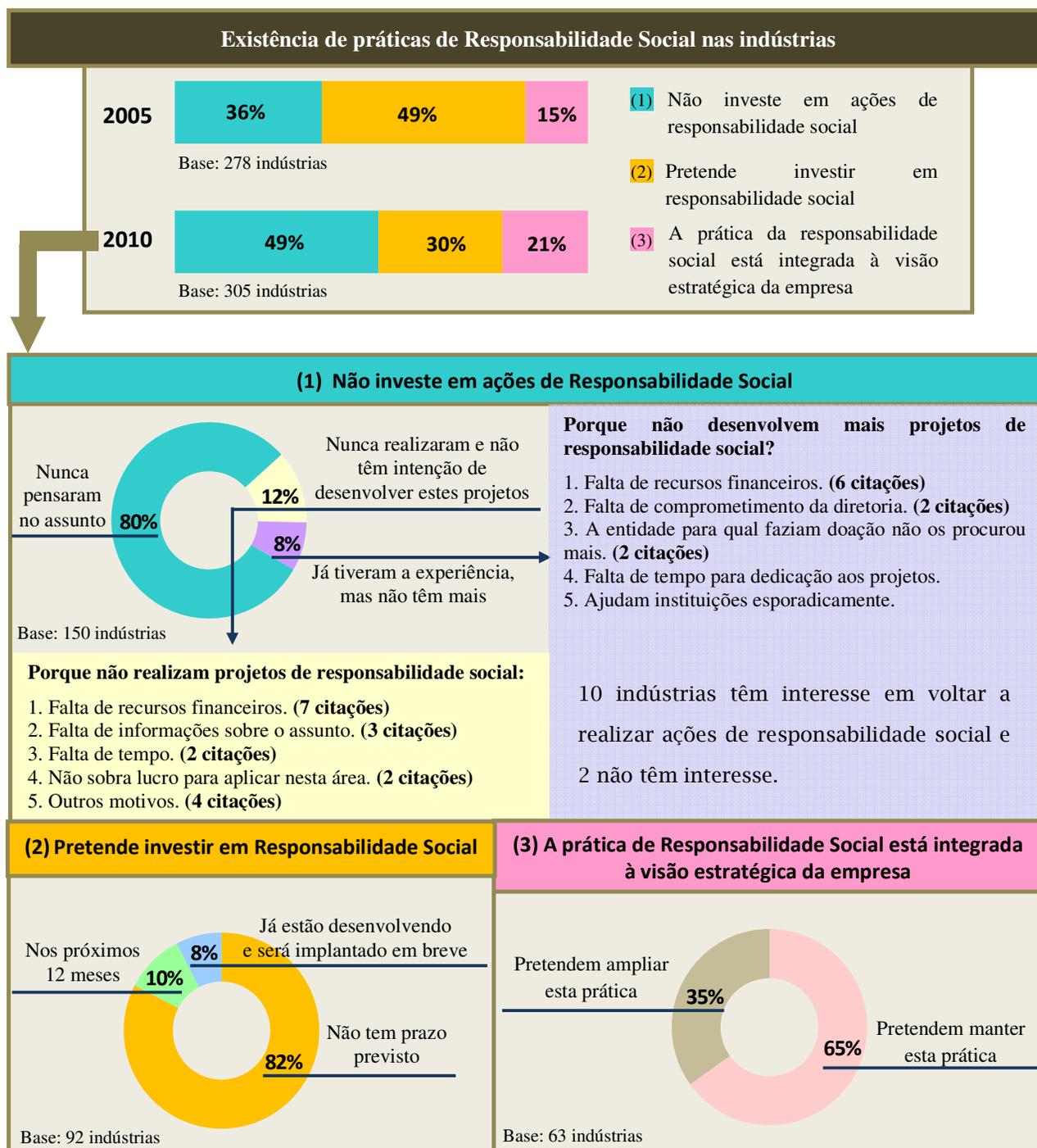
Cabe ressaltar que, 73% dos empresários que acreditam que a responsabilidade social das empresas *se esgota no pagamento de impostos, geração de emprego e oferta de produtos de qualidade ao mercado*, informaram que não investem em responsabilidade social e não têm pretensão em realizar ações deste tipo.

Fonte: IEL Pesquisas/2010



5. Situação atual das indústrias em relação a suas ações Responsabilidade Social

Considerando o conceito do próprio empresário sobre o que é RSE, a pesquisa identificou que, em 2005, 78% dos entrevistados informaram saber o que é Responsabilidade Social ou já terem ouvido falar. Em 2010, esse percentual foi de 87%. Para estes, a pesquisa verificou a existência, ou não, destas práticas em suas empresas, cujo detalhamento das informações está explicitado a seguir.

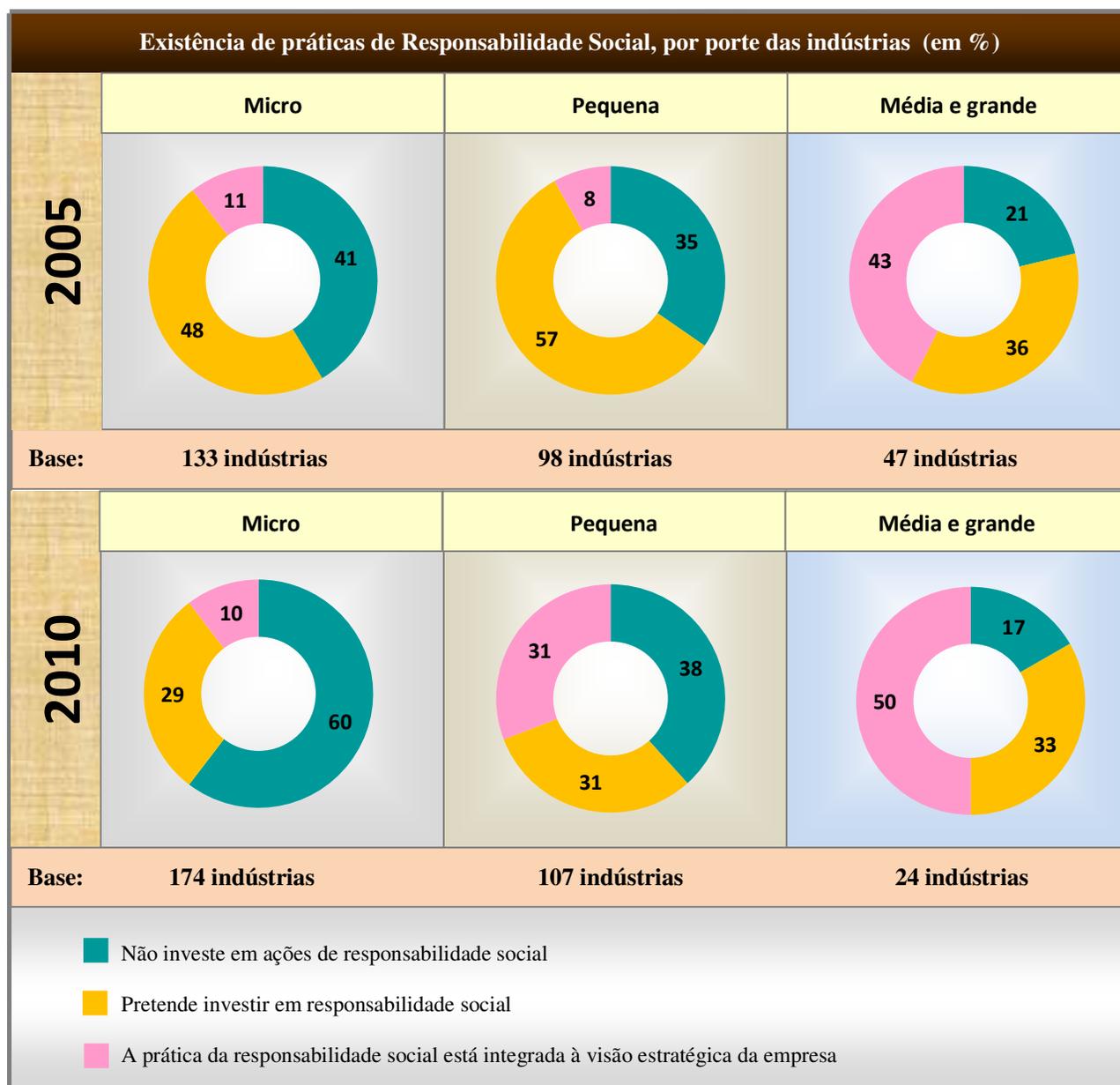


Fonte: IEL Pesquisas/2010

Nos gráficos abaixo é visualizar a existência de ações de responsabilidade social nas indústrias pesquisadas, por porte. Percebe-se que esta prática é menos aplicada pelas micro-indústrias.

Comparando com a pesquisa anterior (2005), houve queda (19 pontos percentuais) no percentual de micro-indústrias que praticam ações de responsabilidade social.

Percebe-se que a medida que aumenta o porte da empresa, aumenta também a propensão em investir em ações de responsabilidade social.



Fonte: IEL Pesquisas/2010

Vários são os públicos de relacionamento nos quais as indústrias podem investir em RSE. Contudo, na realização do estudo, foi percebido que algumas práticas direcionadas aos funcionários, não são compreendidas pelos empresários como ações de responsabilidade social.

O resultado obtido foi que 26% deles fornecem alimentação aos seus funcionários, na sua maioria através de refeitório dentro da própria empresa, seguido pelo plano de saúde.



6. O que motiva as indústrias a investir em Responsabilidade Social

Para os empresários que a prática de Responsabilidade Social está integrada à visão estratégica da empresa, ou aqueles que têm interesse em realizar ações de RS, foi solicitado, de forma estimulada, que apontassem até 3 situações que motivam ou motivariam a indústria a investir nesta área.

Situações que serviriam de estímulos para a indústria a investir em responsabilidade social				
Descrição	2005		2010	
	Nº	%	Nº	%
Melhoria nas condições de vida de pessoas e/ou comunidade e sociedade em geral	72	40	75	45
Melhoria na identificação e envolvimento dos empregados com a empresa	96	54	73	44
Melhoria na imagem da empresa junto aos consumidores, clientes e fornecedores	94	53	67	41
Incentivos fiscais do governo para ações de responsabilidade social	-	-	65	39
Melhoria na relação da empresa com a comunidade e sociedade em geral	80	45	60	36
Redução de impactos negativos sociais e/ou ambientais da empresa	63	35	35	21
Retenção e/ou atração de bons empregados	56	31	32	19
Atendimento aos pedidos de apoio que a empresa recebe	11	6	17	10
Promoção da satisfação pessoal do proprietário da empresa ou acionista	15	8	17	10
Contribuição para os objetivos estratégicos da empresa	28	16	12	7

Fonte: IEL Pesquisas/2010

Base 2005: 179 indústrias

Base 2010: 165 indústrias

N = Número de indústrias respondentes

% = percentual sobre o número de indústrias respondentes

Houve algumas mudanças na opinião dos entrevistados, em relação aos possíveis efeitos causados pelas as ações de Responsabilidade Social, que estimulariam as empresas a investir nesta área.

Apesar de registrar alto índice de resposta, houve queda expressiva (14 pontos percentuais) no percentual daqueles que acreditam que "a redução de impactos negativos sociais e/ou ambientais da empresa motivaria a indústria a investir em Responsabilidade Social".

Entretanto, ocorre aumento no número de industriários que acreditam que "a melhoria nas condições de vida das pessoas e sociedade em geral seria um estímulo para este investimento".

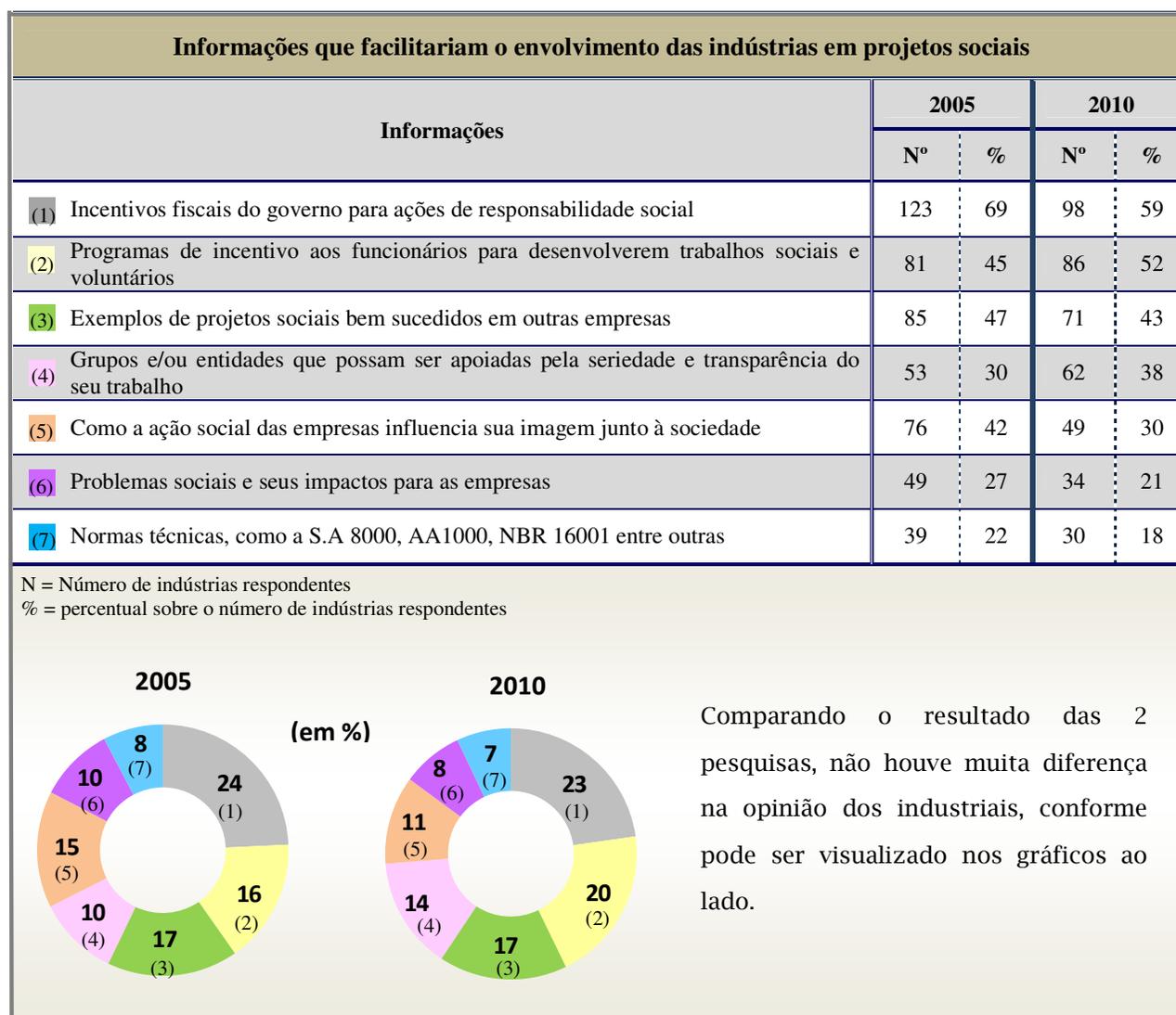
Outro item com alto índice de resposta foi quanto aos "incentivos fiscais do governo para ações de responsabilidade social", ocupando o 4º lugar no ranking, porém este item não foi citado como uma das alternativas na pesquisa anterior.



7. Informações que facilitariam o envolvimento das indústrias em projetos sociais

Outro questionamento, foi em relação ao tipo de informações que poderiam facilitar o envolvimento da indústria em projetos de caráter comunitário ou social. De forma estimulada, ou seja, apresentando as alternativas, foram indicadas até 3 informações que facilitariam este envolvimento.

Para esta indagação observou-se os mesmos critérios da questão anterior (indústrias que já praticam Responsabilidade Social ou que pretendem realizar estas ações).



Fonte: IEL Pesquisas/2010
Base 2005: 179 indústrias
Base 2010: 165 indústrias

Para as informações apresentadas deste ponto em diante foram consideradas apenas as indústrias que desenvolvem ações de Responsabilidade Social (18% do total de indústrias pesquisadas em 2010 e 11% em 2005).

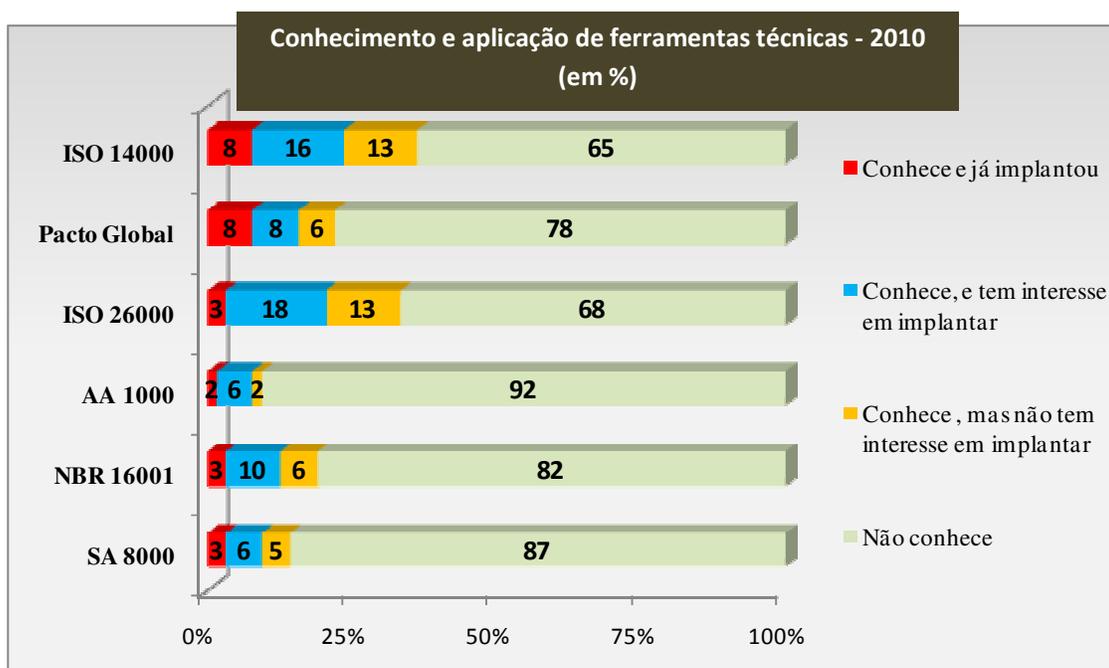


8. Conhecimento e implantação de ferramentas técnicas

Algumas ferramentas de Responsabilidade Social auxiliam empresas socialmente responsáveis, de forma que, em sua gestão, não ocorra apenas a exploração de recursos humanos e econômicos, mas que a empresa também contribua para o desenvolvimento social do país.

Foi constatado que a maioria das indústrias não conhece as 6 ferramentas de Responsabilidade Social mencionadas na pesquisa, ou então conhecem, mas não têm interesse em implantá-las.

A norma mais popular entre as indústrias que praticam Responsabilidade Social é a ISO 14000, (37% conhecem), seguida pela ISO 26000 (33%). Já a norma menos popular é a AA 1000, conhecida por apenas 10% das indústrias socialmente responsáveis.



Fonte: IEL Pesquisas/2010
Base: 63 indústrias

Na pesquisa realizada em 2005, todas as indústrias que afirmaram praticar ações de Responsabilidade Social, também informaram não serem certificadas pela Norma SA 8000.

Em 2010, esta norma foi a segunda menos popular entre as indústrias entrevistadas, ou seja, 87% das indústrias que incorporam a Responsabilidade Social em suas estratégias, não conhecem a norma.



9. Recursos utilizados para realização de ações de Responsabilidade Social

Origem dos recursos utilizados pelas indústrias para a realização de ações de Responsabilidade Social				
Recursos	2005		2010	
	Nº	%	Nº	%
Não utilizou recursos	5	12	-	-
Próprio	34	81	60	97
Parceria	12	29	3	5
Organismos multilaterais (Unicef, Unesco etc)	2	5	-	-
Financiamento (FCO)	-	-	1	2

Fonte: **IEL Pesquisas/2010**

Base 2005: 42 indústrias Base 2010: 63 indústrias

OBS.: A questão admitiu mais de uma resposta

N = Número de indústrias respondentes

% = percentual sobre o número de indústrias respondentes

Em 2010, a pesquisa registrou um crescimento significativo no percentual de empresas que utilizam de recursos próprios para a execução de ações na área de Responsabilidade Social.

O quadro ao lado detalha a origem dos recursos utilizados pelas indústrias para a realização destas ações.



10. Volume de recursos financeiros aplicados em Responsabilidade Social

Percentual da receita bruta anual da indústria, aplicado em projetos de Responsabilidade Social				
Percentual	2004		2009	
	Nº	%	Nº	%
Zero	1	4	2	5
Menos de 0,1%	1	4	9	21
De 0,1 a 0,8%	11	46	8	19
1%	5	21	13	30
2%	3	13	4	9
3%	1	4	3	7
4%	-	-	1	2
5%	1	4	2	5
10%	1	4	1	2
Total	24	100	43	100

Fonte: IEL Pesquisas/2010

2005: 18 indústrias não informaram

2010: 20 indústrias não informaram

N = Número de indústrias respondentes

% = percentual sobre o número de indústrias respondentes

Dentre 63 indústrias que realizaram projetos de RS em 2009, 50 informaram o volume total de recursos financeiros aplicados nestes projetos, totalizando R\$1.201.240,00.

O quadro apresenta o percentual aproximado da receita bruta anual que as indústrias investiram nestes projetos, nos anos de 2004 e 2009.

33 pequenas empresas (mais de 19 e menos de 100 empregados) investem em RS. Contudo, 26 delas informaram o valor gasto em 2009 com esta prática. Dentre estas, excetuando 3, a média do gasto com investimento na área social é de R\$8.161,00. Para as outras 3, o investimento foi maior, resultando em uma média aproximada de R\$91.600,00.

Não foi possível realizar análise comparativa nas duas edições da pesquisa, devido às diferenças de perfil das empresas.



11. Conhecimento e utilização de incentivos fiscais em projetos sociais

Para realização de ações culturais e socioambientais em benefício da comunidade, as Leis Estaduais (redução de ICMS) é o incentivo fiscal mais conhecido e utilizado pelas indústrias.

Conhecimento e utilização de incentivos fiscais para realização de ações culturais e socioambientais em benefício da comunidade - 2010				
Incentivos fiscais	Conhecem o incentivo		Utilizam o incentivo	
	Nº	%	Nº	%
Leis Estaduais (ICMS)	32	51	12	38
Leis Municipais (ISSQN)	28	44	5	18
Leis de incentivo ao esporte (ICMS)	27	43	3	11
(1) Para doações ou patrocínios a projetos culturais	26	41	4	15
(2) Para doações aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente	22	35	2	9
(3) Para doações a entidades sem fins lucrativos reconhecidas como de utilidade pública	22	35	7	32
Lei Rouanet	18	29	3	17
Lei proesporte	15	24	2	13
(4) Para investimentos na produção de obras audiovisuais	14	22	0	0
Outro incentivo	2	3	1	50

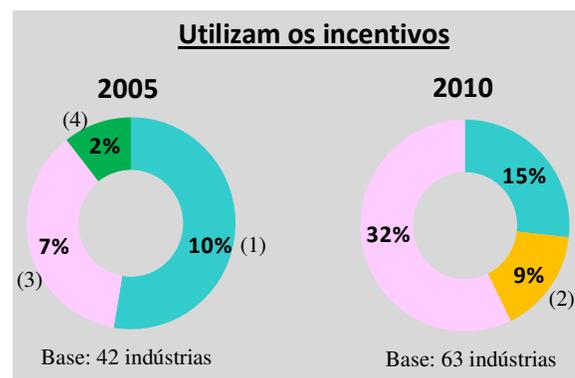
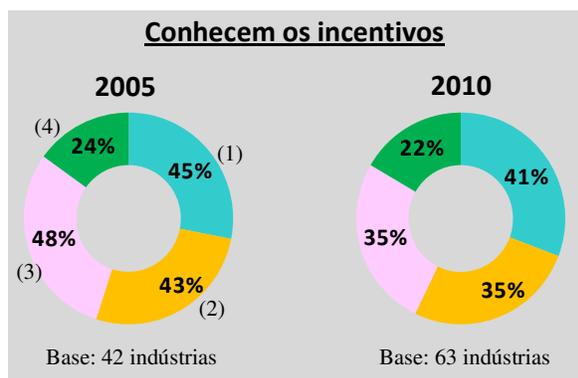
Fonte: IEL Pesquisas/2010

Base 2010: 63 indústrias

N = Número de indústrias respondentes

% = percentual sobre o número de indústrias respondentes

Apesar de todos os incentivos terem sido pouco utilizados, em 2010, houve aumento no percentual de indústrias que utilizam incentivos fiscais relacionados a doações para entidades reconhecidas como de utilidade pública e sem fins lucrativos, conforme explicitado no gráfico.



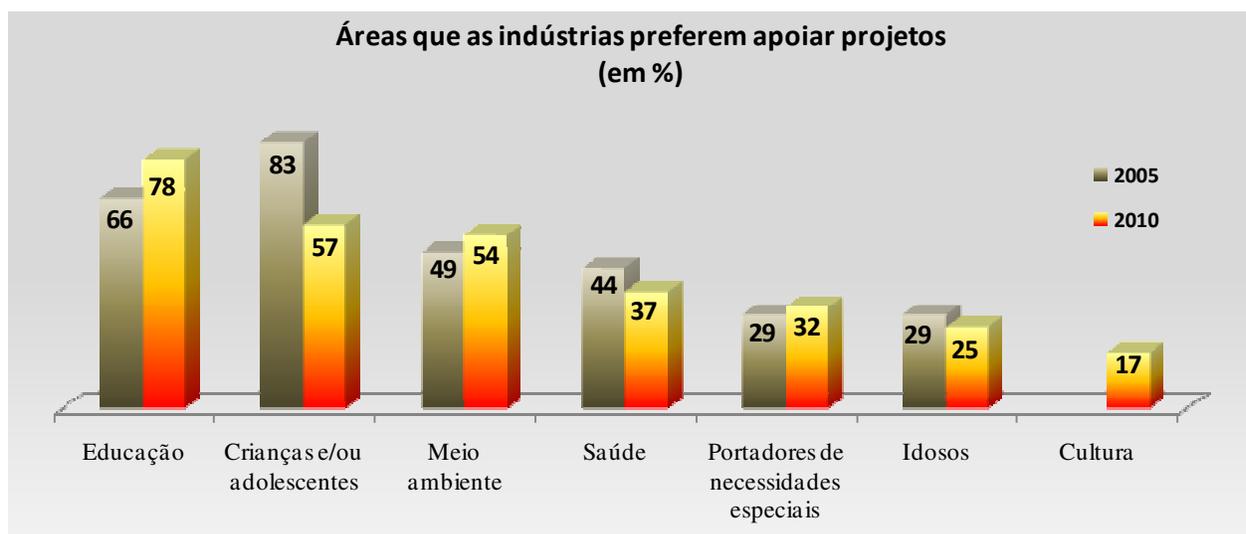


12. Áreas em que as indústrias preferem apoiar projetos de Responsabilidade Social

A pesquisa identificou que as indústrias preferem direcionar suas ações de Responsabilidade Social para os públicos da educação e crianças ou adolescentes.

Na atual pesquisa (2010), 78% das indústrias sondadas apontaram a educação entre as 3 áreas em que preferem apoiar projetos de Responsabilidade Social, seguido por 57% que informaram crianças e/ou adolescentes.

O gráfico abaixo apresenta as 7 áreas sondadas e o percentual de indicações para cada público.



Fonte: IEL Pesquisas/2010

Base 2005: 41 indústrias (1 industriário não respondeu a questão)

Base 2010: 63 indústrias

OBS.: A questão admitiu até 3 respostas

De forma estimulada, foi solicitado aos entrevistados que enumerassem, por ordem de importância, as 3 principais áreas de sua preferência, 44% apontaram educação em primeiro lugar, seguido por 17% que elegeram crianças ou adolescentes.

Em 2005, essa prioridade foi invertida, onde 30% indicaram crianças e adolescentes em primeiro lugar, seguido por 23% que citaram educação.



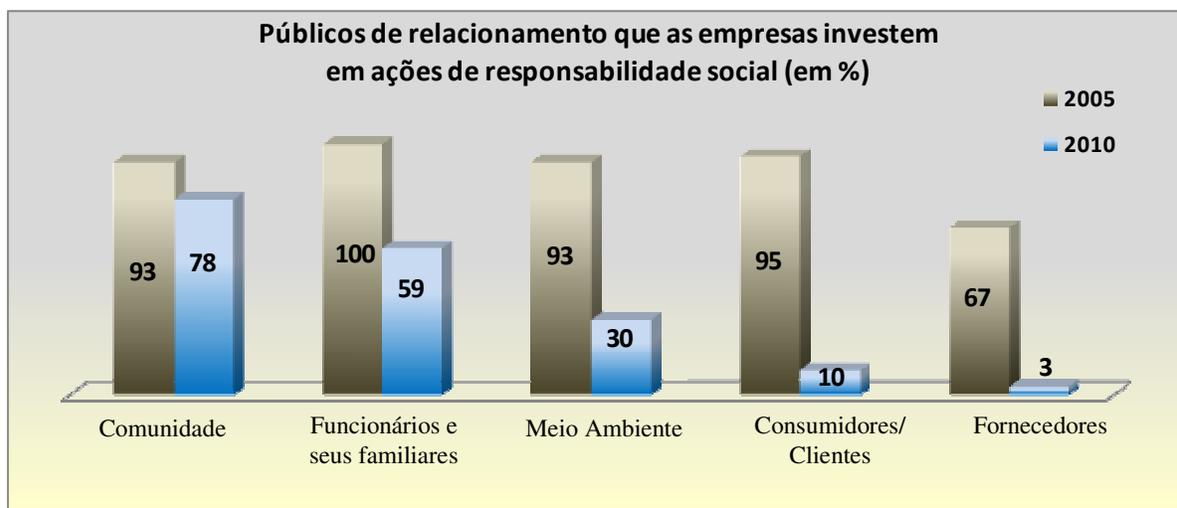
13. Responsabilidade Social e seus públicos de relacionamento

Na comparação entre o resultado da atual pesquisa com a realizada em 2005, houve uma discrepância quanto aos públicos de relacionamento para a realização de ações de Responsabilidade Social.

Em 2005 as indústrias preferiam distribuir suas ações em vários públicos, sendo os fornecedores os menos propendidos por elas.

Atualmente, a maioria das indústrias (79%) centraliza em 1 ou 2 públicos para realizar suas ações de Responsabilidade Social. Cabe dizer que 33% delas informaram que suas ações são voltadas apenas para comunidade e 13% somente para funcionários e seus familiares.

Assim, o maior interesse dos entrevistados está voltado para ações à comunidade (78% dos industriários) e o público de menor interesse continua sendo os fornecedores, pois apenas 3% das indústrias investem neste público.



Fonte: IEL Pesquisas/2010

Base 2005: 42 indústrias

Base 2010: 63 indústrias

OBS.: A questão admitiu mais de uma resposta



14. Ações de Responsabilidade Social, por público de relacionamento

Os itens a seguir especificam as ações de Responsabilidade Social que as indústrias desenvolvem para cada público de relacionamento.

14.1 Comunidade

78% das indústrias direcionam suas ações de Responsabilidade Social para a comunidade, e 90% destes optam por doação em dinheiro e/ou materiais para pessoas e/ou instituições.

Ocorreu queda no percentual de indústrias que realizam campanha, projeto ou programa social em benefício da comunidade, saindo de um percentual de 44%, registrado em 2005, para 10%, em 2010.

A especificação de outras ações, direcionadas a este público, estão contempladas no quadro abaixo.

Ações de responsabilidade social direcionadas à Comunidade				
Ações	2005		2010	
	Nº	%	Nº	%
Doação em dinheiro e/ou materiais para pessoas e/ou instituições	37	95	44	90
Participação em programas sociais	14	36	15	31
Apoio a projetos/ ações ligadas a saúde	11	28	14	29
Programas especiais visando profissionalizar os membros da comunidade	8	21	13	27
Prestação de serviço gratuito para pessoas	13	33	13	27
Apoio a projetos/ações referentes a esporte	-	-	8	16
Apoio a Projetos/ações voltadas à cultura	-	-	7	14
Empréstimo de espaço ou de equipamentos da empresa para entidades	14	36	5	10
Realização de campanha, projeto ou programa social em benefício da comunidade	17	44	5	10

Fonte: IEL Pesquisas/2010

Base 2005: 39 indústrias

Base 2010: 49 indústrias

N = Número de indústrias respondentes

% = percentual sobre o número de indústrias respondentes

14.2 Funcionários e seus familiares

Ações direcionadas aos funcionários e seus familiares ocupou o segundo lugar no ranking dos públicos de preferência dos industriários para investimento em Responsabilidade Social, onde 59% dos pesquisados direcionam suas ações para este público,

Cabe também dizer que 35% destes informaram que mais de 70% do total de recursos designado as ações de Responsabilidade Social, são direcionadas aos funcionários e seus familiares.

Ações de responsabilidade social direcionadas aos funcionários da indústria e seus familiares				
Ações	2005		2010	
	Nº	%	Nº	%
Alimentação	37	88	28	76
Procedimentos de prevenção de riscos à saúde e à segurança dos empregados	36	86	27	73
Assegura a seus funcionários o livre acesso ao seu sindicato	39	93	21	57
Saúde	27	64	20	54
Valorização e motivação dos empregados	-	-	18	49
Qualificação profissional	35	83	16	43
Educação	13	31	10	27
Transporte (exceto vale-transporte)	14	33	7	19
Promoção de cultura	13	31	6	16
Creche ou auxílio creche	6	14	4	11
Previdência Privada	2	5	3	8
Incentivo ao trabalho voluntário	16	38	3	8
Política de preparação para desligamento	-	-	3	8
Outras	1	2	4	11

Fonte: **IEL Pesquisas/2010**

Base 2005: 42 indústrias

Base 2010: 37 indústrias

N = Número de indústrias respondentes

% = percentual sobre o número de indústrias respondentes

14.3 Meio Ambiente

Ações de responsabilidade social direcionadas ao meio ambiente				
Ações	2005		2010	
	Nº	%	Nº	%
Ações para redução do consumo de insumos	32	80	15	79
Coleta seletiva do lixo	28	70	12	63
Controle do impacto ambiental das atividades da empresa	28	70	11	58
Reutilização/reciclagem dos resíduos	25	63	10	53
Possui metas de redução de impactos ambientais	19	48	10	53
Realização ou apoio a ações voltadas à conservação ambiental	22	55	8	42
Ações voltadas à recuperação das áreas degradadas	16	40	8	42

Fonte: IEL Pesquisas/2010

Base 2005: 39 indústrias

Base 2010: 19 indústrias

N = Número de indústrias respondentes

% = percentual sobre o número de indústrias respondentes

As atividades sociais, direcionadas ao meio ambiente, são desenvolvidas por 30% das indústrias.

Contudo, 61% deles informaram que 30% ou menos do total alocado às ações de Responsabilidade Social são direcionadas a este público.

14.4 Consumidores/Clientes

Ações de responsabilidade social direcionadas aos clientes				
Ações	2005		2010	
	Nº	%	Nº	%
Avaliação de rótulos, embalagens, instruções de uso para evitar uso indevido	26	65	4	67
Pesquisas de satisfação do cliente	6	15	4	67
Gestão para melhoria contínua de produtos	5	13	4	67
Serviços de atendimento ao consumidor	14	35	4	67
Avaliação de programas para evitar práticas enganosas	18	45	2	33
Campanhas educativas	1	3	2	33
Serviços de pós venda	5	13	2	33

Fonte: IEL Pesquisas/2010

Base 2005: 40 indústrias

Base 2010: 6 indústrias

N = Número de indústrias respondentes

% = percentual sobre o número de indústrias respondentes

Apenas 10% das indústrias desenvolvem ações sociais direcionadas a seus clientes.

O quadro ao lado especifica as ações voltadas para este público.

14.5 Fornecedores

Apenas 2 indústrias têm seus fornecedores como público de preferência para investimento em Responsabilidade Social, e suas ações estão detalhadas no quadro a seguir.

Ações de responsabilidade social voltadas para os fornecedores				
Ações	2005		2010	
	Nº	%	Nº	%
Desenvolvimento de fornecedores (capacitação, estímulo para melhorias)	14	50	1	50
Possibilidade de participação dos fornecedores nos programas de responsabilidade social realizados pela empresa	17	61	1	50
Apoio às ações sociais e programas de gestão da responsabilidade social realizados por empresas fornecedoras	13	46	-	-
Ações que visam erradicar o trabalho infantil e/ou trabalho forçado e/ou discriminação negativa e/ou ações de proteção ao meio ambiente na cadeia produtiva	3	11	-	-

Fonte: IEL Pesquisas/2010

Base 2005: 28 indústrias

Base 2010: 2 indústrias

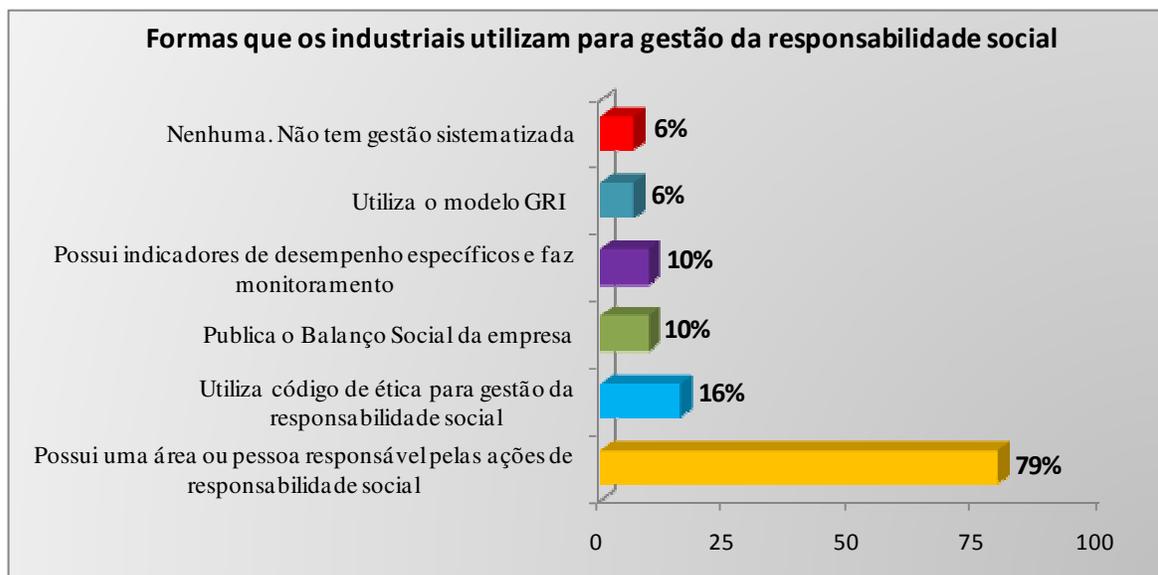
N = Número de indústrias respondentes

% = percentual sobre o número de indústrias respondentes



15. Formas de gestão da Responsabilidade Social

Em 2005, 35% dos entrevistados informaram possuir uma área ou pessoa responsável pelas ações de Responsabilidade Social. Esse percentual sobe para 79% em 2010.



Fonte: IEL Pesquisas/2010

Base 2010: 63 indústrias

OBS.: A questão admitiu mais de uma resposta



16. Divulgação das atividades de Responsabilidade Social

A pesquisa revela que houve aumento no percentual de indústrias que não divulgam suas atividades de Responsabilidade Social. O principal motivo é que os empresários acreditam que suas ações sociais não devem ser utilizadas como marketing e, na opinião deles, a divulgação leva a esta linha de pensamento.

