

Ação social das empresas: como mensurar resultados?

Maria Cecília Prates Rodrigues*

Introdução

Nos últimos anos, a ação social das empresas (ASE) vem ganhando relevância no contexto corporativo. A expectativa é de que essa ação possa se fortalecer e vir a ser uma estratégia efetiva de compartilhamento de responsabilidades entre o Estado e a iniciativa privada para romper com a situação de pobreza e exclusão social que existe nos países.

No entanto ainda existe um considerável ceticismo em relação à atuação social do setor privado, isto é, quanto a seus benefícios reais. Acreditamos que, para que a ação social empresarial se torne uma prática sólida no contexto corporativo e conquiste credibilidade, torna-se fundamental que ela consiga demonstrar que vem alcançando os objetivos a que se propõe, em termos de mudanças na realidade social e na realidade das organizações.

Apesar da conquista recente de espaço da ASE, a revisão da literatura evidenciou a carência de estudos no campo da mensuração de resultados, com avanços apenas no campo da avaliação de processo. Daí que a questão que permanece como alvo de dúvidas e controvérsias ainda é a seguinte: será que a ação social das empresas representa uma prática de gestão sólida no contexto corporativo e um comprometimento real das empresas no combate à pobreza?

* A autora agradece à Xerox do Brasil, em especial ao diretor do Instituto Xerox, José Pinto Monteiro, que permitiu a realização da pesquisa de campo para testar a metodologia EP²ASE e, sobretudo, a publicação dos resultados encontrados. Dessa forma, a Xerox deu demonstração clara de que reconhece a importância da avaliação dos resultados da ação social corporativa e quer dar a sua contribuição para que se avance metodologicamente nesse campo e na ampliação da reflexão sobre as estratégias de ação social.

De modo a contribuir para esse debate e para o fortalecimento da ASE, propomos, neste capítulo, uma metodologia para avaliar os resultados da ação social corporativa, que denominamos Eficácia Pública e Eficácia Privada da Ação Social Empresarial (EP²ASE), e que tem por base a teoria dos *stakeholders*. Trata-se de uma metodologia voltada para investigar os efeitos diretos dessa ação na(s) comunidade(s) beneficiária(s) e também os seus efeitos indiretos nos demais grupos de *stakeholders* relevantes da empresa.

Aplicamos essa metodologia para avaliar os resultados da ação social da Xerox do Brasil. O que buscamos testar foi a seguinte hipótese (H₀): a ação social da Xerox vem sendo eficaz sob as óticas pública e privada.

Estrutturamos este capítulo da seguinte maneira: na seção a seguir é apresentado o conceito de ação social das empresas — o que é e como evoluiu. Em seguida, são enumerados alguns dos desafios que vêm apontando para a relevância de se envidar esforços na avaliação dos resultados da ASE. Depois, elucidamos as principais referências no campo da mensuração de resultados da ASE. A seguir, apresentamos a nossa proposta de metodologia para avaliação dos resultados da ação social corporativa, com base nos critérios de eficácia pública e de eficácia privada. Por fim, mostramos como essa metodologia foi aplicada à ação social da Xerox do Brasil e quais foram os principais resultados encontrados e tecemos as considerações finais.