

256

A FILANTROPIA EMPRESARIAL NO VALE DO RIO PARDO: UMA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA. *Veridiana Limberger, Claudia Tirelli (orient.) (UNISC).*

A pesquisa analisa as ações de filantropia empresarial na região do Vale do Rio Pardo (VRP)/RS, realizadas a partir de meados da década de 90, refletindo a respeito das ações executadas e de como vem se relacionando com o Estado na promoção, gestão e execução das políticas públicas. Para isto, constituiu-se um banco de dados com base em 109 questionários enviados às indústrias de pequeno, médio e grande porte, o que permitiu construir o perfil das ações filantrópicas na região. Num segundo momento, procurou-se verificar a percepção dos empresários acerca das ações e seus vínculos com o Estado, através de entrevistas semidiretivas realizadas com uma amostra estratificada de empresários, levando-se em conta o porte da empresa e o setor de atuação. Como resultado final, pode-se verificar que as ações sociais, em sua grande maioria, são planejadas pela própria empresa, a qual, muitas vezes, possui ganhos secundários como, por exemplo, maior credibilidade no mercado, recebimento de selos e certificações, maior compra dos seus produtos pelo mercado exterior. A execução, geralmente fica a cargo das entidades assistenciais e comunidades beneficiadas pelos projetos sociais. O público alvo predominante são os moradores dos bairros e imediações da empresa, seguido pelos próprios funcionários. As empresas que incluem as ações filantrópicas na sua dotação orçamentária são aquelas de médio e grande porte, as quais também possuem selos e certificações, divulgação e realizam o planejamento das ações, não somente realizando as doações esporádicas. Como principal motivação da empresa para a realização da filantropia aparece o "bem-estar social", seguida pelo "marketing social", mas quase não há relação com o Estado e este é quase sempre percebido como ineficiente. A partir desses resultados, discute-se a questão da privatização do espaço público na região e no país.