
PROGRAMA CORPORATIVO PARA PROMOVER A DOAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA PETROBRAS AOS FUNDOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE: PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO

Alexandre de Andrade Vellozo *

RESUMO

Pessoas físicas e jurídicas podem ser beneficiadas por incentivos fiscais concedidos por lei federal e ajudar entidades sociais, beneficiando crianças e adolescentes em suas comunidades. Diversas empresas, como parte de seus programas de Responsabilidade Social, doam uma parcela do seu imposto de renda devido aos Fundos para a Infância e Adolescência (FIA), e incentivam seus funcionários a fazer o mesmo. A Petrobras também doa parte de seu imposto, porém não há participação dos funcionários. Este trabalho sugere a implantação de um programa corporativo na Petrobras, viabilizando a doação de parte do imposto devido de seus funcionários, através dos FIA. Utilizando-se dados obtidos em entrevistas, pesquisa e documentos, e experiências de outros programas existentes em empresas privadas, definir-se-á o formato do programa e estimar-se-ão os possíveis resultados.

Palavras-chave: Petrobras, Responsabilidade Social, Incentivos fiscais.

ABSTRACT

Individual and corporations can be benefited from taxes incentives, granted by federal law and help social causes that work with children and teenagers in their communities. Many companies, as part of its Social Responsibility programs, donate part of its income taxes and incentive their employees to do the same. Petrobras also donates part of its income tax although it does not incentive its employees to participate in this process. The aim of this work is to suggest the adoption of a corporate program that encourages all the employees to make donations to children and adolescence's foundations. The possible results and the shape of the program will be defined using the obtained data from interviews, research, documents and through experiences from private companies existing programs.

Key words: Petrobras, Social Responsibility, Tax Incentives.

* **Engenheiro Mecânico (UFPR,1999)**

Coordenador de Suporte a Gestão de Negócios da Gerência de Consumidores do Nordeste da Petrobras Distribuidora S/A, Membro da mesa diretora da SAE Brasil Seção Bahia e Membro do Conselho de Responsabilidade Social Empresarial da FIEB.

E-mail: vellozo@br.com.br

1 INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social Empresarial é condição essencial para que uma empresa tenha um bom relacionamento com os seus *Stakeholders*, públicos com os quais ela se relaciona (clientes, funcionários, acionistas, fornecedores, meio ambiente, governo e comunidade).

Uma das formas de atuar junto ao público “comunidade” é o apoio a entidades do terceiro setor que apoiem programas sociais. Os FIA – Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente – são fundos geridos pelos Conselhos de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente. Esses fundos existem nas instâncias federal, estadual e municipal e foram criados pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) para captar recursos destinados ao atendimento de políticas, programas e ações voltadas para a proteção de crianças e adolescentes.

Algumas empresas privadas utilizam de forma efetiva os incentivos disponibilizados pelo Governo Federal. A Petrobras possui um reconhecido programa de Responsabilidade Social, e utiliza-se também dos incentivos criados pelo ECA. Apesar da inegável eficiência deste programa corporativo, a participação dos funcionários restringe-se apenas a programas relacionados ao voluntariado. Não há nenhum mecanismo para incentivar ou facilitar a participação dos funcionários da empresa em outros tipos de programa.

Este trabalho tem como objetivo propor a implantação de um programa corporativo para captação de doações dos funcionários da empresa, utilizando a lei de renúncia fiscal do Estatuto da Criança e do Adolescente. Além disso, pretende-se propor metodologia para sua implantação na empresa e prever possíveis resultados no caso de sua implantação.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

De acordo com a norma NBR 16001 - Norma Brasileira de Responsabilidade Social, “Responsabilidade Social é a relação ética e transparente da organização com todas as suas partes interessadas, visando o desenvolvimento sustentável”.

Para Ashley (2001):

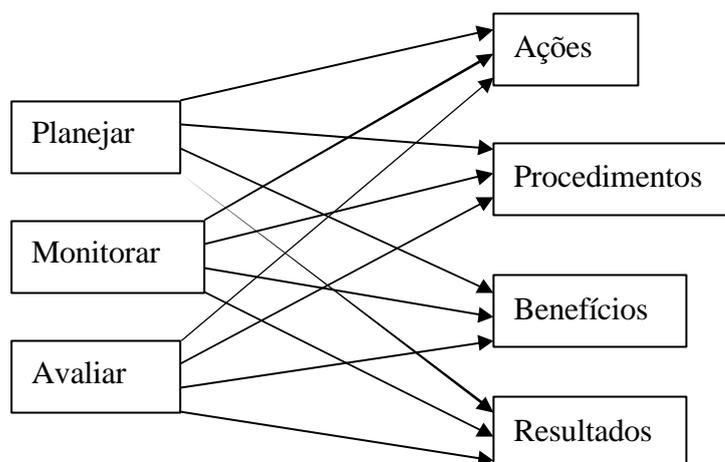
“Trata-se do compromisso contínuo nos negócios pelo comportamento ético que contribua para o desenvolvimento econômico, social e ambiental, pressupondo a realização de decisões dos agentes econômicos que sejam resultado da reflexão quanto aos seus impactos sobre a qualidade de vida atual e futura de todos que sejam afetados por estas decisões.”

Responsabilidade Social não é apenas a promoção de ações filantrópicas ou de eventos de forma pontual. Para Melo Neto e Froes (2001):

“A filantropia é individualizada, pois a atitude e a ação são do empresário. A Responsabilidade Social é uma atitude coletiva e compreende ações de empregados, diretores e gerentes, fornecedores, acionistas e até mesmo clientes e demais parceiros de uma empresa. É, portanto, uma soma de vontades individuais e refletem um consenso.”

A Responsabilidade Social deve ser um sistema de gestão que melhore o desempenho econômico-financeiro das empresas, e propicie a criação de um círculo virtuoso entre empresas e sociedade, com melhorias sociais e ambientais progressivas. Isto exige um desempenho organizacional também cada vez melhor. Por isto, a prática da Responsabilidade Social pela empresa implica em planejamento, monitoramento e avaliação das ações desenvolvidas, dos procedimentos realizados, dos benefícios para o público que será atingido e da correspondência entre os resultados obtidos e os propósitos que os motivaram.

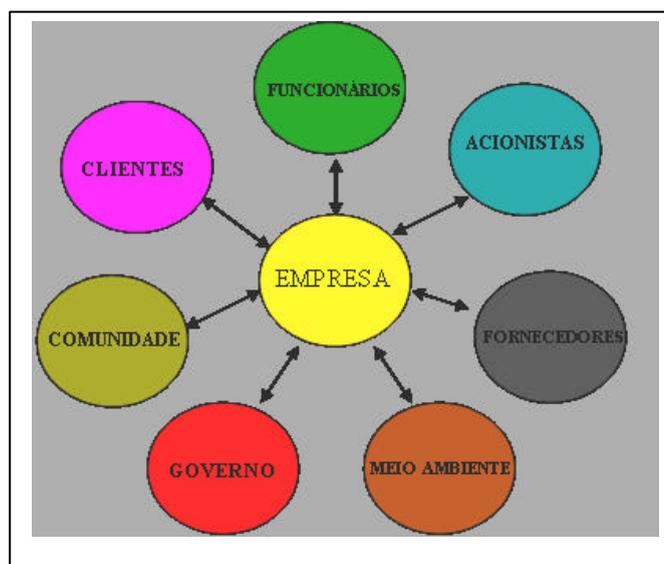
Figura 1 - Implantação da Responsabilidade Social nas empresas



Fonte: Construção própria

Para que as empresas possam funcionar, elas estabelecem relações com diversas entidades que influenciam ou são influenciadas pela sua existência. Estas entidades são os *Stakeholders*, e devem ser consideradas no planejamento estratégico das empresas.

Figura 2 - Stakeholders



Fonte: SESI, 2005

As empresas socialmente responsáveis agregam ao seu papel econômico o compromisso com as questões sociais e ambientais. Estas empresas valorizam sua marca e sua imagem e fidelizam seus clientes. Além disso, tem maior facilidade em reter talentos. Com funcionários melhores e mais motivados, elevam sua produtividade e conseqüentemente melhoram sua competitividade. A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é fator determinante para a perenização dos negócios das empresas. Estas empresas perceberam que “se dar bem fazendo o bem” (“doing well by doing good”) é a melhor forma de ter bons resultados no mercado atual.

Antigamente, uma empresa era considerada competitiva se o preço de seus produtos fosse competitivo. Depois, a qualidade dos produtos e dos serviços ganhou importância. Hoje,

as empresas devem investir no aperfeiçoamento de suas relações com seus clientes, fornecedores, empregados, parceiros, colaboradores, comunidade e governo. As empresas que desrespeitam o meio ambiente promovem a superexploração da mão-de-obra e não demonstram preocupação pela comunidade onde estão localizadas, estão cada vez mais sendo rejeitadas.

Como já comentado, responsabilidade Social é um conceito amplo, que pode envolver todos os *Stakeholders* da empresa e contempla desde ações filantrópicas até questões ambientais, implantadas de forma sistemática. Neste artigo, não se pretende contemplar todas as formas de se “fazer” Responsabilidade Social, nem todos os *Stakeholders* da Petrobras. Estão envolvidos principalmente dois deles. O primeiro é o seu funcionário, que através da participação no projeto pode se sentir mais motivado e mais satisfeito com a destinação de seu Imposto de Renda. As comunidades onde a Petrobras está inserida são a segunda parte interessada envolvida. Uma vez que os funcionários podem escolher o destino de suas doações, naturalmente as comunidades de sua vizinhança serão as mais beneficiadas. A própria empresa também será beneficiada. Além de esta iniciativa poder ser incluída no rol de iniciativas sociais da empresa, ter funcionários e comunidades satisfeitas indiscutivelmente faz bem para os negócios.

3 INCENTIVOS FISCAIS ATRAVÉS DO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

3.1 O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA)

O Estatuto da Infância e do Adolescente (ECA), aprovado em 1990 através da Lei Federal 8069, de 13/07/1990, reconhece os direitos fundamentais de acesso do jovem à educação e qualificação profissional. Os Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente, criados através do ECA, coordenam e direcionam ações neste sentido e recebem recursos para executá-las. Através dos artigos do ECA, o Governo Federal oferece isenção fiscal, e, ao mesmo tempo, estimula as doações da sociedade para a implementação de políticas públicas nesta área. Este estatuto possibilita às empresas e as pessoas físicas repassarem parte do imposto de renda devido às organizações com fins não econômicos que atendam crianças e adolescentes.

Os Fundos para Criança e Adolescência (autorizados pela Lei Federal nº 8.242/91) são contas bancárias que recebem as doações de pessoas físicas e jurídicas, e são administradas pelos Conselhos de Direito da Criança e do Adolescente. Os conselhos podem ser municipais, estaduais e federais, e deliberam o destino dos recursos na aplicação em programas e projetos para crianças e adolescentes. Com representação paritária, os conselhos são controlados por representantes da sociedade civil e do poder público. Eles formulam políticas públicas, definem de que forma os recursos do fundo devem ser utilizados, aprovam e fiscalizam programas e projetos na área de infância e adolescência. Além disso, informam à Receita Federal a lista de CPFs e CNPJs doadores, com os respectivos valores das doações. As empresas podem deduzir, ou deixar de pagar, até 1% do Imposto de Renda. As pessoas físicas, por sua vez, podem destinar até 6% de seu Imposto de Renda devido, desde que a declaração seja feita através do modelo completo. As empresas e pessoas físicas que quiserem contribuir com o fundo devem entrar em contato com os conselhos de seus municípios ou estados, e verificar se o fundo já foi criado, regulamentado e implementado na região onde se quer fazer a doação e pedir os dados bancários, depositando o valor que desejar na conta do fundo. Em seguida, devem enviar uma cópia do comprovante de depósito para o conselho, com os seus dados, para que os fundos enviem o recibo de destinação. Alguns conselhos permitem que o doador escolha entre as entidades cadastradas qual receberá o dinheiro, outros

não. As empresas privadas têm dado preferência aos conselhos que dão esta possibilidade. É bom salientar que a proposta a ser feita neste trabalho, para doações feitas por pessoas físicas, evita que o processo de busca pelo conselho, comprovação de pagamento e acompanhamento da aplicação do recurso, seja uma preocupação exclusiva do doador. A empresa dará todo o apoio necessário, de forma que ao doador cabe apenas a escolha da entidade, a confirmação da intenção da doação e a definição do valor a ser doado.

3.2 Adesão da sociedade

Muitas empresas brasileiras ainda desconhecem as leis de incentivos fiscais disponíveis hoje no país, que destinam recursos que iriam para os cofres públicos, diretamente para a área social. Segundo pesquisa do GIFE - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (apud Próspero, 2004), menos de 6% das empresas que podem deduzir doações adotam estas medidas. Hoje, o universo de empresas que podem utilizar incentivos fiscais está restrito a 189 mil empresas (apenas as que optaram pelo regime de lucro real). Destas, somente as empresas que tenham imposto a pagar podem fazer uso do incentivo o que, em 1999, representavam 80.310 empresas. Mas, somente 4.349 empresas (5,41%) realmente se beneficiaram da lei, sendo que 47% destinaram recursos para ONGs, 31% para o programa Nacional de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), 12% para o Fundo da Criança e do Adolescente, 6% para atividades audiovisuais e 4% para as instituições de ensino e pesquisa. Foram destinados ao todo R\$ 548 milhões para estes projetos, um valor que poderia chegar a R\$ 4 bilhões, se todas as empresas aderissem às leis de incentivo. As ONGs receberam R\$ 225 milhões de 2.051 empresas. Neste caso, o valor poderia chegar a R\$ 2 bilhões. Outros R\$ 7,48 milhões foram destinados para o Fundo da Criança e do Adolescente, para 512 organizações, o que representa apenas 6% do total dos cerca de R\$ 127 milhões que poderiam ser doados. Dados de pesquisa realizada pela Federação das Indústrias do Estado da Bahia (FIEB, 2005), mostram que entre as empresas baianas pesquisadas, apenas 6,6% repassam recursos para o Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente.

3.2.1 Projetos de Empresas Privadas

O Fundo Pró-infância da Gerdau (empresa de aço cuja matriz está situada no Rio Grande do Sul) é um dos muitos projetos que destina recursos aos FIA. Utilizando-se de renúncia fiscal, conforme regulamentado na Lei 8.069 (Estatuto da criança e do adolescente), a Gerdau destina parte de seu imposto devido a entidades de cunho social, que se enquadrem nas regras determinadas pela lei. Além da pessoa jurídica Gerdau, a empresa capta doações de seus funcionários, que se utilizam do mesmo direito, e doam parte de seus impostos devidos, obtendo restituição dos mesmos após o acerto de contas com a Receita Federal. Este programa tem como ponto forte a fácil e rápida adesão dos funcionários interessados. O programa existe desde 1999, e a partir de 2001 foi implantado um sistema para facilitar a participação dos funcionários. A empresa utilizou a experiência adquirida nos primeiros anos de funcionamento do programa, e procurou remover todas as barreiras que poderiam impedir o seu funcionário de doar. A experiência da Gerdau mostrou que, devido à complexidade e ao desconhecimento da legislação, o software é um dos pontos chave para o sucesso do projeto.

De acordo com o Sr. Clódis Xavier, executivo da Gerdau responsável pelo programa Fundo Pró-Infância, o mesmo tem 8 anos de existência, e é gerido atualmente por três funcionários exclusivamente dedicados a sua condução, entre eles um alto executivo com acesso direto ao comando da empresa. O programa já arrecadou, apenas entre funcionários, mais de R\$4,3 milhões em doações, beneficiando mais de 20.000 crianças e 114 entidades. Além dos benefícios sociais gerados pelo programa, perceberam-se na Gerdau outros efeitos colaterais, como a maior integração dos funcionários com as comunidades do entorno das

fábricas, o aumento da participação dos funcionários em projetos de voluntariado, a retenção de talentos e a maior satisfação dos funcionários no trabalho.

A Gerdau cede, sem cobrança de royalties ou direitos autorais, o modelo de seu programa e o software utilizado para que empresas e entidades interessadas possam implantá-lo. Entre as empresas e entidades que já utilizam o modelo Gerdau estão Sky, Azaléia, AACD, FIERGS - Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul, FIEP - Federação das Indústrias do Estado do Paraná, Santa Casa de Porto Alegre, prefeitura de São Paulo e mais recentemente a FIEB - Federação das Indústrias do Estado da Bahia. Um dos grandes diferenciais do projeto Fundo Pró-infância é ouvir as entidades antes de mais nada. Esta prática vem de encontro ao que diz Kanitz (2005):

“Antes de implantar um projeto social pergunte para umas vinte entidades do Terceiro Setor para saber o que elas realmente precisam. A maioria das empresas começa seu projeto social procurando uma ‘boa idéia’ internamente”.

Outro projeto de destaque, o projeto Amigo Real, do Banco Real (ABN-Amro) foi criado para mobilizar os funcionários a fazerem uso da lei dos FIA. O programa estimula os funcionários do banco a destinarem os recursos que são passíveis de dedução do imposto para projetos cadastrados nos conselhos. Atualmente o programa tem parceria com 21 municípios brasileiros, beneficiando 6.000 crianças e adolescentes. Em 2004, foi registrado um novo recorde: 34% do quadro total de funcionários do Banco fizeram suas doações ou destinações. A Organização também fez a sua parte, direcionando aos FIA R\$ 480 mil, cerca de 1% do seu Imposto de Renda a pagar. Portanto, no total, foram arrecadados R\$ 2,181 milhões. Como ponto forte do projeto, percebeu-se a alta adesão dos funcionários.

4 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Foram utilizadas diversas fontes para obtenção das informações desejadas. Foram usadas fontes primárias, como a pesquisa através de questionário e entrevistas; e fontes secundárias, como os balanços financeiros e o planejamento estratégico da Petrobras.

Aplicou-se questionário (ver apêndice) via internet para saber-se qual a opinião dos funcionários da Petrobras sobre o atual programa de Responsabilidade Social da empresa, qual o interesse em participar do programa proposto, entre outras questões.

O questionário foi disponibilizado através de uma página da internet, desenvolvida em linguagem HTML (Hyper Text Markup Language). O endereço desta página foi enviado via e-mail para diversos funcionários da Petrobras. O questionário permaneceu no ar durante uma semana e 100 respostas foram obtidas. Estas respostas, anônimas, foram enviadas automaticamente para um e-mail preestabelecido e em seguida inseridas no software Sphinx, para análise.

No decorrer deste trabalho, foram feitas duas entrevistas via e-mail para levantamento de dados. A primeira entrevista, já citada neste trabalho, foi feita com o Sr. Clódis Xavier, executivo da Gerdau responsável pela gestão do programa Fundo Pró-Infância. A segunda entrevista foi feita com a Sra. Janaína Marques Bezerra, da Coordenadoria de Responsabilidade Social da Gerência de Comunicação da Petrobras Distribuidora, e tinha por objetivo obter informações sobre os programas atualmente existentes na companhia, em especial o Programa Voluntariado.

Os dados sobre os programas em andamento na Petrobras e suas subsidiárias foram analisados, assim como sua abrangência e seu público alvo. Em especial, procurou-se obter informações sobre o Programa Voluntariado, principal projeto em andamento que tem como público alvo os funcionários do sistema Petrobras.

Os programas Fundo Pró-Infância da Gerdau e o projeto Amigo Real, do Banco Real (ABN-Amro), foram estudados a fundo, uma vez que são modelos a serem seguidos pelo

projeto que se pretende implantar. Os detalhes destes projetos já foram expostos anteriormente neste trabalho.

Além das fontes citadas acima, os dados financeiros da Petrobras foram estudados para obterem-se informações sobre faturamento da empresa e rendimento médio dos funcionários. O balanço social da empresa trouxe informações como número de funcionários e programas sociais em andamento. O objetivo desta análise foi calcular os valores que podem ser arrecadados entre os funcionários da Petrobras.

5 RESULTADOS OBTIDOS

A pesquisa aplicada via internet foi respondida por cem funcionários de diversas áreas do sistema Petrobras, tanto da Holding quanto de suas subsidiárias. Mais da metade deles é funcionário do sistema há mais de quinze anos. Responderam à pesquisa funcionários de carreiras de nível médio (50%), de nível superior (42%) e terceirizados ou estagiários (8%). Sobre o atual programa de Responsabilidade Social da Petrobras, grande parte dos pesquisados acha ótimo ou bom (82%). Há 9% que não conhecem o programa, e 8% que acham o programa regular. Apesar de reconhecerem o trabalho da Petrobras como sendo adequado, apenas 16% responderam que participam de alguma forma dos programas da companhia. Após explicação rápida sobre o escopo do projeto dos FIA, foi investigado o interesse na participação do mesmo. Do total de funcionários, 81% deles gostariam de participar do programa proposto. Entretanto, 18% destes funcionários ficariam impedidos de participar por fazerem suas declarações de imposto de renda através do formulário simplificado, e por não terem intenção de mudar para o tipo completo, exigência para se realizar a doação. Dos 63% de funcionários restantes, 50% deles já fazem suas declarações no modo completo, e 13% mudariam o tipo de declaração a fim de participar do projeto. Os funcionários que mostraram interesse em participar do projeto foram consultados sobre como deveriam ser alguns detalhes do mesmo. Notou-se que o empréstimo pela empresa dos valores doados até a restituição do imposto de renda do funcionário é importante para 59% dos respondentes. Quase a totalidade deles (99%) acha importante ou muito importante que a decisão sobre a entidade a ser beneficiada seja sua. Todos acham que os resultados do projeto devem ser divulgados pela empresa, e mais da metade (57%) acredita que a empresa deve incentivar a participação dos funcionários através de prêmios e brindes.

Na missão da Petrobras, a importância da Responsabilidade Social fica clara:

“Atuar de forma segura e rentável, com responsabilidade social e ambiental, nas atividades da indústria de óleo, gás e energia, nos mercados nacional e internacional, fornecendo produtos e serviços adequados às necessidades dos seus clientes e contribuindo para o desenvolvimento do Brasil e dos países onde atua”.

Da mesma forma, a Visão 2015 destaca a Responsabilidade Social:

“A Petrobras será uma empresa integrada de energia com forte presença internacional e líder na América Latina, atuando com foco na rentabilidade e na responsabilidade social e ambiental”.

O programa Petrobras Fome Zero soma as ações da empresa às ações do Governo federal (programa Fome Zero) e da sociedade organizada na luta pela inclusão social e erradicação da miséria e da fome no Brasil. Este programa possui cinco linhas de atuação:

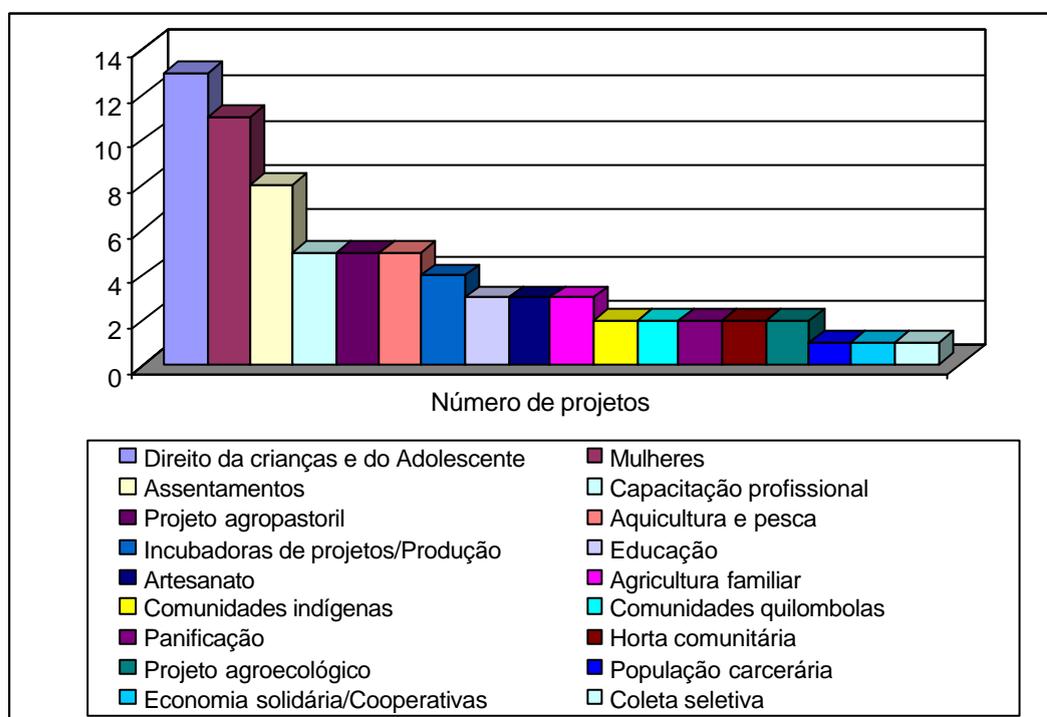
1. Educação e qualificação profissional de jovens e adultos;
2. Geração de emprego e renda;
3. Garantia dos direitos da criança e do adolescente;
4. Empreendimentos sociais;
5. Voluntariado corporativo.

Com relação à metodologia para seleção de projetos, divulgação do programa e valores disponibilizados não há críticas a serem feitas.

A escolha de projetos através de seleção pública é feita de forma democrática e transparente. O site do programa Petrobras Fome Zero possui informações detalhadas sobre como elaborar e submeter os projetos à aprovação, dando igual oportunidade de participação a todos os interessados.

Vê-se que, em relação aos beneficiados pelo programa, o programa está bem dimensionado. Das linhas de atuação, percebeu-se que pelo menos duas delas (1 e 3) estão diretamente ligadas a crianças e adolescentes. As demais, entretanto, envolvem este público de alguma forma. Famílias de baixa renda, de comunidades carentes e de baixa instrução também são beneficiadas com o do programa. De todos os projetos, os que tratam do direito de crianças e adolescentes são maioria (13 projetos), como visto no quadro abaixo.

Figura 3 - Distribuição dos projetos da Petrobras por Tema / Público-Alvo (2004)



O Projeto Fundo para Infância e Adolescência, que está sendo realizado em uma parceria da Petrobras com a Secretaria Especial dos Direitos Humanos e o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), é hoje uma das principais iniciativas da empresa junto ao público infantil e juvenil. Em 2003, as doações da Petrobras e suas Subsidiárias ao Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente – FIA, alcançaram o valor de R\$ 32,76 milhões. Em 2005, este valor chegou a R\$ 41,98 milhões, o que mostra que as doações são contínuas e crescentes. Para a doação de recursos foram priorizados os conselhos que:

- Têm projetos alinhados às diretrizes prioritárias do Programa Petrobras Fome Zero;
- Defendem a efetivação das medidas propostas no ECA (Estatuto da Criança e do Adolescente) com relação à proteção e integridade das crianças e adolescentes;

- Desenvolvem iniciativas de combate ao abuso sexual infanto-juvenil;
- Atuam em cidades localizadas nas rotas de prostituição identificadas pela Secretaria Especial de Direitos Humanos;
- Executam ações contra a utilização de mão-de-obra infantil ou trabalho irregular de adolescente;
- Propõem ações de combate à evasão escolar e de inclusão social dos portadores de necessidades especiais.

A empresa apóia os FIA através da doação de parte do seu imposto devido aos Conselhos Estaduais e Municipais para a Infância e Adolescência. Foram citadas pela entrevistada algumas entidades apoiadas através desta iniciativa, como a Casa de Abrigo do Município de Mesquita (Mesquita-RJ), o Núcleo Especial de Atendimento a Criança e Adolescente Vítimas de Violência Doméstica e Sexual de São Gonçalo (São Gonçalo-RJ) e o Projeto Educar e Humanizar (Altamira-PA).

Percebe-se, entretanto, uma lacuna no programa quando se trata da participação dos funcionários. Apenas o programa de voluntariado corporativo envolve-os diretamente. Como este é um programa que exige muita dedicação do funcionário, ele é de baixa adesão e poucos participam do programa Petrobras Fome Zero diretamente. A Sra. Janaína Marques Bezerra, da Gerência de Comunicação da Petrobras Distribuidora foi consultada essencialmente sobre o programa de voluntariado da Petrobras. Ela esclareceu que cerca de 60 funcionários da BR (1,5 % do total) e cerca de 1200 funcionários da Petrobras (3% do total) se cadastraram no programa através do site corporativo, e atuam em algum projeto social que tem o apoio da empresa.

Outros programas sociais de participação dos funcionários se restringem as atividades pontuais que ocorrem em algumas gerências locais da empresa ou são desenvolvidos por ONGs das quais funcionários fazem parte. Em geral são campanhas de doativos para comunidades locais em datas festivas. A Petrobras apóia estas iniciativas essencialmente através de sua divulgação.

Realizou-se a análise dos balanços da Petrobras para, através dos números de folha de pagamento e de funcionários, chegar-se a uma estimativa de arrecadação através do projeto. A Petrobras e suas subsidiárias fecharam 2005 com 53.904 funcionários. Destes, 6.166 trabalham fora do país. Outros 155.267 empregados são trabalhadores terceirizados, e seus rendimentos não serão considerados para os cálculos, devido ao seu pagamento ser de responsabilidade de outras empresas. Entre salários e vantagens, os funcionários da Petrobras no Brasil receberam no ano de 2005 cerca de R\$5,41 bilhões de reais. Portanto, obtém-se uma renda média, por empregado, de aproximadamente R\$113 mil por ano.

Não há informações exatas sobre qual o valor total de impostos pagos pelos funcionários da Petrobras, nem quantos utilizam formulário simplificado na declaração do imposto. Entretanto, para chegarmos a um valor estimado a ser arrecadado no programa, utilizar-se-á como simplificação a renda média para obtenção do valor médio do imposto a pagar, e por consequência o valor dedutível através da lei do FIA.

Em relação à adesão, utilizar-se-á valores encontrados na pesquisa, e também valores históricos das principais empresas que implantaram o projeto em questão. A partir daí, prever-se-á de modo aproximado o valor a ser obtido através da implantação do programa no sistema Petrobras.

Através da renda média, chega-se a um imposto de renda anual devido aproximado de R\$24 mil, dos quais 6% podem ser doados e restituídos posteriormente. Portanto o valor a ser deduzido por funcionário seria de R\$1,44 mil. Através da pesquisa realizada, poder-se-ia esperar que 68% dos funcionários participariam do programa. Entretanto em nenhuma das

empresas privadas estudadas a adesão chega a este nível. O maior nível de adesão é o do Banco Real, que chegou a 34% em 2004.

Utilizar-se-á, para se evitar superestimativas, o valor de 34% para o cálculo, valor que é metade do previsto na pesquisa, e igual ao melhor grau de adesão conhecido. O montante obtido, para 34% de adesão, entre 47.738 funcionários, com parcela dedutível de R\$1,44 mil é de R\$23,37 milhões. No ano de 2005, a empresa doou aos Fundos da Infância e Adolescência R\$41,98 milhões. Portanto, poderia ser obtido um acréscimo de cerca de 50% no total de doações.

7. PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO

A partir dos resultados obtidos na pesquisa, recomenda-se que a implantação do programa na Petrobras siga os seguintes passos:

- a) Desenvolvimento de software e do site informativo na intranet;
- b) Credenciamento das entidades;
- c) Divulgação do programa entre os funcionários através de folders e intranet;
- d) Divulgação dos resultados através da intranet.

As ações de divulgação do programa, através de banners e e-mails devem ser concentradas principalmente nos meses de novembro e dezembro, apesar da página da intranet poder estar disponível para consultas durante todo o ano. O software deverá ser executável na Intranet ou Lotus Notes. Ele será utilizado para o cálculo do valor da doação, escolha da entidade e emissão do comprovante. Este software pode ser obtido através de parceria com a empresa Gerdau, que disponibiliza sem custos o mesmo para as empresas interessadas em criar seus próprios programas de incentivo. Hoje várias empresas já possuem este software, além de algumas Federações de Indústrias, entre elas a FIEB, Federação das Indústrias do Estado da Bahia. Exemplo da utilização deste software pode ser acessado no sítio <http://www.fieb.com.br/pro-infancia>. A primeira tela traz a listagem das entidades cadastradas no sistema. Clicando sobre o nome da entidade pode-se ver detalhes das mesmas. Informa-se o valor que se deseja doar e clica-se em “Finalizar Doação”. O pagamento será realizado pela empresa ao Conselho Municipal ou Estadual responsável pelo credenciamento da entidade escolhida pelo funcionário. A empresa encaminhará correspondência, com cópia do comprovante de depósito, para a entidade beneficiária, para que ela providencie o recebimento dos valores junto ao respectivo fundo. Na Declaração de Ajuste Anual do funcionário, no anexo de pagamentos e doações efetuadas, será utilizado o Código 08 e informada a doação para o Conselho ou Fundo da Criança e do Adolescente e respectivo CNPJ, ao qual a Instituição de escolha esteja devidamente inscrita e apta a receber doações.

Após a restituição do funcionário ser liberada pela Receita Federal, a empresa desconta no contracheque do mesmo os valores adiantados no momento da doação. As informações sobre o programa além de seus resultados estarão disponíveis em site da Intranet desenvolvido pela empresa.

Para que o projeto seja aplicado com sucesso, devem-se buscar, por parte da empresa, os seguintes itens:

- Conhecimento da realidade e da estrutura de funcionamento dos Conselhos;
- Envolvimento e comprometimento do Conselho Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente;
- Formação de parcerias com os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário;
- Envolvimento de grupos voluntários com experiência no atendimento às crianças e adolescentes;
- Gestão participativa;
- Divulgação sistemática dos resultados;

A empresa também precisa evitar que quaisquer dificuldades atrapalhem os funcionários na hora da doação. A Petrobras, utilizando-se da experiência de outros programas similares, deve estar atenta aos seguintes problemas:

Possível empecilho	Solução oferecida ao funcionário
Dúvidas sobre o programa	A empresa deve incluir em sua página da intranet explicações e detalhes sobre o programa.
Como doar?	A navegação no site deve ser simples e auto-explicativa, não havendo espaço para esta pergunta.
Quanto doar?	Deve existir no site uma calculadora para que, baseado no rendimento do funcionário e de suas deduções, ele calcule qual o máximo valor a ser restituído em caso de doação para os FIA.
Para quem doar?	Deve haver uma lista de entidades, todas com o devido aval da empresa e dos Conselhos da Infância e Adolescência, entre as quais o funcionário pode escolher. Existem no site informações sobre os projetos a serem desenvolvidos e os valores requeridos pela instituição.
E no caso de não se ter o dinheiro disponível em mãos para a doação?	Como a doação deve ser feita até o fim do ano calendário e o dinheiro só é devolvido na restituição do imposto de renda, que acontece no ano seguinte, a empresa deve emprestar ao funcionário o dinheiro a ser doado, e cobrá-lo apenas quando o funcionário já estiver de posse de sua restituição.

8. CONCLUSÕES

A implantação do programa dos FIA na Petrobras traria grandes benefícios para a Petrobras e alguns de seus *Stakeholders*.

A comunidade seria beneficiada pelo incremento de recursos doados, que poderia chegar a até 50%. Apesar do montante doado pela empresa ser muito significativo, um aumento nestas doações certamente seria útil. A carência das comunidades circunvizinhas às refinarias e campos de exploração terrestre é muito grande.

Outro beneficiado pela implantação do projeto, o funcionário da empresa teria a oportunidade de apoiar sua comunidade de forma mais efetiva, evitando que seu imposto seja desperdiçado pelo mau uso do Governo Federal ou que seja canalizado para projetos que não são de seu interesse. Além disso, a possibilidade de auxiliar e conhecer as entidades de sua comunidade permitiria que aqueles que têm interesse em praticar trabalhos voluntários tenham mais facilidade para fazê-lo. Certamente haveria diferentes graus de participação entre os funcionários. Alguns se contentariam em fazer a doação. Outros se preocupariam com a destinação e a utilização dos recursos. Outros se envolveriam profundamente com as entidades e instituições beneficiadas no programa, e passariam a fazer parte do grupo de voluntários da Petrobras.

Por fim, a Petrobras seria uma das grandes beneficiadas pelo programa. Seus funcionários ficariam mais motivados, seu programa de voluntariado ficaria fortalecido, e sua imagem ainda mais em destaque. A lacuna observada no programa Petrobras Fome Zero, que é a pequena participação dos funcionários, poderia ser preenchida adequadamente com este projeto.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, P. A. (coord.) **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 16001: Responsabilidade social – sistema de gestão – requisitos**. Rio de Janeiro 2004.

BRASIL, Lei nº 8.069, Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 13 jul 1990.

_____, Lei nº 10.764, Alterações no Estatuto da Criança e do Adolescente. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 12 nov 2003.

_____, Secretaria De Receita Federal. **Simulação de alíquota efetiva – imposto de renda da pessoa física - exercício de 2006, ano-calendário de 2005**. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Aplicacoes/Attrjo/Simulador/SimIRPFAnual2006.htm>>. Acesso em: 09 jun 2006.

FIEB. **Responsabilidade Social Empresaria no Estado da Bahia (Versão Condensada)**. Salvador jul 2005.

FIERGS. **Guia do Fundo Pró-infância às Organizações da Sociedade Civil**. Disponível em <<http://www.fieb.org.br/proinfancia/guia.zip>> Acessado em: 15 mai 2006.

GERDAU, Relatório **Social e Ambiental, Rio Grande do Sul 2005**. Disponível em: <<http://www.gerdau.com.br/relatoriogerdau/2004/port/download/relatorio-socialambiental-2004.pdf>> Acessado em: 25 mai 2006.

HERCULANO, M. **Pesquisa identifica pouco conhecimento e baixa utilização de incentivos fiscais no Brasil**, jun 2004. Disponível em <http://www.gife.org.br/redegifeonline_noticias.php?codigo=6238> Acessado em: 05 mai 2006.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social nas empresas: primeiros passos**. São Paulo: Industrial Graphics Comunicação Ltda, 1998.

KANITZ, S. **Os 10 mandamentos da responsabilidade social**, Disponível em <<http://www.filantropia.org>> Acesso em: 05 mai 2006.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. de. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro : Qualitymark Ed., 2001.

PETROBRAS, **Balanco Social 2004**, Rio de Janeiro 2005. Disponível em: <http://www2.petrobras.com.br/ResponsabilidadeSocial/portugues/pdf/BS_Port.pdf> Acessado em 02 mai 2006

PETROBRAS, **Balanco Social 2005**, Rio de Janeiro 2006. Disponível em: <http://www2.petrobras.com.br/ResponsabilidadeSocial/portugues/pdf/BSA_2005_baixa_resolucao.pdf> Acessado em 08 jun 2006

_____, **Relatório Anual 2004**, Rio de Janeiro 2005. Disponível em: <http://www2.petrobras.com.br/ri/port/ConhecaPetrobras/RelatorioAnual/relat04/port/download/RAO/Petrobras_RA_2004.pdf> Acessado em 02 mai 2006

_____, **Análise financeira e demonstrações contábeis 2004**, Rio de Janeiro 2005. Disponível em: <http://www2.petrobras.com.br/ri/port/ConhecaPetrobras/RelatorioAnual/pdf/Petrobras_Balanco_Social_final_port.pdf> Acessado em 02 jun 2006.

PRÓSPERO, D. **Menos de 6% das empresas se valem das leis de incentivo para apoiar social**. Jun 2004. Disponível em: <<http://www.setor3.com.br>>. Acesso em: 05 mai 2006.

SESI. **Ética, gestão, desenvolvimento sustentável**. Brasília 2005

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO

1. Qual a sua unidade na Petrobras?

§§ 1. Petrobras E&P §§ 2. Petrobras Refino §§ 3. Petrobras Outros
(Compartilhado, TI, etc.) §§ 4. Petrobras Distribuidora §§ 5. Transpetro

2. Tempo de empresa

§§ 1. 1 a 5 anos §§ 2. 5 a 10 anos §§ 3. 10 a 15 anos §§ 4. Mais que 15 anos

3. Tipo de carreira

§§ 1. Nível médio §§ 2. Nível superior §§ 3. Contratado ou estagiário

4. Você considera o programa de Responsabilidade Social da Petrobras:

§§ 1. Ótimo §§ 2. Bom §§ 3. Regular §§ 4. Ruim §§ 5. Não conheço o programa

5. Você participa de algum programa disponibilizado pela empresa?

§§ 1. Sim, participo §§ 2. Não, porque não acho importante §§ 3. Não, por outro motivo

6. Caso a Petrobras apoiasse o programa, você participaria?

§§ 1. Participaria §§ 2. Não teria interesse

7. Isto seria empecilho para sua participação?

§§ 1. Não seria, pois minha declaração já é completa
§§ 2. Seria, pois utilizo declaração simplificada e não pretendo mudar
§§ 3. Não seria, pois poderia passar a fazer declaração completa sem problemas

8. É importante a Petrobras adiantar os valores até o recebimento da restituição?

§§ 1. Muito importante §§ 2. Importante §§ 3. Não é importante

9. É importante escolher qual entidade será beneficiada pela minha doação?

§§ 1. Muito Importante §§ 2. Importante §§ 3. Não é importante

10. É importante que os resultados sejam divulgados pela empresa?

§§ 1. Muito Importante §§ 2. Importante §§ 3. Não é importante

11. É importante o incentivo da empresa através de sorteios?

§§ 1. Muito Importante §§ 2. Importante §§ 3. Não é importante
