

É o que afirma Anna Maria Peliano, coordenadora da pesquisa:

“As pequenas empresas basicamente destinam suas contribuições por meio de doações a entidades assistenciais.”¹¹

Ainda sobre o desempenho das micros, pequenas e médias empresas, seu padrão de atuação caracteriza-se pela busca de novas formas de inserção na comunidade.

A inserção da empresa na comunidade ocorre mediante doações a entidades assistenciais que desenvolvem projetos na comunidade. Estas doações, segundo Peliano, são limitadas à vizinhança, “sinal de preocupação das empresas em manter sob seu olhar os investimentos sociais realizados na comunidade ou mesmo o destino dado ao dinheiro doado a entidades filantrópicas”.¹²

O tipo de relação predominante da empresa com a comunidade é indireta, pois a empresa desenvolve sua ação de filantropia através de organizações comunitárias.

O marketing social é praticamente inexistente. As micros, pequenas e médias empresas não se preocupam em divulgar suas ações sociais como estratégia de comunicação e marketing.

Quanto às grandes empresas, o padrão de atuação social é o de projetos sociais próprios. Trata-se, portanto, de uma relação mais direta com a comunidade. Os empregados também se envolvem em ações de voluntariado, o que estreita mais ainda os laços da empresa com a comunidade.

Muitas empresas adotam ambos os padrões, com ações de doação e apoio e também com projetos sociais próprios.

Aos poucos, o modelo de inserção vai dando lugar a um novo modelo de atuação social — ações de fomento ao desenvolvimento social.

São ações de fomento da empregabilidade e do empreendedorismo social, cujo objetivo é criar condições de sustentabilidade que permitam o desenvolvimento da comunidade. Estas condições necessárias para se chegar ao desenvolvimento autônomo ocorrem quando a própria comunidade se dá conta de suas motiva-

¹¹ Pacelli, Marcio. “Lucro alivia mazelas sociais”, *Jornal do Brasil*, 23/07/00, p. 3.

¹² *Id.*, *ibidem*, p. 3.