

Procurando o Sentido da Responsabilidade Social Corporativa.

Por Audra Jones

Introdução.

No meu serviço na Fundação Interamericana (IAF), tenho o privilégio de trabalhar diretamente na questão da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) com empresas interessadas na promoção do desenvolvimento de base nas Américas. Independentemente do setor, país ou nível de participação numa determinada corporação, uma lição ficou gravada na minha mente. Para o setor privado desenvolver investimentos participativos e sustentáveis na comunidade, deve ter um auto-interesse esclarecido no processo. Sem uma razão claramente articulada para participar da RSC, uma empresa estará fadada ao fracasso no empreendimento de programas socialmente responsáveis. Este CD-ROM foi desenvolvido para ajudar as empresas a definir seu auto-interesse no investimento em comunidades latino-americanas examinando exemplos inovadores de parcerias entre a IAF e o setor privado.

O CD-ROM destaca casos de diferentes países e empresas, bem como as respectivas motivações para RSC. No fim deverão proporcionar, a qualquer pessoa interessada em desenvolver ou melhorar seus programas de RSC externa na América Latina, lições reais aprendidas de alguns pioneiros no campo.

Desejo agradecer efusivamente Kellee James, estagiária da IAF, sem a qual esta publicação não teria sido possível. Sua dedicação e *insights* no projeto foram inestimáveis. Kellee está atualmente fazendo um estágio na IAF e, ao mesmo tempo, fazendo o mestrado em Administração de Empresas e em Assuntos Internacionais na American University em Washington, D.C.

Visão Geral.

A expressão “responsabilidade social corporativa” (RSC) é usada amplamente para significar coisas diferentes. À medida que evolui o setor da RSC e surgem novos produtos ou correntes, há a tendência de descartar as anteriores como “menos sofisticadas” ou obsoletas e tentar redefinir o setor com base em fenômenos recém-identificados. O propósito deste artigo é sugerir uma taxonomia da RSC, incorporando todas essas tendências, especialmente as que se enquadram no movimento de responsabilidade social corporativa mais comumente conhecido como doação corporativa.

Hoje a RSC é uma expressão comumente usada, embora às vezes não bem compreendida. No intuito de dar um certo sentido à RSC, é útil reconhecer que o movimento global produziu duas perspectivas: *uma relacionada com as atitudes corporativas internas e a outra relacionada com as atitudes corporativas externas*. As atitudes internas referem-se à forma como a corporação realiza as operações diárias de suas principais funções. As atitudes externas referem-se à participação da corporação fora de seus interesses empresariais diretos; tradicionalmente, essa atitude tem sido definida como programa de doação da corporação.

Ao unir as perspectivas de RSC tanto interna como externa, percebemos que as corporações têm não somente compromissos financeiros com seus acionistas, funcionários e consumidores, mas também compromissos sociais e ambientais com eles e com as comunidades afetadas por suas atividades. Conforme indicado anteriormente, o elemento mais importante a ser considerado por uma empresa ao realizar programas de RSC externa é a identificação de seu auto-interesse esclarecido. A fim de compreendermos o que se pode ganhar com uma RSC, precisamos primeiro considerar sua evolução. Os benefícios específicos e a evolução da RSC na América Latina podem ser contextualizados se considerarmos, primeiro, sua evolução na vizinha América do Norte.

A RSC nos Estados Unidos.

Nos Estados Unidos, as tendências da RSC foram desenvolvidas, em grande parte, por alguns líderes visionários como Rockefeller, Carnegie, Ford, Hewlett e Packard. Entretanto, o *crescimento* da RSC é devido à regulamentação. A partir do fim da década de 1960 e no início da de 1970, o Governo dos Estados Unidos criou órgãos regulatórios que formaram grande parte dos pontos referenciais da RSC. A Administração de Segurança e Saúde Ocupacionais (OSHA), a Comissão de Oportunidade Igual de Emprego (EEOC), a Comissão de Segurança nos Produtos ao Consumidor (CPSC) e a Agência de Proteção do Meio Ambiente (EPA) criaram padrões para práticas empresariais responsáveis, os quais se tornaram limiares do comportamento interno mínimo da RSC. Hoje em dia, o governo continua a regular o comportamento corporativo. Exemplos mais recentes de regulamentações tanto específicas deste campo como generalizadas ao setor incluem a Lei de Reinvestimento na Comunidade para o setor bancário, a Lei do Ar Puro e, pós-Enron, a Lei de Reforma da Contabilidade das Empresas Públicas e Proteção dos Investidores (Lei Sarbanes-Oxley).

Em resposta à regulamentação inicial, houve um movimento deliberado, por parte das empresas, no sentido de estabelecer cargos de assuntos governamentais para gerenciar suas relações com Washington. Os lobistas de empresas instaram os formuladores de políticas a definir uma lei que beneficiasse seus negócios. Por outro lado, os grupos de vigilância, que representavam o público, fizeram *lobby* junto ao Congresso dos EUA para assegurar que as preocupações sociais, ambientais e econômicas fossem medidas frente às preocupações empresariais. Como resultado, o movimento da RSC interna está bem definido, regulamentado e divulgado numa tentativa de influenciar o público e o Congresso dos EUA.

Embora a RSC interna seja mais visível no sentido de ser altamente regulada e reportada, a RSC externa passou por uma evolução a partir do início do século XX com as atividades de grandes filantropistas como Rockefeller e Carnegie. De fato, os esforços formalizados da filantropia na primeira parte do século XX incentivou a primeira resposta de regulamentação da RSC sob a forma de incentivo fiscal às corporações que fizessem contribuições para organizações sem fins lucrativos. Entretanto, hoje em dia a caridade corporativa não é suficientemente significativa para solucionar os graves problemas sociais e econômicos da sociedade. Consideremos que a doação corporativa nos Estados Unidos, em comparação com a doação individual, é menos de 10% da filantropia total.¹

¹ Fonte: *Giving USA 1997*.

As corporações interessadas em promover sociedades estáveis precisam olhar além de programas caritativos tradicionais e procurar programas mais sustentáveis para afetar a mudança social e econômica que apóie suas estratégias de obtenção de lucros.

A RSC na América Latina.

Na América Latina há muito pouca regulamentação de práticas da RSC interna, especialmente fora dos mercados do México e do Mercosul, nos quais o investimento direto estrangeiro dos Estados Unidos e da Europa tem influenciado o estabelecimento de certos requisitos. Tem havido pouca ação por parte do governo no sentido de regular esses padrões para as empresas, em comparação com os Estados Unidos. Em parte, isso é o resultado de organizações formais mais débeis de trabalhadores, tais como sindicatos ou grupos sociais como mulheres ou populações étnicas, que, em grande parte, determinaram as práticas de trabalho e contratação no século XX. Sem pressão da sociedade, os governos estarão menos inclinados a criar padrões que impliquem custo para as corporações, as quais, com frequência, representam mais riqueza e poder do que o próprio governo. Nos casos em que há normas em vigor, como na fronteira entre os Estados Unidos e o México no tocante a regulamentações ambientais, a questão é a execução. Embora o NAFTA tenha proposto criar normas ambientais como as vigentes na Califórnia para a região fronteiriça, os recursos do lado mexicano inicialmente não eram adequados para gerenciar a execução.

O outro fator ausente na promoção de uma cultura de práticas da RSC interna na América Latina é a conscientização dos consumidores ou do público. Sem pressão ou incentivo da sociedade, uma corporação tradicional, sem liderança idealista, não estará inclinada a criar programas de RSC interna que acarretem custos sem retornos financeiros.

No tocante à RSC externa, as corporações latino-americanas não recebem compensação suficiente por meio de incentivos fiscais, como suas contrapartes da América do Norte. Entretanto, as corporações, tanto nacionais como multinacionais, estão fazendo doações às respectivas comunidades na América Latina. É notável que, sem incentivos ou requisitos, as empresas latino-americanas procuram solucionar questões de desenvolvimento social e econômico das pessoas de baixa renda. Qual é a sua motivação?

O interesse corporativo na RSC externa no contexto da América Latina pode ser atribuído, em termos amplos, ao interesse do setor privado na promoção de sociedades estáveis. Sem uma sociedade estável, as empresas não estarão em condições de adotar estratégias lucrativas, uma vez que não poderão fabricar ou vender seus produtos. As corporações talvez também tenham de designar uma parcela significativa de seus recursos para a gestão de crises e riscos. Embora as corporações comecem com esta meta, em breve percebem que precisam equilibrar essa estratégia com outra que limite a dependência delas por parte da sociedade no tocante ao bem-estar onde o governo não possa atuar ou não atue. As corporações latino-americanas devem lembrar-se de que freqüentemente, aos olhos da sociedade, são afins ao governo por representarem poder, riqueza acumulada e, às vezes, estreita associação com o governo. Os programas corporativos bem-sucedidos devem promover a participação da comunidade local para limitar a dependência e promover o conceito de desenvolvimento de auto-ajuda.

Taxonomia da RSC Externa.

Os programas de RSC externa baseiam-se num contínuo definido por três pontos distintos: filantropia tradicional, investimento social e integração empresarial. A filantropia é a forma mais antiga de responsabilidade social corporativa e na realidade é doação caritativa, na qual há um diálogo limitado entre doador e beneficiário. O investimento social representa a evolução da filantropia tradicional de uma abordagem de cima para baixo a uma abordagem mais sensível baseada nas necessidades definidas pela sociedade. Ao fazer um investimento social, as corporações consideram suas atividades de RSC como investimento com retorno social. Por fim e mais recentemente, as corporações estão começando a integrar populações de baixa renda diretamente em sua prática empresarial regular, o que, neste artigo, recebe o nome de integração empresarial.

Filantropia:

Embora alguns argumentem que a filantropia está obsoleta e freqüentemente assuma a abordagem de cima para baixo, o contra-argumento é o fato de haver casos em que a filantropia é apropriada e até mesmo necessária. Em áreas, como as artes, em que é importante preservar a criatividade do beneficiário, a doação filantrópica permite um tipo de doação menos envolvente. Para corporações que não dispõem da capacidade de recursos humanos para adotar um nível mais participativo de RSC, a doação filantrópica é razoável. Finalmente, no lado do beneficiário, nem todas as organizações incipientes e/ou de base estão prontas para serem “parceiras” de uma corporação. Para essas organizações a doação filantrópica é um primeiro passo necessário em seu processo evolucionário.

Investimento social ou filantropia estratégica:

O segundo nível de RSC externa – investimento social ou filantropia estratégica – é um fenômeno surgido em meados do século XX em resposta a uma forte regulamentação e *lobbying* social. As corporações chegaram à conclusão de que precisavam orientar a doação caritativa em resposta a pressões sociais. Como resultado, em muitas corporações a RSC externa tornou-se menos de cima para baixo e mais participativa mediante a definição de programas de acordo com as necessidades expressas pela comunidade. Muitos desses primeiros programas relacionavam-se com a comercialização social e campanhas de conscientização do público, por meio dos quais as corporações melhorariam sua imagem discutindo as questões sociais relevantes no momento.

No fim de década de 1970 e na de 1990, o conceito de investimento tornou-se mais amplamente usado nas discussões de programas de RSC externa. De modo especial, os investimentos sociais feitos pelo surto de tecnologia foram analisados da perspectiva empresarial e foi discutido o “retorno social” do programa. Embora se possa argumentar que isso é semântica, o resultado tem sido mais sustentado e integrou níveis de participação da corporação que não se limitavam à doação de recursos financeiros. A abordagem do “investimento” à doação é amplamente usada em muitas iniciativas de RSC externa.

Integração direta:

Na vanguarda da evolução da RSC, especialmente nos países menos desenvolvidos, as empresas estão integrando populações de baixa renda nos respectivos processos

empresariais por meio de relações de treinamento, relações de fornecimento, relações de distribuição e até mesmo relações de concorrente. Esses programas com frequência são calorosamente debatidos como iniciativas de RSC externa, uma vez que se vinculam diretamente ao interesse comercial das empresas. Entretanto, no contexto do mundo em desenvolvimento, o modelo de integração direta é ainda mais atraente, uma vez que muitos países dependem consideravelmente do investimento estrangeiro direto em vez de criarem indústrias de valor agregado de segundo nível. Sem a indústria de valor agregado, o escalão mais baixo de uma sociedade jamais terá verdadeira oportunidade econômica porque o ambiente capacitador necessário não será desenvolvido.

A atividade comercial de valor agregado é freqüentemente o multiplicador que cria o ambiente capacitador este, por sua vez, necessário para que o desenvolvimento econômico inclua o seguinte: um sistema educacional capaz de treinar futuros funcionários; mercados financeiros abertos que permitam às pequenas e médias empresas participar da cadeia de suprimento; e uma sociedade pacífica que prospere econômica e socialmente permitindo às pessoas de baixa renda uma igual representação. A integração empresarial que procura cobrir os hiatos socioeconômicos é uma característica dos países em que a economia é dominada pela indústria de primeiro nível e é mais comum em países menos desenvolvidos.

As empresas multinacionais que trabalham em países em desenvolvimento têm sido motivadas a adotar o modelo de integração empresarial de RSC por regulamentação, oportunidades de mercado, potencial de consumidores e funcionários e, algumas delas, por um nítido interesse de criar riqueza nos países pobres. As empresas nacionais têm sido motivadas pela preocupação de que o governo não está investindo nos recursos locais requeridos para manter as atividades comerciais.

Lições Aprendidas:

Este CD-ROM procura apresentar alguns dos melhores casos de programas de RSC externa, financiados pela Fundação Interamericana e pelo setor privado. Divergem em seu escopo, sustentabilidade e níveis de assistência ao desenvolvimento, mas todos eles refletem as mesmas lições básicas aprendidas:

- Acima de tudo, uma empresa deve ter um auto-interesse esclarecido em seu programa de RSC, a fim de assegurar seu compromisso com o programa e a sustentabilidade do programa;
- As parcerias duram quando houver relações tanto institucionais como individuais em toda a parceria. Fazer parceria simplesmente por fazer não basta;
- As comunidades devem participar desde o início da definição de um projeto para que tenha êxito; as corporações não podem supor que entendam as necessidades de uma comunidade simplesmente permanecendo na superfície; as necessidades das comunidades devem ser levadas em conta no contexto e na cultura locais;
- Todos os projetos devem ter uma estratégia de saída bem pensada;

- Os recursos financeiros são apenas parte da equação. As corporações podem exercer um impacto enorme com financiamento limitado se os programas forem bem definidos e bem acompanhados;
- É inteiramente possível medir os resultados qualitativos e quantitativos dos investimentos sociais.

Para as organizações que estão considerando parceria com o setor privado:

- Pensar Globalmente e Agir Localmente – ao se trabalhar com empresas, ninguém será jamais “perfeito”; ao avaliar um parceiro corporativo potencial, considerar a reputação local da empresa, mais do que a global;
- Uma organização da sociedade civil é sempre uma parceira na mesa de negociação. As empresas estão procurando idéias boas e parceiros fortes com sólidas opiniões sobre os programas.

Audra Jones tem mais de 10 anos de experiência em negócios internacionais e desenvolvimento comunitário. Atualmente é Representante da Fundação na sede da IAF onde trabalha com corporações, entidades sem fins lucrativos e governos interessados em participar de programas de desenvolvimento comunitário sustentável. Sua experiência prévia em desenvolvimento inclui gestão de projetos com a USAID e com o Banco Interamericano de Desenvolvimento. Sua experiência em assuntos corporativos inclui planejamento estratégico, finanças e desenvolvimento de empresas nas seguintes firmas: Lever Brothers, Citibank e General Electric Trading Company. Tem Mestrado em Administração de Empresas e Mestrado em Assuntos Internacionais pela Columbia University.