



b u s i n e s s m e e t s s o c i a l d e v e l o p m e n t

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Empresas, comunidades e indivíduos ainda estão aprendendo a viver no mundo da globalização, da transformação tecnológica e das transições políticas. A lógica desta realidade criou oportunidades sem precedentes para alguns, mas fez crescer a insegurança e a desigualdade para muitos. A privatização do setor público, a liberalização do mercado e a comunicação on-line resultaram na transferência massiva de bens e poder ao setor empresarial. O papel das empresas mudou significativamente. Quais os princípios que empresas podem – e devem – seguir para responder a desafios como ampliação de responsabilidades, exigência de transparência, perenidade em longo prazo e concorrência acirrada?

Introdução

Assistimos a uma revolução cultural. Há uma mudança de valores e paradigmas causada por uma série de acontecimentos nos últimos anos. A evolução da tecnologia trouxe novidades como a alta velocidade do fluxo de informações e processos produtivos otimizados e padronizados. O resultado prático é que pessoas e empresas têm mais acesso à informação, em tempo real. Estamos todos mais exigentes, porque melhor informados. Perceber esta tendência e trabalhar com as consequências da era da informação se tornou um fator crucial para empresas.

Atualmente, empresas de sucesso possuem muito mais valores intangíveis do que tangíveis. O valor intangível de uma empresa é representado por sua marca. E marca quer dizer reputação, o quão digna de confiança e respeito uma determinada empresa é. A reputação de uma empresa somente será sustentável na medida em que refletir a sua realidade. Mostrar valores já não basta. Deve-se coloca-los em prática.

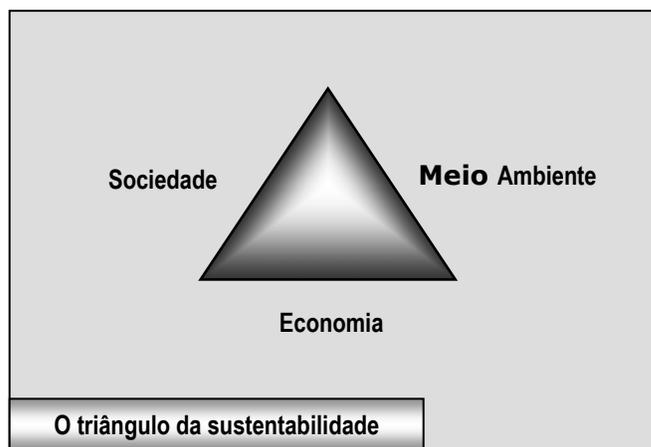
Por outro lado, a empresa de hoje tem mais poder, seja pelo quanto ela é capaz de gerar ou pelo quanto lhe foi destinado com a desregulamentação e privatização das atividades públicas. Mais poder também implica maiores responsabilidades para as empresas.

Nesta revolução cultural, empresas estão escolhendo estratégias que possam, ao mesmo tempo, garantir uma posição de destaque e de perenidade em longo prazo. Estas estratégias têm por base o desenvolvimento sustentável e a responsabilidade social empresarial, conceitos interligados que trazem uma mudança do paradigma empresarial atualmente vigente de criação de retorno aos acionistas.

Desenvolvimento Sustentável

Em seu relatório sobre Desenvolvimento Mundial 2000-2001, o Banco Mundial admitiu que crescimento econômico não põe fim à pobreza. Mais do que isso, pode-se afirmar que a lógica do capitalismo, a da busca de lucro, tem conseqüências mais graves do que não por fim à pobreza. Ela a agrava e também amplia desigualdades sociais. O método inicial para a prevenção destes efeitos foi destinar um papel corretivo ao governo. Porém, sua ineficiência no trato de políticas públicas também geraram contra-movimentos, como as privatizações e o crescimento de organizações da sociedade civil.

O conceito do desenvolvimento sustentável trata desta questão: não haverá crescimento econômico em longo prazo sem progresso social e também sem cuidado ambiental. Todos os lados devem ser vistos e tratados com pesos iguais. Mesmo porque estes são aspectos inter relacionados. Da mesma forma que o crescimento econômico não se sustenta sem uma equivalência social e ambiental, programas sociais ou ambientais corporativos não se sustentarão se não houver equilíbrio econômico da empresa.



Neste sentido, empresas também estão trabalhando para alcançar o ideal do "triple bottom line", conceito inglês que dá ao "bottom line", ou seja, a performance financeira e sua prestação de contas, um significado triplo: a performance empresarial deve englobar, além de aspectos financeiros, os aspectos sociais e ambientais.

Um claro exemplo da aplicação deste conceito é o Índice de Sustentabilidade da Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index), da Bolsa de Valores de Nova Iorque, que demonstra o valor de um



grupo de empresas consideradas sustentáveis segundo critérios financeiros, sociais e ambientais. Fazem parte do grupo 236 empresas de 23 países que apresentaram através do índice uma melhor performance geral comparada aos renomados índices S&P 500 e o próprio índice da Dow Jones.

Responsabilidade Social Empresarial

Responsabilidade social é o modo de pensar e agir eticamente na minha relação com o outro. No universo das empresas, a responsabilidade social pode ser traduzida como um princípio ético, aplicado à realidade através de uma gestão que leva em consideração as necessidades e opiniões dos diferentes *stakeholders*, isto é, dos públicos envolvidos ou impactados pelo negócio das empresas: clientes, funcionários, acionistas, comunidades, meio ambiente, fornecedores, governo e outros.

A responsabilidade social empresarial ganhou força no Brasil e no mundo principalmente na década de 90, tendo adesão crescente das empresas, que passaram a considerar o conceito como parte das diretrizes de suas estratégias.

Para uma empresa, ter responsabilidade social pode ser um bom caminho para melhor administrar riscos, uma vez que entre os seus princípios estão a transparência e o diálogo. A comunicação com os diferentes stakeholders é importante para a identificação de problemas comuns e a busca de soluções conjuntas. Este diálogo pode se dar de diferentes formas, como a formação de conselhos comunitários para encontros periódicos, pesquisas quantitativas ou qualitativas e reuniões com representantes de cada grupo.

A responsabilidade social também é facilmente relacionada a outros aspectos positivos resultantes da adoção desta postura pelas empresas. A imagem institucional e a marca são valorizadas; há maior lealdade de todos os públicos e maior capacidade de recrutar e manter talentos; a empresa adquire maior estabilidade e conseqüentemente mais longevidade.

É importante frisar que a responsabilidade social empresarial é primeiramente uma atitude que reflete a ética da empresa. Com a busca da melhoria contínua, já existem normas que norteiam as atividades da empresa dentro de um gerenciamento ético e social.



Padrões, normas e certificações

Se uma empresa decide considerar a utilização de normas e padrões que verifiquem ou atestem a sua postura responsável, já existem algumas opções. A importância de normas e padrões está principalmente na definição e concordância de termos e procedimentos, o que permite uma certa comparabilidade da empresa com o restante do mercado.

Com relação ao meio ambiente, a certificação internacional mais aceita na atualidade é a ISO14000, que atesta a performance ambiental da empresa.

Com relação à responsabilidade social, são dois os principais padrões existentes: SA8000 (Social Accountability 8000) e AA1000 (AccountAbility 1000).

A SA8000 é uma certificação internacional que tem como objetivo a garantia de direitos básicos dos trabalhadores, sendo mais adaptável a empresas que possuam processos produtivos industriais.

O AA1000 é um modelo de gestão auditável sugerido pela organização inglesa ISEA, que estabelece passos para a adoção de um processo ético e socialmente responsável, melhorado continuamente, e que tem como base o diálogo com os *stakeholders*.

No Brasil, a iniciativa do Instituto Ethos, organização referência da responsabilidade social empresarial no país, engloba indicadores que são aplicados pelas empresas voluntariamente (os indicadores Ethos). Os temas abordados pelo instrumento são: valores e transparência, público interno, meio ambiente, fornecedores, consumidores, comunidade e governo e sociedade. Através dele, as empresas têm a possibilidade de comparar seus resultados com o cenário global das outras empresas respondentes.

Transportando conceitos à realidade empresarial

Desenvolvimento sustentável e responsabilidade social empresarial não são apenas palavras bonitas ditas e ouvidas teoricamente. Elas devem e estão sendo aplicadas na realidade, inclusive de multinacionais como Shell, British Telecom e Avon. No Brasil, também já existem exemplos de empresas que aplicam ativamente estes conceitos, como é o caso da Natura.

Algumas vezes estes conceitos aparecem aplicados, em maior ou menor grau, em determinadas áreas ou projetos. É assim quando a empresa decide elaborar e aplicar um código de conduta interna, ou decide prestar contas de sua performance social e ambiental além da performance financeira em um balanço aberto.

Existem ainda assuntos correlatos, como o marketing relacionado às causas sociais, onde a empresa associa sua marca ou produto a uma determinada causa, gerando um benefício mútuo. Ou



o investimento social, onde a empresa, além de apoiar financeiramente um determinado projeto social, acompanha a sua execução e cobra resultados.

Todas estas ações isoladas podem ser encaradas como parte de um processo saudável e comum na adoção e adequação de novos conceitos. De qualquer forma, cada uma dessas ações depende da coerência de uma postura socialmente responsável clara da empresa e do seu corpo diretivo. E ainda, elas fazem muito mais sentido e geram mais efeito positivo se tiverem diretrizes estratégicas claras e coerentes com os objetivos de negócio da empresa.

A ampliação das responsabilidades da empresa não exclui o seu objetivo natural, que é o crescimento através do lucro. Mas preferencialmente o lucro saudável, em longo prazo, com riscos minimizados, que a atuação sustentável e socialmente responsável das empresas permite gerar.

Acreditar e adotar estes conceitos implica em mudanças corporativas profundas. Isto porque eles devem estar na base das crenças da empresa para poderem surtir um efeito real. E como toda mudança, é dolorosa, sujeita a erros e acertos e permeada por decisões difíceis.



BSD Business meets Social Development

No Brasil desde 1999, a BSD é uma empresa de consultoria para implementação e monitoramento de normas e certificações nas áreas de:

- Fair & Ethical Trade (Comércio Justo e Ético) – FLO¹ e ETI²
- Responsabilidade Social Empresarial – SA8000³, AA1000⁴ e GRI⁵

A BSD, com sede em São Paulo, é a parceira latino-americana da BSD Business and Social Development GmbH da Suíça, fundada em 1998 em Zurique.

Nossa Missão

“Contribuir para o desenvolvimento de negócios sustentáveis através da aplicação de práticas inovadoras que promovam a ética, a transparência e a responsabilidade social nas atividades das organizações.”

Mais informações

Entre em contato com a BSD
Rua Manoel da Nóbrega, 595 – cj. 43
04001-083 Paraíso São Paulo – SP Brasil
Fone/fax: 55 11 3051 4600
bsd.brasil@bsd-net.com • <http://www.bsd-net.com>

¹ FLO: Fair Trade Labelling Organizations International – organização que reúne diferentes iniciativas nacionais de comércio justo que trabalham com produtos sob critérios de monitoramento e certificação determinados e gerenciados pela FLO. Mais informações: www.fairtrade.net

² ETI: Ethical Trade Initiative – aliança de empresas, ONGs e sindicatos comprometidos em trabalharem juntos para identificar e promover o comércio ético. Mais informações: www.eti.org.uk

³ SA8000: Social Accountability 8000 - padrão global de certificação que busca garantir direitos básicos dos trabalhadores. Mais informações: www.sa8000.org

⁴ AA1000: AccountAbility 1000 – padrão para gestão interna da responsabilidade social de empresas que engloba o processo de levantamento de informações, auditoria e relato social e ético, com enfoque no diálogo com partes interessadas. Mais informações: www.accountability.org.uk

⁵ GRI: Global Reporting Initiative – iniciativa de padronização global de relatórios de sustentabilidade social, ambiental e econômica. Mais informações: www.globalreporting.org