

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Os negócios devem ajudar a reduzir as desigualdades

ENTREVISTA Robert Dunn

Um conceito que evoluiu e se populariza

Precursor do RSE fala da discussão do papel das empresas na sociedade a partir da sustentabilidade e prevê um nível cada vez maior de exigências das pessoas em relação à atuação das corporações

JULIANA LOPES
REVISTA IDEIA SOCIOAMBIENTAL —
SÃO PAULO

“Uma das conseqüências da popularização da sustentabilidade empresarial é que as corporações em todo o mundo agora entendem as implicações de uma postura responsável para o sucesso do negócio”. O dono desta opinião, Robert Dunn, sabe como poucos do que está falando. Precursor do movimento de sustentabilidade social empresarial (RSE) no mundo, ele tem acompanhado, de perto, na condição de observador participativo, não só a evolução do conceito mas também a sua incorporação por parte das empresas.

Antes de ingressar no campo da responsabilidade social, Dunn atuou por dez anos no setor público, como conselheiro da Casa Branca durante o governo do presidente Jimmy Carter. Também foi diplomata na Embaixada dos Estados Unidos na Cidade do México e secretário de gabinete do Governo do Estado de Wisconsin.

Do setor público, Dunn passou para a Levi Strauss & Co, a fabricante de jeans, onde foi vice-presidente por mais de dez anos. Implantou e ajudou a consolidar na empresa valores como ética, respeito ao meio ambiente e qualidade de vida para os funcionários. Deixou como legado o Código de Conduta Global e programas de combate a AIDS.

Em 1992, ano em que ocorreu a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, no Rio de Janeiro, Dunn ajudou a fundar a BSR — Business for Social Responsibility. A idéia de reunir empresas em uma organização sem fins lucrativos para promover valores como ética, sustentabilidade e sustentabilidade deu tão certo que se multiplicou pelo mundo. A experiência da BSR inspirou a criação de instituições como o brasileiro Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, o Forum for Business Responsibility in the Americas, o Center for Responsible Business, da escola de negócios da Universidade da Califórnia Berkeley, e a M.A.A.L.A — Israel Business for Social Responsibility.

Depois da BSR Dunn se tornou CEO do Synergos, em 2006. Desde então, ele tem colocado toda a sua experiência a serviço dessa entidade, dedicada à articulação intersectorial para a busca de soluções sustentáveis e locais a fim de reduzir a pobreza no mundo.

Ações como a do Synergos —na opinião de Dunn — só são possíveis porque avançou a percepção sobre os conceitos de sustentabilidade social e sustentabilidade. E a evolução foi mais rápida do que se imaginava. Hoje, ele acredita que já existe certo consenso de que a cooperação intersectorial é essencial para enfrentar os complexos dilemas econômicos, sociais e ambientais.

Entre as perguntas mais frequentes que ele se vê obrigado a responder, em suas andanças pelo mundo, está a de que sustentabilidade e sustentabilidade social são a mesma coisa. Não são — acredita — embora tenham muitos pontos em comum. Mas elas vêm sendo utilizadas como sinônimos em diferentes países. E isso não chega a ser um problema.

O termo desenvolvimento sustentável —lembra — foi mencionado pela primeira vez em 1987, no relatório “Nosso Futuro Comum”, elaborado durante a Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento, liderada pela então primeira-ministra da Noruega, Gro-Brundtland. O relatório descreveu o desenvolvimento sustentável como aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem às suas necessidades.

O primeiro movimento para inserir essa idéia na gestão do negócio surgiu com o conceito de eficiência, que consiste na capacidade de produzir e reali-

zar atividades com o menor impacto ambiental possível, por meio do mínimo consumo de materiais e a mínima geração de resíduos e subprodutos para o meio ambiente. Instituições como o WBCSD — World Business Council for Sustainable Development e a própria BSR divulgaram o conceito pelo mundo. Com isso, as empresas perceberam que o uso mais consciente e racional dos recursos naturais resultava em ganhos efetivos para o negócio.

De acordo com Dunn, o conceito de desenvolvimento sustentável implica não só o tema ambiental mas também justiça social e qualidade de vida. Essas questões, juntamente com outras como ética, transparência, governança corporativa, diversidade e direitos humanos, devem ser consideradas pela empresa no relacionamento com os seus diversos públicos. Nenhuma organização se torna sustentável sem levar em conta esses pontos em sua gestão — é o que sempre pregou a BSR, organização criada pelo hoje presidente do Synergos.

Apesar de, em síntese, terem a mesma natureza, no conceito de sustentabilidade social, as variantes ambiental e econômica não se encontram tão explícitas como no de sustentabilidade, que remete ao equilíbrio das dimensões econômica, ambiental e social. Essa pode ser — na avaliação de Dunn — uma das possíveis causas para a crescente expansão da sustentabilidade junto às corporações e à opinião pública nos últimos tempos.

Em visita ao Brasil para participar do Congresso do GIFE — Grupo de Institutos, Fundações e Empresas, que acontece de amanhã até o dia 4, em Salvador (BA), Robert Dunn concedeu uma entrevista exclusiva à revista Ideia Socioambiental na qual ele opina, entre outras coisas, sobre os próximos temas importantes na discussão da sustentabilidade social empresarial. Veja a seguir:

Gazeta Mercantil — A percepção do conceito de sustentabilidade social mudou nos últimos dez anos? De que maneira?

Sim. Há uma década, a maioria das empresas pensava em sustentabilidade social como uma função discreta efetuando contribuições discretas em certos aspectos das suas práticas cotidianas, não necessariamente ligadas à estratégia do negócio. Hoje, é vista como parte integral dos negócios. E está relacionada à missão, estratégia, produtos e serviços oferecidos e a tudo que a empresa faz.

GZM — Qual o papel de instituições como a BSR e o Fórum for Business Responsibility in the Americas na promoção do conceito?

Elas têm um valioso papel na promoção da sustentabilidade social, criando um espaço para os negócios trocar experiências, aprender e procurar ajuda a enfrentar os desafios de promover a boa cidadania corporativa.

GZM — Na prática, existem diferenças entre sustentabilidade e sustentabilidade social como alternativas de desenvolvimento?

Esses dois termos são usados de formas diferentes em vários lugares do mundo. Dependendo do lugar, há uma certa preferência por um ou por outro. Mas na maioria das vezes, adotados em um mesmo contexto, eles querem dizer a mesma coisa.

GZM — O senhor acredita que o conceito de sustentabilidade adquiriu um apelo maior em relação à opinião pública do que o de sustentabilidade social? Por quê?

Acredito que isso realmente depende do país em que se está. A crescente expansão dos conceitos de sustentabilidade social e sustentabilidade é evidente. Mas não se pode afirmar ainda que haja



Dunn: “Hoje, a sustentabilidade social é vista pelas corporações como parte integral dos negócios”

um consenso, entre empresas e governos sobre como denominar o papel que os negócios têm ou devem ter na sociedade. Ainda assim, eu vejo mais pontos em comum do que diferenças entre os dois conceitos.

GZM — A popularização do conceito de sustentabilidade aplicada aos negócios é positiva? Por quê?

Na maioria das vezes, penso que seja sim bastante positiva. Hoje, mais do que há cinco ou dez anos, as empresas de todo o mundo já entendem as reais implicações de uma postura responsável para o sucesso do negócio. Já são mais comuns as preocupações com este tema, que está na agenda dos negócios. Mas como não existe um controle para o uso dos conceitos de sustentabilidade e sustentabilidade social, muitas vezes eles são apropriados, de modo indevido e ilegítimo, por empresas que nem sempre os encaram com a devida seriedade.

GZM — A expansão veloz do conceito de sustentabilidade nos negócios pode desencorajar as discussões da agenda elaborada e divulgada pelo movimento de sustentabilidade social? Quais os impactos possíveis?

Acho que não. Não vejo conflitos nem potenciais. Um conceito não exclui o outro, mas o complementa. E a utilização dos dois termos, penso que seja mais histórica e cultural. Uma empresa socialmente responsável ou sustentável conduz as suas atividades, relações e negócios do mesmo modo, isto é, focada em ética e transparência, e sempre de maneira a contribuir para o bem-estar econômico, social e ambiental das gerações futuras e atuais.

GZM — Existe um risco — caso essa tendência se concretize — de que a discussão da sustentabilidade se torne superficial?

Sinceramente não acredito nisso. O risco da superficialidade é pequeno porque já existem mecanismos cada vez mais sofisticados para providenciar tanto recompensas quanto sanções em relação ao comportamento da empresa. Ambos os conceitos, de sustentabilidade social e sustentabilidade, estão continuamente evoluindo baseados na mudança das circunstâncias da nossa economia e sociedade global.

GZM — Para o senhor, como avançará a agenda da sustentabilidade nos próximos dez anos?

Vejo com bastante otimismo a sua expansão e maior valorização pela sociedade civil e pelos governos. Será cada vez maior o nível de exigência das pessoas em relação ao comportamento das empresas. Elas serão cada vez mais cobradas a desenvolver produtos e serviços, gerar riqueza e providenciar emprego contribuindo, ao mesmo tempo, para a qualidade de vida das pessoas e do pla-

queta. Não será possível abrir mão dessa sustentabilidade.

GZM — Na sua opinião, quais temas já discutidos hoje (direitos humanos, comércio justo, ética) receberão maior atenção no curto, médio e longo prazos?

No curto prazo, penso que as

questões relacionadas à mudança climática continuarão dominando a discussão global. Se formos capazes de unir e centrar esforços nessa questão, acredito que isso conduzirá para um foco maior nos direitos humanos. No longo prazo, os negócios precisam ser parte dos esforços de reduzir a desigualdade e fortalecer governos e

sociedade civil para que os três setores possam atuar juntos na construção de oportunidades para resolução dos problemas atuais.

GZM — Depois de trabalhar na BSR e como conselheiro de organizações governamentais, intergovernamentais e sem fins lucrativos, como é liderar a Synergos?

Trabalhar na Synergos me permite trazer tudo o que aprendi com minha experiência em negócios, em governo e em sociedade civil. Synergos é uma organização sem fins lucrativos. Fazemos o possível para que todos os três setores trabalhem com comunidades pobres e marginalizadas, utilizando a sua sabedoria e os seus diferentes recursos para construir capacidade de desenvolvimento local e realizando intervenções significativas e sustentáveis.

GZM — Quais são os desafios da Synergos no Brasil? Como é o trabalho da instituição no país?

O trabalho do Synergos é o de encorajar e dar suporte a líderes de todos os setores da sociedade que queiram trabalhar com questões de pobreza e desigualdade. Nosso maior desafio no Brasil é fazer as pessoas conhecerem o que vem sendo feito em outros países na articulação intersectorial para promover justiça social. E como essas experiências internacionais podem trazer benefícios para a realidade local.

Veja mais no site:
www.ideiasocioambiental.com.br

INDICADORES

Ricardo Voltolini*



A competitividade responsável

Com a ascensão da sustentabilidade no mundo corporativo, os mercados globais começam a recompensar empresas e países por sua capacidade de fazer negócios respeitando o meio ambiente e a justiça social. Há quem ache essa tese um exagero. Mas —vale lembrar — há três anos achava-se exagerado também o discurso dos que pregavam os riscos do aquecimento global assim como os projetos empresariais de produtos com baixa emissão.

Não vai demorar muito, portanto, para que a competitividade responsável passe a ter um valor crescente e uma correlação cada dia mais direta com o desenvolvimento econômico de uma nação. Assim como o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) determina o modo como os países tratam as questões elementares para a qualidade de vida de seus habitantes, o ICR (Índice de Competitividade Responsável) tem tudo para ser um fator distintivo do modo como as empresas realizam as suas transações comerciais em um mundo marcado pela ameaça das mudanças climáticas, pela escassez de recursos naturais e por imensas e graves desigualdades sociais. Considerando a importância que este índice poder ter, em futuro próximo, vale entender como hoje ele é medido por quem o formulou — a consultoria inglesa AccountAbility em parceria com a escola de negócios brasileira Fundação Dom Cabral (MG).

O ICR, aplicado em 108 países, apóia-se em 21 indicadores, divididos em três núcleos. O primeiro, chamado Impulsionadores de Políticas, compreende sete itens relacionados ao nível de compromisso dos governos em relação a convenções internacionais e ao modo como asseguram, por exemplo, a redução da desigualdade entre sexos, a fiscalização dos impactos ambientais e a manutenção de boas práticas trabalhistas. Compõem este sub-índice, a assinatura e a ratificação das convenções Marco da ONU sobre Mudança de Clima (1992) e sobre Diversidade Biológica (1992), os Protocolos de Kyoto (1997) e de Cartagena para a Biosegurança (2000), e ainda os

oitto últimos tratados internacionais de natureza trabalhista, que abordam a liberdade de associação e negociação coletiva, a eliminação de trabalhos forçados e compulsórios, a discriminação no emprego e do trabalho infantil. Além disso, contam pontos também o Índice de Rigidez Empregatícia (dificuldade de contratação e demissão e rigidez de horas), o rigor das leis de proteção ambiental, o volume de emissões de carbono pelo Produto Interno Bruto, a contratação de mulheres em empresas privadas e a existência de um ambiente fiscal responsável.

O segundo núcleo, também de sete itens, denomina-se Ação Empresarial. E como o nome sugere, reúne indicadores referentes ao comprometimento das empresas na gestão de questões da sustentabilidade corporativa hoje muito valorizadas co-

Os mercados começam a recompensar empresas que fazem negócios com respeito ambiental e justiça social

mo governança, educação dos funcionários, segurança e saúde ocupacional e diminuição de impactos ambientais. Documentos como os do padrão ISO (certificações 14001 e 9001) e o Pacto Global da ONU, de adesão voluntária, servem como bússola. Assim como também é um bom instrumento de orientação o respeito às normas e regulamentos praticados para temas como a eficácia dos conselhos empresariais, o comportamento ético das corporações, a isonomia de salários para trabalhos semelhantes, e os padrões rigorosos de auditoria e contabilidade. O treinamento aos colaboradores e os acidentes de trabalho constituem outros dois indicadores básicos deste sub-ítem.

O terceiro núcleo, o dos Habilidades Sociais, inclui sete indicadores cujo propósito central é mostrar se — e em que nível — o ambiente social de um país está favorável para a consecução de negócios responsáveis e o quanto sua sociedade civil vem se mobilizando para esse esforço. Em seu escopo, destacam-se a percepção sobre corrupção, o quanto os clientes estão orientados, a liberdade

de imprensa, a transparência nas transações, a afiliação a ONGs, o impacto do ar e da água limpos nas operações empresariais e a existência de direitos políticos e liberdades civis básicas.

Para selecionar os 21 indicadores, entre os mais 600 conjuntos de dados internacionais disponíveis, a AccountAbility usou seis critérios básicos: a relevância para a prática de negócios responsáveis, a capacidade de ser explicado por meio de teoria aceita, a independência das fontes, a consistência das metodologias e a amplitude geográfica. Listados os indicadores, a consultoria calcula o desempenho do país, conferindo-lhe, na forma de porcentagem, a melhor pontuação possível para cada item e, por somatória, a cada um dos três núcleos. Em seguida, atribui-se a cada

país um certo grau de desenvolvimento com base em método do Banco Mundial que classifica as nações conforme o seu nível de renda (baixa, média ou alta). Para os idealizadores do ICR, o nível de desenvolvimento é um fator fundamental para uma compreensão dos desafios de competitividade responsável. Por isso, dependendo dele, utiliza-se um peso específico para a ponderação de cada um dos 21 indicadores. O índice nasce, portanto, da somatória do nível de desenvolvimento do país, mais a nota atribuída aos Impulsionadores de Políticas, à Ação Empresarial e aos Habilidades Sociais.

No ranking geral, o Brasil aparece na posição de número 56. Comparado com a China (87) que se encontra no bloco dos países de alta renda, Rússia (83), entre os de renda média, e Índia (70), nos de baixa renda, o Brasil está melhor do que o primeiro e o segundo e pior do que o terceiro, exatamente no indicador Habilidades Sociais, o seu ponto mais fraco. Obteve a nota 52,3 contra 35,9, 38 e 52,5 dos outros três. A primeira conclusão possível é que se quiserem atingir um bom patamar de competitividade, os BRICs terão de avançar muito no respeito às liberdades, no engajamento da sociedade civil, na transparência de suas ações e no combate à corrupção.

* Publisher da revista Ideia Socioambiental e diretor da consultoria Ideia Sustentável