

Responsabilidade Social e Multinacionais em Países em Desenvolvimento

Resumo

Desde o surgimento da moderna corporação no final do século dezenove, há uma preocupação pública com relação aos impactos na sociedade decorrentes do crescimento do poder corporativo (Jenkins, 2005). Mais recentemente, maior atenção vem sendo dada ao papel de multinacionais em países em desenvolvimento. Empresas com atuação global vêm sendo pressionadas a elevar seu comprometimento com o interesse público e liderar a implementação de práticas de responsabilidade social empresarial (RSE) em economias em desenvolvimento (Raynard e Forstater, 2002; Luetkenhorst, 2004). No entanto, o nível de comprometimento de multinacionais com RSE nestes países ainda permanece largamente desconhecido uma vez que a maioria dos estudos empíricos sobre RSE foram desenvolvidos no contexto de economias de alta renda (Arora e Puranik, 2004; Belal, 2001; Blowfield e Frynas, 2005).

Este artigo contribui para o desenvolvimento da pesquisa acadêmica em RSE em países em desenvolvimento ao comparar a atuação de empresas nacionais e multinacionais na área de RSE no Brasil. Os resultados revelam que multinacionais não lideram a implementação de RSE no país, contrariando o senso comum em países desenvolvidos. Ao invés de publicarem relatórios em português, a maioria das multinacionais no estudo preferiu publicar relatórios globais, onde um espaço muito limitado foi alocado à RSE no Brasil. A divulgação de indicadores quantitativos relacionados a nosso país também se mostrou bastante reduzida entre multinacionais, principalmente quando comparada com grandes empresas nacionais operando no mesmo setor. Através da análise de várias influências nacionais e internacionais, este estudo sugere possíveis razões para diferentes níveis de adoção de RSE por empresas nacionais e multinacionais operando no Brasil.

As conclusões aqui obtidas revelam que ainda há muito que evoluir em termos de transparência por parte de empresas multinacionais atuando no Brasil. Reflexões críticas sobre a eficácia de acordos voluntários atualmente em vigor, tais como o “Pacto Global” das Nações Unidas e as “Linhas Diretrizes da OCDE para as Empresas Multinacionais”, fazem-se necessárias. Medidas que promovam transparência e “accountability” no âmbito local precisam ser urgentemente pensadas e implementadas, como, por exemplo, a adoção e divulgação de indicadores GRI por país de atuação. Para o futuro, é necessário realizar pesquisas similares em outros países em desenvolvimento de modo a verificar até que ponto as conclusões aqui obtidas podem ser generalizadas.

Índice

1. Introdução	3
1.1. Contextualização	3
1.2. Objetivos da pesquisa	3
1.3. Relevância do estudo	3
1.4. Limitações do estudo	4
2. Responsabilidade social e multinacionais em países em desenvolvimento	4
3. Metodologia	5
3.1. A seleção de documentos	5
3.2. A amostra	6
3.3. Coleta e análise de dados	7
3.4. Limitações do método	7
4. Estudo empírico: Análise preliminar	7
4.1. Análise preliminar dos “sites” das empresas	7
4.2. Análise preliminar de relatórios publicados	8
4.3. Institucionalização de RSE no Brasil	10
5. Estudo Empírico: Práticas de Responsabilidade Social	10
5.1. Diversidade das práticas de Responsabilidade Social	10
5.2. Indicadores quantitativos	11
5.3. Investimentos	11
6. Conclusão, limitações e recomendações para futuras pesquisas	12
6.1. Conclusão	12
6.2. Limitações	13
6.3. Recomendações para futuras pesquisas e implicações práticas	13
7. Bibliografia	14

1. Introdução

1.1. Contextualização

Nos últimos vinte anos, houve uma mudança radical no relacionamento do setor privado com o Estado e sociedade civil. Com a globalização do comércio, desregulamentação dos mercados, privatizações e o conseqüente aumento de tamanho e influência das corporações, elevaram-se as expectativas sobre a contribuição de empresas privadas para o bem público. Neste contexto, a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) vem ganhando importância como uma disciplina que examina a natureza das relações entre empresas e sociedade e investiga como estes relacionamentos podem ser gerenciados (Blowfield, 2005).

Jenkins (2005) explica que o interesse atual em RSE é simplesmente a manifestação mais recente de debates históricos sobre o papel das empresas na sociedade. Desde o surgimento da moderna corporação no final do século dezanove, há uma preocupação pública com relação aos impactos na sociedade decorrentes do crescimento do poder corporativo (Jenkins, 2005). Mais recentemente, maior atenção vem sendo dada ao papel de multinacionais em países em desenvolvimento. Acusações de governos e sociedade civil quanto à degradação do meio ambiente, desrespeito aos direitos humanos, exploração de trabalhadores nas cadeias produtivas e outras formas de má conduta pressionaram empresas a tornarem-se mais responsáveis em questões sócio-ambientais (Raynard e Forstater, 2002).

Neste contexto, empresas de atuação global são chamadas a reavaliar seu relacionamento com a sociedade em geral e a comprometer-se com valores e princípios internacionalmente aceitos, tais como o Pacto Global das Nações Unidas e as Linhas Diretrizes da OCDE para as Empresas Multinacionais. Espera-se que tais empresas não somente atuem de forma socialmente responsável mas também que ajam como propulsoras da RSE em países em desenvolvimento (Luetkenhorst, 2004).

No entanto, o nível de envolvimento de multinacionais com questões relacionadas à RSE em países em desenvolvimento ainda é pouco conhecido. De fato, a maioria dos estudos em RSE ocorreu em países desenvolvidos apesar do significado e as práticas de RSE variarem amplamente em função do contexto pesquisado (Arora e Puranik, 2004; Belal, 2001; Blowfield e Frynas, 2005).

1.2. Objetivos da pesquisa

Este artigo visa contribuir para um melhor entendimento do papel de multinacionais na promoção de RSE em países em desenvolvimento (no caso, o Brasil), verificando: (i) se as multinacionais lideram a implementação de RSE no Brasil; (ii) as várias influências no nível nacional e internacional que influenciam as práticas de RSE por grandes empresas nacionais e multinacionais atuando no país.

1.3. Relevância do estudo

Há uma escassez de literatura sobre RSE em países em desenvolvimento, sendo necessário tratar, com urgência, desta questão (Belal, 2001). Blowfield e Frynas (2005) enfatizam que países em desenvolvimento são diferentes de nações desenvolvidas e, logo, requerem atenção especial. Um estudo realizado pelas Nações Unidas na Índia alerta que um único modelo de RSE desenvolvido na sociedade ocidental pode não ser replicável em outras realidades (UN Volunteers and the New Academy of Business, 2004). Para Visser, Middletown e McIntosh (2005), estudos de RSE em países em desenvolvimento podem ser particularmente importantes porque problemas sociais fazem parte de sua realidade diária e não são preocupações distantes como em algumas nações desenvolvidas. Logsdon, Thomas e Van Buren III (2006) argumentam que, enquanto o resto do mundo pode aprender sobre experiências de RSE nos Estados Unidos e Europa Ocidental, o reverso também é verdadeiro: gerentes e acadêmicos dos Estados Unidos e outras nações industrializadas têm muito que aprender com o resto do mundo com relação a práticas de RSE. Desta forma, através da análise de RSE no Brasil, o presente estudo contribui para o

desenvolvimento da pesquisa acadêmica em um assunto de importância fundamental que ainda não foi satisfatoriamente coberto pela literatura.

1.4. Limitações do estudo

O presente estudo propicia um melhor entendimento das particularidades de RSE em um país em desenvolvimento e promove reflexões sobre o papel de multinacionais como promotoras da RSE. No entanto, ainda há outras importantes questões relacionadas à RSE em países em desenvolvimento que não serão cobertas neste artigo, tais como as contribuições de empresas multinacionais para o desenvolvimento local ou os benefícios tangíveis de RSE para países em desenvolvimento (Blowfield e Frynas, 2005).

2. Responsabilidade social e multinacionais em países em desenvolvimento

O Banco Mundial classifica países em função de sua renda nacional per capita. As economias classificadas como “baixa renda” e “média renda” são comumente denominadas “países em desenvolvimento”¹. Este grupo inclui 152 países, com culturas e níveis de desenvolvimento muito diferentes, compreendendo cerca de 73% das economias do mundo (The World Bank, 2006).

A maior parte dos estudos em RSE existentes foi realizada no contexto de economias de renda elevada, como na Europa ocidental, nos EUA e na Austrália (Belal, 2001). A RSE em economias em desenvolvimento não recebeu muita atenção até muito recentemente e os estudos ainda são desigualmente distribuídos entre estes países (Blowfield, 2005; Blowfield e Frynas, 2005). Além disso, a maioria dos estudos já realizados em países em desenvolvimento não comparou práticas de empresas nacionais e multinacionais, muito embora haja algumas investigações sobre as práticas de RSE por multinacionais e algumas pesquisas sobre a opinião pública com relação a multinacionais.

No que diz respeito à África, Baskin e Gordon (2005) discutem que, à exceção da África do Sul, o interesse em iniciativas na área de RSE está basicamente restrito a subsidiárias de multinacionais. Da mesma forma, Ruud (2002) apresenta multinacionais como as promotoras de RSE na Índia. Após ter analisado a gestão ambiental de multinacionais, Ruud (2002) conclui que estas organizações não parecem transferir tecnologias obsoletas e poluentes para a Índia, mas, pelo contrário, elas transferem tecnologias de ponta para este país. Além disso, avaliações ambientais são feitas antes das fusões e aquisições; e relatórios de auto-avaliação são complementados com auditorias.

Mohan (2001), por outro lado, não encontra nenhuma diferença significativa entre as políticas de sustentabilidade de empresas nacionais e multinacionais na Índia. Zarsky (em Kahn, 2005) também demonstra que multinacionais não necessariamente operam na Índia com padrões ambientais mais rígidos do que empresas nacionais muito embora a legislação local seja bem mais atrasada do que a disponível em países desenvolvidos. Uma pesquisa sobre as empresas holandesas que operam na Índia também atesta que multinacionais deixavam a desejar na implementação da RSE: Não havia nenhum código de conduta em unidades locais, o monitoramento pelas matrizes holandesas era inadequado e as empresas não estavam exigindo dos fornecedores cumprimento de padrões nas áreas de direitos humanos e meio ambiente (CREM, 2004). Finalmente, deve-se observar que, em uma pesquisa efetuada por Kumar et al. (2001), as multinacionais na Índia foram consideradas menos confiáveis do que grandes empresas nacionais pelo público em geral, pelos trabalhadores e pelos executivos.

Na América Latina, há poucas pesquisas que comparam práticas de empresas nacionais e multinacionais que operam na região. Alguns estudos recentes demonstraram que multinacionais não necessariamente têm níveis mais elevados de institucionalização e divulgação de práticas de

¹ Muito embora existam debates sobre a adequação do termo “países em desenvolvimento” e fortes críticas com relação à adoção do PIB per capita como o único indicador de desenvolvimento, a classificação do Banco Mundial é largamente empregada para propósitos operacionais e analíticos dada sua simplicidade e aparente consistência.

RSE do que empresas latino-americanas. Ao analisar as práticas de RSE das trinta maiores empresas da América Latina, Haslam (2004) observou que muitas firmas sem códigos de conduta afixados em seus “sites” eram subsidiárias de multinacionais. Concluiu que não é possível constatar que “...um relacionamento com multinacionais estrangeiras traz, como consequência, uma melhor adoção de códigos e de políticas de RSE por firmas locais e por subsidiárias” (Haslam, 2004, p.10).

Uma investigação mais ampla foi conduzida por Araya (2006) ao analisar relatórios não-financeiros publicados pelas 250 maiores empresas da América Latina. Uma interessante descoberta foi que as empresas do Brasil e do México divulgavam com maior frequência relatórios não-financeiros do que as empresas americanas ou européias estabelecidas na região. Enquanto 43% de firmas brasileiras e 33% de empresas mexicanas divulgaram informações na área social e ambiental em relatórios anuais, esta porcentagem foi consideravelmente mais baixa para filiais européias (21%) e americanas (7%).

No Brasil, apesar da existência de importantes pesquisas desenvolvidas por associações comerciais, agências governamentais e organizações não-governamentais, nenhuns destes estudos compara as abordagens de RSE por empresas nacionais e multinacionais operando no país. Desta forma, considerando a escassez de estudos a respeito destes temas, o verdadeiro papel das multinacionais na promoção de RSE em países em desenvolvimento ainda remanesce vago e ambíguo (Khan, 2005).

3. Metodologia

Muitos estudos utilizam a quantidade de informação divulgada pela empresa como uma medida da sua atuação na área de RSE (Gray, Kouy e Landers, 1995; Krippendorff, 2004; Milne e Adler, 1999; Unerman, 2000). Estes estudos baseiam-se na suposição de que a importância de uma questão para a empresa é refletida na extensão de sua comunicação sobre o assunto. Neimark (1992, in Unerman, 2000) explica que “...na preparação do relatório anual, a gestão da empresa faz escolhas quanto às questões que são suficientemente importantes ou problemáticas para serem contempladas publicamente”. No estudo atual, esta mesma suposição é adotada. Divulgações relacionadas a questões sociais e ambientais são analisadas para compreender a natureza e a extensão das práticas de RSE por grandes empresas nacionais e multinacionais que operam no Brasil. A quantidade e a natureza das divulgações relacionadas à RSE foram mensuradas neste estudo através da análise de conteúdo.

3.1. A seleção de documentos

De acordo com Unerman (2000), a maioria dos estudos de análise de conteúdo em RSE examinou exclusivamente relatórios anuais publicados pelas empresas. Tal foco limitado é geralmente justificado pela credibilidade da informação publicada em tais documentos assim como pela sua ampla distribuição (Unerman, 2000). Além disso, não é praticamente viável identificar todas as comunicações de uma empresa relacionadas à área sócio-ambiental em um longo período de tempo (Gray et al., 1995). O foco exclusivo em relatórios anuais é, portanto, uma simplificação pragmática baseada na suposição de que eles representam “...o que é provavelmente o mais importante documento em termos da construção por parte da organização da sua própria imagem social” (Gray et al., 1995). Entretanto, este foco exclusivo em relatórios anuais “... pode resultar em um retrato um tanto quanto incompleto da divulgação das práticas de RSE” (Roberts, 1991, p. 63). Conseqüentemente, idealmente, todas as comunicações por uma organização deveriam ser monitoradas para capturar todas as atividades de RSE por uma entidade, incluindo anúncios corporativos, revistas e folhetos.

Apesar de reconhecermos que outras formas de comunicação corporativa poderiam fornecer um melhor retrato da atuação de empresas na área de RSE, em qualquer pesquisa deve-se estabelecer um limite com relação aos documentos a serem analisados (Gray et al., 1995). Este estudo foi, portanto, principalmente baseado em relatórios anuais e relatórios de sustentabilidade publicados no Brasil em 2005 por uma amostra de empresas nacionais e multinacionais. Quando

tais documentos não foram publicados em português, recorreremos aos relatórios divulgados pela matriz da multinacional, em inglês, em busca de informações relacionadas à RSE no Brasil. Além disso, para minimizar o risco de subestimar o volume de comunicação a respeito de RSE, os “sites” das empresas no Brasil também foram analisados.

3.2. A amostra

Para que fosse possível a comparação entre práticas de firmas nacionais e multinacionais, foi necessário assegurar que as empresas da amostra tivessem um porte similar pois estudos prévios demonstraram que o nível de divulgação a respeito de RSE depende do tamanho da empresa (Ramamany e Ting, 2004). Em estudos passados, o tamanho da empresa foi medido com base no número de empregados, no valor total dos ativos, no volume de vendas ou na capitalização de mercado (Ratanajongkol et al., 2006). Como não há qualquer razão teórica convincente para a adoção de qualquer um destes critérios em particular (Gray et al, 1995), o volume total de vendas foi escolhido como critério neste presente estudo.

Inicialmente, as vinte maiores empresas operando no Brasil em 2005 foram obtidas a partir de um catálogo anual publicado pela revista nacional “Exame” (Exame, 2005). Todas estas empresas divulgaram informação a respeito de RSE nos seus respectivos “sites”, com exceção de “Casas Bahia”, excluída da amostra. Estas empresas pertenciam a sete diferentes indústrias: petroquímica, telecomunicações, automotiva, mineração, energia, alimentos e bebidas, assim como varejo. Vale ressaltar que empresas do setor financeiro não faziam parte da listagem.

No entanto, estudos anteriores também identificaram que a divulgação relativa à RSE não é idêntica entre setores da economia. Uma indústria cujas atividades afeta o meio ambiente, por exemplo, tende a divulgar mais informações do que empresas em outras indústrias (Ratanajongkol et al., 2006). Sendo assim, para assegurar que tanto empresas nacionais como multinacionais estivessem representadas em cada setor em particular, algumas empresas adicionais foram incluídas na amostra. As empresas consideradas na amostra encontram-se listadas na Figura 1.

Figura 1: Empresas consideradas na amostra

Classification according to Exame (2005)	Company	2005 Sales (US\$ million)	Economic sector	Ownership (Country)	Government-owned?	Shares on the Brazilian Stock Exchange ?	Classification
1 and 2	Petrobrás	80,108.30	Petrochemical	Brazil	Yes	Yes	National
3	Telemar	8,819.6	Telecommunications	Brazil		Yes	National
4	Volkswagen	8,590.8	Automotive	Germany		No	Multinational
5	Telefonica	8,577.1	Telecommunications	Spain		Yes	Multinational
6	Ipiranga	8,383.8	Petrochemical	Brazil		Yes	National
7	Vale do Rio Doce	7,738.7	Mining	Brazil		Yes	National
8	Shell	7,196.3	Petrochemical	UK and the Netherlands		No	Multinational
9	General Motors	7,007.9	Automotive	USA		No	Multinational
10	Braskem	6,467.3	Petrochemical	Brazil		Yes	National
11	Brasil Telecom	5,834.1	Telecommunications	Brazil		Yes	National
12	Fiat	5,609.2	Automotive	Italy		No	Multinational
13	Ambev	5,219.9	Food and drinks	Belgium		Yes	Multinational
14	Carrefour	5,097.6	Retail	France		No	Multinational
16	Chevron	5,006.6	Petrochemical	USA		No	Multinational
17	Cargill	4,922.5	Food and drinks	USA		No	Multinational
18	Pão de Açúcar	4,846.5	Retail	Brazil and France		Yes	National
19	AES Eletropaulo	4,767.0	Energy	Brazil		Yes	Multinational
20	Bunge	4,635.8	Food and drinks	Bermudes		No	Multinational
24	Esso	4,006.7	Petrochemical	USA		No	Multinational
25	Cemig	3,964.1	Energy	Brazil	Yes	No	National
29	Nestlé	3,575.4	Food and drinks	Switzerland		No	Multinational
31	Sadia	3,394.4	Food and drinks	Brazil		Yes	National
32	Embraer	3,386.2	Automotive	Brazil		Yes	National
37	Light	3,027.3	Energy	France		Yes	Multinational
50	Perdigão	2,324.6	Food and drinks	Brazil		No	National

3.3. Coleta e análise de dados

Relatórios anuais e “sites” foram analisados e os dados foram classificados em categorias pré-definidas. Todos os documentos foram examinados duas vezes, em momento diferentes, para assegurar maior confiabilidade da análise (Milne e Adler, 1999). Quando a codificação dos relatórios e “sites” foi concluída, os dados foram analisados - particularmente para comparar abordagens de empresas nacionais e multinacionais operando no Brasil.

É importante notar que, nesta pesquisa, empresas foram classificadas como “nacionais” ou “multinacionais” com base na participação acionária. A empresa foi classificada com “nacional” se mais de cinquenta por cento das ações pertenciam a acionistas brasileiros em dezembro de 2005². Isto não significa que empresas nacionais do estudo apenas operam no Brasil. Pelo contrário, a grande maioria das empresas nacionais na amostra também atuam no exterior.

3.4. Limitações do método

A análise de conteúdo está sujeita a um número de limitações como qualquer outra metodologia. Primeiro, há uma questão de subjetividade envolvida na análise de conteúdo. Krippendorff (2004, p.22) explica que “...um texto não existe sem um leitor, uma mensagem não existe sem um intérprete, um dado não existe sem um observador”. Sendo assim, o mesmo documento pode ter diferentes significados para usuários distintos (Carney, 1972). Para minimizar a subjetividade, regras claras foram estabelecidas antes da análise dos documentos.

Em segundo lugar, é necessário reconhecer que o volume de informação divulgada não necessariamente corresponde ao nível de atividade ou preocupação com RSE. No entanto, vale ressaltar que embora o nível de divulgação não necessariamente reflita o nível de atividade relacionada à RSE, vários estudos concluem que uma maior divulgação ao longo do tempo implica em uma crescente conscientização a respeito de questões ligadas à RSE (Ramasamy e Ting, 2004).

4. Estudo empírico: Análise preliminar

Esta seção introduz a discussão sobre os resultados da análise de conteúdo em “sites” e relatórios anuais publicados pelas vinte e cinco empresas da amostra. Resultados obtidos para empresas nacionais e multinacionais são comparados ao longo desta seção, tais como: (i) a visibilidade e extensão da comunicação a respeito de RSE nos “sites” das empresas; (ii) a natureza e o volume de informação divulgada em publicações sobre RSE no Brasil; (iii) a adoção de melhores práticas internacionais; (iv) o nível de institucionalização de RSE no Brasil.

4.1. Análise preliminar dos “sites” das empresas

Visibilidade da comunicação a respeito de RSE

Os “sites” das empresas no Brasil foram analisados para verificar se eles possuíam, na sua página inicial, ligações diretas para informações a respeito de RSE – o que refletiria a importância dada à RSE quando da elaboração do seu “site”.

Praticamente todas as empresas na amostra dispõem, na página inicial de seus “sites”, um “link” para assuntos relacionados à RSE. As três exceções foram empresas multinacionais (Carrefour, Nestlé e General Motors). No entanto, nestes três casos, informações relacionadas à RSE podiam ser alcançadas com apenas um “clique” adicional.

Volume de informação nos “sites”

O volume de informação divulgada a respeito de RSE também foi obtido através da análise do número de páginas diretamente relacionadas ao tópico em seus respectivos “sites”.

² Pão de Açúcar foi a única exceção. As ações da empresa estão igualmente distribuídas entre acionistas brasileiros e franceses. Neste caso, a empresa foi classificada como “empresa nacional” pois pertenceu a acionistas brasileiros por longo período e acabou de ter metade de suas ações vendidas ao Grupo Casino. A família brasileira que tradicionalmente gerenciava suas operações ainda está no Conselho de Administração.

Em geral, empresas nacionais publicaram mais informação relacionada à RSE do que multinacionais. Enquanto quatro empresas nacionais (37%) tiveram mais do que 75 páginas relacionadas à RSE, nenhuma multinacional da amostra publicou mais do que 75 páginas sobre este tópico em seus “sites”. Além disso, a maioria das multinacionais da amostra (72%) possuía menos do que 30 páginas nos seus “sites” comparativamente com 36% das empresas nacionais na mesma situação. Todas as empresas com menos de dez páginas relacionadas à RSE eram multinacionais: General Motors (3), Carrefour (4), Volkswagen (5) e Cargill (8). Por fim, em cada setor econômico, a empresa que publicou o maior número de páginas era brasileira, exceto pela indústria de alimentos e bebidas onde Nestlé liderou a lista.

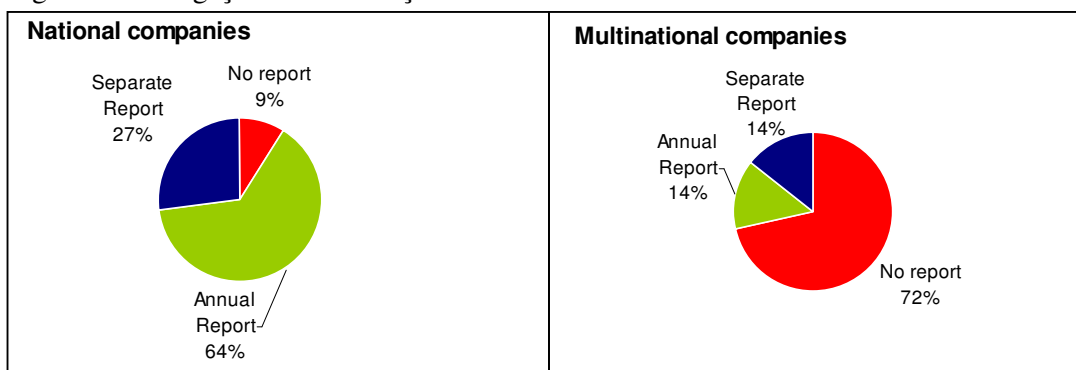
4.2. Análise preliminar de relatórios publicados

Divulgação de informações através de relatórios publicados no Brasil

Além de incluir informações nos seus “sites”, algumas empresas também divulgam iniciativas em seus relatórios financeiros anuais ou através da publicação de relatórios em separado – chamados de relatórios “sociais”, “ambientais” ou “de sustentabilidade”.

Praticamente todas as empresas nacionais da amostra divulgaram suas práticas em seções específicas de seus relatórios anuais (64%) ou através da publicação de relatórios em separado (27%) para o ano de 2005 (Figura 2). Apenas uma empresa nacional não divulgou suas práticas de RSE em nenhum destes relatórios. No entanto, a grande maioria das multinacionais (72%) não divulgou informação a respeito de RSE em suas publicações em português no ano de 2005.

Figura 2: Divulgação de informações através de relatórios anuais ou de sustentabilidade



Publicação de balanços sociais (IBASE)

A publicação de balanços sociais também foi analisada para verificar o quanto as empresas da amostra são influenciadas por padrões nacionais de elaboração de relatórios na área sócio-ambiental.

Balanços sociais foram publicados por praticamente todas as empresas nacionais da amostra. No entanto, esta prática não foi tão comum no grupo de empresas multinacionais, onde 79% da amostra não divulgou indicadores quantitativos através do modelo IBASE de balanço social no ano de 2005.

Volume de informação publicada sobre RSE no Brasil

Ao todo, quinze empresas da amostra divulgaram práticas de RSE através de relatórios anuais em português para o ano de 2005, incluindo relatórios financeiros, relatórios em separado ou balanços sociais IBASE. Todas estas publicações foram analisadas para identificar quantas páginas continham informação relacionada à RSE. A maioria destes documentos continha até 44 páginas de informação relacionada à RSE. Apenas duas empresas, ambas brasileiras, publicaram mais do que 75 páginas relacionadas à RSE em 2005: Petrobrás (144) e Cemig (89).

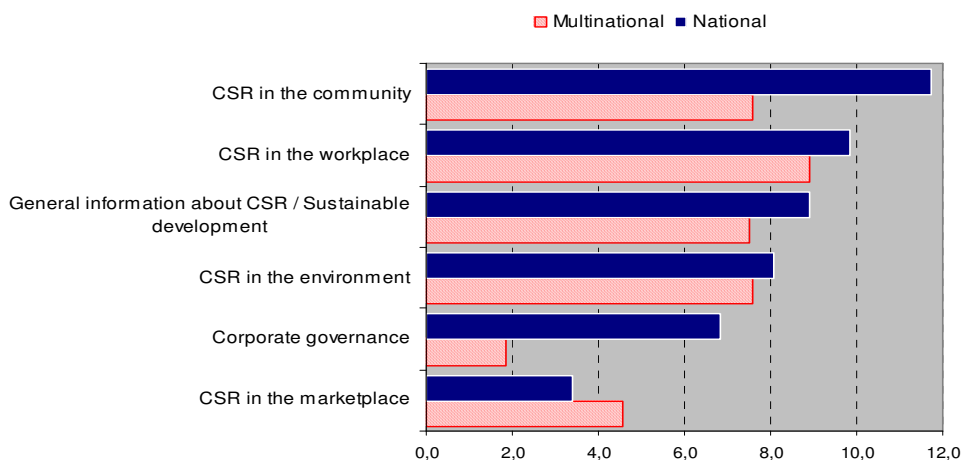
Para empresas multinacionais que não publicaram tais documentos em português, relatórios internacionais foram analisados. O número de menções às palavras “Brasil” ou “brasileiro” foi utilizado como uma aproximação do volume de informação divulgada a respeito do país. Cada uma das sentenças que continham tais palavras foi então examinada para obter o número de menções relacionadas à RSE. Em geral, o número de menções às palavras “Brasil” ou “brasileiro” em relatórios internacionais foi consideravelmente baixo – especialmente para Chevron (0), Esso (4), Light (3) e Nestlé (8). Embora estas empresas não tenham publicado relatórios em português para o ano 2005, informações relacionadas ao Brasil também foram escassas nos seus relatórios internacionais. Empresas com o maior número de menções foram Carrefour (45) e Fiat (45) – empresas que não divulgaram muita informação sobre RSE nos seus respectivos “sites” no Brasil e também não publicaram relatórios em português para o ano de 2005.

Tópicos preferidos na divulgação a respeito de RSE no Brasil

Relatórios publicados em português foram analisados para verificar o número de páginas relacionadas com seis tópicos – comunidade, ambiente de trabalho, meio ambiente, mercado (clientes e fornecedores), governança corporativa e informação geral sobre RSE. Além das quinze empresas consideradas na análise anterior, relatórios alternativos, de anos anteriores, também foram considerados para empresas que não publicaram relatórios em português para o ano de 2005. Dezoito empresas foram investigadas.

O número médio de páginas relacionadas à RSE foi maior para empresas nacionais (48) do que multinacionais (38). Embora o número médio de páginas relacionadas com o ambiente de trabalho e meio ambiente foi aproximadamente o mesmo para empresas nacionais e multinacionais, as primeiras geralmente divulgaram mais informação sobre a comunidade e governança corporativa (Figura 3). Talvez isto tenha ocorrido porque empresas nacionais estão geralmente listadas em bolsas de valores no Brasil – o que não é geralmente o caso para multinacionais presentes na amostra.

Figura 3: Número médio de páginas relacionadas com cada tópico



Adoção de padrões internacionais na elaboração de relatórios

Relatórios anuais publicados no Brasil em 2005 foram analisados para verificar a adoção de padrões internacionais (GRI, AA1000) por empresas nacionais e multinacionais na amostra. Apenas quatro empresas (três empresas nacionais e uma multinacional) fizeram referência ao GRI (30%) e nenhuma empresa da amostra mencionou a AA1000 nos seus relatórios em português. Além disso, apenas uma empresa nacional (Petrobrás) entre as quinze que publicaram relatório em português em 2005 apresentou uma declaração de auditoria.

4.3. Institucionalização de RSE no Brasil

A existência de estruturas organizacionais dedicadas para lidar com projetos de RSE e a formalização de códigos de conduta foram analisadas para averiguar o nível de institucionalização da RSE em empresas nacionais e multinacionais na amostra.

Estrutura para RSE

Um percentual considerável de empresas nacionais (55%) e multinacionais (50%) da amostra estabeleceu fundações ou institutos para gerenciar suas atividades de RSE no Brasil. Este resultado confirma conclusões obtidas por Haslam (2004), que constatou que a prevalência de fundações é uma importante característica da RSE na América Latina.

No entanto, nas suas próprias estruturas organizacionais, estas empresas não parecem ter departamentos exclusivamente dedicados à RSE, exceto por Petrobrás. Outras empresas (como Eletropaulo, Cemig e Sadia) mencionaram a existência de comitês ou departamentos com responsabilidades compartilhadas por RSE.

Considerando todas estas variações, não foram identificadas diferenças significativas entre estruturas adotadas por empresas nacionais ou multinacionais na amostra. Enquanto 64% das empresas nacionais mencionaram a existência de uma estrutura interna ou fundações / institutos encarregados de gerenciar RSE, este percentual foi de 57% para multinacionais.

Códigos de conduta

A maioria das empresas na amostra (72%) mencionou a existência de códigos de conduta nos seus relatórios ou “sites” na Internet. No entanto, é interessante notar que a divulgação de códigos de conduta foi mais freqüente entre grandes empresas nacionais (91%) do que entre multinacionais atuando no Brasil (57%). Além disso, exceto pela Telemar, todos os códigos de conduta das empresas nacionais da amostra foram publicados “on-line”, nos seus respectivos “sites” no Brasil. Por outro lado, apenas cinco multinacionais (36%) publicaram seus códigos de conduta nos seus “sites” no Brasil.

5. Estudo Empírico: Práticas de Responsabilidade Social

Esta seção continua a apresentação dos resultados da análise de conteúdo. “Sites”, relatórios anuais e relatórios de sustentabilidade foram analisados para verificar a diversidade das práticas relatadas pelas empresas da amostra e o uso de indicadores quantitativos. Quando relatórios em português não estavam disponíveis, relatórios internacionais foram examinados para obtenção de informações adicionais sobre RSE no Brasil.

5.1. Diversidade das práticas de Responsabilidade Social

Com base em uma extensa lista de atividades de RSE relacionadas com o ambiente de trabalho, a comunidade e o meio ambiente, a diversidade das práticas de RSE foi avaliada para cada empresa da amostra.

Com relação à RSE no ambiente de trabalho, a Petrobrás divulgou o maior número de práticas, seguida por Nestlé e Pão de Açúcar. Além disso, empresas nacionais geralmente divulgaram um número maior de práticas do que multinacionais operando no mesmo setor, exceto pelo setor de energia e alimentos / bebidas. Da mesma forma, empresas nacionais geralmente relataram um número maior de iniciativas relacionadas com a comunidade do que multinacionais atuando no Brasil.

Práticas de RSE relacionadas ao meio ambiente também foram mais freqüentemente divulgadas por empresas nacionais do que multinacionais na amostra. Além disso, em cada setor econômico, empresas nacionais geralmente divulgaram um número maior de práticas do que multinacionais – exceto pela indústria de alimentos e bebidas.

5.2. Indicadores quantitativos

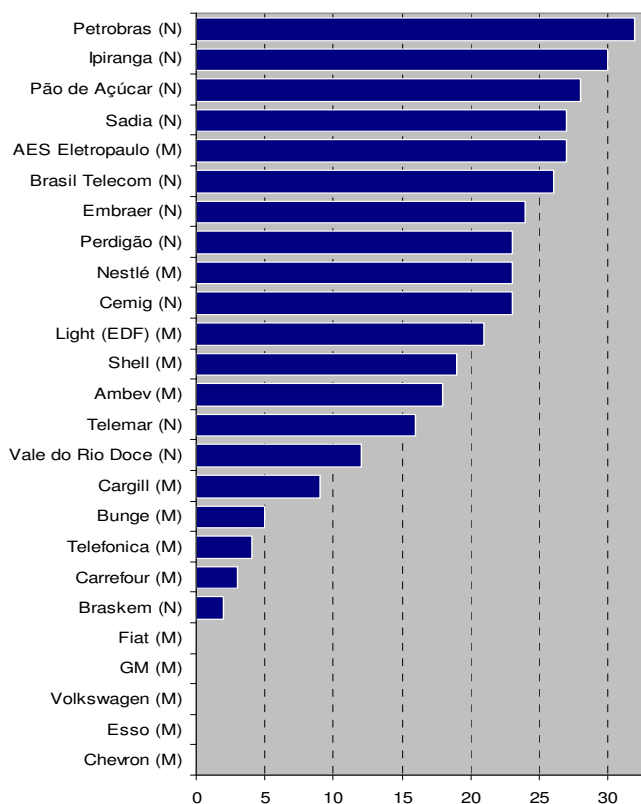
O número de indicadores quantitativos relacionados à RSE no ambiente de trabalho, comunidade e meio ambiente foi avaliado para cada empresa da amostra. Empresas nacionais, em geral, divulgaram um número maior de indicadores quantitativos do que multinacionais.

Exceto por Braskem, cada uma das empresas nacionais divulgou mais do que dez indicadores relacionados ao ambiente de trabalho enquanto apenas 36% das multinacionais apresentaram mais do que dez indicadores nesta área. Também vale ressaltar que as quatro empresas com maior número de indicadores relacionados ao ambiente de trabalho são brasileiras, enquanto há cinco multinacionais que não apresentaram qualquer indicador relacionado com RSE no ambiente de trabalho (Figura 4).

A quantidade de indicadores relacionados à RSE na comunidade também foi geralmente maior para empresas nacionais do que multinacionais na amostra: Enquanto 71% das multinacionais divulgaram menos do que dois indicadores, apenas uma única empresa nacional (Braskem) encontra-se na mesma situação.

Por fim, multinacionais também não se destacaram na divulgação de indicadores relacionados ao meio ambiente. Neste respeito, Petrobrás e Ipiranga publicaram uma quantidade de indicadores bem maior do que qualquer outra empresa na amostra.

Figura 4: Número de indicadores quantitativos relacionados com RSE no ambiente de trabalho



5.3. Investimentos

Para empresas que publicaram o balanço social IBASE para o ano de 2005, foi possível comparar os valores investidos em RSE no ambiente de trabalho, comunidade e meio ambiente.

Valores investidos em 2005 foram divulgados principalmente por empresas nacionais. Com relação a investimentos no ambiente de trabalho, por exemplo, valores foram divulgados pela maioria das empresas nacionais (10 entre as 11 empresas da amostra) e por apenas três multinacionais entre as quatorze presentes na amostra.

Para os setores petroquímico e de energia, foi possível comparar investimentos realizados por empresas nacionais e multinacionais. Com relação ao meio ambiente, empresas nacionais, ambas estatais (Petrobrás e Cemig), investiram consideravelmente mais do que multinacionais em termos de percentual de receita líquida. Conclusões similares são obtidas ao analisar investimentos com relação à comunidade.

6. Conclusão, limitações e recomendações para futuras pesquisas

6.1. Conclusão

Apesar da maioria dos estudos sobre RSE não comparar práticas de empresas nacionais e multinacionais, as últimas são freqüentemente apresentadas como propulsoras de RSE em países em desenvolvimento (Haslam, 2004; Ruud, 2002). No entanto, neste estudo, grandes empresas nacionais geralmente apresentaram melhores níveis de adoção de RSE do que multinacionais operando no Brasil.

Em geral, empresas nacionais publicaram mais informação relacionada à RSE nos seus “sites” do que multinacionais. A divulgação de práticas de RSE através de relatórios anuais e balanços sociais IBASE foi mais comum no grupo de empresas nacionais. Na verdade, a maioria das multinacionais na amostra não divulgou informações relacionadas à RSE através de relatórios em português (72%) ou balanços sociais (79%) em 2005. Ao invés disso, elas preferiram publicar relatórios globais em inglês, onde em geral um espaço muito limitado foi dedicado à RSE no Brasil. Tais evidências confirmam resultados previamente obtidos por Araya (2006) após análise de relatórios não-financeiros publicados pelas 250 maiores empresas da América Latina. Araya (2006) constata que empresas de países em desenvolvimento (México e Brasil) geralmente divulgavam mais informação nas áreas social e ambiental do que empresas de países desenvolvidos estabelecidas na região.

Códigos de conduta também foram mais comumente publicados por empresas nacionais do que multinacionais na amostra. Além disso, em seus “sites” e relatórios, empresas nacionais geralmente divulgaram uma quantidade maior de indicadores quantitativos relacionados à RSE no Brasil do que multinacionais. Investimentos em RSE, por exemplo, foram mais freqüentemente divulgados por empresas nacionais. Neste respeito, nos poucos casos em que multinacionais divulgaram investimentos em RSE, eles raramente excederam os valores apresentados por empresas nacionais atuando nos mesmos setores econômicos. Por fim, com relação a práticas de RSE, empresas nacionais geralmente relataram uma maior diversidade de projetos do que multinacionais atuando no país.

Para explicar estas divergências entre as práticas de RSE de empresas nacionais e multinacionais no Brasil, é necessário examinar as diferentes influências, incentivos e pressões sofridas por estes dois grupos.

A grande maioria das empresas nacionais na amostra atua em vários outros países e são listadas em bolsas de valores no exterior. Estas empresas também publicam seus relatórios anuais em inglês. Nestes casos, a RSE talvez seja uma importante forma de ganhar aceitação de compradores internacionais, legitimidade entre acionistas e elegibilidade para empréstimos internacionais. Neste respeito, Schmidheiny (2006) enfatiza que empresas de países em desenvolvimento estão mais sujeitas a enfrentar preconceitos tal como a crença de que empregam mão-de-obra infantil. Sendo assim, o grau de internacionalização de empresas nacionais parece encorajar a divulgação de práticas de RSE e pode ser uma possível explicação para as diferenças encontradas.

Uma segunda possível explicação está relacionada ao fato de que uma grande proporção de empresas nacionais na amostra está listada em bolsas de valores no Brasil. Isto talvez explique a publicação de relatórios em português (geralmente disponíveis na seção “Relação com investidores” dos seus respectivos “sites”), a extensa divulgação de informação relacionada à RSE em seus “sites” e o espaço significativo alocado a questões de governança corporativa. É importante

mencionar que embora as ações de RSE são direcionadas a várias partes interessadas, os relatórios parecem ser principalmente direcionados aos acionistas.

Em contraste, multinacionais geralmente não estão listadas em bolsas de valores no Brasil – o que talvez explique porque relatórios anuais em português e balanços sociais IBASE são tão raramente publicados. Desta forma, multinacionais preferem publicar um relatório centralizado, provavelmente evitando duplicidade de esforços, economizando custos e controlando a divulgação de informações que poderiam afetar os preços de suas ações.

Em terceiro lugar, o mercado brasileiro geralmente representa uma pequena fração das vendas das multinacionais. Sendo assim, seus relatórios globais podem conter diversas narrativas descrevendo práticas de RSE em vários outros países enquanto um pequeno espaço é dedicado ao Brasil. A reputação global de multinacionais não parece depender tanto das operações no Brasil quanto para empresas nacionais.

Por fim, vale ressaltar que empresas multinacionais possivelmente estão mais voltadas para atender acionistas, organizações não-governamentais e clientes situados em países desenvolvidos. Este foco seria justificado em função da menor conscientização de consumidores nacionais com relação à RSE, pressões mais baixas exercidas por organizações não-governamentais locais e pelo fato de que estas multinacionais geralmente não estão listadas em bolsas de valores no Brasil. Desta forma, é possível que este direcionamento faça com que multinacionais preocupem-se principalmente com danos potenciais à sua imagem decorrente da exposição de práticas inapropriadas (Jenkins, 2005). Enquanto evitar acidentes ambientais ou escândalos relacionados a direitos humanos são preocupações cruciais para multinacionais, investimentos pró-ativos em RSE na comunidade brasileira talvez sejam menos justificáveis do que para empresas nacionais.

Em suma, uma maior adoção de RSE por empresas nacionais talvez seja explicada pela sua participação em bolsas de valores nacionais assim como pelos preconceitos enfrentados quando integram mercados internacionais. Por outro lado, multinacionais talvez sejam desencorajadas de investir ativamente em RSE no Brasil dada a importância limitada das vendas locais para os resultados globais assim como em função de um foco principal em partes interessadas situadas em países desenvolvidos.

6.2. Limitações

Uma primeira limitação deste estudo é que ele cobre apenas vinte e cinco das maiores empresas atuando no Brasil e, logo, os resultados podem não ser representativo das empresas brasileiras em geral. Como evidenciado por estudos anteriores (e.g. Baskin e Gordon, 2005), há uma larga variação entre as melhores empresas em RSE e o restante das firmas operando em cada país.

Uma segunda limitação está relacionada ao fato de que outras importantes indústrias no país não foram representadas na amostra, como o setor financeiro e metalúrgico. Diferenças regionais também não foram consideradas, muito embora um estudo do IPEA (2002) já tenha concluído que as práticas de RSE diferem entre as cinco regiões do Brasil em função das dimensões do país e disparidades sócio-econômicas.

Por fim, este estudo restringiu-se a análise de “sites” de empresas e relatórios anuais. Partes interessadas ou outras fontes secundárias não foram consultadas para atestar a veracidade das informações divulgadas. Além disso, não houve entrevistas com pessoas responsáveis por RSE em cada uma das empresas investigadas.

6.3. Recomendações para futuras pesquisas e implicações práticas

Um número de questões emerge a partir do presente estudo. Primeiro, cabe questionar se multinacionais operando em outros países em desenvolvimento também apresentam menores níveis de adoção de RSE do que grandes empresas nacionais. Futuras pesquisas também poderiam averiguar a relação entre os níveis de adoção de RSE e algumas variáveis identificadas neste estudo, tais como participação em bolsas de valores locais e a importância das vendas locais para os

resultados globais. Por fim, é importante investigar se práticas de RSE estão de fato contribuindo para o desenvolvimento social e econômico de economias emergentes.

Os resultados deste estudo também têm implicações práticas. As conclusões aqui obtidas revelam que ainda há muito o que evoluir em termos de transparência por parte de empresas multinacionais atuando no Brasil. Reflexões críticas sobre a eficácia de acordos voluntários atualmente em vigor, tais como o “Pacto Global” das Nações Unidas e as “Linhas Diretrizes da OCDE para as Empresas Multinacionais”, fazem-se necessárias. Medidas que promovam transparência e “accountability” no âmbito local também precisam ser urgentemente pensadas e implementadas, como, por exemplo, a adoção e divulgação de indicadores GRI por país de atuação.

7. Bibliografia

- ARAYA, M. (2006) Exploring terra incognita: Non-financial reporting in corporate Latin America. *Journal of Corporate Citizenship*, 21, Spring, 25-38.
- ARORA, B., e PURANIK, R. (2004) A review of corporate social responsibility in India. *Development*, 47(3), 93–100.
- BASKIN, J. e GORDON, K (2005) Corporate responsibility practices of emerging market companies – A fact finding study. *OECD working paper on international investment* [online], number 2005/3. Disponível em: <URL: <http://www.oecd.org/dataoecd/29/38/35666512.pdf>> [Acessado em 20 June 2006].
- BELAL, A.R. (2001) A study of corporate social disclosure in Bangladesh. *Managerial Auditing Journal*, 16 (5), 274-289.
- BLOWFIELD, M. (2005) Corporate Social Responsibility – The Failing Discipline and Why it Matters for International Relations. *International Relations*, 19 (2), 173-191.
- BLOWFIELD, M., e FRYNAS, J. G. (2005) Setting new agendas: Critical perspectives on Corporate Social Responsibility in the developing world. *International Affairs*, 81 (3), 499-513.
- CARNEY, T. F. (1972) *Content Analysis: A Technique for Systematic Inference from Communications*. Winnipeg: University of Manitoba Press.
- CREM (2004) *Corporate social responsibility in India: Policy and practices of Dutch companies* [online]. Amsterdam, The Netherlands: CREM. Disponível em: <URL: <http://www.indianet.nl/csrindia.html>> [Acessado em 10 July 2006]
- EXAME (2005) Maiores e melhores. *Portal Exame* [online] Disponível em: <URL: <http://app.exame.abril.com.br/servicos/melhoresemmaiores/>> [Acessado em 10 June 2006].
- GRAY, R. H., KOUHY, R. e LAVERS, S. (1995) Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies: A methodological note. *Accounting, auditing and accountability journal*, 8 (2), 78-101.
- HASLAM, P. A. (2004) The Corporate Social Responsibility System in Latin America and the Caribbean. *FOCAL Policy Paper* [online], FPP-04-1. Disponível em: <URL: http://www.focal.ca/publications/policypapers/2004_e.asp> [Acessado em 10 June 2006].
- IPEA (2002) *A iniciativa privada e o espírito público: Um retrato da ação social das empresas no Brasil* [online]. Brasília: IPEA. Disponível em: <URL: <http://www.ipea.gov.br/asocial/newsletter.php?url=>> [Acessado em 11 March 2006]
- JENKINS, R. (2005) Globalization, corporate social responsibility and poverty. *International Affairs*, 81 (3), 525-540.
- KHAN, S. (2005) *Exploring the concept of sustainability in emerging markets: Evidences from the Indian pharmaceutical industry* [online]. Disponível em: <URL: http://www.oikos-stiftung.unisg.ch/academy2005/paper_khan.pdf> [Acessado em 10 June 2006].
- KRIPPENDORFF, K. (2004) *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Newbury Park, CA: Sage Publications.

- KUMAR, R., MURPHY, D. F., e BALSARI, V. (2001) *Altered images: The 2001 state of corporate social responsibility in India poll* [online]. New Delhi: TERI-India.
- LOGSDON, J. M., THOMAS, D. E., e VAN BUREN III, H. J. (2006) Corporate social responsibility in large Mexican firms. *The Journal of Corporate Citizenship*, 21, Spring, 51-60.
- LUETKENHORST, W. (2004) Corporate Social Responsibility and the development agenda: The case for actively involving small and medium enterprises. *Intereconomics*, 39 (3), 157-166.
- MILNE, M. J. e ADLER, R. W. (1999) Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 12 (2), 237-56.
- MOHAN, A. (2001) Corporate Citizenship: Perspectives from India. *The Journal of Corporate Citizenship*, 2, 107-17.
- RAMASAMY, B., e TING, H. W. (2004) A Comparative Analysis of Corporate Social Responsibility Awareness: Malaysian and Singaporean firms. *The Journal of Corporate Citizenship*, Spring, 13, 109-123.
- RATANAJONGKOL, S., DAVEY, H., e LOW, M. (2006) Corporate Social Reporting in Thailand. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 3 (1), 67-83.
- RAYNARD, P., e FORSTATER, M. (2002) *Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries* [online]. United Nations Industrial Development Organization. Disponível em: <URL: <http://www.unido.org/userfiles/BethkeK/csr.pdf>> [Acessado em 11 June 2006]
- ROBERTS, C.B. (1991) Environmental disclosures: a note on reporting practices in mainland Europe. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 4 (3), 62-71.
- RUUD, A. (2002) Environmental Management of Transnational Corporations in India: Are TNCs Creating Islands of Environmental Excellence in a Sea of Dirt? *Business Strategy and the Environment*, 11 (2), 103-19.
- SCHMIDHEINY, S. (2006) A view of corporate citizenship in Latin America. *The Journal of Corporate Citizenship*, 21, 21-24.
- THE WORLD BANK (2006) *Country Classification* [online]. Disponível em: <URL: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/DATASTATISTICS/0,,contentMDK:20420458~menuPK:64133156~pagePK:64133150~piPK:64133175~theSitePK:239419,00.html>> [Acessado em 20 July 2006].
- UNERMAM, J. (2000) Reflection on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 13 (5), 667-80.
- UN Volunteers and The New Academy of Business (2004) *Enhancing business-community relations: The role of volunteers in promoting global corporate citizenship: India National Research Report* [online]. Disponível em: <URL: <http://www.new-academy.ac.uk/research/businesscommunity/unvpages/menus/overview/team/index.htm>> [Acessado em 10 June 2006].
- VISSER, W., MIDDLETOWN, C., e MCINTOSH, M. (2005) Corporate citizenship in Africa. *The Journal of Corporate Citizenship*, 18, 18-20.