



Helena Gonçalves

PONTES ENTRE EMPRESAS E ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

Helena Gonçalves, Docente convidada da Católica Porto Business School
hgoncalves@porto.ucp.pt

É provável que a evolução do conceito de Responsabilidade Social (RS) vá ter cada vez mais implicações para as Organizações Sem Fins Lucrativos (OSFL). Corporate Social Responsibility (CSR)¹ é uma das expressões mais utilizadas para descrever “a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na interação com outras partes interessadas”². Creating Shared Value é um conceito recente que extravasa a clássica noção de CSR e muito diferente do de Social Business³. Começemos pela apresentação destes conceitos para depois refletirmos sobre algumas potenciais implicações nas OSFL para tentarmos responder à questão: Será que a evolução do conceito de RS poderá ajudar à construção de pontes entre Empresas e OSFL?

1 - Da “Partilha de Valor Criado” à “Criação Partilhada de Valor”

A Filantropia, encarada como a “Partilha de Valor Criado” pelas empresas com a comunidade, era no passado a principal e quase a única expressão da RS das empresas. No entanto, penso podermos afirmar, que é já comumente aceite que esta não é a única RS das empresas, mas antes uma entre as suas várias dimensões.

A Comissão Europeia (CE) na sua última comunicação sobre o tema, define RS como “a responsabilidade das empresas pelos seus impactos na sociedade”⁴. Afirma que “o respeito pela legislação aplicável e os acordos coletivos entre os parceiros sociais são um pré-requisito para cumprir com essa responsabilidade. Para cumprir integralmente com a sua responsabilidade as empresas devem implementar um processo para integrar preocupações sociais, ambientais, éticas, sobre direitos humanos e sobre o consumidor, nas suas operações e na sua estratégia, em estreita colaboração com as suas partes interessadas, com o objetivo de:

- Maximizar a criação de valor partilhado para os seus proprietários/acionistas e para as suas outras partes interessadas e sociedade em geral;
- Identificar, prevenir e mitigar os seus potenciais impactos negativos”⁵.

Esta definição da CE está muito em linha com a da recente norma internacional ISO 26000:2010 Social Responsibility⁶, recentemente traduzida para português - NP ISO 26000: 2011 Linhas de orientação da Responsabilidade Social - e já disponível no site do IPQ⁷. Uma das principais diferenças caracteriza-se pela utilização da expressão “RS” já que esta norma se aplica quer a empresas quer a OSFL. Ambas as definições têm alguma afinidade com o conceito Creating Shared Value. Para os seus autores, Porter e Kramer⁸, o conceito

assenta na interligação entre o desenvolvimento social e económico e consiste na criação de valor, não apenas para a empresa e para os seus acionistas, mas sobretudo para os países e comunidades. A premissa central subjacente à “Criação de Valor Partilhado” (CVP) assenta no facto da competitividade de uma empresa e o bem-estar da comunidade em geral serem mutuamente dependentes.

O conceito de “CVP” pode ser definido como as políticas e práticas operacionais que incrementam a produtividade de uma empresa, contribuindo em simultâneo para a evolução das condições económicas e sociais da comunidade onde a ela se insere. É uma nova forma de interação entre a sociedade em geral e o mundo empresarial. A criação de valor, para a sociedade e para o mundo empresarial, defende a necessidade de passarmos de “o que é bom para os negócios, é bom para a sociedade” para “o que é bom para a sociedade, é bom para os negócios”. A aposta em temas como o impacto ambiental, a utilização racional da água e energia, a saúde, a segurança e a formação dos trabalhadores, bem como o desenvolvimento dos fornecedores, tem um impacto positivo não só na sociedade mas também nos negócios. É importante evidenciar as diferenças entre “CVP” e “RS”. As práticas de RS começaram a existir no seio das empresas, antes mesmo de estas as assumirem conscientemente. Entretanto, as empresas interiorizaram o conceito e passaram a integrá-las nas suas operações. A “CVP” extravasa a noção de “RS”, pois vai para além da implementação de um processo que integre as várias preocupações nas suas operações e estratégia. Pressupõe a criação de valor para as empresas a partir da mitigação de algumas das principais preocupações da sociedade. Há uma verdadeira mudança de paradigma que implica que as empresas criem valor económico através da criação de valor social. “Criação

1. Responsabilidade Social Corporativa (RSC), Responsabilidade Social das Empresas (RSE), ou Responsabilidade Social as Organizações (RSO).

Optamos aqui por utilizar apenas Responsabilidade Social (RS)

2. COM (2001) 366 final, Livro Verde Promover um quadro Europeu para a RSE

3. http://www.muhammadyunus.org/Social_Business/social_business/

4. Nova definição proposta pela Comissão Europeia em COM(2011) 681 final

5. COM (2011) 681 final, A renewed EU strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility, tradução livre, disponível em

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/esr/new-csr/act_en.pdf

de Valor Partilhado” é no entanto muito distinto do conceito de Social Business: negócio autossustentável, mas cujo objetivo é criar benefícios sociais em vez de gerar lucros (se existirem lucros serão obrigatoriamente reinvestidos). Também este conceito não é ainda consensual e está em evolução. Optamos por apresentar apenas a abordagem de Yunus, descrita no seu último livro “Empresa Social”⁹. Afirma que é um novo tipo de conceito “bastante distinto quer do de uma empresa com fins lucrativos (que descreve praticamente todas as empresas privadas do mundo atual) quer do de uma organização sem fins lucrativos (que depende de doações de caridade ou filantrópicas). ... Uma empresa social não se integra no mundo dos negócios com fins lucrativos. O seu objetivo é a resolução de um problema social usando métodos próprios das empresas, incluindo a produção e a venda de produtos ou serviços. A Grameen Danone, por ex., está a contribuir para resolver o problema da subnutrição vendendo iogurtes fortificados com micronutrientes a um preço acessível. A Grameen Veolia Water contribui para resolver o problema da água contaminada como arsénico vendendo água pura a um preço acessível aos pobres. A BASF Grameen reduzirá a incidência de doenças transmitidas por mosquitos através da produção e comercialização de mosquiteiros com um tratamento químico.” Apesar de alguns autores defenderem a existência de três tipos de empresas sociais Yunus defende que há dois tipos: tipo I – empresa sem prejuízos (autossustentada) nem dividendos dedicada à resolução de um problema social, cujos proprietários são investidores que reinvestem os lucros para expandir e melhorar a empresa (os exemplos acima mencionados inserem-se nesta categoria); tipo II – empresa com fins lucrativos cujos proprietários são pessoas pobres, quer diretamente quer através de um fundo dedicado a uma causa social predefinida. Como os lucros recebidos pelas pessoas pobres estão a aliviar a pobreza, um negócio desses, por definição, está a contribuir para a resolução de um problema social (o Banco Grameen, cujos proprietários são pessoas pobres que depositem o seu dinheiro e contraem empréstimos, é um exemplo deste tipo de empresa social). Ao contrário de uma OSFL, “uma empresa social tem investidores e proprietários. No entanto, numa empresa social tipo I, os investidores e os proprietários não recebem lucros, dividendos ou qualquer outra forma de benefício financeiro. Os investidores de uma empresa social podem reaver a quantia que investiram inicialmente ao longo de um período de tempo definidos por eles. Pode ser um período muito curto, de um ou dois anos, ou um período muito longo, de cinquenta anos ou mais. Mas, se os investidores receberam uma quantia que ultrapasse o investimento original, essa empresa deixará de poder considerar-se uma empresa social.” Uma empresa social “extravasa as fronteiras típicas dos setores (privado, público e sem fins lucrativos), e desafia as possibilidades jurídicas atuais de muitos países pela inexistência de um enquadramento adequado. Um Social Business não é por isso, nem uma OSFL, nem uma empresa como as conhecemos na generalidade. Pode ser uma aliança entre empresas e terceiro setor”¹⁰. Em Portugal estão já a ser dados alguns passos para o seu enquadramento jurídico. Todos os autores assumem explicitamente que RS extravasa a Filantropia

– “Partilha de Valor Criado”. Mas, a Empresa Social extravasa também a “Criação de Valor Partilhado”: promove, parece-me, verdadeiramente a “Criação Partilhada de Valor”.

2 – Quais são as implicações da evolução do conceito de RS para as OSFL?

Antes de mais a consciencialização de que algumas (ou muitas) das doações tradicionais poderão ser canalizadas para projetos desenvolvidos por OSFL que meçam e divulguem o seu impacto social (por exemplo as que integram a Bolsa de Valores Sociais¹¹). Algumas OSFL, nomeadamente as IPSS, estão a receber cada vez menos contribuições do Estado e estas precisam agora de ser muito mais “justificadas”. Ou seja, as fontes de receitas tradicionais poderão ser substancialmente diminuídas, caso não introduzam efetivas políticas e práticas de gestão, como o princípio da melhoria contínua. O conceito de RS também deverá ser aplicado a OSFL, nomeadamente porque estas são organizações que também têm processos de gestão. Devem fazer também gestão de pessoas, água, energia, resíduos, etc. ou seja, como qualquer empresa devem “implementar um processo para integrar preocupações sociais, ambientais, éticas, sobre direitos humanos e sobre o consumidor, nas suas operações e na sua estratégia, em estreita colaboração com as suas partes interessadas”. Altere-se “consumidor” para “utente” e tudo se aplicará a uma qualquer OSFL. Como vimos a ISO 26000 é uma evidência da aplicabilidade do conceito a OSFL.

Por fim, tal como um dos tópicos da RS é “repensar o papel das empresas na sociedade”, também as OSFL terão que repensar o seu papel à luz desta evolução de conceitos. Uma das possibilidades será porventura reconverterem-se em empresas sociais.

Concluindo, apesar da Solidariedade ser ainda um valor muito presente em Portugal, os riscos de diminuição das fontes de financiamento tradicionais das OSFL são reais e por isso estudar novas formas de financiamento e de funcionamento é certamente uma das suas prioridades.

3 - Será que a evolução do conceito de RS poderá ajudar à construção de pontes entre Empresas e OSFL?

OSFL deverão estar atentas não só ao que fazem as empresas mas sobretudo aprender com elas, nomeadamente sobre práticas de gestão. Muitas empresas estão já a aprender a lidar com os principais desafios da sociedade, que tradicionalmente eram mitigados por OSFL. As alianças estratégicas são uma prova que se está a passar do diálogo às parcerias. Parece-me por isso evidente que as pontes entre Empresas e OSFL estão não só a ser desenhadas mas também a ser, de facto, construídas.

“Muitos dos desafios que enfrentamos só podem ser superados pela cooperação. Não existe uma entidade que sozinha consiga resolver o problema, porque cada uma tem poderes e fraquezas diferentes. As empresas têm capacidade, mas não têm nenhum mandato democrático e geralmente a confiança é limitada. Os governos têm um mandato, mas não as mesmas capacidades que as empresas. As OSFL têm a confiança se não houver mandato formal. Tendem a ter níveis elevados de conhecimento, mas baixos níveis de recursos. Contudo, em conjunto, temos todos os ingredientes para cuidar das maiores preocupações mundiais e se todos trabalharmos, podemos gerir estes problemas a um novo e efetivo nível. Por esta razão é que as parcerias são tão importantes. Como Einstein disse: os nossos problemas atuais não podem ser resolvidos ao nível do pensamento em que eles foram criados.”¹²

6. http://www.iso.org/iso-social_responsibility

7. http://www.ipq.pt/backfiles/NPISO_26000_Dez_2011.pdf

8. http://hbr.org/2011/01/the_big_idea_creating_shared_value

9. Muhammad Yunus, (2010), A Empresa Social – a nova dimensão para fazer face às necessidades mais prementes da humanidade, Capítulo 1

10. C. Azevedo et al. (2010), Gestão de Organizações Sem Fins Lucrativos: o desafio da Inovação Social

11. <http://www.bvs.org.pt/view/viewPrincipal.php>

12. WBCSD, Do desafio à oportunidade: o papel das empresas na sociedade de amanhã