

A IMPLEMENTAÇÃO DO PACTO GLOBAL PELAS EMPRESAS DO PARANÁ

José Antonio Puppim de Oliveira¹
Carlos E. N. Ogliari
Fabrício Palermo Pupo
Fernando K Contreras
Geraldo Coelho Neto
Hágata Crystie Smaha
Jaime Maeda
Jader Rocha
João Maurício Santos
João Pereira Filho
José Alberto Salceda
José Roberto Albuquerque
Juliano Pauletto Muniz
Luis Gandolfi
Marcio Rezende
Marco Antonio Rolim Zanini
Pedro Gonçalves
Rachel Cherubini Tomedi Caldeira
Renato Fabiano de Faria
Ricardo da Paz Vieira
Rômulo Quenehen
Rodrigo Becker
Victor Hugo D. dos Santos²

Resumo

Responsabilidade socioambiental vem ganhando força nas empresas e na sociedade. Devido ao crescente papel das empresas privadas na economia, elas tem se tornado atores fundamentais para moldar o desenvolvimento de cidades e até países. Algumas iniciativas globais, como o Pacto Global das Nações Unidas, estão tentando buscar o compromisso das empresas para solucionar os problemas do planeta, já que os estados sozinhos têm dificuldade de resolvê-los. Na onda da responsabilidade social, muitas empresas têm firmado o Pacto Global (PG). Porém, até que ponto elas vêm implementando as diretrizes do PG? Uma das críticas do PG é exatamente a falta de um mecanismo de avaliação das empresas. O objetivo deste artigo é analisar a implementação das diretrizes do Pacto Global das Nações Unidas por empresas paranaenses. Primeiramente, foi feito um levantamento em março de 2007 das empresas privadas paranaenses que assinaram o Pacto Global (PG). Foi encontrado um total

¹ Professor adjunto da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE) Fundação Getúlio Vargas (FGV). E-mail: joseantonio_puppimdeoliveira@yahoo.com

² Alunos do Mestrado em Gestão Empresarial em Curitiba da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE) em parceria com o Instituto Superior de Administração e Economia (ISAE), Fundação Getúlio Vargas (FGV).

de 20 empresas, sendo que destas, dez foram selecionadas para a pesquisa. Através de um levantamento pela *Internet* nas páginas das empresas e do PG, buscou-se verificar se estavam divulgados os compromissos das empresas com o PG. A partir destes dados, foi feita uma análise da implementação de cada um dos 10 princípios do Pacto Global para cada uma das empresas. O artigo expõe e discute os resultados desta pesquisa, e sugere mecanismos para melhorar a avaliação do PG.

Palavras-chave: Responsabilidade Socioambiental, Pacto Global, Pacto Global das Nações Unidas

Resumén

El Pacto Global (PG) intenta hacer con que las empresas ayuden en la solución de los problemas globales, una vez que las naciones tienen capacidad limitada en sus acciones. En la moda de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), muchas empresas firmaron el compromiso con el Pacto Global. Pero, hasta que punto las empresas están implementando los principios del Pacto Global? Este artículo analiza el caso de las empresas del estado de Paraná en Brasil. Él desarrolla una metodología de evaluación e aplica ella a las empresas de Paraná que firmaron el Pacto. Los resultados demuestran que pocas empresas reportan de manera apropiada, y hay una necesidad de mejorar los mecanismos de evaluación del PG.

Palabra clave: Responsabilidade Socioambiental, Pacto Global, Pacto Global de Naciones Unidas

Abstract

The Global Compact (GC) of the United Nations tries to bring companies to commit themselves to help in the solutions of the global problems, once the nations cannot solve them alone. In the fashionable wave of Corporate Social Responsibility, a lot of companies have signed up the GC. However, to what extent have companies in the GC implemented the guidelines of the GC? One of the criticisms of the GC is the inexistence of any compliance mechanism. Thus, the objective of this article is to analyze the implementation of the guidelines of the GC by the companies in the state of Parana in Brazil. Through a search in the Internet on the site of the GC and on the sites of the companies, we examined the implementation of the 10 principles of the GC for each of the companies. The results show that few companies actually implement the basics of the GC, such as reporting appropriately. In the end, we suggest ways to improve the evaluation of the GC.

Key Words: Socioenvironmental Responsibility, Global Compact, Global Compact of United Nations

1. Introdução

O assunto Responsabilidade Social desperta polêmica, pois não há uma definição consensuada. Porém, já existem alguns princípios que buscam o compromisso das empresas com sua responsabilidade social, como é o caso do Pacto Global (PG) das Nações Unidas. Uma maneira de avaliar o grau de responsabilidade social é averiguar de que forma empresas signatárias do PG incorporam os princípios acordados na adesão, pelo menos na parte de divulgação e prestação de contas de suas ações. Com base neste contexto o estudo pretende avaliar a clareza com que dez empresas paranaenses, signatárias do Pacto Global, disponibilizam pela *Internet* a sua participação, os compromissos assumidos, e a forma como estão apoiando o Pacto Global.

2. Responsabilidade social

Em nenhum outro momento da história se debateu tanto sobre os temas relacionados à justiça social como atualmente. As empresas passaram a discutir muito além das questões da geração de emprego. A preocupação apenas com os lucros para seus sócios passou a dividir a atenção com os novos papéis desempenhados pelas empresas (FÉLIX, 2003, p. 15). Agora, a responsabilidade social impacta nos objetivos, nas estratégias e no próprio significado da empresa (SCHRÖDER, LOURENÇO, 2003, p.79).

Oded Grajew (2001), ex-presidente do Instituto Ethos, define responsabilidade social como “a atitude ética da empresa em todas as suas atividades. Diz respeito às interações da empresa com os funcionários, fornecedores, clientes, acionistas, governo, concorrentes, meio ambiente e comunidade.” Archie Carrol (1979) menciona que a responsabilidade social corporativa pode ser subdividida em quatro categorias: econômica (relacionada ao lucro gerado aos acionistas), legal (diz respeito à observância das leis), ética (comportamento esperado das empresas e não previstos nas leis) e discricionária (ação voluntária não prevista em nenhuma das outras formas de responsabilidade social).

A definição de responsabilidade social não é algo estanque. Ou seja, o conceito depende do grau de desenvolvimento cultural, econômico e político. Além disso, muda de sociedade para sociedade e ao longo do tempo (MACHADO, 2003; PUPPIM DE OLIVEIRA, 2005). Mesmo tendo várias possíveis definições para responsabilidade social, a ética sempre estará presente em todas elas. Seguindo essa linha, várias instituições trabalham no sentido de promover a responsabilidade social empresarial (RSE). Dentre elas, merecem destaque no Brasil o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE).

As oportunidades de realização de mais negócios e o aumento da competitividade têm exigido das organizações uma maior diferenciação. Neste contexto, a responsabilidade social pode se transformar em uma boa alternativa (PUPPIM DE OLIVEIRA, 2005, p. 1), já que uma empresa sendo socialmente responsável reforça positivamente sua imagem. Porém, é necessária uma diferenciação entre as empresas que realmente estão engajadas em uma relação mais positiva com a sociedade e aquelas que querem fazer o marketing social somente.

Várias são as iniciativas para se avaliar a RSE e fornecer instrumentos de apoio ao desenvolvimento sustentável. Diversas instituições desenvolveram formas de medir e incentivar as ações sociais e ambientais das empresas. Em sua maioria, são indicadores de desempenho, princípios ou normas ambientais que procuram conciliar as questões de mercado à consciência ambiental e social (SOUZA, 2006, p. 93).

Cada organização desenvolve sua própria metodologia de avaliação das ações e projetos. Com isto, torna-se bastante difícil comparar e avaliar os resultados sociais, ambientais e econômicos das empresas. Dentre algumas tentativas de padronização dos relatórios sociais e ambientais, merecem destaque o GRI (*Global Reporting Initiative*), o IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) e o Instituto Ethos de Responsabilidade Social. A justificativa para essa preocupação é a necessidade de se criar formas que facilitem a compreensão e comparação dos diversos relatórios de divulgação das informações sobre responsabilidade social pelas diversas partes interessadas (SOUZA, 2006).

Outras iniciativas, também, foram desenvolvidas a fim de incentivar práticas de sustentabilidade empresarial. Inclui-se dentre as mais relevantes, o *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) para destacar as empresas consideradas mais socialmente sustentáveis e cujas ações estão na Bolsa de Nova Iorque. Seguindo a mesma linha no Brasil, a Bolsa de São Paulo lançou o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) (SOUZA, 2006, p. 93).

Além disso, normas e princípios internacionais foram criados a fim de estimular a gestão sustentável das empresas. Dentre as normas, tem-se a ISO 14.000, a AA 1.000, a SA 8.000, a OHSAS 18.000, a NBR 16.0001 e a ISO 26000 (SOUZA, 2006, p. 94). Todas tratam de aspectos relacionados à responsabilidade social e à sustentabilidade. Dentre os princípios, destacam-se os que fazem parte do Pacto Global (PG) para engajamento das empresas na solução de problemas globais, especialmente com o objetivo de ajudar a atingir as Metas do Milênio da ONU. A criação de princípios e a profusão de normas são um primeiro passo para a proliferação de práticas que permitam a sustentabilidade das empresas. Se, por um lado, estas não podem prescindir dos lucros, em curto espaço de tempo, não poderão também, prescindir da responsabilidade social e ambiental que lhes cabe.

3. Pacto global

Em meio a um cenário de crescente preocupação sobre os efeitos da globalização, o Secretário-Geral das Nações Unidas Kofi Annan propôs o Pacto Global no Fórum Econômico Mundial em 31 de janeiro de 1999. Convocou lideranças empresariais a se unirem a uma iniciativa internacional – o *Global Compact* – que aproximaria as empresas das agências das Nações Unidas, organizações do trabalho, organizações não governamentais e outros atores da sociedade civil, para a promoção de ações e parcerias na busca de uma visão desafiadora: uma economia global mais sustentável e inclusiva.

O Pacto Global é uma iniciativa voluntária de cidadania empresarial, e não um instrumento regulador – não “policia” nem gera obrigações de comportamento ou de ações das empresas. Ao invés disso, “o *Global Compact* confia no interesse próprio e esclarecido das empresas, das entidades do trabalho e da sociedade civil, para iniciar e compartilhar uma ação substantiva na busca dos princípios nos quais se baseia o *Global Compact*” (MANUAL DO PACTO GLOBAL,p.4). O Pacto Global defende dez Princípios Universais:

Princípios de Direitos Humanos: 1. Respeitar e proteger os direitos humanos; 2. Impedir violações de direitos humanos;

Princípios de Direitos do Trabalho: 3. Apoiar a liberdade de associação no trabalho; 4. Abolir o trabalho forçado; 5. Abolir o trabalho infantil; 6. Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho;

Princípios de Proteção Ambiental: 7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais; 8. Promover a responsabilidade ambiental; 9. Encorajar tecnologias que não agridam o meio ambiente.

Princípio contra a Corrupção: 10. Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Esses princípios são derivados da Declaração Universal de Direitos Humanos, da Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, da Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas Contra a Corrupção.

O Pacto Global é um fórum aberto, acessível, que procura atender à participação de um diversificado grupo de empresas e organizações. No Brasil, o pacto Global é composto por duas instâncias principais: a Rede PG e o Comitê Brasileiro do Pacto Global (CBPG). Segundo informações do site do Pacto Global, as empresas brasileiras signatárias desta organização passam a fazer parte de uma rede nacional, que terá uma série de atividades ao longo do ano. O Comitê Brasileiro do PG é um grupo menor, representativo de organizações e empresas, que deverá orientar, facilitar e encorajar as empresas signatárias e outras partes interessadas, a fazer parte do PG e desenvolver programas relacionados aos dez princípios. Dentre suas atribuições, o Comitê, sempre em sintonia com a Rede, define a agenda anual do PG no Brasil. Os membros do Comitê nomeiam um Presidente com mandato de 2 anos. O ex-Presidente do Instituto Ethos, Oded Grajew, foi escolhido em Dezembro de 2003 como o

primeiro Presidente do Comitê. A Secretaria Executiva do PG no Brasil é responsabilidade do PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, na pessoa de Marielza Oliveira, “Ponto Focal” do PG no Brasil. Atualmente 42 empresas fazem parte do Comitê Brasileiro do Pacto Global.

No Brasil, os objetivos definidos para o Comitê são os de massificar seus princípios no País; ampliar a adesão de empresas e organizações brasileiras; apoiar as empresas na implantação dos princípios; promover a troca de experiências e aprendizado dos princípios do PG; exercer as funções de articulador internacional com as demais redes do PG e com o escritório em Nova Iorque; promover o vínculo entre os princípios do PG e os objetivos de Desenvolvimento do Milênio, assim como assessorar o Presidente do CBPG.

As signatárias do Pacto Global podem participar dos diálogos de políticas³; das redes locais⁴; dos fóruns de aprendizagem⁵ e também de projetos em parceria⁶ com a ONU.

Como claramente exposto no Manual do Pacto Global, o “*Global Compact* não é uma agência tradicional das Nações Unidas, mas uma *rede* que existe para promover uma iniciativa”. Por essa postura mais liberal, não reguladora, que busca criar a conscientização do mundo corporativo, “o *Global Compact* entrou em “território não regulamentado”, resultando em críticas daqueles que gostariam que o mesmo tivesse “garras mais afiadas” através do monitoramento e da inspeção” (MANUAL DO PACTO GLOBAL, p.4 e p.5).

De acordo com o Manual do Pacto Global as empresas, grupo de empresas e outras organizações participam da rede de forma voluntária, e para isso terão que:

- “Enviar uma carta assinada pelo Executivo de Topo (e, quando possível, endossada pelo Conselho de Administração) ao Secretário-Geral da ONU, manifestando o compromisso empresarial com o *Global Compact* e seus princípios;
- Impulsionar mudanças nas suas operações, de maneira que o *Global Compact* e seus princípios se tornem parte da estratégia, da cultura e das operações rotineiras;
- Defender publicamente o *Global Compact* e seus princípios através dos meios de comunicação de que dispõe, tais como comunicados à imprensa, discursos, relatórios, etc.;
- Publicar em seu relatório anual (ou outro relatório similar) uma descrição das maneiras pelas quais está apoiando o *Global Compact* e seus nove princípios”.⁷

Assim sendo, ao aderir ao *Global Compact*, as empresas estão afirmando que se encontram preparadas para serem avaliadas por suas ações ao invés de meramente por suas palavras (MANUAL DO PACTO GLOBAL, p.9). Com relação ao Brasil, o Instituto Ethos também assumiu a tarefa de promover o Pacto Global entre a iniciativa privada no país. O Instituto convidou empresas brasileiras a figurar entre as primeiras signatárias da Agenda *Global Compact*, por meio de um evento realizado em 2003 (ETHOS, 2003b). Atualmente, segundo dados encontrados no *site* oficial do *PGt*, o Brasil possui 229 signatários do Pacto.

³ Todos os anos, o Pacto Global convoca para reuniões de tomada de decisões, com ênfase em questões específicas relacionadas à globalização e à cidadania empresarial. As reuniões articulam as empresas com as agências das Nações Unidas, as organizações do trabalho, as organizações não governamentais e outros grupos, para produzir soluções para os problemas contemporâneos. As questões abordadas já incluíram, no passado, temas tais como “O papel do Setor Privado em Zonas de Conflito”, e “Negócios e Desenvolvimento Sustentável”.

⁴ O Pacto Global encoraja a criação de comitês e redes no país, ou na região. Tais redes são estabelecidas para apoiar a implementação dos dez princípios; conduzir trocas de experiências e informações; congregam diálogos locais / regionais em questões da globalização; realizar projetos em parceria; e recrutar novas empresas signatárias. O Escritório do Pacto Global e o PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) facilitam e apoiam o processo de formação destas redes locais.

⁵ As empresas são convidadas a compartilhar exemplos de boas práticas empresariais no portal do Pacto Global na Internet. Além disso, os participantes são encorajados a desenvolver estudos e análises de casos detalhados, e a utilizar tais casos para as atividades de Aprendizagem nos mundos empresarial e acadêmico. Eventos de aprendizagem locais, regionais e nacionais apoiam o compartilhamento do conhecimento.

² O Pacto Global encoraja as empresas a participar de forma conjunta em projetos com as agências das Nações Unidas e organizações da sociedade civil alinhadas com os objetivos de desenvolvimento das Nações Unidas.

⁶ As empresas são convidadas a compartilhar exemplos de boas práticas empresariais no portal do Pacto Global na Internet. Além disso, os participantes são encorajados a desenvolver estudos e análises de casos detalhados, e a utilizar tais casos para as atividades de Aprendizagem nos mundos empresarial e acadêmico. Eventos de aprendizagem locais, regionais e nacionais apoiam o compartilhamento do conhecimento.

⁶ O Pacto Global encoraja as empresas a participar de forma conjunta em projetos com as agências das Nações Unidas e organizações da sociedade civil alinhadas com os objetivos de desenvolvimento das Nações Unidas.

⁷ Com a promulgação da Convenção das Nações Unidas Contra a Corrupção, incluiu-se o décimo princípio.

As organizações signatárias, não importando o país em que estão sediadas, são estimuladas a assumir três compromissos principais, no que concerne a dar suporte ao Pacto Global e seus princípios, (i) incorporando-os em sua missão e em seus relatórios anuais, na premissa de que, dessa forma, estarão aumentando a atenção e responsabilidade dedicada a esses princípios. Além disso, (ii) enviar ao site do *Global Compact* uma vez ao ano relatórios referentes às ações tomadas pelas mesmas em conformidade com os princípios, relatando suas implicações positivas e negativas. Por fim, (iii) as organizações também são incentivadas a participar de projetos em parceria com as Nações Unidas, a fim de beneficiar países em desenvolvimento (RUGGIE, 2002).

O compromisso de uma empresa ao entrar no PG e o seu engajamento em termos de responsabilidade não é um ato gratuito nem um comportamento oportunista dos dirigentes que consiste em retardar inevitáveis sanções jurídicas. Quando a empresa se engaja sobre o caminho da responsabilidade social, ela busca reconquistar sua legitimidade - procura por em prática um “processo de legitimação” a fim de conservar seu “direito de produzir” (ANSHEN, 1974). Caridade não é responsabilidade social, principalmente quando empresas utilizam seus projetos para conseguir isenção ou imunidade de impostos. É literalmente fazer o bem com o chapéu alheio (WERHAHN, 1995). Neste ponto o Pacto Global se torna essencial, pois ao mesmo tempo em que engaja e alinha as práticas empresariais com os valores e objetivos aplicáveis universalmente, também incentiva a transparência de seus signatários e a apresentação anual de relatórios de atividades COP (*Communication on Progress*).

Nesse contexto, o objetivo da presente pesquisa está em investigar o grau de comprometimento de algumas empresas, situadas no estado do Paraná, com os dez princípios do Pacto Global, com o intuito de assim descrever e avaliar em que nível suas ações se encontram em conformidade com os mesmos. O resultado da pesquisa, feita exclusivamente a partir de dados existentes na *Internet*, está em revelar a diferença entre o comprometimento da empresa, através do seu discurso corporativo “a minha empresa é signatária do Pacto Global”, e a efetiva e perene ação organizacional que demonstre a verdadeira adesão aos dez princípios e a sua divulgação, para prestar contas aos *stakeholders*.

4. Análise das empresas paranaenses signatárias do pacto global

Metodologia

A pesquisa foi realizada por meio da *Internet*, onde se analisaram os Relatórios Publicados no *site* do *Global Compact* e os *sites* de dez empresas paranaenses, previamente selecionadas, signatárias do Pacto Global. O período da coleta de informações ocorreu entre 28 de abril a 14 de maio de 2007, considerando empresas de diferentes portes, setores e segmentos.

Esse estudo possui limitações, uma vez que foi feito a partir das visitas aos *sites* das empresas signatárias, o que pode levar a conclusões distorcidas entre o que é efetivamente realizado e o que é divulgado. Além disso, a análise e pontuação obtidas pelas empresas tiveram como parâmetro os indicadores de cada uma das áreas estudadas. A investigação esteve, portanto, baseada na busca de dados via *internet*, em especial nos *sites*: i) de cada empresa; ii) do *Global Compact* – Nações Unidas; e iii) do mecanismo de busca *Google*.

Empresas paranaenses signatárias do Pacto Global e sua divulgação

De acordo com o Instituto Ethos, são 31 as organizações paranaenses (que colocaram sua sede com enedereço no Paraná) signatárias do Pacto Global. A presente pesquisa foi realizada em 10 destas organizações, sendo 09 localizadas na capital paranaense ou em cidades da região metropolitana, com matriz instalada no PR, e uma resultante do recente

processo de privatizações de empresas públicas paranaenses. As mesmas estão organizadas em uma lista de ‘A’ a ‘J’ com a identificação abaixo:

A - BS Colway; B – Copacol; C – Copel; D – Embafort; E - MDD Comércio & Representações; F - O Boticário; G - Pallet do Brasil; H – Rodonorte; I - Soffiatti Advogados; J - Tim Sul

Como já mencionado, o objetivo desta pesquisa é verificar o grau de comprometimento demonstrado por estas empresas para com o Pacto Global através de suas práticas de divulgação à sociedade. A investigação esteve, portanto, baseada na busca de dados via *internet*, em especial nos *sites*: de cada empresa, do *Global Compact* – Nações Unidas e do mecanismo de busca *Google*. Inicialmente, as empresas foram avaliadas e classificadas de acordo com o grau de divulgação dado ao Pacto Global. Para isto foi adotada a escala na Tabela 1.

Tabela 1 – Escala para avaliação da divulgação do Pacto Global.

Grau de divulgação	Condição necessária
1	Não faz qualquer menção ao Pacto Global (seja no seu <i>site</i> ou via COP ⁸)
2	Divulga relatório de acompanhamento (COP)
3	Divulga na página <i>internet</i> da empresa dados que permitam avaliar a sua <i>performance</i> em relação aos princípios do Pacto Global
4	Divulga relatório de acompanhamento (COP) e divulga na página <i>internet</i> da empresa dados que permitam avaliar a sua <i>performance</i> em relação aos princípios do Pacto Global

A pesquisa revelou que 40% destas empresas não fazem qualquer menção à sua condição de signatária ao Pacto Global ou mesmo qualquer citação ao Pacto Global em sua página corporativa na *internet*. Uma delas, aliás, sequer possui *site* próprio na *internet*.

60% das empresas pesquisadas, no entanto, possuem relatório de acompanhamento de progresso (COP) disponível na página do *Global Compact* e destas, todas encaminharam relatórios relativos ao ano de 2006.

Apenas uma das dez empresas está classificada em grau “4”; pois, divulga os 10 princípios do Pacto Global em seu *site* na *internet* e apresenta dados suficientes para avaliar a sua *performance* em relação aos 10 princípios. A partir deste levantamento inicial, analisamos os compromissos e divulgação de informações das empresas para cada um dos princípios do Pacto Global. Os resultados estão examinados nos itens a seguir.

4.1 Princípios de Direitos Humanos: 1. Respeitar e proteger os direitos humanos; 2. Impedir violações de direitos humanos.

A gestão do Pacto Global foi fundamentada em valores e princípios aceitos internacionalmente, e contemplam as áreas de direitos humanos, direitos do trabalho, proteção ambiental e combate à corrupção. Os princípios foram elaborados a partir de um consenso universal que se baseia na: Declaração Universal de Direitos Humanos, Declaração da Organização Internacional de Trabalho sobre os Princípios Fundamentais e Direitos no Trabalho, Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e Convenção das Nações Unidas Contra a Corrupção.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos foi adotada pela ONU em 1948, e é considerada um dos mais importantes documentos já escritos. Trata-se da primeira proclamação internacional dos direitos básicos dos indivíduos no que se refere aos direitos políticos, econômicos e sociais. É um resgate dos ideais da Revolução Francesa que

⁸ COP – *Communication on Progress* (site do *Global Compact* – UN)

proclamava igualdade, liberdade e fraternidade, porém agora, num âmbito global. Os princípios 1 e 2 do *Global Compact*, que se relacionam aos direitos humanos, foram baseados nessa Declaração Universal de 1948 e tem como objetivo estipular padrões internacionais mínimos para a proteção dos direitos e liberdades do indivíduo, definidos da seguinte forma:

1. Apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente dentro de sua esfera de influência; 2. Certificar-se de que não estejam sendo cúmplices de abusos e violações dos direitos humanos.

De acordo com o manual do *Global Compact*, as empresas vêm se defrontando com o desafio de traduzir os princípios da Declaração dos Direitos Humanos para o ambiente empresarial. Para avaliação da área de Direitos Humanos foram utilizados 11 indicadores presentes no Manual do *Global Compact*, no capítulo que aborda: “Trazendo os Direitos Humanos à Política e à Cultura da Empresa”, e que estão detalhados nas Tabelas 2 e 3. A escala utilizada para análise desse indicador possui 4 pontos sendo que foi atribuído: **nota 1** para a empresa que não tem compromisso com a área, **nota 2** para a empresa que possui um compromisso implícito, por exemplo, através da preocupação com o tema demonstrado na missão da empresa ou através de programas de Responsabilidade Social aos quais vem se dedicando. **Nota 3** quando o compromisso com Direitos Humanos está explícito no *site*, no apoio de Movimentos/Programas Sociais internacionalmente reconhecidos, como é o caso do ODM – Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, ou nos Relatórios/Balancos sociais publicados. E finalmente, **nota 4** para a empresa que deixa claramente explicitado, no seu *site* ou nos Relatórios/Balancos sociais publicados, quais são os programas existentes e suas metas para a área de Direitos Humanos.

Conforme poderá ser observado na Figura 1, que traz a média obtida pelas empresas através da soma de todos os indicadores da área estudada, a maioria das empresas declara de forma implícita (média em torno de 2) sua preocupação com Direitos Humanos. Isso significa que a empresa não deixa claro quais são os programas existentes nessa área e os resultados que vem atingindo com eles. Apenas as empresas B e C demonstram nos seus relatórios que possuem Projetos e Programas voltados a atingir os Princípios 1 e 2. Importante apontar que as empresas B e C também estão se profissionalizando em Gestão de Responsabilidade Social. Uma delas está em processo de implantação da gestão de *stakeholders* seguindo a norma AA1000. No entanto, a maioria das empresas investigadas não possui *link* para acessar a página do *Global Compact* e tampouco mencionam em seus *sites* o fato de serem signatárias dessa organização.

Tabela 2 – Princípio 1: Apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente dentro de sua esfera de Influência.

Aspectos a serem observados										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1. Existe política da empresa e estratégia para proteger os direitos humanos	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3
2. Existe o desenvolvimento de um sistema de <i>gestão da saúde e da segurança</i> .	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3
3. É oferecido <i>treinamento</i> para a equipe sobre as políticas internas da empresa conforme se relacionam aos direitos humanos.	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3
4. Existe esforço para melhoria das <i>condições de trabalho</i> , mediante consulta aos trabalhadores e seus representantes.	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2
5. Existe garantia que a empresa não utilizará direta ou indiretamente trabalho forçado ou trabalho infantil.	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
6. A empresa garante liberdade para criação de	2	4	3	2	2	3	2	2	2	2

associação de funcionários.										
7.É assegurada que não haverá discriminação de sexo, cor, e nas práticas pessoais.	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
8.Há preocupação em oferecer condições de trabalho seguras e saudáveis.	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3
9.Oferece acesso à saúde básica e educação para os trabalhadores e suas famílias.	2	2	3	3	2	2	3	1	2	2

Tabela 3 – Princípio 2 certificar-se de que não estejam sendo cúmplices de abusos e violações dos direitos humanos.

Aspectos a serem observados	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
10.A empresa tem políticas explícitas protegendo direitos humanos de trabalhadores em seu emprego direto e em sua cadeia de fornecimento.	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3
11. A empresa dedica-se ativamente a um diálogo aberto com as organizações de direitos humanos.	1	3	3	2	2	3	2	2	3	3

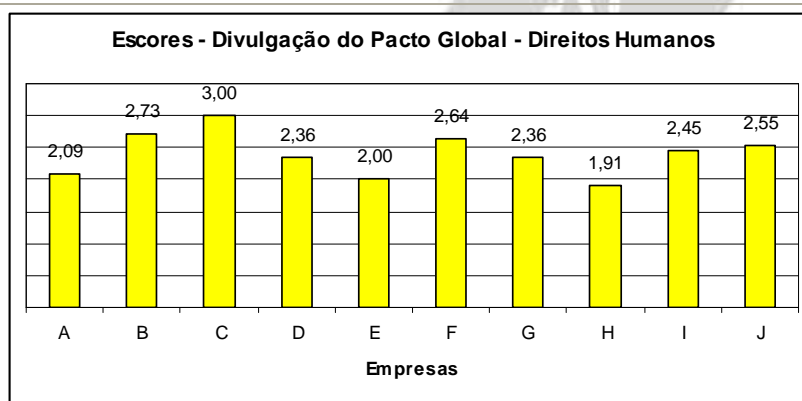


Figura 1 – Escores dos princípios 1 e 2.

4.2. Princípios 3, 4 e 5 de Direitos do Trabalho: 3. Apoiar a liberdade de associação no trabalho; 4. Abolir o trabalho forçado; 5. Abolir o trabalho infantil.

A Organização Internacional do Trabalho (OIT) é uma das agências da ONU que oferecem apoio nesse esforço de reduzir os impactos negativos da globalização, catalisando a adesão da comunidade empresarial aos princípios dos Direitos do Trabalho (princípios 3, 4, 5 e 6, que tratam dos princípios fundamentais no local de trabalho). É a única agência da ONU com formação tripartite, contando com a participação de governos, empregadores e trabalhadores.

Para analisar os princípios 3, 4 e 5 foram utilizados os quesitos “Divulgação”, “Compromisso”, além de indicadores propostos pelo Instituto Ethos para cada um dos princípios, conforme as informações disponibilizadas pelas empresas em suas páginas eletrônicas da *Internet*. A realidade paranaense mostra que boa parte das empresas ainda não está num nível avançado de transparência em todas as suas ações referentes aos itens acima mencionados do Pacto Global. Abaixo demonstramos as tabelas de avaliação referentes ao compromisso dessas empresas com estes princípios do Pacto Global (tabela 4) e a comparação desses compromissos com os indicadores (tabela 5).

Tabela 4 – Compromissos das empresas com os princípios analisados

	1	2	3	4
Compromisso Princípios 3, 4 e 5	não tem compromisso divulgado	compromisso implícito	compromisso explícito	Compromisso explícito com metas
BS Colway Pneus Ltda.			●	
Copacol - Cooperativa Agroindustrial Consolata				○
COPEL- Companhia Paranaense de Energia				○
Pallet do Brasil Embalagem Industrial		●		
Embafort Ind. E. Com de Artefatos de Madeira Ltda.		●		
MDD Comercio e Representacoes de Papel Ltda.	●			
O Boticário		●		
Rodonorte - Concessionaria de Rodovias Integradas S/A	●		●	
Soffiatti Szazi Bechara Advogados			●	
Tele Celular Sul Participacoes S.A. (TIM Sul)	●			

Tabela 5 – Comparação do compromisso assumido com os indicadores para os princípios analisados

	1	2	3	4
Comparação indicadores e compromissos dos princípios 3, 4 e 5	não faz a análise	faz uma análise geral	faz uma análise de vários indicadores	compara indicadores e compromisso
BS Colway Pneus Ltda.	●			
Copacol - Cooperativa Agroindustrial Consolata			●	
COPEL- Companhia Paranaense de Energia				○
Pallet do Brasil Embalagem Industrial	●			
Embafort Ind. E. Com de Artefatos de Madeira Ltda.	●			
MDD Comercio e Representacoes de Papel Ltda.	●			
O Boticario			●	
Rodonorte - Concessionaria de Rodovias Integradas S/A	●			
Soffiatti Szazi Bechara Advogados	●			
Tele Celular Sul Participacoes S.A. (TIM Sul)	●			

4.3 Princípio 6 dos Direitos do Trabalho: Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho

A inquietação da sociedade com as formas de discriminação e exclusão é crescente. Diversos tratados internacionais e até mesmo a Constituição do país refletem tal preocupação. As organizações empresariais têm sido constantemente desafiadas a enfrentar a discriminação no ambiente de trabalho e a disseminar boas práticas a todas as partes interessadas, seja em função da busca de legitimidade ou para adquirir vantagens competitivas através da diversidade da força de trabalho. O objetivo desta sessão é; pois, investigar o grau de comprometimento com o sexto princípio - eliminação da discriminação no emprego e na ocupação. As empresas foram avaliadas e classificadas de acordo com o grau de compromisso que declara possuir em relação ao sexto princípio do Pacto Global. Para isto, foi adotada a escala definida na Tabela 6. Visando o aprofundamento da análise foram adotados os indicadores Ethos nº.11, 12 e 13.

Tabela 6 – Escala de indicação do grau de compromisso em relação ao sexto princípio do Pacto Global

Princípio 6 - Grau de compromisso declarado	Condição necessária
0	Não possui página na <i>internet</i>
1	Não declara qualquer compromisso ao princípio 6 em sua página na <i>internet</i>
2	Há declaração implícita de compromisso ao princípio 6 em sua página da <i>internet</i>
3	Há declaração explícita de compromisso ao princípio 6 em sua página da <i>internet</i>
4	Divulga explicitamente seus compromissos e metas em relação ao princípio 6 em sua página da <i>internet</i>

Tabela 7 – Estágios em relação ao princípio 6

Estágio	Indicadores de Profundidade
0	Não foram encontrados indícios que permitissem atribuir algum grau de compromisso à empresa em

	relação ao quesito.
1	Segue rigorosamente as medidas legislativas e cobra a aplicação por parte dos fornecedores
2	Segue rigorosamente as medidas legislativas relacionadas à discriminação, além disso, promove a diversidade por meio de normas escritas que proíbem práticas discriminatórias, regulando os processos de seleção, admissão, promoção, mobilidade interna e orienta sobre o encaminhamento de possíveis denúncias.
3	Além das normas escritas, possui compromisso público de promover a equidade de raça e de gênero, materializada por meio de políticas formais de gestão de pessoas que priorize oportunidades iguais no processo de admissão, promoção, mobilidade interna, carreira e crescimento profissional.
4	Além de manter programas de desenvolvimento profissional, <i>coaching</i> e/ou <i>mentoring</i> voltados para funcionários negros e mulheres, envia esforços para replicar em toda a sua cadeia produtiva e investe em programas da comunidade que tenha o mesmo objetivo.

Aos mesmos foi adicionado o estágio “0” (zero), para classificar as empresas caracterizadas pela falta de evidências que permitissem a avaliação destes quesitos. As empresas foram então classificadas em 05 possíveis estágios, assim definidos na Tabela 7.

Finalmente, as empresas pesquisadas foram avaliadas e classificadas em função do grau de análise de *performance* destinado ao princípio 6. Ou seja, em função da forma e da profundidade com que cada uma delas auto-avalia e compara seus indicadores de desempenho e divulga os respectivos resultados. Para tanto, foi adotada a escala da Tabela 8. Os resultados consolidados desta pesquisa, baseados na página corporativa de cada empresa (“A” a “J”) na *Internet* e nos seus respectivos relatórios de progresso (COP), disponibilizados no site do *Global Compact*, situação em maio de 2007, estão dispostos na Tabela 9.

Com base nesta pesquisa do princípio 6 e nesta amostra, conclui-se que em geral as empresas locais tornam-se signatárias do Pacto Global, mas não têm o sincero comprometimento de fazer algum esforço de adequação aos princípios, como por exemplo divulgar seus avanços. Há ainda um enorme abismo entre o discurso corporativo, ‘a minha empresa é signatária do Pacto’, e a efetiva e perene ação organizacional que demonstre a verdadeira adesão aos princípios do Pacto Global, salvo poucas exceções.

Outro aspecto que se apresenta como fundamental nesta discussão é a prioridade regional. A discriminação, presente no princípio 6 do Pacto Global, talvez não seja, das dez, a principal prioridade do Brasil ou do Paraná, neste momento. Este elemento não pode ficar à margem desta discussão; pois, talvez esteja aí a maior contribuição que se possa oferecer às Nações Unidas; ou seja, a necessidade de se estabelecer os desdobramentos dos princípios globais em metas regionais, com indicadores de desempenho claramente apontados e periodicamente monitorados, de forma a concentrar esforços públicos e privados, para a efetiva realização da transformação social em bases locais. Pensar global, agir local.

Tabela 8 – Escala de performance em relação ao princípio 6.

Princípio 6 - Grau de análise de <i>performance</i>	Condição necessária
1	Não faz análise de indicadores de desempenho relativos ao Princípio 6
2	Faz uma análise geral e superficial dos indicadores e os divulga na página da <i>internet</i> (dados e análise)
3	Faz uma análise detalhada de vários indicadores com relação ao Princípio 6 e os divulga na página da <i>internet</i> (dados e análise)
4	Faz uma análise detalhada e compara indicadores de desempenho e compromissos declarados, com relação ao Princípio 6. Dados e análise divulgados na <i>web</i>

Tabela 9 – Resultados para cada uma das empresas em relação ao princípio 6

Quesitos de avaliação (escala)	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Grau de Divulgação do Pacto Global (1 – 4)	1	2	4	1	2	2	2	1	2	1

Grau de Compromisso Declarado ao princípio 6 (0 – 4)	1	2	3	1	0	1	1	1	1	1
Ethos nº.11 (0 – 4)	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0
Ethos nº.12 (0 – 4)	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0
Ethos nº.13 (0 – 4)	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Grau de Análise de Performance (1 – 4)	1	1	3	1	1	1	2	1	2	1
TOTAL (2 – 24)	3	5	13	3	3	4	9	3	6	3
% em relação ao total	12,5	20,8	54,2	12,5	12,5	16,7	37,5	12,5	25	12,5

4.4. Princípios de Proteção Ambiental: 7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais; 8. Promover a responsabilidade ambiental; 9. Encorajar tecnologias que não agridam o meio ambiente.

Com o crescimento populacional consumista que vem ocorrendo principalmente a partir da Segunda Guerra Mundial, ocorre também o aumento na produção industrial e conseqüentemente um grande crescimento na economia mundial, e por isso os impactos ambientais aumentaram significativamente para a humanidade. Em relação a apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais (Princípio 7), é uma temática aceita e relevante para todas empresas pesquisadas neste artigo. Chegou-se a conclusão de que a maioria está consciente da importância, tanto que 2 empresas diretamente ligadas ao meio-ambiente chegaram à pontuação máxima, as demais obtiveram um *score* menor, mas significativo.

Os Princípios de Proteção Ambiental foram elaborados na Conferência Rio 92 de proteção ao meio ambiente e desenvolvimento. Promover a responsabilidade ambiental (Princípio 8) significa no meio empresarial, investir em educação e conscientização ambiental, através de ações de treinamentos aos empregados, informando e promovendo discussões ao público interno, os familiares, fornecedores e comunidade, bem como, apoiar projetos educacionais em parceria com organizações não-governamentais e ambientais, exercendo liderança em prol dessa causa (ETHOS, 2006).

Encorajar tecnologias que não agridem o meio ambiente (Princípio 9), busca que a sociedade empresarial alcance o crescimento sustentável, com gerenciamento do impacto ambiental e do ciclo de vida dos produtos ou serviços, estudando os impactos em seus projetos, desenvolvendo ações de controle, com implantação de sistemas de gestão ambiental padronizado e formalizado, incluindo ampla identificação de riscos, plano de ação, alocação de recursos, treinamento de empregados, fornecedores e comunidade, possibilitando, ainda, parcerias em toda a cadeia produtiva com fornecedores e consumidores (acompanha a destinação final dos produtos e processo pós-venda), visando melhorias no processo de gestão ambiental (ETHOS, 2006).

Nesta pesquisa, a análise considerou os seguintes indicadores:

1. Divulgação do GC: evidências de promoção dos princípios do pacto no sítio de responsabilidade social e no sítio principal da empresa, e se reporta às informações regularmente ao GC.
2. Compromisso com o GC: os compromissos estão divulgados, planejados e evidenciados na estratégia da empresa, bem como inseridos e contratados como meta na administração da empresa.
3. Abordagem prática de cada Princípio Ambiental: promove e aplica preventivamente os preceitos dos três princípios ambientais na empresa, tais como, abordagem preventiva, promoção do respeito ambiental e encorajar tecnologias sustentáveis.

4. Aderência das abordagens pesquisadas e os compromissos com o GC: identificar qual é o grau de aderência dos princípios pesquisados aos compromissos do GC.

Cada indicador foi avaliado entre 4 estágios por empresa, possibilitando que cada organização pudesse obter nota mínima de 4 pontos e máxima de 16 pontos em cada indicador, totalizando o máximo de 48 pontos nos quatros indicadores.

Realizou-se um *ranking* geral, destacando as empresas com projetos considerados boas práticas empresariais. O ranqueamento está apresentado na Figura 2. O ranqueamento foi realizado com base na frequência nos indicadores multiplicada pelo nível apontado pela equipe de pesquisa. Este ranqueamento serviu de base para evidenciar as diferenças e focar as discussões e esforços de pesquisa sobre os 25% mais bem colocados. A partir desta fase, o ranqueamento, passou a ser realizado por base qualitativa. Esta segunda etapa corroborou com a escala prévia invertendo, no entanto, o terceiro com o quarto colocados “Embafort 38 pontos e Copacol 38 pontos”. Justificou-se esta inversão com base na amplitude das ações empíricas já que para esta pesquisa a Copacol possui ação, modelo e responsabilidade social.

A via condutora de uma maior conscientização da sustentabilidade mundial deve ser a educação empresarial, especialmente da definição do lucro, sua importância de ser contínuo, e a sua distribuição aos agentes envolvidos no sistema.

Com base na pesquisa, as empresas que somaram maiores *escore* desenvolveram projetos sociais de maiores relevância. Não podemos afirmar que apenas desenvolver maiores vínculos com o GC trará benefícios direto para as empresas, este seria objeto de nova investigação. Também podemos sugerir estudo complementar que estenda a pesquisa para novos horizontes, concluindo se o *escore* explica as ações e o resultado por elas gerado.

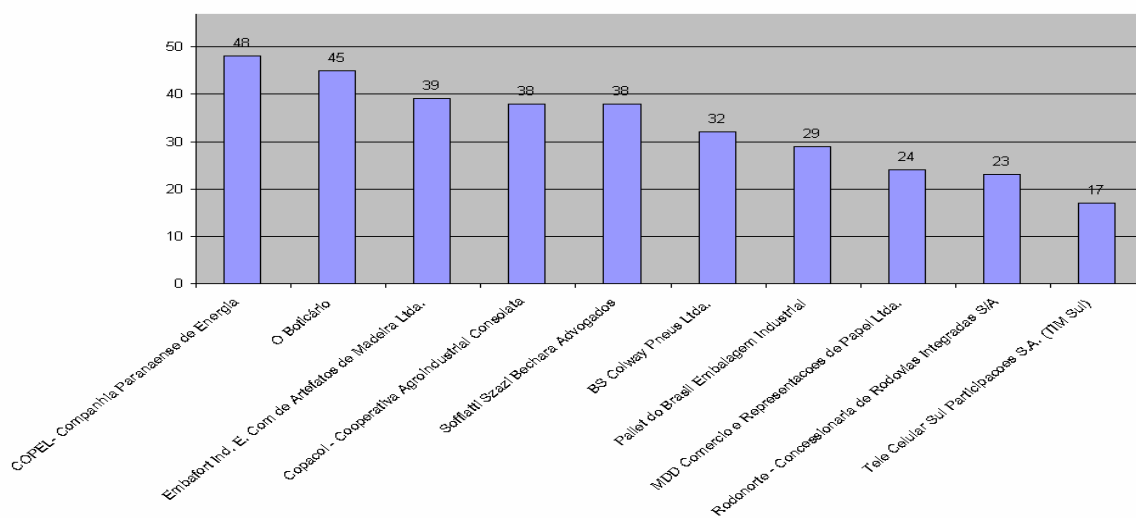


Figura 2 – Gráfico de consolidação do ranking das empresas em relação aos princípios 7, 8 e 9

4.5. Princípio 10 contra a Corrupção: Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina

O objetivo desta sessão é investigar o grau de comprometimento de empresas, situadas no estado do Paraná, com o princípio dez do Pacto Global, no intuito de assim descrever e avaliar em que nível suas ações se encontram em conformidade com esse princípio de combate à corrupção.

A busca por indicadores que demonstrem o grau de corrupção das empresas não é factível, pois empresas envolvidas em negócios duvidosos não fazem questão de divulgar tais fatos, ao contrário, fazem tudo para escondê-los. Sendo assim, a demonstração de que as empresas não praticam atos de corrupção está vinculada à transparência com que as empresas fazem os seus negócios e as políticas internas que são praticadas para ensinar, prevenir e punir

atos corruptos. Nesse contexto, e na inexistência de um indicador conhecido, foi realizada uma avaliação e classificação das organizações objeto dessa pesquisa, no que concerne ao nível de transparência de cada empresa, utilizando como ferramenta exclusivamente as informações divulgadas na *internet*. Para tal, foram elaboradas uma série de perguntas (ver tabela 10), e as respostas a estas perguntas foram atribuídas notas conforme a escala da tabela 11.

Com o intuito de verificar em qual estágio a empresa está em relação ao Princípio 10, foi desenvolvido um indicador (ver figura 3) que visa mensurar o grau de transparência das empresas, inspirado nos Indicadores do Instituto Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global e consiste na soma dos pontos atribuídos às perguntas da tabela 10 para cada empresa.

Tabela 10 – Perguntas realizadas para avaliação da transparência das empresas pesquisadas

Número	Pergunta
1	Possui código de conduta ou ética?
2	Possui princípios de governança corporativa?
3	Em sua missão ou visão constam algumas das seguintes questões como: ética, governança corporativa, moral, responsabilidade?
4	Possui comitê de conduta ou ética?
5	Possui auditoria interna sobre governança corporativa?
6	Existe canal de comunicação com proteção aos autores das reclamações?
7	São realizadas auditorias do tipo "controladoria" por órgãos independentes?
8	O balanço patrimonial é divulgado no site.

Tabela 11 – Escala de notas atribuídas as perguntas da Tabela 10.

Pontos	Condição necessária
0	Não faz qualquer menção (seja no seu site ou via COP ⁹)
1	Existem evidências que a empresa possui métodos que visam reduzir a prática da corrupção, porém os dados divulgados no COP ou na página da internet não permitem avaliar a performance da empresa.
2	A empresa possui métodos que visam reduzir a prática da corrupção, e os dados divulgados no COP ou na página da internet permitem avaliar a performance da empresa.

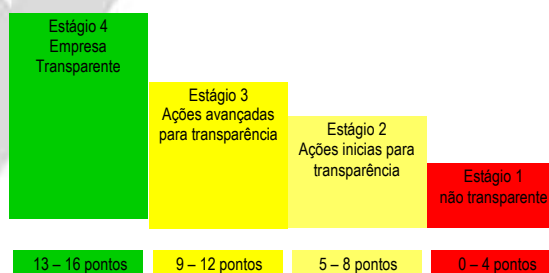


Figura 3 - Indicador de Estágio de Transparência

A pesquisa das informações que pudessem responder as questões da tabela 1 levou aos resultados expressos na tabela 12. A soma dos pontos atribuídos a cada pergunta gerou uma classificação do estágio de transparência das empresas conforme pode ser visto na Figura 4.

⁹ COP – *Communication on Progress*, relatório divulgado anualmente pelas empresas signatárias do Pacto Global, o qual visa demonstrar o andamento, evolução das ações realizadas em prol dos 10 princípios.

Tabela 12 - Resultado da pesquisa de informações relativas ao Princípio 10.

	1	2	3	4	5	6	7	8	Total de pontos
Indicadores Princípio 10	possui código de conduta ou ética?	Possui princípios de governança corporativa?	Em sua missão ou visão constam algumas das seguintes questões como: ética, governança corporativa, moral, responsabilidade?	Possui comitê de conduta ou ética?	Possui auditoria interna sobre governança corporativa?	Existe canal de comunicação com proteção aos autores das reclamações?	São realizadas auditorias do tipo "controladoria" por órgãos independentes?	O balanço patrimonial é divulgado no site.	
C	2	2	2	2	2	2	2	2	14
J	2	2	2	2	2	2	0	2	12
B	1	2	0	2	2	0	2	2	10
D	0	2	2	0	0	2	0	0	6
I	1	1	2	0	0	0	0	0	3
A	0	0	2	0	0	0	0	0	2
G	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E	0	0	0	0	0	0	0	0	0
F	0	0	0	0	0	0	0	0	0
H	0	0	0	0	0	0	0	0	0

www.igsa.com.br

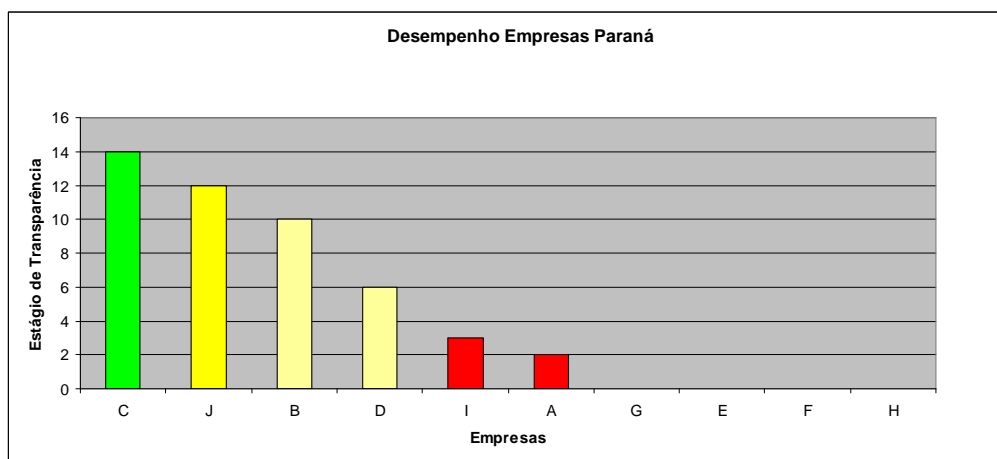


Figura 4: Classificação do desempenho das empresas no Paraná.

Conforme o gráfico que se apresenta, a empresa considerada mais transparente é a empresa C com 14 pontos, e as menos transparentes são as empresas G, E, F e H com 0 (zero) pontos. Vale ressaltar que esta classificação não impõe um rótulo de corrupção às empresas pesquisadas que obtiveram o menor somatório de notas. Esta é apenas uma indicação de que as informações dessas organizações não estão facilmente disponíveis na *Internet* ao público em geral. Da mesma maneira, não se está aqui afirmando que as empresas que obtiveram maior nota são isentas de corrupção; novamente, as informações dessas empresas estão mais facilmente acessíveis. Na avaliação do princípio de combate à corrupção os resultados captados revelaram que as empresas, em sua maioria, embora já tenham tomado os primeiros passos no que concerne a responsabilidade social, ainda se encontram em estágio inicial de suas ações em relação ao Pacto Global.

5. Considerações finais

Este trabalho teve como propósito, realizar um levantamento primário das ações de Responsabilidade Social efetuadas pelas empresas paranaenses signatárias do pacto Global. O estudo foi conduzido pela análise simples das páginas da *Internet* das empresas e da página do COP-ONU, onde deveriam constar as ações realizadas ao longo do ano. Acreditamos que muitas empresas cuja divulgação demonstre pouco engajamento ou efetividade de ações socialmente responsáveis, tenham muito mais a apresentar, porém carecem de uma melhor estruturação comunicativa para este fim.

Considerando os resultados apontados nesse trabalho, percebemos que muitas empresas não divulgam suas ações de Responsabilidade Social de forma explícita e clara. Algumas empresas possuem programas e ações sociais junto aos funcionários e comunidades, cuja característica é predominantemente social, mas deixam de relacionar estas ações com os Princípios do Pacto Global. Também não observamos a utilização do Modelo de Balanço Social do Instituto Ethos pela maioria, e poucas utilizam também os Indicadores deste mesmo Instituto como forma orientativa de guiar seu trabalho e ações.

Embora a maioria das empresas tenha conhecimento da importância do Pacto Global, o que levou ao engajamento, poucas procuram estabelecer metas e compromissos anuais com resultados tangíveis e ações determinadas. Verificamos também que a grande maioria das empresas apresenta muitas informações relacionadas com atividades sociais, porém com baixa utilização de indicadores.

Os *sites* das empresas na *Internet*, na grande maioria, eram apenas páginas com propósitos comerciais ou apenas institucionais. Apenas uma empresa divulgou explicitamente suas ações sociais relacionadas ao Pacto Global, explicando as metas e apresentando os

resultados atingidos. Outras empresas simplesmente divulgam o logotipo do Pacto Global ou os dez indicadores do Pacto, sem fazer nenhuma menção às ações realizadas.

Ao pesquisar, no *site* da Organização das Nações Unidas, o relatório *Communication Progress – COP*, onde as empresas signatárias deveriam anualmente divulgar os progressos de suas ações de Responsabilidade Sócio-Ambiental, fomos surpreendidos pela quase total inexistência de relatórios estruturados conforme previsto pelo PG. Encontramos em alguns casos, simples relatos das ações pontuais, sem objetivos ou resultados mensuráveis.

Por outro lado, não há qualquer diretriz ou conjunto de pré-requisitos definidos pelas Nações Unidas que orientem as empresas para a elaboração do relatório de acompanhamento de progresso (COP), especialmente em relação ao conteúdo mínimo necessário, ao padrão, à periodicidade e à qualidade das informações, o que faz com que, na maioria dos casos, não haja qualquer condição para o estabelecimento de referenciais comparativos entre organizações signatárias. Em pelo menos um dos casos pesquisados, o relatório COP limita-se a apenas uma carta assinada pelo presidente da organização.

Embora critiquemos a realização de marketing simples e puro em ações inexpressivas, muitas ações significativas realizadas, ou cuja abrangência tenha um caráter muito relevante, foram pouco exploradas, e seriam merecedoras de uma divulgação mais expressiva e forte. Ainda existe muito a fazer e estruturar nestas empresas, principalmente no sentido de estabelecer ou, se existentes, divulgar as metas e ações de curto, médio e longo prazos. É importante também estabelecer a forma de acompanhar, mensurar os resultados e divulgar as ações. A empresa que melhor demonstrou aderência de suas ações sociais com os princípios do Pacto Global, incluindo até a apresentação de alguns indicadores, foi a Copel.

Com base nesta pesquisa e nesta amostra, é possível concluir que em geral as empresas paranaenses tornam-se signatárias do Pacto Global, porém não fazem esforços suficientes para cumprir minimamente com seus compromissos de adequação aos 10 princípios, mesmo que fosse, o singelo esforço de compreendê-los e disseminá-los à sociedade através da simples exposição dos princípios em seus *sites* corporativos. Pela amostra pesquisada em maio de 2007, é possível, portanto, afirmar que há ainda um enorme abismo entre o discurso corporativo, ‘a minha empresa é signatária do Pacto’, e a efetiva e perene ação organizacional que demonstre a verdadeira adesão aos princípios do Pacto Global, salvo, é lógico, poucas exceções.

Sem dúvida, há que se fazer especial menção às características econômicas que outorgam a algumas empresas condições diferenciadas para a implementação de algumas práticas, dentre elas, de disseminação dos princípios do Pacto Global, de comunicação de suas ações internas e externas, enfim, condições que lhes possibilitam maior visibilidade, ao mesmo tempo em que lhes impõem, por certo, maior responsabilidade, não só em termos de cumprimento dos princípios, mas, em especial, por assumirem a condição de referências a serem observadas e seguidas. Não se pode, portanto, exigir que empresas de menor porte, demonstrem à sociedade o seu grau de conformidade aos princípios do Pacto Global, nos mesmos padrões adotados pelas grandes corporações. Há que se considerar este elemento nas análises comparativas e em futuras pesquisas.

Ao que parece, visando inclusive a preservação da credibilidade e da legitimação do processo, a condição de empresa signatária ao Pacto Global deveria ser precedida de algumas avaliações por parte de organismos especialmente habilitados e credenciados pela ONU, além de periódica avaliação externa do desempenho da empresa em relação aos dez princípios. Se não, o Pacto Global corre o risco de perder credibilidade e tornar-se, apenas, mais uma ferramenta de marketing, afetando assim a legitimidade da ONU e das empresas signatárias que realmente se engajam no processo.

6. Referências

Anshen, Melvin (1974). *Managing the socially responsible corporation*. New York: Macnilla, 1974.

Carroll, Archie B. (1979). A three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. In: *Academy of Management Review*. v. 1979, p. 487 – 505.

Félix, Luiz Fernando Fortes (2003). O ciclo virtuoso do desenvolvimento responsável. Em: *Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*. v. 2, p. 13-42. São Paulo: Petrópolis/ Instituto Ethos.

Grajew, Oded (2001). *Evolução e perspectiva da responsabilidade social*. Jornal Valor Econômico, edição nº301.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. *Sobre o Instituto Ethos*. Disponível em: www.ethos.org.br. Acesso em 22/05/2007.

_____. *Como as empresas podem implementar programas de voluntariado*. Coordenação: Ruth Goldberg. São Paulo: Instituto Ethos, 2003b. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/publicacoes/manuais/manual_prog_vol/MnVoluntariado.pdf> Acesso em Maio de 2007.

Manual do Pacto Global. Entendimento Prático da Visão e dos Princípios. *Documentos Essenciais*. Disponível em: www.pactoglobal.org.br. Acesso em 05/06/2007.

Machado, Carla Mara (2003). Contabilidade ambiental: o papel da contabilidade na evidenciação de investimentos, custos e passivos ambientais. *Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*. v. 2, p. 274-311. São Paulo: Petrópolis/ Instituto Ethos.

Schröder, Débora de Souza; Lourenço, Alex Guimarães (2003). Vale investir em responsabilidade social empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas. *Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*. v. 2, p. 79-119. São Paulo: Petrópolis/ Instituto Ethos.

Souza, Ana C. Cardoso. *Responsabilidade social e desenvolvimento sustentável: a incorporação dos conceitos à estratégia empresarial*. 2006. Dissertação (Mestrado em Planejamento Energético) – Programa de Pós-Graduação de Engenharia, UFRJ, Rio de Janeiro.

Puppim de Oliveira, José Antônio (2005). Uma avaliação dos balanços sociais das 500 maiores. *RAE eletrônica*, v. 4, n. 1, Art. 2, jan/jul.

Revista Guia Exame 2006.2007 – BOA CIDADANIA CORPORATIVA. São Paulo: Editora Abril, 1907- Anual. ISSN 0102-2881.

Ruggie, John Gerard (2002). The theory and practice of learning networks: Corporate social responsibility and the Global Compact. *Journal of Corporate Citizenship*, Issue 5.

| Werhahn, Peter H (1995). O Empresário: a sua função econômica e responsabilidade sócio-política. *Papers*, nº 23. São Paulo: Konrad Adenauer Stiftung.

www.igsa.com.br