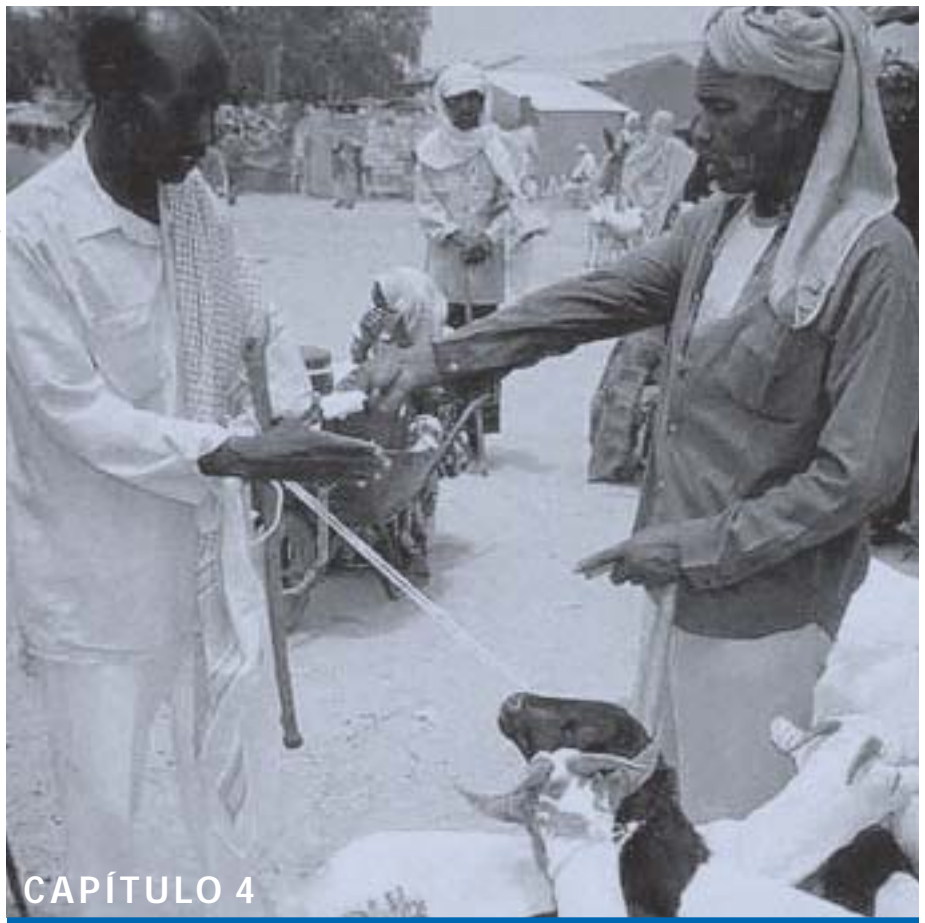


Foto: Sonya Laurence Green/PNUD Somália



CAPÍTULO 4

ENGAJANDO O SETOR PRIVADO NO DESENVOLVIMENTO

A maioria dos esforços para abordar as limitações ao desenvolvimento do setor privado tem origem nos governos e instituições de desenvolvimento público. Mas a Comissão acredita que para alcançar o nível necessário de mudança, é preciso ir mais longe e pensar como melhor envolver o setor privado no desafio do desenvolvimento. Muitos recursos importantes para a promoção do setor privado ainda permanecem latentes ao desenvolvimento, uma vez que sua materialização não fica a cargo dos atores tradicionais e não ocorrem sob o rótulo explícito de desenvolvimento (Quadro 4.1).

Ações privadas e parcerias público-privadas se dividem em duas categorias. Elas são transações comerciais conduzidas por incentivos do mercado, desenvolvidas como parte de uma corporação de negócios em formação e de uma estratégia comercial, e que, apesar de tudo, tem fortes implicações para o desenvolvimento. Ou elas são especificamente estruturadas como tentativas inovadoras de adotar princípios e abordagens do setor privado para os problemas do desenvolvimento (Figura 4.1). De uma perspectiva diferente, essas atividades inovadoras do setor privado são também puramente interações entre entes privados ou elas caem mais obviamente na área das parcerias público-privadas.

QUADRO 4.1 OS RECURSOS DISPONÍVEIS PARA O DESENVOLVIMENTO DO SETOR PRIVADO

Muitos atores privados, de fora da comunidade de desenvolvimento tradicional, estão focando os desafios do desenvolvimento.

Companhias

- Grandes corporações (multinacionais e locais) estão liderando ambientes privados que desenvolvam e fortaleçam as habilidades de micro, pequenas e médias empresas locais.
- Instituições financeiras globais e instituições financeiras locais estão desenvolvendo abordagens inovadoras e tecnologias para melhorar o acesso ao crédito para os pobres e para pequenas e médias empresas.
- Empresas individuais, geralmente corporações multinacionais, mas também algumas grandes corporações locais, estão lançando programas de responsabilidade social corporativa para direcionar as necessidades específicas de desenvolvimento.
- Importantes empresas locais – sozinhas ou com associações do setor privado doméstico – estão ampliando os instrumentos para o alcance das estratégias de pressão específicas para ações benéficas ao setor privado, instruindo e influenciando o processo de desenvolvimento.

Associações e fundações

- Associações internacionais do setor privado, como o Conselho de Desenvolvimento Sustentável, Câmara Internacional de Comércio, Fórum Internacional de Líderes Empresariais, Fórum Econômico Mundial, Organização Internacional de Empregadores e outras em nível regional, como Rede de Negócios do Oeste da África e o Fórum de Negócios da Commonwealth, estão centradas em vários aspectos do desenvolvimento. Associações empresariais nacionais, como a Confederação das Indústrias da Índia e a Federação dos Manufatureiros da Malásia, têm desempenhado um importante papel no planejamento econômico nacional.
- Fundações privadas estão comprometidas num processo de desenvolvimento mais amplo, com o foco na responsabilidade e resultados.

Instituições acadêmicas

- Instituições acadêmicas (incluindo cursos de administração) – nos países que são membros da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico e em alguns países em desenvolvimento – estão se concentrando mais no desenvolvimento do setor privado e em temas mais amplos do desenvolvimento.
- Escolas de negócio importantes estão trabalhando com colegas africanos para um treinamento gerencial comum de funcionários públicos locais e líderes do setor privado.

Redes de pessoas

- As pessoas estão participando ou querendo participar mais na resolução dos temas globais, através da contribuição com seu conhecimento e serviços para várias organizações do tipo “grupos de desenvolvimento da paz” (experientes executivos aposentados, estudantes de administração e negócios, especialistas do setor financeiro).
- Executivos estrangeiros de corporações multinacionais estão orientando os empreendedores locais ou lecionando sobre negócios em cursos onde estão alocados.
- Imigrantes na América do Norte e Europa estão apoiando empreendedores na sua terra natal com remessa de fundos, financiamento informal de pequenos empreendimentos, e consultoria e orientação em negócios. Eles são o reflexo da fuga de cérebros abordada no capítulo 2, e representam a massa crítica (banco de cérebros) que poderia desempenhar um papel mais ativo se as mudanças nas políticas do país, discutidas no capítulo 3, começassem a acontecer.

SERVINDO OS MERCADOS NA BASE DA PIRÂMIDE ECONÔMICA

O vasto mercado consumidor emergente na base da pirâmide – integrado por 4 bilhões de pessoas com renda per capita inferior a US\$1,500 anuais – oferece às

multinacionais e grandes empresas locais um mercado atrativo para seus bens e serviços (Quadro 4.2). Tal é o caso da Índia, que possui 700 milhões de pessoas no mercado rural. A China conta com um bilhão.

Á medida que as economias avançadas passam a representar uma parte cada

vez menor da economia mundial, as mudanças nos hábitos de consumo que a acompanham podem gerar oportunidades nada desprezíveis para corporações globais. Investir e participar de mercados adequados, especialmente os pujantes – particularmente os mercados emergentes – pode ser adequado – e particularmente os pujantes – pode-se constituir numa opção estratégica muito mais importante. De fato, muitas empresas já estão servindo o “mundo dos pobres” por meios que geram altos retornos, levando a uma maior eficiência operacional e descobrindo novas formas de inovação. Para essas empresas, e para aquelas que seguem essa tendência – promover negócios voltados para a base da pirâmide promete oferecer vantagens competitivas no desenrolar do século 21. Ao mesmo tempo, proporciona vínculos importantes com o mercado, disponibilizando recursos para os consumidores da base da pirâmide.

FORMANDO UM AMBIENTE FAVORÁVEL E CONSTRUINDO REDES

Uma das maneiras mais certas de contribuir para o êxito das empresas é reforçando o poder das conexões e redes de que fazem parte. Muitos ecossistemas empresariais evitam ambientes regulatórios frágeis, através da criação de capacidade privada, dentro da própria rede, para a autoregulação e para que as regras sejam de fato aplicadas. Deste modo, pode-se reduzir assimetrias dentro das redes e aumentar sua capacidade para fazer cumprir os contratos, ampliando assim a confiança no sistema.

As redes podem trazer muitos benefícios, como:

- Permitir a transferência de capacidades, tecnologias e padrões de qualidade.
- Garantir que o investimento estrangeiro direto tenha efeitos indiretos positivos.
- Atrair empresas para o setor formal.
- Criar a capacidade para regular as transações através de contratos comerciais.
- Abrir mercados e suprir com insumos as empresas menores através de redes de parceiros maiores.
- Melhorar a capacidade das pequenas e médias empresas, nessas redes, de obter financiamento em condições comerciais.
- Aumentar os salários, níveis de emprego e produtividade das empresas locais.
- Ampliar a oferta e baixar os preços para consumidores pobres, introduzindo no mercado uma maior variedade de bens.

O potencial dessas redes – que incluem relações verticais de cadeias de fornecimento e agrupamentos horizontais – é enorme. Mas até agora seu impacto tem sido limitado, e concentrado em uns poucos países em desenvolvimento, como Brasil, China, Índia e Malásia. Nos países da África Subsaariana existem poucas transações comerciais entre grandes multinacionais e pequenas empresas nacionais. Um estudo de 5 companhias estrangeiras e 36 empresas locais, no Quênia, revelou que nenhuma das multinacionais lá instaladas utilizou o fornecimento nacional.

Um bom exemplo das possibilidades de um ecossistema privado é a Hindustan Lever Ltda., a maior

FIGURA 4.1 CONTRIBUIÇÕES DO SETOR PRIVADO AO DESENVOLVIMENTO DO SETOR PRIVADO		
	Direcionadas aos atores do setor público	Direcionadas aos atores do setor privado
Dirigidas por atores do setor privado <ul style="list-style-type: none"> ■ Empresas ■ Organizações da sociedade civil ■ Fundações 	<ul style="list-style-type: none"> ■ estabelecer padrões mais amplos (normas industriais, sustentabilidade, controle corporativo) ■ realizar articulações para mudanças políticas ■ promover o processo participativo através de amplo debate com a sociedade 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Vínculos comerciais e parcerias ■ Investimento, incluindo investimento estrangeiro direto ■ Aconselhamento para empreendedores
Dirigidas por atores do setor público <ul style="list-style-type: none"> ■ Governos locais ■ Doações governamentais ■ Agências de desenvolvimento 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reforma política ■ Consultoria política ■ Financiamento e apoio técnico às reformas no setor público ■ Transferências financeiras (assistenciais, empréstimos) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Parcerias público-privadas, por exemplo, para a prestação de serviços básicos ■ Órgãos consultivos público-privados ■ Privatização ou terceirização ■ Promoção de investimentos ■ Serviços de desenvolvimento de negócios diretos ■ Financiamento direto

fabricante de produtos alimentícios e de higiene pessoal da Índia. Seu ecossistema se compõe de 80 instalações industriais, 150 pequenas e médias empresas fornecedoras que empregam cerca de 40.000 pessoas, 7.250 distribuidores exclusivos, 12.000 atacadistas e pequenos varejistas, 300.000 lojistas e 150.000 empreendedores individuais que vendem seus produtos em vilas distantes, um número que deve aumentar para 1 milhão segundo as expectativas recentes.

Trabalhando com mulheres empresárias, a Hindustan Lever está aproveitando o ecossistema na intenção de atingir os mais de 200 milhões de consumidores em zonas rurais. Essas empresas aprendem tudo sobre os produtos, preços e lucros, de forma a poder assessorar os clientes, nas

próprias vilas, sobre os produtos que vendem. A Hindustan Lever tem a capacidade de alcançar clientes que normalmente não alcançaria, se utilizasse os canais normais de distribuição. Esse ecossistema de mercado constitui um meio de demonstrar aos pobres os benefícios da transparência nas transações e a necessidade do respeito aos contratos – sejam eles explícitos ou tácitos em relação às empresas. Esse acordo entre empresas nacionais e sistemas de negócios globais reduz a dependência em relação a agiotas e exploradores locais.

Outro exemplo é a exportação de 2 bilhões de dólares da indústria do vestuário, em Bangladesh, baseada na capacidade de disseminação da inovação. Em função da limitada exportação de têxteis e vestuários coreanos aos Estados Unidos, a Daewoo iniciou uma parceria com

QUADRO 4.2 MOSTRANDO O QUE É POSSÍVEL NA BASE DA PIRÂMIDE

No setor financeiro

O Banco ICICI da Índia está apresentando formas inovadoras de disponibilizar serviços financeiros aos carentes. Foram desenvolvidos dois modelos:

- O modelo “acesso direto ao banco” promove e mantém grupos de auto-ajuda, para criar uma poupança em comum. Uma vez que esse fundo alcança um certo tamanho (poucas centenas de dólares americanos), o Banco ICICI poderá conceder empréstimos de US\$5.000 com a distribuição de US\$ 250 por pessoa. A pressão do grupo é a melhor garantia, e as taxas de adimplemento são de 99.9%.
- De forma indireta, o Banco ICICI estabelece parcerias com instituições de microcrédito e obtém vantagens delas. A instituição de microcrédito faz uso de suas aptidões para contribuir nos aspectos de intermediação social, ao passo que o banco realiza a intermediação financeira e arca com o risco do crédito. Isso pode efetivamente alavancar o capital de risco existente nos bancos, e pode ser a solução possível para as restrições de capital nas instituições de microcrédito. Esse modelo reduz o custo de intermediação sem afetar a qualidade da carteira.

A estratégia faz sentido comercial e teve impacto importante no desenvolvimento. Por exemplo, o número de grupos de auto-ajuda aumentou para mais de 10 mil, permitindo ao Banco ICICI ampliar substancialmente sua participação no mercado nas áreas rurais. Moradores dos vilarejos tem tido muitas oportunidades de financiamento. De maneira interessante, um estudo independente mostrou uma forte onda de autoconfiança nos membros dos grupos de auto-ajuda.

No setor de varejo

As Casas Bahia, a maior rede varejista do Brasil, tem o foco quase que inteiramente em consumidores de baixa renda. Ela usa o carnê, ou caderneta, sistema de financiamento que permite aos consumidores de baixa renda comprarem a crédito. As Casas Bahia usa um sistema próprio de verificação de crédito e aplica regras baseadas no senso comum para oferecer ou não financiamento àqueles sem histórico creditício.

As Casas Bahia tem receita de 4,2 bilhões de reais, 330 lojas, 10 milhões de clientes e 20 mil empregados. Cerca de 70% de seus clientes não possui renda fixa ou formal, e são basicamente faxineiros, cozinheiros, vendedores ambulantes e trabalhadores da construção civil cuja renda mensal é o dobro do salário mínimo. Os carentes agora têm acesso a uma linha de produtos e benefícios muito mais ampla, e com melhores condições de crédito, do que tinham antes.

No setor de cimento

A CEMEX, maior companhia de cimento do México e terceira do mundo, criou dois programas básicos para abranger a população carente do México, onde 60% das pessoas sobrevivem com menos de US\$5 por dia.

- A *Patrimonio Hoy* visa atender os segmentos da população de baixa renda e construtores autônomos. É como um sistema de microcrédito, com pequenos grupos que emprestam recursos, que são usados para comprar cimento e outros materiais de construção.
- *Construmex* é um método inovador de contenção da emigração, e o dinheiro enviado ao país de origem para construção pode ser transferido diretamente para a empresa de cimento sem pagar intermediários financeiros. O serviço permite aos mexicanos que moram nos Estados Unidos que enviem seu dinheiro e seus pedidos diretamente aos distribuidores de cimento no México, que então entregam o cimento no local da futura casa ou empresa da pessoa.

A CEMEX sabia que uma parte significativa dos 10 bilhões em remessas de dinheiro para o México (aproximadamente 10%) é usada para construção de casas.

A *Patrimonio Hoy* triplicou a taxa de cimento consumido pelos construtores autônomos de baixa renda. A *Construmex* registrou US\$2.5 milhões em vendas desde que começou a operar, em julho de 2001, a maior parte de emigrantes em Los Angeles. Com o seu potencial de vendas para os Estados Unidos estimado em US\$160 milhões por ano, a *Construmex* está planejando expandir-se para outras cidades com grandes comunidades mexicanas, incluindo Chicago e Houston. Ambos os programas oferecem à população carente oportunidades para construir suas casas e melhorar sua qualidade de vida.

No setor de telefonia móvel

GrameenPhone é a maior operadora de celular em Bangladesh. Vodacom é a subsidiária sul-africana da Vodafone e a maior operadora da África do Sul. Ambas companhias trabalham com empreendedores locais que adquirem telefones celulares e revendem serviços telefônicos em seus vilarejos. GrameenPhone combina essa atividade com micro-crédito para empreendedores, com grande foco nas mulheres.

A GrameenPhone construiu a maior rede de celulares do país, com investimentos superiores a US\$300 milhões e mais de um milhão de assinantes. O seu programa rural já está disponível em mais de 35 mil vilarejos, oferecendo acesso à telefonia para mais de 50 milhões de pessoas, enquanto ajuda na formação de microempreendedores. O segredo para o sucesso da telefonia nos vilarejos tem sido o núcleo de empreendedores, 95% deles mulheres, que se beneficiaram da oportunidade de gerenciar suas próprias microempresas.

Vodacom oferece mais de 23 mil linhas de celulares em mais de 4.400 localidades por toda a África do Sul. A companhia tem oferecido serviços de comunicação a preços acessíveis para milhões de sul-africanos, permitindo a milhões de pessoas anteriormente desprovidas a oportunidade de geração de renda e capacidade comercial duradoura. Esses negócios geram as mais altas receitas da Vodacom.

empresas locais de Bangladesh para produzir vestuário para exportação, e treinou a mão-de-obra local com as mais recentes técnicas de produção. Com o tempo, no entanto, 115 dos 130 gerentes coreanos que foram treinados deixaram a organização e, com o conhecimento e rede de contatos que haviam adquirido, abriram suas próprias empresas. A indústria, que contribui com mais da metade das exportações do país, cresceu mais de 2 bilhões de dólares em vendas anuais.

As redes conectam empreendedores a potenciais fontes de financiamento, aptidões humanas, parceiros, fornecedores e informação. Através dessas redes, os empreendedores compartilham informação, análises de mercado, tecnologia e suas próprias experiências de aprendizado. Eles também reúnem grupos para discutir temas de interesse comum e contribuir de forma mais ampla para as comunidades em que vivem.

As redes empresariais informais (muitas vezes de origem étnica ou religiosa) predominam nos países em desenvolvimento. Na ausência de disposição legal para observância das obrigações contratuais, essas redes baseadas em relacionamentos – apoiadas na confiança, garantias pessoais e execução informal dos contratos – facilitam as transações e o comércio entre países e oferecem uma fonte de financiamento. Muito conhecida é a grande rede de empreendedores chineses no exterior, com negócios predominantemente familiares, situados entre os 50 milhões de emigrantes chineses, que teve um papel importante na transformação econômica da China e apareceu como uma força nos negócios no Sudeste Asiático. Estatísticas oficiais chinesas revelam que empreendedores chineses no exterior colaboram com 70% do investimento direto estrangeiro na China – mais de

US\$50 bilhões, recentemente.

A emigração indiana tem menos a ver com investimento direto em seu país de origem do que em estabelecer conexões empresariais entre investidores estrangeiros e a comunidade empresarial local, além de facilitar o rápido desenvolvimento de ecossistemas empresariais privados.

Com o desenvolvimento do mercado e o surgimento de grandes empresas, os vínculos informais baseados em contatos pessoais estão sendo substituídos por redes formais de organizações, como as câmaras de comércio, associações de ex-alunos e incubadoras. Essas redes formais de organizações têm sido fonte de apoio mútuo no mundo desenvolvido, e o fazem, cada vez mais, no mundo em desenvolvimento, desempenhando um importante papel em:

- Agrupar e agregar recursos em um fundo comum que sirva de base para criar instituições e compartilhar habilidades;
- Estabelecer relacionamentos e níveis de confiança que as torne mais efetivas;
- Definir padrões comuns;
- Orientar ou facilitar a ação coletiva na aquisição e reunião de informações e no marketing internacional.;
- Definir e transmitir crenças comuns e posicionamentos;
- Oferecer mecanismos para desenvolver um programa econômico comum ou regional.

As associações empresariais, especialmente organizações de indústria e comércio, estão representando os interesses comuns de seus membros através da coordenação de atividades, estabelecimento de padrões de autoregulação, pressionando os governos e oferecendo serviços diretos a seus membros,

dentre os quais se contam a promoção de contatos, formação, disseminação de informações e acesso a mercados. Associações empresariais têm liderado a melhoria da competitividade de seus membros através de:

- Redução dos custos da informação;
- Estabelecimento de coordenação horizontal (distribuição de cotas, redução da capacidade) e coordenação vertical (para cima e para baixo);
- Definição de padrões e melhoria da qualidade.

FOMENTANDO PARCERIAS PÚBLICO-PRIVADAS PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Benefícios importantes podem ser obtidos através do estímulo de parcerias público-privadas mais efetivas, particularmente no fornecimento seletivo de serviços, como energia e água. Projetos de produção de energia e saneamento básico podem utilizar a mais eficaz estrutura de propriedade necessária, incluindo a propriedade pública. Mas a entrega final para o cliente rural ou para o setor informal pode muitas vezes ser administrada por pequenas empresas nacionais. A produção descentralizada de energia, através da distribuição de energia de vários tipos, pode também ser contratada junto ao setor privado por acordos com a rede do setor público. Energia solar e pequenas centrais hidrelétricas são exemplos.

Parcerias público-privadas são também eficientes para implementar objetivos de desenvolvimento

sustentável. Importante ressaltar aqui o *Global Compact* das Nações Unidas – um compromisso voluntário das empresas de respeito ao meio ambiente, direitos humanos e direitos do trabalho – e os *Princípios Equatoriais* da Corporação Financeira Internacional, um acordo de instituições financeiras internacionais para cumprimento de padrões rigorosos de proteção ambiental e políticas sociais em todos os projetos que financiam, independentemente de alguns serem co-financiados por instituições públicas, que observam os mesmos padrões.

Parcerias público-privadas similares em gerenciamento corporativo e transparência estão influenciando o comportamento do setor privado. A campanha “Publique o que Você Paga” pretende orientar cidadãos de países em desenvolvimento ricos em recursos a exigir de seus governos a demonstração de como as receitas das indústrias de petróleo, gás e mineradoras são gerenciadas e distribuídas.

A campanha, promovida por uma coalizão mundial de mais de 170 organizações não-governamentais e da sociedade civil, foi fundada pela *Global Witness*, pelo Instituto *Open Society*, de George Soros’s *CAFOD* (Agência Católica da Inglaterra e País de Gales para o Desenvolvimento), *Oxfam*, *Save the Children* do Reino Unido e *Transparência Internacional* do Reino Unido.

A coalizão exige a regulação internacional da divulgação dos

impostos líquidos, taxas, *royalties* e outros pagamentos feitos pelas empresas aos governos dos países em desenvolvimento em todos os países que elas operam.

Dado que empresas individuais podem ficar em desvantagem ao revelar informações se outras não as divulgam, confiar na divulgação voluntária poderia não ser uma opção viável. Todavia, todas as empresas e a comunidade investidora se beneficiariam com um jogo de regras iguais, se os organismos reguladores passassem a exigir essa divulgação. A importância deste enfoque também se reflete na Iniciativa de Transparência para as Indústrias Extrativas, desenvolvida pelo governo do Reino Unido e recentemente endossada pelo Banco Mundial.

Além de estabelecer padrões para o setor privado, um número pequeno, porém crescente de empresas, está elevando os padrões para que elas próprias sirvam de modelo para avaliar outras empresas privadas. Essas novas tendências oferecem um importante complemento à visão tradicional de um setor privado regulado e de um organismo público regulador. A *Infosys*, na Índia, não só está pavimentando o caminho nessa área, mas também se envolvendo diretamente com os governos para participar de uma reforma mais ampla e de um plano de desenvolvimento tanto de suas próprias operações quanto do país. Esse tipo de função para o setor privado é fundamental no esforço para o desenvolvimento.

APRIMORANDO A GOVERNANÇA CORPORATIVA

A governança corporativa constitui um ponto fundamental na criação de

mecanismos contra a corrupção e a má administração, limitando o acesso a informações privilegiadas e ao favorecimento, enquanto promove os valores da economia de mercado numa sociedade democrática. Estes valores incluem demonstrações de contas, comprometimento, transparência e o estado de direito – assim como a equidade, responsabilidade, o sentido de propriedade e proteção a acionistas minoritários.

Dentre os benefícios do compromisso com os mecanismos da governança corporativa, encontram-se: menor corrupção, um setor privado mais saudável, mercados mais justos e maior desenvolvimento institucional, elementos que conjuntamente oferecem suporte ao crescimento da economia. Além da governança corporativa, que é, em essência, a proteção dos direitos dos acionistas, há o interesse crescente na responsabilidade social das empresas. Empresas não são pressionadas apenas pelo governo, que define regulamentação para a boa governança corporativa através da imposição de códigos de conduta nos negócios, mas também pela opinião pública, estimulada pela sociedade civil e organizações do trabalho. Códigos auto-regulatórios ou voluntários de conduta corporativa comprovam que as empresas estão dispostas a ser boas “cidadãs corporativas”.

É importante que os setores público e privado trabalhem de forma conjunta para desenvolver um conjunto de regras vinculantes, que determinem a forma como as empresas devem ser conduzidas. Associações empresariais, como as câmaras de comércio e os grupos setoriais, devem estimular seus membros a desenvolver padrões de governança corporativa para proteger os acionistas e outros constituintes – e padrões de responsabilidade social para responder às partes interessadas

externas. Forças tarefa do setor privado que promovam a governança corporativa e associações empresariais que desenvolvem códigos de governança corporativa para seus membros são pontos de partida promissores.

AVANÇANDO AS PRÁTICAS EMPRESARIAIS RESPONSÁVEIS E OS PADRÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Para alguns, a atual tendência conhecida como a “tripla avaliação de resultados” (*triple bottom-line*) – que congrega o respeito ao meio ambiente, a equidade social e a viabilidade financeira – é uma boa notícia para os negócios. Segundo este balanço tríplice, as empresas devem atentar não apenas para o valor econômico que aportam, mas também aos valores sociais e ambientais que produzem – e destroem. O termo aglutina os parâmetros, ações e procedimentos que as empresas devem observar para minimizar qualquer dano advindo de suas atividades e produzir resultados econômicos, sociais e ambientais. Isso implica em transparência por parte da empresa quanto a seus objetivos, e leva em consideração as demandas de todas as partes interessadas – acionistas, clientes, empregados, parceiros comerciais, governos, comunidades locais e o público em geral.

As possibilidades de alinhamento entre interesses comerciais e sociais ainda estão por explorar. A maioria das empresas que sabiamente se voltaram para o desenvolvimento sustentável foram empurradas ou puxadas nessa direção: empurradas pela mudança nas expectativas sociais e pelas exigências de seus constituintes, e puxadas em

direção dos mercados emergentes pelo acirramento da competição nos mercados maduros do mundo desenvolvido.

Muitos dos esforços têm se concentrado nos tradicionais modelos de caridade e filantropia: construção de escolas e clínicas de saúde ou apoio a organizações culturais e artísticas. Embora seja importante e talvez até necessário, esse modelo é mais uma vitrine do que uma contribuição real e sustentável para a vida dos mais carentes. Pelo fato de situarem-se fora do modelo tradicional de negócios, os benefícios são avaliados em termos abstratos – tais como reputação, redução do risco e autorização para operar – ao invés de como resultado financeiro, pois muitas vezes representam resultados financeiros de curto prazo, indetermináveis e não contabilizáveis. E os compromissos podem ir e vir de acordo com variações nas condições de negócio ou no gerenciamento.

A última década apresenta evidências crescentes de que as empresas que foram pioneiras em ativamente gerenciar seus impactos no desenvolvimento sustentável alcançaram melhores resultados financeiros. Empresas têm sido pressionadas por advogados, pelos sindicatos, pela mídia e até mesmo por acionistas, para que levem em consideração os efeitos negativos e positivos de suas atividades, em grau muito maior do que faziam antes. Elas estão incorporando direitos humanos, padrões trabalhistas fundamentais e desenvolvimento sustentável a seus compromissos corporativos. Aos poucos, elas estão aprendendo a implementar esses valores através de sistemas gerenciais e padrões contábeis

mais abrangentes. E, ao longo deste processo, elas estão divulgando publicamente seus sucessos e fracassos, utilizando sofisticados relatórios de responsabilidade social corporativa.

Parcerias globais para definir padrões em diferentes setores da indústria têm também facilitado a liderança no setor privado e os atributos da governança corporativa que refletem mudanças na conduta corporativa. Essas parcerias incluem a “Cuidado Responsável” (*Responsible Care*) na indústria química, a “Iniciativa Sustentável para Florestas” (*Sustainable Forest Initiative*), a “Pesca Sustentável” (*Sustainable Fisheries*), e a “Iniciativa Mineradora Global” (*Global Mining Initiative*), lançada em 1998 por nove companhias mineradoras ao redor do mundo.

A indústria mineradora mundial procurou redefinir seu papel, demonstrando o compromisso corporativo de diálogo com constituintes e de desenvolvimento sustentável. A iniciativa resultou em um projeto de pesquisa independente sobre extração, mineração e desenvolvimento sustentável, além de uma conferência com múltiplos atores sociais, em Maio de 2002. As parcerias e esforços de pesquisa que surgiram dessas iniciativas continuam através do Conselho Internacional em Extração e Metais, e o Conselho de Comércio Mundial para o Desenvolvimento Sustentável e outras associações de indústrias e empresas que compartilham experiências para promover o crescimento local, através de padrões e princípios de sustentabilidade.

As parcerias refletem a evolução dos novos padrões voluntários para avaliação de empresas. Alguns críticos vão denunciar essas parcerias como mecanismos corporativos para evitar regras obrigatórias. Outros as vêem como evidência direta do compromisso corporativo e da compreensão de como é importante assumir a liderança no desenvolvimento sustentável. Entre os novos parâmetros estão: AA1000 (desenvolvido pelo Instituto para Responsabilidade Ética e Social), ISO14001 (Organização Internacional para Padronização) e Projeto Sigma (um modelo de gerenciamento da sustentabilidade sendo desenvolvido pela Instituição Britânica de Normas, Fórum para o Futuro, e outros).

A elaboração e a melhoria dos indicadores de desenvolvimento, através das agências internacionais de desenvolvimento, como o Sistema de Sustentabilidade da Corporação Financeira Internacional, e através de associações como a Iniciativa do Relatório Global, oferecem oportunidades únicas para monitorar as contribuições do setor privado ao desenvolvimento sustentável. O mesmo ocorre com as avaliações dos esforços corporativos para contribuir com os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, publicados através da Iniciativa de Governança Global, do Fórum Econômico Mundial. Essas ferramentas quantitativas permitirão que as corporações possam ir além dos relatórios qualitativos associados à filantropia tradicional, rumo a investimentos sociais estratégicos com objetivos de curto, médio e longo

prazos. Ser capaz de orçar e reportar resultados trará o benefício de quantificar as contribuições do setor privado para a redução da pobreza mundial, e ainda, simultaneamente de incentivar a adoção de abordagens mais pró-ativas de desenvolvimento sustentável. Modelos de indicadores baseados em sistemas internacionais já existentes também fornecem as ferramentas para análise do custo-benefício dos investimentos e a identificação de padrões eficientes.



A Comissão percebe uma grande necessidade de acelerar a divulgação de informações sobre modelos bem sucedidos, criando novos modelos ou adaptando os modelos existentes a novos ambientes, reproduzindo-os em diferentes localizações e ampliando-os.

O setor privado, especialmente a administração de grandes empresas locais e multinacionais, necessita efetuar um compromisso muito maior de capturar as oportunidades –pesquisando mercados na base da pirâmide, avançando padrões de sustentabilidade e de confiabilidade pública, e ainda, sendo criativo sobre como interagir com empresas locais ou externas para auferir benefícios mútuos. Os governos dos países, tanto desenvolvidos como em desenvolvimento, podem facilitar este processo, e as instituições internacionais de desenvolvimento podem ajudá-los.