

Responsabilidade social corporativa: a nova obrigação dos CIOs



Índice	
2	<i>RSC: fazendo o bem</i>
3	<i>Lidando com visibilidade e vulnerabilidade cada vez maiores</i>
4	<i>Utilizando informações para a transição da visibilidade à transparência</i>
6	<i>Indo além da conformidade para obter crescimento e diferenciação</i>
8	<i>Construindo relacionamentos, indo da contenção à participação</i>
8	<i>Conclusão</i>

RSC: fazendo o bem

A RSC está chegando, e a TI está destinada a ter um papel crítico nesta área. O que é RSC, afinal? RSC significa responsabilidade social corporativa e descreve o modo como as companhias gerenciam seus negócios para produzir um impacto geral positivo na sociedade através de ações econômicas, ambientais e sociais. Ela está rapidamente ganhando a atenção dos CEOs como uma nova oportunidade para diferenciação e crescimento. De fato, o mais recente Estudo Global de CEOs da IBM aponta que o investimento em RSC tem uma taxa de crescimento de 25% - maior do que o de qualquer outra tendência no estudo.¹

Antes focada principalmente em conformidade regulatória e filantropia, a RSC é agora reconhecida por muitas organizações como uma oportunidade de crescimento. Essas organizações procuram diferenciar suas marcas, produtos e serviços, conseguir permissão para entrar em novos mercados e atrair e manter os melhores talentos. Para aproveitar tais oportunidades, as organizações estão implementando vários novos recursos e práticas, desde iniciativas de transparência corporativa feitas para melhorar a reputação de suas marcas e monitorar atividades da cadeia de fornecimento a data centers “verdes” com o objetivo de gerenciar melhor a eficiência energética e as emissões de carbono. Nesses casos, a função da TI é ajudar a projetar, liderar e implantar novas práticas e recursos.

Este documento é sobre o impacto crescente que a RSC tem nas estratégias e práticas corporativas e as várias maneiras como os CIOs em breve serão afetados, por novas iniciativas relacionadas à RSC. Ele mostra os aspectos principais da RSC e o que os CIOs podem fazer para ajudar. Especificamente, este documento foca em três temas e suas integrações com a função da TI:

- *Informações: da visibilidade à transparência*
- *Além da conformidade: do custo ao crescimento*
- *Relacionamentos: da contenção à participação*

Lidando com visibilidade e vulnerabilidade cada vez maiores

A tendência é clara. Nos últimos três relatórios bienais dos Estudos Globais de CEOs da IBM, as três questões externas que estão sempre em ascensão nas atividades dos CEOs estão todas relacionadas à RSC.

- *Questões ambientais - As empresas estão buscando melhorar a eficiência energética, reduzir suas emissões de carbono e gerenciar os recicláveis e os detritos na cadeia de fornecimento, por exemplo.*
- *Fatores socioeconômicos - As empresas são consideradas responsáveis pelo bem-estar socioeconômico das regiões em que operam e das pessoas que empregam.*
- *Habilidades pessoais - A reputação das organizações em relação à RSC está se tornando uma ferramenta importante para atrair e manter funcionários talentosos.*

O crescimento exponencial da Internet tornou fácil, para todos os integrantes, reunir e compartilhar informações sobre o que as empresas estão fazendo. Os consumidores em particular estão buscando mais informações sobre políticas ambientais, histórico dos produtos em relação a saúde e segurança, atividades filantrópicas, práticas de comércio internacionais, divulgações financeiras e tratamento dos funcionários. Conforme eles observam e aprendem, os consumidores também usam o poder da Web para comunicar, organizar e compartilhar informações de maneiras que antes não eram possíveis - freqüentemente formando ou ingressando em organizações não-governamentais (ONGs) e outros grupos de defesa.

Buscando as informações necessárias para escolher suas marcas levando a ética em consideração, os consumidores estão formando suas próprias opiniões sobre as marcas e desconsiderando as mensagens que as empresas tentam passar por meio de publicidade e outros meios. Na verdade, estão se tornando seus próprios gerentes de marcas.

Destaques

“Eu vejo a responsabilidade corporativa passando por três fases. As pessoas começam a considerar problemas como os ambientais porque estão compelidas a isso. Depois, eles percebem que isso realmente faz sentido do ponto de vista de negócios. No final, elas vão além da obrigação e dos motivos egoístas e se envolvem com o tema, porque essa é a coisa certa a se fazer.”

– Vinod Mittal, diretor executivo, Indústrias Ispat

Muitos funcionários talentosos, difíceis de serem atraídos, querem trabalhar para organizações que sejam confiáveis e responsáveis. Os investidores estão levando os aspectos da RSC em consideração ao fazer seus julgamentos sobre a atratividade e a viabilidade em longo prazo de uma companhia, assim como comunidades e os governos. Os fornecedores e parceiros examinam a cadeia de fornecedores para garantir confiabilidade mútua.

Utilizando informações para a transição da visibilidade à transparência

As pessoas querem detalhes dos produtos, como dados de nutrição e segurança, assim como informações sobre os impactos ambientais da produção. Elas também querem saber sobre as práticas de negócios, como aquisições, políticas e segurança dos trabalhadores. Conforme a figura 1, 75% dos que responderam a uma recente pesquisa da IBM sobre RSC com 250 líderes empresariais do mundo todo dizem que o número de grupos de defesa reunindo informações sobre seus negócios aumentou nos últimos três anos.²

Explosão das informações nos últimos três anos

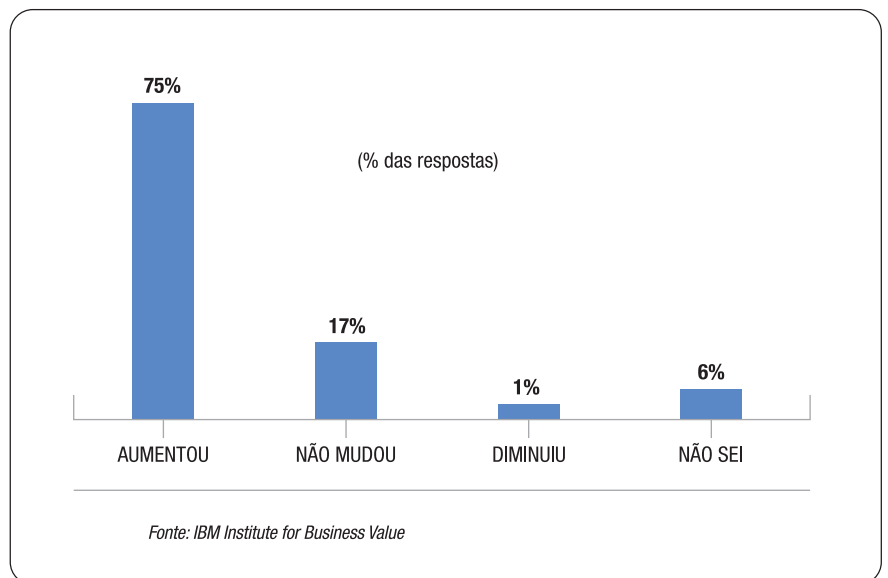


Figura 1: O número de grupos de defesa coletando e relatando informações sobre organizações, indústrias, empresas e produtos aumentou nos últimos três anos.³

Como a informação é a chave para a transparência, essa tendência terá um grande impacto nos CIOs. Eles terão que reunir, analisar e comunicar quantidades enormes de dados - alguns dos quais não estão sendo coletados atualmente - e garantir sua precisão, confiabilidade e relevância. As companhias terão que coletar e compartilhar informações por uma vasta gama de canais e com vários integrantes, para garantir que as necessidades dos consumidores - e as dos parceiros - sejam supridas. Isso, sem falar das necessidades de ONGs, governos e organizações comunitárias.

A conformidade das comunicações com regulamentos e padrões requererá quantificar, analisar e relatar detalhes como:

- *Emissões de carbono e impactos ambientais, incluindo gerenciamento de água e resíduos e esforços de reciclagem*
- *A conduta de um grande número de fornecedores em questões que vão de padrões de trabalho a comércio justo*
- *A aquisição e o conteúdo de cada componente do produto.*

Para conseguir isso, os CIOs precisarão de várias ferramentas de medição, monitoramento e relatório. Eles terão que monitorar toda a cadeia de fornecimento, usando, por exemplo, identificação por rádio frequência (RFID) e modelos preventivos para conformidade de fornecedores. Empresas com centenas ou mesmo milhares de fornecedores precisarão de tecnologias para gerenciar o risco em suas cadeias de fornecimento e garantir que os fornecedores apliquem os padrões éticos e ambientais acordados.

Protegendo uma marca familiar por meio do monitoramento dos riscos na cadeia de fornecimento

Reconhecendo a vulnerabilidade de sua marca em relação a violações de padrões trabalhistas internacionais, a MediaCo, uma grande companhia de mídia e entretenimento, decidiu reformular seus sistemas para atender sua rede mundial de licenciados e fábricas. A empresa percebeu que precisava de regras de negócios para priorizar as atividades de monitoração relacionadas às práticas trabalhistas globais de seus 40.000 fornecedores. Ela queria um sistema que utiliza as informações coletadas de seus fornecedores e outros envolvidos para dar suporte a processos de auditoria complexos e tomar decisões de negócios imediatas relativas a monitoramento, remediação e melhoria contínua.

Por meio da colaboração interna entre várias funções e da externa em toda a cadeia de fornecimento, a empresa reuniu 500 políticas em 170 regras integradas e substituiu 50 documentos-chave por somente oito. Com a transferência da responsabilidade pela coleta dos dados para os fornecedores, a pequena equipe da MediaCo pode se concentrar na aplicação de análises avançadas, por meio de um mecanismo de riscos, para alcançar uma cobertura de 100%. A equipe pode classificar, avaliar e priorizar os níveis de riscos e, depois, mitigá-los por meio de auditorias diretas, visitas ou compromissos educacionais presenciais.

Os CIOs precisarão adotar estratégias de controle e transparência feitas para garantir que eles forneçam as informações certas às pessoas certas, no momento certo. Como resposta à hipervisibilidade dos dias de hoje, as companhias freqüentemente dão todas as informações possíveis sobre suas operações - sejam elas relevantes ou não para as partes interessadas. Um enfoque melhor seria alinhar as informações aos interesses das partes, mas, primeiro, as empresas precisam entender o que as pessoas querem saber. Essa necessidade de compartilhar informações mais focadas foi destacada nos resultados do estudo de RSC da IBM de 2008. Eles mostram que, apesar de 63% das companhias acreditarem que têm informações suficientes para satisfazer os consumidores, 76% surpreendentemente dizem que não entendem bem as preocupações de RSC dos clientes.⁴

Indo além da conformidade para obter crescimento e diferenciação

Apesar das novas demandas relacionadas à RSC poderem parecer assustadoras, de acordo com o estudo de RSC da IBM de 2008, a RSC agora é vista como um investimento e um meio de se conseguir crescimento sustentável - e não apenas uma despesa. Na verdade, 68% dos líderes de negócios pesquisados afirmaram que estão usando a RSC para criar novos fluxos de receita. E 54% dizem que as estratégias de RSC estão dando a eles uma vantagem competitiva.⁵ Da mesma forma, no estudo de CEOs da IBM de 2008, 69% dos líderes de organizações públicas e privadas do mundo inteiro esperam que a RSC tenha um impacto positivo e estão fazendo os maiores aumentos nos investimentos nessa área, dentre todos os tópicos da pesquisa.⁶

Conforme os CIOs começam a ter uma função maior na RSC, eles terão a oportunidade de impulsionar os melhoramentos pelos negócios e criar eficiências para a cadeia de fornecimento. Além disso, os CIOs terão de observar a infra-estrutura pela qual são diretamente responsáveis e seu

Postura verde na indústria europeia de móveis

kika/Leiner, um dos maiores fabricantes de móveis na Europa, queria se expandir pelo continente e pelo Oriente Médio, mas não conseguia, por causa de data center. A empresa contratou a IBM para implantar rapidamente um data center “verde”; com impacto limitado. A equipe da IBM projetou, implantou e colocou em operação uma solução de data center modular, baseada em conceitos de projeto ecológico como refrigeração livre, área separada para computação de alta densidade e área flexível de expansão para ampliações futuras. O data center resultante não apenas atende à exigência de “linha verde” da empresa, como também reduz o consumo de energia elétrica em até 40%.

Na verdade, para a kika/Leiner, o novo data center proporcionou melhorias em termos de segurança e confiabilidade, além de reduzir o custo total de propriedade (TCO).

impacto. Iniciativas como data center “verdes”; podem reduzir o consumo de energia - e gerar economia - além de dar suporte ao crescimento de TI. Ferramentas de colaboração que unem funcionários “móveis” e minimizam viagens desnecessárias podem reduzir significativamente o impacto ambiental de uma empresa e incentivar as inovações. Os esforços para melhorar as eficiências em energia, água e desperdício na cadeia de fornecimento vão exigir a cooperação do CIO. A boa notícia é que, à medida que criam soluções para questões ambientais, os CIOs obtêm informações que poderão ser aplicadas em estratégias mais amplas de RSC.

Curva de valores da RSC

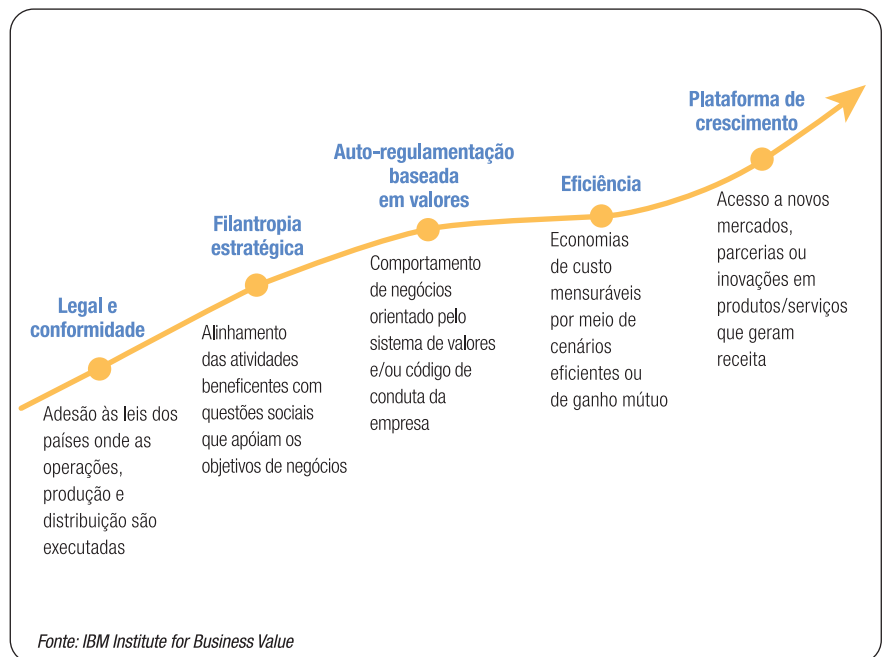


Figura 2: Conforme as organizações adotam visões cada vez mais sofisticadas da RSC, elas a encaram mais como uma oportunidade e menos como um custo.⁷

Criando diferenciação por meio da confiança

Após uma série de escândalos nacionais sobre produtos de alimentação na década de 1990, o varejista britânico Marks & Spencer queria responder à preocupação pública com sustentabilidade e acompanhamento. Desta forma, decidiu diferenciar-se por meio de um programa de alta visibilidade projetado para proporcionar melhores acompanhamentos e colaborações em todas as operações da empresa.

Eles sabiam que precisavam envolver os parceiros e os clientes para resolver essas questões - em vez de somente fornecer-lhes informações. Eles estabeleceram um meio on-line de intercâmbio de informações com fornecedores, pelo qual milhares de seus fornecedores podem colaborar entre si. Por exemplo, uma parceria entre um fabricante em Taiwan que transforma garrafas de plástico em poliéster e uma fábrica de poliéster que fornece blusas de lã à Marks & Spencer. Outro exemplo é dado pelos fazendeiros que geram biogás a partir de dejetos agrícolas e vendem eletricidade “verde” à Marks & Spencer.

Essa nova plataforma de colaboração se estende até os consumidores e ONGs. Por exemplo, os clientes podem levar suas roupas Marks & Spencer usadas para um brechó da Oxfam - em vez de jogá-las fora - e ganhar um desconto para comprar novas roupas na Marks & Spencer.

Construindo relacionamentos, indo da contenção à participação

Outro aspecto-chave no envolvimento do CIO na RSC será oferecer uma plataforma para colaboração entre as pessoas envolvidas, sejam elas clientes, fornecedores, parceiros ou funcionários, para aumentar a consciência e a confiança. Essa plataforma também pode facilitar as inovações necessárias para projetar e implementar novos produtos, processos e políticas que podem melhorar a responsabilidade ambiental e social. Os CIOs devem ter um papel fundamental em como as organizações interagem e colaboram com funcionários e os clientes. Eles podem construir os canais e processos para integrar, analisar e explorar as informações resultantes da ampla colaboração.

A colaboração pela cadeia de fornecimento já está crescendo, mas uma área de colaboração é geralmente ignorada pelas organizações: sua própria base de funcionários. Os funcionários estão ansiosos para ser parte da solução, para implementar práticas que reduzem qualquer impacto ambiental ou social negativo de suas organizações e para sugerir novos produtos ou serviços que a companhia possa lançar. Os CIOs serão fundamentais para criar um ambiente para participação e colaboração por toda a companhia.

Conclusão

A RSC é uma oportunidade cada vez maior, e os CIOs podem ter um papel crítico em alinhar a TI com a estratégia básica de negócios, fornecendo as plataformas e a integração necessárias para habilitá-la. Conforme as organizações vão da visibilidade à transparência, os CIOs terão que desenvolver e implementar uma estratégia de informações projetada para criar um maior compartilhamento de informações com os vários envolvidos na cadeia. Além disso, a TI terá uma função crítica no cada vez maior nível de participação com os funcionários, consumidores e outros integrantes-chave, fornecendo mecanismos robustos de colaboração, relatório e comentários que suportem os diversos interessados.

Destaques

“A responsabilidade corporativa vai além de campanhas de marketing. Ela precisa estar enraizada na cultura, e, em nossa organização de TI, nós levamos isso muito a sério. As organizações de TI têm a habilidade de realmente impulsionar a responsabilidade social corporativa de dentro pra fora, desde influenciar o modo como as pessoas usam e interagem com a tecnologia a realmente cortar custos e o desperdício de energia de nossos sistemas.”

– CIO, companhia na Fortune Global 500

Como discutido anteriormente, a RSC vai além dos requisitos de relatório financeiro do passado, para incluir monitoramento, análise e relatório de dados ambientais, de fornecedores, de produtos e de comportamento ético, incluindo práticas trabalhistas e valores da companhia. Integrar e analisar esta vasta quantidade de informações, para torná-la acessível, relevante e confiável é a base de qualquer estratégia de RSC.

Como o Estudo Global de CEOs IBM 2008 mostra, os CEOs adotaram a RSC e tentarão implementá-la em suas organizações. A TI deve ter uma participação grande nessas iniciativas, e a IBM pode ajudar através de:

- *Ferramentas e experiência para ajudá-lo a avaliar e compreender seus desafios e oportunidades de RSC - especialmente aqueles relacionados a consumo de energia e emissões de carbono - e ajudá-lo a criar um plano para aproveitar essas oportunidades*
- *Tecnologias energeticamente eficientes para data centers, como, por exemplo, consolidação e virtualização de servidores e armazenamento*
- *Ferramentas back-end para coleta, análise e manutenção de dados, como, por exemplo, os produtos IBM InfoSphere™, que ajudam a transformar, reconciliar e manter as informações; RFID; e o software de gerenciamento de desempenho e inteligência de negócios IBM Cognos*
- *Ferramentas front-end para a apresentação de uma versão única e confiável da realidade às diversas pessoas envolvidas, em tempo real, como o software Web 2.0*
- *Ferramentas de colaboração como o software IBM Lotus® Sametime® e a tecnologia “jam”.*

Com anos de experiência no setor, nossos mais de 90.000 técnicos especializados ao redor do mundo e os especialistas da IBM Research, IBM Institute for Business Value e centros de excelência IBM, estamos bem posicionados para suportar suas iniciativas de RSC. Trabalhando juntos, podemos melhorar suas relações com os consumidores, funcionários e outros envolvidos, ao mesmo tempo que podemos ajudar a baixar custos, gerar receitas maiores e melhorar a posição de seus negócios na sociedade.

Para obter mais informações

Para saber mais sobre os estudos de CEO e RSC da IBM de 2008 ou sobre ferramentas e suporte que podem ajudar o CIO em suas funções, entre em contato com o seu representante IBM ou visite estes sites:

- ibm.com/enterpriseofthefuture
- ibm.com/ibm/ideasfromibm/us/csr/20080401/index1.shtml
- **Centro para a Liderança de CIOs:** www.cioleadershipcenter.com



© Copyright IBM Corporation 2008

IBM Corporation
New Orchard Road
Armonk, NY 10504
EUA

Produzido nos Estados Unidos da América
Outubro de 2008
Todos os direitos reservados

IBM, o logotipo IBM e ibm.com são marcas comerciais ou marcas registradas da International Business Machines Corporation nos Estados Unidos, em outros países ou em ambos. Se esses e outros termos de marcas comerciais da IBM estiverem marcados em sua primeira ocorrência nesta documentação com um símbolo de marca comercial (® ou ™), esses símbolos indicam marcas comerciais registradas nos EUA ou de direito comum de propriedade da IBM no momento em que esta documentação foi publicada. Essas marcas comerciais também podem ser marcas registradas ou de direito comum em outros países. Uma lista atual das marcas comerciais da IBM está disponível na Web em "Copyright and trademark information (Informações sobre direitos autorais e marcas comerciais)" em ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Outros nomes de empresas, produtos e serviços podem ser marcas comerciais ou marcas de serviço de terceiros.

O fato de esta publicação conter referências a produtos ou serviços IBM não implica que a empresa pretenda disponibilizá-los em todos os países nos quais opera.

^{1,6} IBM, *A Empresa do Futuro: Estudo Global de CEOs da IBM*, maio de 2008.

^{2,3,4,5,7} IBM, *Conseguindo o Crescimento Sustentável através da Responsabilidade Social Corporativa*, George Pohle e Jeff Hittner, 2008.

