

## **Transparência na Comunicação Corporativa: Avaliando Multinacionais no Mercado Emergente**

### **RESUMO EXECUTIVO**

Transparency International realizou uma pesquisa sobre as práticas de comunicação pública de 100 empresas de mercados emergentes que compõem a lista da Global Challengers 2011 (Desafiadores Globais 2011).<sup>1</sup>

Com base na metodologia de estudos anteriores da Transparência Internacional, os pesquisadores coletaram e analisaram os dados disponíveis publicamente em três dimensões da transparência:

- Relatórios sobre programas anti-corrupção: que cubram a corrupção inter alia, os pagamentos de facilitação, proteção denunciante e contribuições políticas.
- Transparência organizacional: incluindo informações sobre participações societárias .
- Relatórios por país: incluindo receitas, despesas de capital e pagamentos de impostos.

Estes três elementos foram avaliados devido à sua importância no aumento do nível de transparência corporativa e prestação de contas que, por sua vez, ajuda a minimizar o risco de corrupção.

As informações que a empresa divulga acerca de seus sistemas anti-corrupção é um indicador de sua consciência e compromisso com a luta contra a corrupção. Enquanto tais práticas sadias de divulgação não reduzem por completo os riscos de corrupção, eles são um sinal certo das altas gerências, refletindo consciência dos riscos de corrupção e um compromisso de gerenciá-los de forma eficaz; o que é essencial para as empresas que operam internacionalmente. Relatórios sobre informações relacionadas a participações sociais, tais como filiais, sucursais, coligadas, joint ventures e afins é relevante no contexto do combate à corrupção, pois permitem que os cidadãos, a sociedade civil, órgãos reguladores, legisladores e investidores saibam onde a empresa está operando, e torna a empresa mais responsável nesses países.

Relatórios comparativos oferecem a transparência necessária para que as empresas sejam responsabilizadas por sua atividade em um determinado país. A divulgação dos principais dados financeiros permite aos cidadãos avaliarem se a empresa está contribuindo de forma adequada ao seu nível de atividade, bem como permite identificar possíveis casos de corrupção. Apesar de alguns resultados encorajadores o relatório conclui que as práticas de comunicação de empresas de mercados emergentes são inadequadas. Os níveis de transparência verificados ficam abaixo dos padrões esperados de grandes empresas que aspiram a tornar-se participantes globais. Com base na análise de dados, a média das empresas foi de 36 por cento (3,6 de um máximo de 10 pontos no índice global). Apenas uma em cada quatro empresas dentre as 100 avaliadas atingiram uma pontuação de pelo menos 50 por cento.

---

<sup>1</sup> A listagem de empresas avaliadas neste estudo foi extraída Boston Consulting Group list of *Global Challengers* 2011. Veja: [www.slideshare.net/fred.zimny/2011-bcg-companies-on-the-move-rising-stars-from-rapidly-developing-economies-are-reshaping-global-industries](http://www.slideshare.net/fred.zimny/2011-bcg-companies-on-the-move-rising-stars-from-rapidly-developing-economies-are-reshaping-global-industries)

Esse resultado reflete a falta de reconhecimento da importância da transparência como um tijolo na construção da boa governança, incluindo a gestão de riscos de corrupção . Estas empresas de mercados emergentes também ficam para trás em aceitar responsabilidade em cumprir as expectativas de transparência dos acionistas internacionais. No entanto, o fato de que algumas empresas desempenharam bem nesta pesquisa indica que a melhoria é possível e desmonta o argumento muitas vezes apresentado por empresas de que a divulgação coloca as em desvantagem competitiva.

O relatório dedica uma parte ao desempenho das empresas dos BRICS.<sup>2</sup> Isto é de interesse tendo em vista a sua importância nos mercados emergentes e na economia mundial como um todo.

Os resultados mostram que as empresas da China ficam para trás em todas as dimensões com uma pontuação global de 20 por cento (2 de um máximo de 10). Considerando-se a sua influência crescente nos mercados de todo o mundo, este fraco desempenho é motivo de preocupação . Em contrapartida, as empresas indianas têm melhor desempenho nos BRICS com um resultado de 54 por cento ( 5,4 de um máximo de 10) e vários ocupam as primeiras posições no índice global . No relatório comparativo do estudo, as empresas indianas mais uma vez destacam-se contra os desempenhos mais fracos das outras empresas do BRICS, com uma pontuação de 29 por cento.

Companhias Abertas, cujas ações são negociadas em bolsas de valores, desempenham consideravelmente melhor do que as empresas não cotadas, que incluem empresas privadas e estatais. Por exemplo, as empresas de capital aberto pontuaram 53 por cento em relatórios sobre os programas anti-corrupção, enquanto as empresas estatais e privadas pontuaram 30 por cento e 27 por cento, respectivamente. Os requisitos de listagem do mercado de ações certamente ter um impacto positivo sobre o nível de divulgação de uma empresa. Isso também foi observado em um estudo da Transparência Internacional anterior no setor extrativo, onde empresas cotadas desempenharam melhor do que as empresas estatais.<sup>3</sup>

As empresas incluídas neste relatório operam em uma gama de diferentes indústrias. O maior sub- amostra é de Materiais Básicos, composta por 28 empresas, seguido por Indústrias com 23 e Bens de Consumo, com 20 empresas. O restante da amostra é distribuída entre outras seis indústrias (ver Anexo 1 para os detalhes da amostra).

## **RELATÓRIOS SOBRE OS PROGRAMAS ANTI- CORRUPÇÃO**

---

<sup>2</sup> O termo Bric foi originalmente cunhado pelo economista Jim O'Neill em 2001 para descrever as quatro economias dinâmicas emergentes no Brasil , Rússia, Índia e China. Em 2010, a África do Sul se juntou ao grupo , após o que a sigla foi alterada para BRICS . Empresas dos BRICS , incluindo a África do Sul são estudados neste relatório.

<sup>3</sup> Veja: *Promovendo a Transparência da Receita : 2011 Relatório de Empresas de Petróleo e Gás*, a Transparência Internacional de 2011.  
[www.transparency.org/whatwedo/pub/promoting\\_revenue\\_transparency\\_2011\\_report\\_on\\_oil\\_and\\_gas\\_companies](http://www.transparency.org/whatwedo/pub/promoting_revenue_transparency_2011_report_on_oil_and_gas_companies)

Com uma pontuação média de 46 por cento, o desempenho da empresa neste aspecto varia muito. Enquanto algumas empresas atingem uma pontuação quase perfeita, outras empresas, metade das quais são de capital fechado, não registram um único ponto. Embora a comunicação pública sobre os programas anti-corrupção seja apenas um substituto para o desempenho real da empresa nesta área, os níveis fracos de comunicação podem indicar programas anti-corrupção pobres ou inexistentes e falta de compromisso com o combate à corrupção. Mas há motivo para otimismo. Quinze empresas atingiram uma pontuação acima de 80 por cento, o que demonstra que o bom desempenho é possível e que podemos esperar por uma melhoria substancial nos próximos anos.

### **TRANSPARÊNCIA ORGANIZACIONAL**

O resultado médio obtido neste tópico é de 54 por cento. Aproximadamente 10 por cento das pontuações de zero da amostra.<sup>4</sup>

A maioria das empresas fornece informações sobre suas subsidiárias, entretanto, o conceito de "materialidade" - limites para a divulgação de contabilidade, reguladores e as regras da Bolsa - restringe a divulgação detalhada por muitas empresas. Muito poucas empresas divulgam os países de suas subsidiárias e outras entidades relacionadas, o que significa que estas permanecem escondidas da vista e avaliação do público.

### **RELATORIO POR PAIS**

Empresas de mercados emergentes na amostra alcançaram um resultado encorajador no relato comparativo. Embora pareça baixa a pontuação média de 9 por cento, esta ficou bem acima dos 4 por cento atingidos pelas 105 maiores empresas globais avaliadas no relatório de Transparência Internacional de 2012 sobre a transparência na comunicação corporativa.<sup>5</sup> Este resultado é, em grande parte devido as 20 empresas indianas na pesquisa que pontuaram em uma média de 29 por cento.

Na Índia, os requisitos legais internos levaram as empresas indianas a fornecer informações financeiras mais extensas sobre suas subsidiárias. Elas também informam sobre os países em que suas subsidiárias são incorporadas. Estas informações são úteis e benéficas, embora não sejam um substituto perfeito do relatório comparativo. Informações sobre as operações a nível nacional pelas 20 empresas indianas é, portanto, muito mais completa do que as outras empresas da amostra. Isso demonstra não apenas os benefícios que tais requisitos legais promovem, mas também que as empresas podem facilmente fornecer tais informações se estiverem motivadas para tanto.

---

<sup>4</sup> Quando é ajustado para ser totalmente comparável com a pontuação obtida pelas maiores empresas do relatório de 2012, a pontuação média das multinacionais de mercados emergentes é de 67 por cento, o que compara bem com 72 por cento pontuação obtida pela amostra de 2012.

<sup>5</sup> Veja: *Transparência na comunicação corporativa: Avaliando as maiores empresas do mundo*. Transparência Internacional de 2012.

[www.transparency.org/whatwedo/pub/transparency\\_in\\_corporate\\_reporting\\_assessing\\_the\\_worlds\\_largest\\_companies](http://www.transparency.org/whatwedo/pub/transparency_in_corporate_reporting_assessing_the_worlds_largest_companies)

Com a notável exceção das empresas indianas , a maioria das empresas de mercados emergentes na amostra estão muito longe de divulgar informações financeiras em todos os países aonde operam. A maioria das empresas revelam pouco ou nenhum dado financeiro em uma base comparativa, e as empresas da China são as que menos divulgam.

## **RECOMENDAÇÕES**

Com base nestes resultados, Transparência Internacional recomenda que as empresas de mercados emergentes, em primeiro lugar , tornem-se mais responsáveis publicamente. Um passo inicial, mas crucial é o reconhecimento de sua responsabilidade em ser transparente para o benefício das partes interessadas , tanto nacional como internacional. Os BRICS, tendo em vista a sua importância entre os mercados emergentes e de seus atuais esforços para formalizar e expandir a influência do seu agrupamento, deve tomar coletivamente a liderança nesta questão. Empresas no BRICS devem desafiar as empresas de economias desenvolvidas em todos os aspectos de suas atividades, incluindo suas práticas anti- corrupção.

Empresas de mercados emergentes devem desenvolver e implementar melhores programas de políticas anti- corrupção bem como devem publicar informações completas sobre esses programas . Eles devem também publicar listas completas de suas subsidiárias, afiliadas , joint ventures e outras entidades relacionadas , incluindo sua participação nessas entidades e suas localizações e fazer contas financeiras individuais públicas para cada país com operações.

Governos e a sociedade civil também têm um papel a desempenhar na promoção de uma maior transparência entre as empresas de mercados emergentes. Os governos podem fazê-lo através do reforço das exigências legais para a divulgação de dados por parte das empresas.

Organizações da sociedade civil podem ajudar a mudar a atitude empresarial concentrando esforços advocatícios em empresas multinacionais que operam em seus países para incentivá-los a melhorar a profundidade e alcance de seus compromissos com a transparência e, em particular, para melhorar o seu nível de informação anti-corrupção.

Da mesma forma , os investidores podem exercer pressão adicional exigindo que as empresas de mercados emergentes informem sobre seus programas de combate à corrupção , sobre a transparência organizacional e relatórios por país e considerando estas informações em suas decisões de investimento.

Todo esforço foi feito para verificar a veracidade das informações contidas neste relatório. No entanto, Transparência Internacional não pode se responsabilizar pelas consequências da sua utilização para outros fins ou em outros contextos, nem eventuais imprecisões que possam ter surgido através da tradução.