



LUNDS
UNIVERSITET

Is the business of business only business?

**En diskussion kring företags roll i samhället i
allmänhet och svenska företags roll i det brasilianska
samhällets utveckling i synnerhet**

Jonas Kvarnerot

Institutionen för kulturgeografi
och ekonomisk geografi
SGE K01
HT 2010

Examinator: Franz-Michael Rundquist
Handledare: Yahia Mohamed-Mahmood

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	3
2. Problemformulering, syfte och frågeställning.....	4
3. Avgränsning och definition av centrala begrepp.....	5
4. Teori.....	6
4.1 Företagens roll.....	6
4.2 Myndigheter och internationella organisationer.....	6
4.3 Företagens ansvar.....	7
5. Metod.....	9
6. Kort återblick.....	12
7. Myndigheters och internationella organisationers roll.....	14
8. Svenska företagens roll.....	17
8.1 Den svenska närvaron i Brasiliens.....	17
8.2 Företagens roll i samhället.....	18
8.3 "The Business Case".....	19
8.4 Filantropi.....	20
9. Begreppet 'Corporate Social Responsibility' (CSR).....	22
9.1 Ursprung.....	22
9.2 Definitioner.....	23
9.3 Förändrad medvetenhet.....	24
9.4 Kulturella skillnader.....	25
10. Företagens ansvar och resultat.....	27
10.1 Företagens intressenter.....	27
10.2 Mätbarhet och rapportering.....	28
11. Bör företagsansvar standardiseras?.....	30
12. Analys och slutsatser.....	33
13. Sammanfattning.....	37
14. Referenslista.....	38
15. Appendix 1 – Intervju med Sven Antonsson, Scania.....	41
16. Appendix 2 – Intervju med Daniel C. Barros, SKF.....	46
17. Appendix 3 – Intervju med Esbjörn Larsson, Getinge.....	50

1. Inledning

Under 1900-talet och början på det nya millenniet har världen vi lever i förändrats enormt. Länder som tidigare varit skilda av världshav har med dagens globalisering och teknologiska utveckling kopplats närmare än någonsin, möjligheterna för länder och företag att påverka varandras utvecklingen har ökat markant.

Uppmärksamheten och det mediala intresset för Sydamerika har hamnat lite i skymundan för framgångarna i Asien och fattigdomen i Afrika - medan Europa och Nordamerika, sedan ett par hundra år tillbaka, har varit världsledande. Den latinamerikanska kontinenten har dock visat stor tillväxtpotential och dess länder har genomgått en enorm förändring där bland annat internationellt företagande har varit delaktig i att höja levnadsstandarden för en stor del av befolkningen.

Brasilien har, trots dess koloniala förflutna och omvälvande historia, kommit att bli den latinamerikanska kontinentens starkast lysande stjärna, med hög tillväxt och stora naturtillgångar. Men en relativt snabb industrialisering har även inneburit många problem för landet och dess samhällen, där bland annat fattigdom, arbetslöshet eller dåliga arbetsförhållanden, bristande sjukvård och kriminalitet, är en stor del av många människors vardag.

När staten, myndigheter och internationella organisationer inte är kapabla att hantera de problem utvecklingsländer står inför har det utvecklats teorier som hävdar att ett större ansvar bör ligga hos företag. Begreppet Corporate Social Responsibility har kommit att få allt mer legitimitet och validitet i takt med att medvetenheten och forskningen kring dess innebörd har ökat - det finns förhoppningar att företag ska utveckla nya sätt att gå med vinst samtidigt som de bidrar till samhällets utveckling.

Svenska företag har funnits och verkat i Brasilien i över 100 år och idag är över 200 företag etablerade i landet och de sysselsätter runt 50 000 personer. För att få svar på hur svenska företag kan hjälpa Brasilien att utvecklas har jag vänt mig till litteraturen och representanter från svenskt näringsliv för att göra en analys.

2. Problemformulering, syfte och frågeställning

Världen har länge haft internationella interaktioner, bland annat genom migration eller genom handel - dessa händelser och skeenden har genom historien påverkat länder, samhällen och individer mycket olika. Utvecklingen har gynnat en del samtidigt som det har påverkat andra negativt.

Fram till våra dagar har stater och regeringar varit de mest drivande aktörerna på den internationella arenan. De har än idag en viktig funktion som innebär att de skapar och styr de övergripande spelregler som företag och andra aktörer får rätta sig efter – beslut som påverkar företag och människor från alla samhällsklasser.

Med tiden har världssamfundet blivit medvetna om de negativa effekter eller externaliteter som internationella relationer och multinationella företag kan innebära för samhällen; frågor om orättvisor, miljöförstöring, företagsklimat, med mera, som myndigheter inte kan hantera. Dessa interaktioner har dessutom intensifierats under andra hälften av 1900-talet och de senaste 30 åren har det skapats en ökad i medvetenhet kring dess effekter där ett allt större ansvar tycks läggas på de allt mäktigare företagen (Halme 2010, 217).

Syftet med uppsatsen är att komma fram till en illustration av hur företag kan tänkas resonera kring dess samhällsinverkan, och om ett ökat samhällsansvar från företagets sida kan bidra till ett lands utveckling.

Problemformuleringen innebär att jag kommer försöka besvara följande frågeställningar:

- Vad innebär företagsansvar - '*Corporate Social Responsibility*' (CSR)?
- Vad är svenska företags inställning till CSR?
- Kan svenska företag, generellt sett, hjälpa Brasilien att utvecklas?

3. Avgränsning

Uppsatsen kommer inte att fokusera på vad de svenska företagen gör specifikt för att påverka utvecklingen. Teorier och påståenden kommer belysas med faktiska exempel, men tonvikten kommer inte ligga på vad de faktiskt gör. På grund av ämnets komplexitet kommer jag istället att fokusera på att undersöka de bakomliggande teorierna kring företagsansvar.

Anledningen till varför jag valt att titta på svenska företags samhällspåverkan och ansvar är att det från svenskt håll finns en stark företagskultur, framgångsrika internationella företag och att de har ett internationellt erkänt gott rykte. Tanken är att Sverige och svenska företag i detta fall får representera ett väl utvecklat västerländskt land, som under lång tid haft stor påverkan samhällen i de utvecklingsländer där de valt att verka. Med tanke på mängden företag i Brasilien har jag valt att illustrera dem med tre svenska företag, Scania, SKF och Getinge. I texten kommer fokus att ligga på just de svenska företagen, men förhoppningen är att eventuellt kunna dra några generella slutsatser om västerländskt företagande i Sydamerika eller i andra utvecklingsländer.

Andra sidan av myntet innebar att titta på ett utvecklingsland som upplever många av de problem som bland annat internationellt företagande kan vara med att påverka. Anledningen till varför jag valt Brasilien är dels en fascination sen barnsben för landet(s fotboll), men även den potential Brasilien har som ett, så kallat, nyligen industrialiserat land, där samhället är i en period av stor ekonomisk tillväxt och utveckling. Sverige och svenska företag har sedan länge haft starka kopplingar till landet, men trots att fokus för diskussionen kommer vara Brasilien finns det även i detta fall en önskan att kunna hävda att landet representerar ett utvecklingsland där svenska och europeiska företag väljer att investera och bygga upp en industri.

4. Teori

Det har under lång tid inom samhällsvetenskapen forskats kring hur interaktioner mellan länder påverkar samhällen, dess befolkning, dess utveckling och potential. Dessa skeenden kan ha en mängd olika förklaringar och bero på otaliga faktorer och påtryckningar. Jag har, med min frågeställning i åtanke, valt att fokusera på vilken roll företag, främst internationella företag, har i denna utveckling, vilket ansvar de har, och vad deras ansvar i så fall kan leda till.

4.1 Företagens roll

Bland andra Milton Friedman hävdar att företagens enda uppgift är att stå till svars inför dess aktieägare och att deras enda mål bör vara att gå med vinst; *"companies are responsible only to shareholders"* (Blowfield & Murrey 2008, 22-23). Aktieägare och marknadens utformning innebär att kortsiktiga krav ställs på företagen att göra kostnadseffektiva val, val som inte nödvändigtvis eller alltid är särskilt fördelaktigt för varken natur eller samhället i ett längre perspektiv. Även det mediala intresset har betydelse och trots att bland annat klimatdebatten går i vågor, sägs det att betydelsen av hållbara lösningar blivit än mer populära på senare år, vilket kan tänkas gynna utvecklingen (Hopkins 2007, 174).

Då företag i allra högsta grad är en del av våra samhällen blir en hållbar utveckling viktig för att de ska kunna verka även i framtiden. Men för att detta hållbara samhälle ska bli verklighet ställs det vissa krav på de samhällen där de verkar. Det krävs dels att samhället är fungerande, i den mening att dess institutioner är befriade från korruption och brottslighet, att myndigheter är demokratiska, och att konsumenter är informerade. Västvärldens institutionella kapitalism kan hävdas vara så långt utvecklingen har gått till dags dato och vi vet inte vad, om något, som ska komma närmast (Lepenies 2008, 20-24).

4.2 Myndigheter och internationella organisationer

Enligt FN ligger Sverige på nionde plats i deras Human Development Index (HDI) medan Brasilien intar 73:e plats, vilket påvisar stora skillnader mellan de två länderna (källa: UNDP). I ett tal av Carl Bildt, på International Institute of Strategic Studies*, berättade han om Sveriges och Europas roll i världen idag, och i framtiden. Han sa att Europa antingen kan bli ledande eller hamna i periferin när länder stora som den Europeiska kontinenten, så som Kina och Indien, men även Brasilien, växer sig allt starkare. Med detta menar han att Europa har en potentiell roll som samordnare och organisatör, att vara ett verktyg i utvecklingen av de länder som vi idag ser som mindre utvecklade länder. Carl Bildt menar att vi står vid ett vägskäl i och med att den Europeiska produktionen håller på att förändras, att marknader håller på

*Där han för övrigt kommenterade FN's HDI som; *"some chart where, for some reason, Norway is the best country to live in..."*

att mättas, samt att många företag växt så stora att deras kapacitet kan täcka allt större marknader (källa: IISS).

Samtidigt lever stora delar av världen i fattigdom och även om fattigdomsproblem kan ses som vår tids största utmaning tillsammans med klimatfrågorna, finns det trots det många framgångssagor under 1900 talets efterkrigstid. Framgångar och utveckling inom medicin har minskat barnadödligheten och höjt livslängden för så gott som hela världen. Utvecklingen har hjälpt många länder att göra framsteg som det tagit västvärlden 200 år att ta. Inte minst har Brasilien tagit stora steg (källa: TED).

Trots detta råder det ingen tvekan om att välfärden och levnadsstandarden globalt är snedfördelad. Framförallt finns det stora globala skillnader där norra halvklotet generellt klarat sig rätt bra. Med det finns även regionala skillnader, framförallt i stora länder med hög befolkning där olika kulturer lever annorlunda. Det har sedan efterkrigstiden funnits en institutionell samverkan av organ där framförallt Förenta Nationerna (FN) har verkat för fred i första hand, men även arbetat för utveckling. Trots deras goda arbete, och det faktum att om inte FN hade funnits hade det behövts bli uppfunnet, finns det de som hävdar att FN har misslyckats med sina utvecklingsmål (Hopkins 2007, 1-2, 6-7). Delvis på grund av att FN endast har en bråkdel av den budget och resurser många internationella företag har, och delvis på grund av den enorma slagkraft och samhällspåverkan en del företag har, är det nu allt fler som hävdar att företagen är de som bör ta ansvar för utvecklingen av utvecklingsländer (Hopkins 2007, preface).

4.3 Företagens ansvar

Historiskt sett har industrialisering varit den främsta drivkraften för utveckling och teoretiskt går det att hävda att vägen för utveckling går genom en industrialisering. Genom att företag etablerar sig på marknader skapar de arbetstillfällen som i sin tur ger inkomst och möjlighet till högre levnadsstandard (Potter et al. 2008, 145). Röster har dock höjts för att detta inte är tillräckligt och att inkomstfördelningen bidrar till att en del dessutom kan få det sämre; till exempel genom att lokal verksamhet konkurreras ut (Hopkins 2007, preface).

Företagens samhällsansvar har varit en fråga sen industrialismens vagga, om än en liten sådan. Den första vedertagna definitionen av Corporate Social Responsibility kom Archie B. Carroll med så sent som 1979. Han hävdar att det finns fyra grader av ansvar som företag bör ta. Den första är företagens ekonomiska ansvar där företag har den fundamentala uppgiften att producera varor och tjänster som samhället vill ha, som de säljer med vinst. Andra nivån innefattar företags legala ansvar där Carroll menar att företag har ett ansvar att fullfölja dess ekonomiska mål inom ramen för vad som är lagligt. Företags etiska ansvar är den tredje nivån där företag antas vidta åtgärder som ligger utanför det legala ramverk som ställts upp. Fjärde och sista nivån omfattar ett frivilligt ansvarstagande, så som filantropi, där företagen tar

ansvar för något som samhället inte förväntar sig att de ska ta ansvar för (Blowfield & Murrey 2008, 21).

Det finns dock inga klara definitioner av vad som rent praktiskt bör göras. Det finns internationella försök, så som FNs Global Compact och International Standard Organization's ISO 26000 standard. En del hävdar att det mest fördelaktiga sättet är att skapa regler och ramverk och att en enda definition och standard måste skapas. Utan det sägs det vara omöjligt att mäta dess effekter och utvärdera arbetet. Utan ett regelverk har det uttryckts en oro att CSR skulle kunna fungera som ett marknadsföringsverktyg (Windell 2010, 45-46).

Andra hävdar dock att regleringar och krav kommer förhindra utvecklingen av arbetet och säger, just på grund av att ämnet är i en utvecklingsfas, att flertalet tillvägagångssätt bör uppmuntras. De menar att CSR måste förbli ett flexibelt koncept som kan anpassas till olika kontexter och industrier, och att tvång i form av regleringar därför är omöjliga. Huvudargumentet sägs vara att självreglering och frivilliga åtaganden är det bästa sättet att utveckla CSR och företags förmåga att ha en positiv inverkan på de samhällen där de verkar (Windell 2010, 46).

Andra framhåller att skillnader mellan kulturer och samhällen innebär att det inte går att finna någon generalplan, att alla försök och satsningar behöver lokal relevans. De menar att utvecklingsprogram många gånger varit drivna av ekonomiska motiv; att ekonomisk aktivitet spontant kommer sippra ner i samhället, istället för att fokusera på att möta de faktiska problem som finns. De menar att många program varit så upptagna med själva processen i sig att det önskvärda resultatet kommer i andra hand (Potter et al. 2008, 184; Schwartz & Tilling 2010, 89-90).

5. Metod

Trots det faktum att alla har sin alldeles egna världsuppfattning och att man därför bör ha ett tydligt underliggande teoretiskt perspektiv till grund för sitt arbete, har jag inte funnit något enskilt perspektiv som motsvarar mina egna uppfattningar. Jag har dock inspirerats och påverkats av den hermeneutiska tankeramen, samt har jag ett anti-realistiskt synsätt som innebär att jag inte tror på att det finns några objektiva sanningar inom samhällsvetenskapen (Graham 2005, 19-20).

När det kommer till den praktiskt metodologin inleddes mitt arbete med att jag sökte vitt och brett efter material som jag skulle kunna tänkas använda. Trots att grundtanken initialt var att främst utifrån intervjuer skapa mitt material, innebar ämnets omfattning att den informationen jag fick i litteraturen har blivit den deduktiva ryggraden i uppsatsen, och att intervjuerna istället är induktiva. Istället för att vara ett representativt urval, får de svenska företagen agera illustrativa exempel (jmf Valentine 2005, 111-112; Cloke 2004, 216).

Med internetsökningar försökte jag bilda mig en uppfattning om ämnets omfattning och om det fanns några uppenbara omfattande frågeställningar (jmf Flowedew 2005, 55). Med hjälp av Universitetsbibliotekets trevliga personal gjordes sedan en gemensam sökning på Lunds olika bibliotek. Den litteratur jag kom att använt mig av främst är Michael Hopkins bok *”Corporate Social Responsibility & International Development: Is business the solution”*, *”Corporate Responsibility: A critical introduction”* av Michael Blowfield och Alan Murrey, *”Corporate Social Responsibility and Development”* av Ransom Lekunze, *”Brazil as an Economic Superpower?”* av Lael Brainard och Leonardo Martinez-Diaz, samt antologin *”Corporate Social Responsibility: Challenges and Practises”*, redigerad av Peter Dobers.

Till skillnad mot den primärdata jag samlat i form av mina intervjuer, har förkonstruerad data fördelen att informationen redan har samlats av en andra part, att materialet många gånger har bevisad kvalitet och reliabilitet, att det finns gott om dem, samt att dess användning skapat en kontext för min primärdata (jmf Clark 2005, 58-59; Cloke 2004, 36 och 219). En stor nackdel med användandet av denna typ av data kan dock anses vara dess förmåga att vara en ögonblicksbild av just den tiden, och att det som presenteras inte nödvändigtvis behöver vara gällande även över tid. Framförallt i dagens informationssamhälle kan det vara svårt att finna källor som har validitet även över tid, men trots detta ger det ändå en inblick i hur situationen såg ut då (Clark 2005, 61; Cloke 2004, 64). Cloke presenterar fyra övergripande områden för oro i och med användandet av förkonstruerad data, de är: autenticitet, trovärdighet, representativitet och mening (2004, 68). Jag anser dock att validitet och trovärdighet för min litteratur är hög, men inser samtidigt att det är svårt att avgöra i och med att det är ett så pass nytt ämne, och att det inte verkar finnas många referenser till empirisk forskning på ämnet.

Efter genomgången och kategorisering av den litteratur jag fann, genomfördes de två första intervjuerna (jmf Cloke 2004, 217). Efter att de bearbetats med litteraturen, genomfördes ytterligare en intervju för att komplettera de områden där det behövdes. Jag valde att, utifrån en intervjuguide, genomföra semi-strukturerade intervjuer. Frågorna, som går att finna i Appendix 1-3, uppkom utifrån femton övergripande frågeställningar, där jag, beroende på vilka svar jag fick, ställde följdfrågor eller hoppade över de frågor jag redan fått svar på. Detta i förhoppning att intervjuerna skulle vara en dialog snarare än ett förhör. I de två första intervjuerna var de tio första frågorna specifikt om företagsansvar, medan de fem avslutande var mer generella frågor om samarbetet och relationerna mellan Sverige och Brasilien. För att skapa en inledande dynamik och inbjuda till detaljerade svar, inledde jag med att be dem beskriva deras företagsansvar. Jag är medveten om den positivistiska kritiken mot intervjuer som säger att de intervjuade kan vara partiska, men då syftet är att ge illustrativa exempel anser jag att intervjuer varit det bästa alternativet (jmf Valentine 2005, 111 och 119-120; Cloke 2004, 149). Jag är dock medveten om att de är representanter av sitt företag och att de som företagsledare är väl medvetna om vad de säger. På grund av arbetets ringa omfattning hoppas och tror jag dock de har kunnat känna sig trygga och ärliga i sina svar (jmf Valentine 2005, 121-122).

För att få en förstahandsblick i företagets roll valde jag att kontakta ett tiotal svenska företag som är verksamma i Brasilien, där förhoppningen var att få tala med personer med kunskap och erfarenhet (jmf Cloke 2004, 156). På grund av svårigheter med att få tid att tala med ledande representanter från näringslivet, gjorde jag ingen medveten avvägning att kontakta lika många kvinnor som män, även om jag är medveten om att det har sina för- och nackdelar, precis som det faktum att kulturella skillnader mellan mig och de intervjuade kan ha en betydande effekt på resultatet. Med tanke på min position är jag otroligt tacksam att personer på så höga positioner inom multinationella företag tagit sig tid att diskutera med mig som universitetsstudent, och att de visade öppenhet och förstående (jmf Valentine 2005, 112-115).

Urvalsprocessen blev relativt enkelt då tre företag gick med på att bli intervjuade. De intervjuade är Sven Antonsson, VD på Scania Sydamerika, Daniel C. Barros, Marketing and Business Intelligence Manager på Svenska Kullager Fabriken (SKF), samt Esbjörn Larsson, VD för Getinge i Brasilien.

Två av tre av de intervjuade har svensk bakgrund, medan en av dem har brasilianskt ursprung - gemensamt för dem är att de har erfarenhet av arbete både i Sverige och Brasilien. Då samtliga är verksamma i Brasilien innebar det förvisso ett hinder då intervjuerna gärna hade utförts mellan fyra ögon, men god vilja i kombination med dagens välutvecklade kommunikationsmöjligheter, gjordes intervjuerna möjliga via telefon. Samtalen spelades in och sedermera transkriberades. Fördelen med att spela in samtalet anses vara att det ger intervjuaren möjlighet att koncentrera sig på konversationen istället för att anteckna vad som sägs, och på så sätt riskera att tappa helheten, samt att intervjun förevigas i detalj (jmf Cloke 2004, 157; Valentine 2005, 123-124).

Intervjuerna har varit lärrika, efter att ha lyssnat igenom och transkriberat dem fann jag en del områden jag hade kunnat förbättra; så som att ställa bättre följdfrågor och att ha ett öppnare förhållningssätt till de frågor jag hade planerat tidigare. Jag hade stor respekt för att de tog sig tid att prata med mig, men kanske hade jag kunnat få ut ännu mer om jag tagit tillfället i akt och varit mer spontan (jmf Valentine 2005, 122).

Den nya ISO-standarden, ISO 26000, presenterades i November 2010 och min förhoppning var att kunna ta del av dess innehåll. Men på grund av bristen på likvida tillgångar var varken jag själv eller min institution på universitetet förmögna att betala för den. Trots ett otroligt varmt bemötande av de anställda på SIS och Universitets Biblioteket i Lund, blev inte dokumentet tillgängligt på biblioteket tids nog för att ingå i uppsatsen.

Uppsatsens struktur har varit relativt flexibel under arbetets gång, vilket kan anses vara fördelaktigt i takt med att fokus förändras (jmf Boyle & Flowerdew 2005, 291). Jag anser att det är viktigt att känna till bakgrunden till de problem man ställs inför, därför har jag valt att inleda med en kort redogörelse för Brasiliens roll i den globala arenan. Därefter presenteras delar av den litteratur som finns på ämnet CSR och vilken roll det kan tänkas ha i dagens Brasilien, tillsammans med intervjuerna. I de fåtal fall då det förekommer direkta citat kommer de redovisas i sitt originalspråk.

6. Kort återblick

För att kunna förstå situationen för de svenska företagen i Brasilien finns det några punkter i historien, även om det kan vara långt bak i tiden, som bör tas upp, då de har haft fundamental påverkan på dagens situation i Brasilien. Människor har levtt på den Latinamerikanska kontinenten i tusentals år och precis som de flesta människor innan moderna transportmedel, levde de i stor utsträckning utan internationell handel (källa: NE:1). Genom olika skeenden och viktiga händelser i historien har dock interaktionen mellan olika länder intensifierats, vilket inneburit stora förändringar för samtliga inblandade.

Även om det råder viss osäkerhet angående vilka som var de första européerna att beträda den sydamerikanska kontinenten, går det ändå att hävda att Christopher Columbus, som år 1492, med sina tre skepp, Niña, Pinta och Santa Maria, och trots att han trodde han var i Indien, var den som lyckades med konststycket att knyta samman två världsdelar. Upptäckten blev startskottet för utbyte mellan länder i två världsdelar; mellan Europa och Sydamerika, och så småningom även mellan Sverige och Brasilien. Den europeiska kolonialismen som följde innebar enorma förändringar för det brasilianska samhället i och med att all handel och kulturellt utbyte skedde i allt större skala och i mer organiserade former. Århundraden av kontroll, politiskt inflytande, utövande av makt och övertagandet av samhällen innebar att en ny era inleddes där europeiska länder i allra högsta grad blev involverade i de latinamerikanska ländernas utveckling. Brasilien hade år 1500 upptäckts av portugiser under Pedro Álvares Cabral och området fick sitt namn av bresiljeträdet som var den första exportvaran till Europa. Kolonialismen har satt sina spår fram tills idag, i mer eller mindre stor omfattning och påverkat allt ifrån traditioner, religion till den inhemska industrin. Allt går inte att förklaras genom kausala samband medan en del är uppenbara, saker som att man, bland annat men främst, pratar portugisiska i Brasilien (NE:1, NE:2).

Brasilien förblev en portugisisk koloni fram till 1822 då landet utropades till ett självständigt kejsardöme, vilket följdes av decennier av krig mot revolterande provinser. 62 år senare, 1888 avskaffades slaveriet, detta under en tid av stor europeisk invandring, främst till São Paulo-området (som sedan dess, mycket på grund av invandringen, har vuxit till Brasiliens ekonomiska maktcentra). Ett år efter slaveriets avskaffande, 1889, upphävdes även kejsardömet och Brasilien blev en republik och sedermera även en förbundsstat med stort makt till de olika regionerna (NE:1).

Bland annat på grund av ekonomiska misslyckanden, genomfördes en statskupp 1930 där det nya styret genomförde socialistiska reformer, en bred industrialisering och centraliserade landet genom en auktoritär politik. Motsättningar ledde därefter till ytterligare en kupp, där militären tog kontroll och styrde landet mellan åren 1964-1985 (NE:1).

Diktaturen tycks, trots att indianstammar förintades, städer förslummades och att fattigdomen växte, ha haft en positiv inverkan på den generella

ekonomiska tillväxten i landet. Brasilien hade förvisso upplevt en stark ekonomisk tillväxt sedan 1947, och på grund av sina naturresurser sågs landet som en av de starkast lysande ekonomierna i världen, men perioden mellan 1968-73, då Brasilien upplevde en ekonomisk tillväxt på över 10 procent, har kommit att kallas "*det brasilianska undret*". Detta till stor del på grund av att industrisektorn växte med nära på 10 procent per år, att jordbrukssektorn fördubblades mellan 1962 och 1971 och att Brasilien fick en växande medelklass (NE:1; Brainard & Martinez-Diaz 2009, 2).

År 1985 var det än en gång dags att byta styrelseskick - den civila regering som tog över mötte en tid med låg tillväxt, makroekonomisk instabilitet och hög inflation. Men mycket tyder nu på att Brasilien under 2000-talet håller på att ta tillbaka sin maktposition. Om man jämför dagens situation med framgångarna under 1970-talet finns det många likheter, men det finns dessutom indikationer på att landet har en betydligt stabilare bas att stå på denna gången. Inte bara är landet nu en relativt stabil och pulserande demokrati, i kontrast till dåtidens militärdiktatur, landet har nu även upplevt en period med låg inflation samtidigt som staten drivit konservativa makroekonomiska beslut. President Luiz Inácio Lula da Silva, som kom till makten 2002, ses som en viktig faktor då han har varit högst delaktig i de makroekonomiska beslut som tagits. Han har varit med och öppnat upp den Brasilianska ekonomin för handel och investeringar till en högre nivå än tidigare. Handel står numera för runt 25 till 30 procent av landets BNP, istället för tidigare 15 till 20 procent (NE:1; Brainard & Martinez-Diaz 2009, 2).

En ökad global konsumtion, i framförallt Indien och Kina, har dessutom inneburit att efterfrågan på Brasilianska råvaror har ökat markant. Det hävdas bland annat att den växande medelklassen världen över har ökat efterfrågan på brasilianska varor och naturresurser. Globalt har Brasilien växt sig starkt och Brainard och Martinez-Diaz presenterar i sin bok siffror från 2008, då Brasilien stod för 40 procent av världens sojaproduktion, 30 procent av all kyckling, 30 procent av kaffet, 20 procent av köttet, 20 procent av tobak och hela 80 procent av världsmarknaden för apelsinjuice (2009, 2-4).

Den kraftiga ekonomiska tillväxten har dock lett till sociala klyftor där inkomstfördelningen hör till de mest ojämlika i världen. Industrin har koncentrerats kring de södra och sydöstra delarna av landet där stora befolkningsgrupper har höjt sin levnadsstandard. Fattigdomen och arbetsförhållanden har försämrats i och med migrationen till storstäderna Rio de Janeiro och São Paulo, och med det har även kommit våld och kriminalitet som påverkar alla nivåer av samhället (NE:1).

7. Myndigheters och internationella organisationers roll

Brasiliens ekonomiska och industriella framgång, menar Leonardo Martinez-Diaz och Lael Brainard, dels har sitt ursprung i att landet under relativt lång tid bedrivit sunda makroekonomiska åtgärder, men att de även skördar oväntat stor framgång i och med en politik som varit en del av brasiliansk politik sedan 1930-talet - en politik baserad på en vilja att göra landet självförsörjande och självständigt. Det ansågs nödvändigt för de länder som eftersökte utveckling att skaffa sig en bred industriell bas. Energi- och jordbrukskrisen på 1970-talet innebar att militärregimen ansåg att självförsörjning var ett sätt att skydda landet från omvärldens osäkerhet (2009, 5).

Den statliga finansieringen av viktiga sektorer bidrog även till en kronisk inflation som under årtionden skulle drabba framförallt låg- och medelklasserna. De statliga försöken att ta fram nya produkter och utveckla nya teknologier gick, som med all annan forskning, inte alltid som planerat – men i det brasilianska fallet blev de misslyckade experimenten ofta ”socialiserade”, där samhället fick ta kostnaderna. Brainard och Martinez-Diaz menar, trots att dessa kostnader är oerhört svåra att kvantifiera, att effekterna av dem har varit betydande (2009, 6).

När Daniel Barros på SKF och Sven Antonsson på Scania fick frågan hur deras företag förhåller sig till det relativt protektionistiska förhållningssätt Brasilien historiskt sett har haft, sa de att det kan finnas fördelar med att hjälpa den inhemska industrin genom att införa tullar och byråkratiska hinder för utländska företag, men att det inte är någon långsiktig lösning på de problem landet har. På grund av att en stor del av det som säljs, trots tullar och byråkrati, är importerat, anser de båda att protektionism är negativt för såväl företag som för samhället. Företagen helst vill se en så fri och öppen handel som möjligt om deras företag ska kunna agera fullt ut och kunna bidra i samhället (Appendix 1 & 2).

Det finns dock externa hinder och Sven Antonsson tar upp Europas subventioner till inhemska jordbrukare. Den europeiska matmarknaden är en marknad som Brasilien, med sin enorma jordbrukssektor, förhandlar för att få ta del av och Sven Antonsson berättar att det pågår tuffa förhandlingar mellan Sydamerika och EU om handelsregler. Med en växande marknad för etanol finns det en stark vilja att byråkratiska hinder på båda sidor försvinner och att marknaderna öppnas upp och ger plats till export av helt andra volymer än tidigare - vilket skulle ge företagen ökade befogenheter (Appendix 1).

Från svenska myndigheters håll görs det försök att förbättra affärsmöjligheterna mellan Sverige och Brasilien. Sveriges näringsminister, tillika vice statsminister, Maud Olofsson skrev i en debattartikel den 6 oktober 2009 att det svensk-brasilianska regeringssamarbetet, som hon menade inleddes med president Lulas besök i Sverige september 2007,

sedan dess har intensifierats och utvecklats. Det finns ett uttalat mål från den svenska regeringens sida att fördjupa det, som de kallar det, breda strategiska partnerskapet, där fokus ligger på teknologi, innovationer och näringslivsutveckling (Debattartikel, Olofsson & Björling 2009).

Statens traditionella roll och makt har dock begränsats, deras möjlighet att kontrollera ekonomin och bidra till utveckling och förbättra levnadsförhållanden, blir allt mindre i dagens samhälle (Blowfield & Murrey 2008, 239). I dagens globaliserade samhälle kan regeringar förvisso fortfarande reglera företag genom att underlätta och försvåra byråkratin, men marknadsekonomin och det kapitalistiska samhället har gjort många företag enormt inflytelserika och kraftfulla. De besitter större resurser än många statliga organisationer (Hopkins 2007, preface).

Representanterna från SKF och Scania håller med om statens påverkan på deras verksamhet är begränsad och menar istället att regeringssamarbetet sker på en helt annan nivå och att besluten som påverkar deras produktion oftast tas lokalt. Sven Antonsson hävdar dessutom att politiker så som president Lula och hans kollegor världen över har ett intresse i att hålla sig väl med alla länder som de handlar med, och menar att han inte ser att Sverige skulle ha några särskilda förmåner gentemot andra länder (Appendix 1 & 2).

Brainard och Martinez-Diaz menar att det är statens otroligt viktiga uppgift att det görs sociala investeringar där man bygger upp ett socialt skyddsnät, om de ekonomiska framgångarna ska gynna den breda massan av befolkningen. Trots att det finns en enorm jordbrukssektor, existerar stora problem med undermålig infrastruktur för transport och det finns en osäkerhet och otydlighet kring de legala ramverket som hanterar olika delar av samhället, vilket försvårar företagens arbetsförhållanden. Statistik visar att Brasilien dessutom ligger efter andra växande ekonomier, så som Kina och Ryssland, när det kommer till investeringar i forskning och utveckling, vilket kommer ha långtgående effekter på bland annat arbetskraften (2009, 9-11).

Esbjörn Larsson menar att det sammanfattningsvis finns sex olika problemområden i Brasilien som påverkar alla delar av samhället; byråkrati, infrastruktur, utbildning, hälsovård, korruption och kriminalitet. Utav dessa menar han att det framförallt är infrastruktur, utbildning och hälsa där företag har en möjlighet att påverka, medan andra, så som kriminalitet, är svårare att hantera för företag, och att ett större ansvar bör ligga på myndigheternas sida (Appendix 3).

Hopkins hävdar att myndigheter och organisationer så som FN har misslyckats; att det förefaller uppenbart att FN inte kommer nå Millenniemålen som de satt upp och att det nu istället finns hopp om att många företag blivit tillräckligt mäktiga att de ska kunna ta vid och bistå FN i deras kamp mot orättvisor (2007, 1 och 108). Det finns stöd för att multinationella företag, utöver att ha enorm köpkraft, även har möjlighet att utöva politiska påtryckningar i och med deras roll som handelspartner. Det är dessa styrkor det finns en ökad optimism kring, att företag kan använda

deras kraft för att förändra samhällen till det bättre (Blowfield & Murrey 2008, 369-370). En del är så övertygade att de valt att basera sin teori kring det: *"The thesis of this book is that much more, very much more, mileage can be obtained through harnessing the power and wealth of the world's major corporations"* (Hopkins 2007, 110).

8. Svenska företagens roll

8.1 Den svenska närvaron i Brasilien

Ericsson var det första svenska företaget i Brasilien för dryga 100 år sedan, idag sysselsätter de över 220 svenska företagen i landet över 50 000 personer (Debattartikel, Olofsson & Björling 2009). De finns de som menar att den relativt tidiga etableringen av svenska företag i Brasilien har gett dem en mycket bra position på den allt jämt växande marknaden jämfört med andra länder (källa: E24), medan andra menar att tiden inte nödvändigtvis är den viktigaste faktorn. Esbjörn Larsson ser tiden som en av tre huvudsakliga faktorer som haft inverkan på svenska företags framgångar. På grund av att stora och erkända internationella företag så som Stora Enso, SKF, Volvo, Scania funnits länge i Brasilien, har det gett dem rutin och en förståelse för hur det brasilianska samhället fungerar. Utöver tidsaspekten anser Esbjörn Larsson att sättet att arbeta är och har varit svenska företags nyckel till framgång. Med tiden har de lärt sig förstå det brasilianska samhället, i kombination med att de varit öppna för att anpassa sig har de även burit med sig svenskt företagandes goda sidor. Den tredje aspekten menar Esbjörn Larsson är ett socialt engagemang bland svenska företag som sträcker sig utanför verksamhetens gränser, vilket inte bara bidragit till svenska företags goda rykte, men även haft positiv inverkan på det brasilianska samhället (Appendix 3).

I en artikel i tidningen E24 bekräftar Sveriges ambassadör i Brasilien att svenska företag har ett gott rykte och att de är kända för att ta hand om sina anställda och visa socialt ansvar (E24). Sven Antonsson ser delvis förklaringen till det goda ryktet i att de svenska företagen tagit med sig ett arbetssätt och ett förhållande till sina anställda som ser ungefär likadant ut som i Sverige – ett sätt som han menar är väldigt uppskattat i Brasilien. Daniel Barros på SKF ser att det kan finnas fler anledningar än enbart sättet att jobba och menar att det finns en tendens att de ser upp till Sverige. Han menar att brasilianare ser svenskar som *'special people'* som har kommit långt i sin utveckling, är relativt rika, ser bra ut - de associerar Sverige med teknologi, design och natur och att Sverige och Skandinavien exemplifierar en standard de vill följa. Att företagen som kommer till Brasilien visar gott omdöme och står för de normer och standards som förväntas av dem bidrar sen ytterligare, menar han, men menar att det goda ryktet inte räcker, det måste praktiseras. Han gör jämförelser med USA och menar att de är överallt, men att de saknar det där speciella och inte nödvändigtvis alltid visar upp sin bästa sida (Appendix 2). Esbjörn Larsson bekräftar att svenska företags öppna förhållningssätt kan ställas i rak kontrast till en amerikansk vilja att applicera deras arbetssätt på andra kulturer (Appendix 3).

Den faktiska närvaron är bara en del av det ekonomiska och kulturella utbytet som finns mellan Sverige och Brasilien. Det finns fler kopplingar mellan Sverige och Brasilien som faller utanför ramen för företagande och kan vara värda att ta upp, då de hjälpt till att knyta känslomässiga band mellan länderna och kan anses öka medvetenheten kring de problem och

situationer som länderna står inför. Två exempel på detta är att Sveriges konung, Carl XVI Gustav, 1976 valde att gifta sig med en halvbrasilianska, Silvia Sommerlath och att det brasilianska fotbollslandslaget tog sitt första av fem VM-guld på svensk mark 1958*. Turneringen var dessutom första gången världen fick skåda en 16-årig Edison Arantes do Nascimento, mest känd som Pelé, på svensk mark göra debut i VM-sammanhang (NE:3).

Både Daniel Barros och Sven Antonsson håller med om att emotionella band kan ha viss betydelse i affärsvärlden, men att det finns andra faktorer som är betydligt viktigare för deras verksamhet. Att svenska kungahuset genom sina besök visar intresse för näringslivets verksamhet anses vara positivt i den mening att det skapar uppmärksamhet, men hos den breda massan har de nästan ingen betydelse alls. Daniel Barros förklarar att brasilianarna tycker om att kunna säga att den svenska drottningen är från Brasilien, men säger samtidigt att 90% av befolkningen inte vet om det. Intresset för fotboll är större och att de vann deras första VM-guld i Sverige är det fler som känner till (Appendix 2).

8.2 Företagens roll i samhället

De svenska företagen är alltså väl etablerade i landet, genom sin närvaro skapar de arbetstillfällen och genom sin produktion möter de efterfrågan på varor - men är detta företagens enda uppgift? Blowfield och Murrey hävdar att företagens roll i samhället, och åsikterna om vilken roll de bör ha, ofta är vitt skilda världen över, och ibland otroligt komplexa. Hur man teoretiskt ser på företagens roll och målsättning har betydelse för hur man ser på företags sociala ansvar. Milton Friedman är en person som många gånger citeras när det handlar om den ena skolbildningen. Blowfield och Murrey förklarar att Friedmans teori om företagsansvar kan förkortas till att det enda sociala ansvar ett laglydigt företag har är att maximera vinsten till aktieägarna (2008, 20-23).

Friedmans teori går bland annat ut på att man anser att det finns en avvägning mellan att ha ett ansvar gentemot samhället å ena sidan, och att skapa vinst åt aktieägarna å den andra. Blowfield och Murrey framhåller att Friedman menar att socialt ansvar har en negativ inverkan på företagens möjligheter att maximera deras vinst (2008, 342), och att det traditionella synsättet inom forskning på företagsansvar har varit att företag är tvingade att välja mellan att vara socialt ansvarstagande och att maximera vinsten – det vill säga att det finns ett nollsummespel (Halme 2010, 230). Representanterna från Scania och SKF medger att deras företag inte gör några kortsiktiga ekonomiska vinster med deras arbete att förbättra samhället, men att det ekonomiska ansvarstagandet är avgörande för att de ska kunna driva deras sociala ansvar. Daniel Barros berättar dessutom att deras förhoppning är att kunna hjälpa till att utveckla samhället så att fler människor får högre inkomst, och därigenom även kan vara fördelaktiga för företagen (Appendix 1 & 2).

* Ett guld i en final där de slog Sverige med 5-2, vilket än idag är Sveriges bästa resultat i VM-sammanhang

Denna syn på företagande går stick i stäv med klassisk ekonomisk teori som hävdar att ekonomisk aktivitet kommer att sippra ner genom samhället, att en industrialisering är vägen för utveckling och att vi människor är rationella varelser som agerar för att maximera nytta. Teorin går ut på att företag fungerar och agerar på samma sätt som människor och att den sammanlagda effekten av vinstmaximeringen i slutändan kommer gynna alla nivåer av samhället (Blowfield & Murrey 2008, 211). Detta verkar stämma väl överens med företagens officiella ambitioner, då till exempel SKF har en uttalad policy som innebär att det bästa sättet för SKF att bistå den sociala och ekonomiska utvecklingen, är att driva företaget professionellt och med vinst för att därigenom kunna skapa jobb och tillfredsställa deras kunder (källa: SKF:1).

Frågan man kan ställa sig är dock huruvida företag utifrån denna teori bidrar till att förbättra samhällen och i vilken mån det är hållbart i ett längre perspektiv. Att investerare ställer krav på kortsiktig avkastning, en avkastning som genereras av vinst, innebär en stor utmaningen för företagen. Utöver detta innebär tillväxt många gånger även en ökad efterfråga på resurser, vilket leder till minskning av jordens totala bestånd, och ökade utsläpp (Blowfield & Murrey 2008, 239).

8.3 ”The Business Case”

Som ett alternativ till detta långsiktighets- kontra kortsiktighetsproblem framhäver Minna Halme att det finns teorier som menar att det finns affärsmöjligheter inom ramen för socialt ansvar, som skulle kunna innebära stora fördelar för företag genom bland annat att skapa nya marknader eller att komma på energisparande lösningar som värnar om naturen. Tanken är att nya marknader kan skapas bestående av grupper i samhällen som tidigare inte haft någon köpkraft, men som med hjälp kan bli konsumenter av varor. Företag är, enligt Minna Halme, inte förväntade att skapa produkter och tjänster för marknaden med låginkomsttagare, eller för den delen att skydda miljön, på grund av en vilja att göra gott eller hjälpa till. Tanken är istället att försöka tillgodose låginkomsttagare, eller värna om naturen, på ett sådant sätt att det ”*makes business sense*” (Halme 2010, 229).

Även Blowfield och Murrey tar upp '*The Business Case*', som det har kommit att kallas. De menar att det finns brett stöd för att de globala utmaningarna vi står inför kan vara sammankopplade med möjligheter för nya affärsområden, framtagandet av nya teknologier och nya sätt att bemöta marknader (2008, 239-240). Detta nya närmande ses som trendbrytande då den på ett fåtal år fått ökad legitimitet och även hjälpt till att förnya och bredda begreppet CSR. Förespråkarna av teorin menar att detta betraktelsesätt är en så kallad '*base-of-the-pyramid*'-teori, där man samtidigt som man ämnar att lösa problem för samhällets mindre lyckat lottade, samtidigt skapar nya affärsmöjligheter (Halme 2010, 226-227).

Med tanke på Brasiliens enorma naturresurser dras det passande nog paralleller till att liknande trendmönster finns inom miljöfrågor. Teorierna går att applicera på effektivitets-, material- och energilösningar på de

problem som miljöförstöring och vår förbränning av fossila bränslen inneburit (Halme 2010, 227). Extra intressant blir det när Brasilien är världsledande inom förnybar energi och biobränsle och synnerligen relevant när Scania är världsledande i framtagandet av nya etanolmotorer. På Scania jobbar de hårt med att vara så förnybara som möjligt, såväl för deras produkter, som för deras produktion. Enligt Sven Antonsson är cirka 85 procent av deras artiklar möjliga att återanvända på ett eller annat sätt, och med strängare avgaskrav har deras arbete kommit att handla allt mer om etanol. De har lokalt nyligen sålt de första 50 etanolbussarna till São Paulo stad, de första i raden av 15 000 bussar som staden ska byta ut innan år 2018 (Appendix 1).

Minna Halme bekräftar påståendet och hänvisar till flertalet studier där man kommit fram till att samhällsansvarsfulla satsningar bär frukt, även om man får acceptera att dessa vinster inte alltid sker kortsiktigt. De svenska företagen är exempel på att andra resultat kan uppenbara sig på lång sikt, såsom social legitimitet, de anställdas motivation, 'eco-efficiency', med mera. Resultat som är högst önskvärda men är svåra att uppnå. Minna Halme anser att integrerade satsningar för att förbättra samhällen kan hjälpa till att sänka kostnader för företagen. Exempel på detta är att göra miljövänliga energibesparingar, vilket gynnar företaget såväl som det minskar den negativa inverkan på naturen, eller att skapa bättre arbetsförhållanden som gör att de anställda trivs bättre och därigenom minska kostnaderna för att nyanställa (2010, 230).

8.4 Filantropi

Utöver det ekonomiska, legala och etiska ansvar företag kan antas ha, handlar Archie B. Carrolls fjärde och sista nivå av företagsansvar om frivilliga åtaganden, däribland filantropisk verksamhet - en verksamhet som Blowfield och Murrey kallar välgörenhet med andra människors pengar, eller '*borrowed virtue*'. Det finns dock de som hävdar motsatsen och menar att filantropi visst kan vara acceptabelt om det finns tydliga affärsmässiga beslut och anledningar bakom, främst om det har en inverkan på företagets konkurrenskraft eller om det handlar om kunskapsutveckling (Blowfield & Murrey 2008, 355).

Hopkins hävdar dock bestämt att företagsansvar inte omfattar filantropi och påvisar en viktig skillnad. Företag existerar för att ge vinst, och även om det inte finns något konstigt med det, är de som sysslar med företagsansvar mest intresserade av *hur* företaget gör sin vinst. Hopkins menar att en stor del i förvirringen och missförstånden kring företags samhällsansvar ligger i missuppfattningen att företag bör vara ansvarsfulla först när de går med vinst, det vill säga när företaget är etablerat och framgångsrikt. Han ifrågasätter tanken att endast framgångsrika företag ska vara ansvarsfulla och menar att företagsansvar i stor utsträckning handlar om skyldigheter även innan företaget är vinstdrivande. Hopkins menar att filantropi gör inget, eller väldigt lite, för att ge vinst åt företaget, medan *all* CSR-verksamhet bör vara tillämpade för att förbättra företagets grundförutsättningar (Hopkins 2007, 114).

De svenska företagen verkar dock inte göra samma distinktion mellan deras samhällsansvar och så kallad filantropisk verksamhet. De menar att det ena inte behöver utesluta det andra då de, utöver välgörenhet, väljer att ha breda satsningar som bland annat innefattar program för att ta hand om de anställda. Sven Antonsson berättar om samarbete med barnsjukhus och sjukhus för cancer-patienter, där Scania har bistått med fullt utrustade bussar och en hel del pengar. Utöver sjukhusen har de program för barnhem runt om i São Paulo och de hjälper organisationer i nordöstra Brasilien som arbetar mot barnprostitution och andra orättvisor. Det är till och med så att deras samhällsansvar blivit så pass populärt bland de anställda, att det många gånger är pensionerade Scaniamedarbetare som arbetar gratis på barnhemmen (Appendix 1).

9. Begreppet 'Corporate Social Responsibility'

9.1 Ursprung

I takt med att kunskapen kring företags samhällsansvar breddat sig har begreppet Corporate Social Responsibility (CSR) växt sig starkare och fått ökad legitimitet. Ransom Lekunze hävdar att det egentligen är omöjligt att säga när begreppet CSR föddes, på grund av att terminologin kring det, synen på vad det innebär är och har varit under förändring, vilket inneburit att begreppet fortfarande kan betyda vitt skilda ting beroende på vilken kultur man råkar befinna sig i. Lekunze menar dock att trots att just begreppet CSR är relativt nyligen påfunnet, är företagsansvar och teorier kring företags inverkan på samhället inte något nytt, inte heller ett 1900-tals fenomen, utan har en historia som sträcker sig tillbaka till industrialismens början. Tiden efter Andra Världskriget innebar dock stora förändringar och begreppet CSR växte under 1950-talet i takt med att forskningen kring företags roll i samhället tog fart. Det var Howard Bowen som 1953 var först och introducerade konceptet '*corporate responsibility*'. Anledningen till att det var först under 1950-talet begreppet skapades, menar Archie Carroll beror på att jordbruk fram tills dess varit det främsta inkomstkällan, och det var först i mitten på seklet som samhället började domineras av stora företag (Lekunze 2007, 40-41).

Jansson och Nilsson hävdar vidare att oförmågan för myndigheter att hantera oljekrisen på 1970-talet varit en stark bidragande faktor till att allmänheten fått en försämrad attityd mot myndigheter, vilket även lett till att ett ökat ansvar riktats mot företagen. CSR fick ökad legitimitet då teorierna och kunskapen kring det växte under 1980-talet - mycket på grund av nya teknologier, lagar och liberala ideologier (Jansson & Nilsson 2010, 100). Det har hävdats att en viktig skjuts för CSR kom i och med FN:s World Commission on Environment and Development report of 1987, mer känd som Brundtland-rapporten (Lekunze 2007, 42). Enligt Världsbankens ramverk för CSR så innebar rapporten en ökad medvetenhet och tankeverksamhet kring varför och hur företag kan göra miljömedvetna beslut. De menar att företag i stor utsträckning har ställt sig positiva till att vara en del av lösningen istället för problemet, och att företag dessutom kan vara avgörande för hur vi som världssamfund tar hand om problemet (källa: Världsbanken). Ransom Lekunze hävdar dock att det var under slutet på 1990-talet som begreppet CSR verkligen slog igenom, då många företag var under omfattande kritik och sökte vägar för att återskapa trovärdighet. De gjorde detta bland annat genom att ta ansvar för mänskliga rättigheter och ta beslut för att värna om miljön (2007, 37).

Ransom Lekunze, såväl som Blowfield och Murrey, framhäver att globaliseringen inneburit att allt fler företag idag upplever vad man kan kalla '*informella påtryckningar*', på grund av en ökad medvetenhet bland konsumenterna och samhället i stort. Detta på grund av att nyliberala åsikter

och beslut har lett till ett internationellt flöde av tillgångar och att fler marknader öppnats. Det faktum att företag valt att lägga delar av sin produktion i mindre utvecklade och demokratiska ekonomier, tillsammans med framväxten av en världsomfattande rörelse för mänskliga rättigheter som fått bärkraft med hjälp av multinationella organisationer och regeringar, har lett till ett ökat krav på företagsansvar (Lekunze 2007, 41-42).

Dagens kommunikationsmöjligheter och fria media har dessutom inneburit att företag ställs under en helt ny typ av kontroll, vilket har lett till att företag på många sätt har tvingats tänka om (Lekunze 2007, 42; Hopkins 2007, 14). Ransom Lekunze refererar till Löhman och Steinholtz som menar att samtidigt som politikens inflytande blir allt mindre, sker det även ett skifte från materiella till immateriella värden; det vill säga att det finns en ökad medvetenhet kring inte bara *vad* som produceras, men även *hur* det produceras. Teorin bekräftas av Scania-chefen Sven Antonsson som berättar att det är väldigt viktigt att företag arbetar med denna typ av frågor i och med att de har ögonen på sig från olika håll, från myndigheterna, samhället och medborgarna. Han säger att företagen är mer eller mindre tvingade att jobba med det som faller utanför ramen för rena produktfrågor. Lekunze sammanfattar med att beskriva att respekt för moraliska värden och känslor av ansvar, har blivit ett sätt att öka ett företags konkurrenskraft, att förbättra den interna och externa bilden av företaget genom att skapa säkerhet och samhörighet bland de anställda (Lekunze 2007, 43; Appendix 1; Luring & Thomsen 2010, 197).

9.2 Definitioner

Tillvägagångssätten har också påverkat definitionerna. Precis som ett kärt barn har många namn har även detta koncept fått flera namn utöver '*corporate social responsibility*'. Vanligt förekommande synonymer är: '*corporate citizenship*', '*business ethics*', '*corporate social and environmental responsibility*', '*strategic philanthropy*', '*sustainability* och '*corporate responsibility*' (Lekunze 2007, 38).

Mycket av kritiken riktad mot CSR ligger just i problemen med att definiera och konceptualisera begreppet (Hopkins 2007, 33). Detta har bland annat inneburit att flertalet internationella organ och myndigheter valt att skapa egna definitioner. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) har valt att definiera CSR som: "*the continuing commitment by business to contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the community and society at large*" (källa: WBCSD). Organisationen Business for Social Responsibility menar att CSR innebär att företag bör: "*achieve commercial success in ways that honor ethical values and respect people, the communities and the environment*" (källa: BSR), medan den Europeiska Kommissionen anser att CSR är: "*a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis*" (källa: EC).

Det finns dock en del definitioner och teorier som fått mer legitimitet och därmed använts mer än andra (Lekunze 2007, 78). Den mest framstående av dessa kan anses vara Archie B. Carrolls ramverk för socialt ansvarstagande från 1979. Teorin och definitionen är mer omfattande än de övriga och täcker fyra olika nivåer av ansvar (Blowfield & Murrey 2008, 21). Carroll menar att de fyra stadierna; ekonomiskt, legalt, etiskt och frivilligt ansvarstagande historiskt sett utvecklats i takt med företagets storlek. Han menar att företag initialt lägger sin tonvikt på de ekonomiska och legala aspekterna av företaget, för att därefter kunna ägna sig åt det etiska ansvaret, och slutligen lägga fokus på de områden där de kan tänkas göra nytta, trots att samhället inte ställer några krav på dem att göra det (Lekunze 2007, 79).

Även Blowfield och Murrey tar fasta på den evolutionära process som företag antas ta i frågor om CSR. De menar att det finns stöd för att det kan höra ihop med den övriga förändring som företag går igenom gentemot samhället i takt med att de blir större, mer sofistikerade och mer komplexa (Blowfield & Murrey 2008, 22, 104-105). Daniel Barros på SKF menar att stora företag kan vara mer organiserade och har större resurser, och därför, som i SKFs fall, kan ha en anställd som spenderar all sin tid med just CSR-frågor och undersöker inom vilka områden företaget kan göra störst nytta. Daniel Barros tror att det kan vara svårare för mindre företag att ha samma hängivenhet och omfattande process som SKF, men menar samtidigt att mindre företag kan ha fördelar som att de kan agera snabbare och lättare kan omorganisera. Sättet de kan arbeta på är annorlunda och det finns för- och nackdelar med att vara ett stort eller litet företag (Appendix 2).

9.3 Förändrad medvetenhet

När det gäller den nuvarande spridningen av kunskapen kring företagens ansvar finns det tendenser som visar på en ökad acceptans till begreppet. Blowfield och Murrey framhäver att femtiotvå procent av företagen på Global Fortune 250 listan rapporterade om sitt CSR-arbete år 2005, en ökning med 10 procentenheter på 3 år (Blowfield & Murrey 2008, 323). En förklaring till spridningen, menar författarna, har att göra med att framgångar inom en viss typ av tillvägagångssätt smittat av sig till andra företag och branscher (Blowfield & Murrey 2008, 324). Sven Antonsson på Scania håller med och menar att tendenserna runt om i världen pekar på en allt större medvetenhet om dessa frågor, och att det utom tvivel kommer ställas högre krav från samhället på företag framöver (Appendix 1). Ransom Lekunze bekräftar teorin och menar att globaliseringen medfört att företag blir allt större och får större inverkan på människorna i samhället, vilket i sin tur förändrar synen som samhället har på den roll företag bör ha. Han menar att det förefaller naturligt att företagets roll bör förändras i takt med att vår förståelse för deras betydelse förändras (Lekunze 2007, 37).

Johan Jansson och Jonas Nilsson menar att denna förändring, eller maktfördelning, inte bara lägger större press på företagen, utan att det även ställs större krav på konsumenterna. De menar att '*den ekonomiska mannen*', som tidigare kunde vara rationell och självisk, nu blivit delaktig i andra människors välgång i och med att de är ansvariga för vad de köper och var

de kommer ifrån. Trots att medvetenheten generellt sett ökat, finns det trots det en stor del av konsumenterna som inte bryr sig (Jansson & Nilsson 2010, 110-111). Daniel Barros på SKF menar att deras produktion och försäljning mest handlar om att sänka kostnaderna för deras kunder, men menar samtidigt att deras kunder uppskattar att de tar ett socialt ansvar. Han menar att deras CSR-program inte tillför något egentligt värde för deras kunder mer än att det är något som de bör vara aktiva med. Han understryker att deras kunder först och främst är intresserade av tillgänglighet och pris (Appendix 2).

När det gäller företags förmåga och vilja att utveckla och påverka samhällen drar författarna Jansson och Nilsson kopplingen till konsumenters möjlighet och vilja att vara miljövänliga. I och med att det inte finns några lagar som säger att medborgare till exempel måste köpa ekologisk mat eller minimera deras energiförbrukning, är det på samma sätt frivilligt för företag att ta ett större samhällsansvar (Jansson & Nilsson 2010, 111). Blowfield och Murrey håller med och menar att konsumenters okunnighet och ligkiltighet är en av faktorerna som gör att företag som vill utöka sitt ansvar hålls tillbaka (Blowfield & Murrey 2008, 376). Enligt Esbjörn Larsson är den brasilianska konsumenten mottaglig och positivt inställd till nästan all typ av samhällsansvar från företagens sida, då det finns en generell medvetenhet kring de sex olika problemområdena han tidigare identifierat. Om internationella företag kan komma åt några av problemen, och att man gör det tydligt att man tar ett lokalt eller regionalt socialt ansvar, uppskattas det enormt. Esbjörn Larsson framhäver att det kan vara svårt ur ett svenskt perspektiv att sätta sig in i den brasilianska situationen då det svenska samhället inte har samma problem och lösningarna är inbyggda i systemet (Appendix 3).

När det kommer till vilken typ av företag som bör ägna sig åt CSR finns det de som hävdar att CSR är för de allra största företagen, i och med deras makt, och att krav på ansvarsfullhet kan vara en börda för små och medelstora företag (Blowfield & Murrey 2008, 369). En del hävdar dessutom att krav på små och medelstora företag att ta ansvar kan vara innovationshämmande och agera barriärer för att ta sig in på nya marknader, vilket anses vara speciellt viktigt i utvecklingsländer. Författarna framhäver dock att det inte är meningen att dessa mindre företag ska vara oansvariga, men snarare att mindre börda bör läggas på dem jämfört med stora företag (Blowfield & Murrey 2008, 369). Hopkins menar att det relativt smärtfritt går att hävda att små och medelstora företag i utvecklingsländer har tillräckligt många problem att lösa utan att behöva tänka på deras samhällsansvar. Men samtidigt är det så att mycket av det som innefattas av CSR är sunt förnuft och ibland så förvånande uppenbart att det inte uppfattas som del av deras samhällsansvar, till exempel att identifiera och behandla sina kunder väl (Hopkins 2007, 160).

9.4 Kulturella skillnader

Synen på företagens samhällsansvar ser också annorlunda ut beroende på vilken kultur och miljö man råkar befinna sig i. Minna Halme tar upp

problematiken med kulturella skillnader och menar att just på grund av att samhällen ser ut, fungerar och uppfattas olika, medför det även att uppfattningarna om företagsansvar kommer att skiljas åt i och med att olika nationer, kulturer och sociala kontexter är i behov av olika typer av företagsansvar (Halme 2010, 222). Samtidigt konstaterar Michael Hopkins att intresset för CSR har ökat explosionsartat i utvecklingsländer och att vi nu ser en ökning av akademisk litteratur från dessa länder (Hopkins 2007, 170).

Daniel Barros menar att det inte enbart ställs olika krav från samhällets sida på företagen, utan att företagets roll och betydelse för dess anställda är annorlunda i Brasilien jämfört med i Sverige. Han menar att företagets roll i svenskarnas liv är relativt balanserat, svenskar kan separera sitt privatliv från jobbet och de har massor med fördelar så som mammaledighet och sjukdagar. Det finns dessutom mindre press från arbetsgivaren att man ska vara aktiv på jobbet, jämfört med i Brasilien. Han berättar att det inte är ovanligt att människor i Brasilien jobbar 12-14 timmar per dag, och under storhelger, på grund av arbetsbördan. På grund av de faktum att de är beroende av deras arbete är det extra viktigt att de behandlas väl. På grund av den stora arbetslösheten är människor rädda för att bli av med sina jobb, då jobbar de övertid och blir stressade. Ibland är de så pass rädda att bli av med jobbet att de säljer tillbaka delar av deras semester till företaget för att visa att de är bra medarbetare. I Sverige, menar Daniel Barros, nyanställer man om arbetsbördan blir för stor. Sven Antonsson framhäver dock att Brasilien har många andra regler och förordningar som företagen måste följa, i många avseenden är det hårdare regler än i Sverige (Appendix 2).

Blowfield och Murrey framhäver att det, speciellt i utvecklingsländer, kan finnas problem som uppstår när företag vill vara ansvarsfulla, hållbara och etiska, men av olika, bland annat kulturella, anledningar finner svårigheter med att göra det. Till exempel menar de att det kan uppstå situationer där företag ställs mellan lokala traditioner och internationella standards, där svårigheterna ligger i att avgöra vad som är riktigt att implementera och när det räknas som intrång av lokala kulturella värden. De menar också att det kan finnas tveksamheter kring situationer där företags involvering i myndigheternas arbete antingen kan förbättra deras arbete eller göra ohälsosamma intrång i den politiska processen (Blowfield & Murrey 2008, 178-9).

10. Företagens ansvar och resultat

10.1 Företagens intressenter

Vem det är företagen bär ett ansvar inför har, enligt bland andra Lekunze och Blowfield och Murrey, förändrats då det skett ett skifte från ett aktieägarperspektiv till ett 'stakeholder'-perspektiv. 'Stakeholders', eller intressenter, ses som de aktörer eller enheter som påverkar, eller påverkas av, företagen (Blowfield & Murrey 2008, 22) En förändring som alltså inneburit att företag ser till ett bredare urval av aktörer än enbart företagets investerare (Lekunze 2007, 44).

Thomsen och Lauring tar upp R. Edward Freemans definition av intressenter där han gör distinktionen mellan primära och sekundära intressenter. De primära intressenterna är de som har, så kallat, legitimt intresse i företaget; det vill säga ägare, investerare, anställda och kunder. De sekundära intressenterna är konkurrenter, distributörer, det lokala samhället, intresseförening, media, samt samhället i stort (Thomsen & Lauring 2010, 199). Indelningen är dock inte vedertagen och fler typer av indelningar går att göra. Blowfield och Murrey hävdar att intressenter, på grund av deras olika intressen, går att dela in i tre olika grupper av samhället: företag, myndigheter och det civila samhället (Blowfield & Murrey 2008, 252).

Vilka intressenter företagen väljer att främst fokusera på har givetvis effekt på resultatet, men till vem företagen främst bör vara ansvariga för skiljer sig mellan olika skolbildningar. Katarina Windell tar upp det faktum att företags fokus tidigare har legat på att tillfredsställa antingen den ena eller andra gruppen intressenter, men att allt fler företag nu är tvingade att betjäna merparten av intressenternas intressen för att kunna säkra aktieägarnas intressen. Det understryks att till exempel genom att försumma den breda gruppen intressenters yrkanden, genom till exempel miljöförstöring, kan det leda till dålig publicitet som i slutändan kan påverka aktieägarna (Windell 2010, 45). Daniel Barros på SKF menar att det inte går att urskilja vilken grupp intressenter de anser är viktigast för företaget, då det beror helt på vilken del av deras verksamhet man väljer att se på. SKF har olika program för de anställda, för miljön, för filantropi och deras uppförandekoder – alla dessa områden är sammankopplade då till exempel välmående anställda ofta gör ett bättre jobb och då går det ofta bra för företaget. Daniel menar att det inte finns några isolerade områden och att det mesta de gör påverkar andra delar av organisationen (Appendix 2).

Av vilken anledning företag väljer att vara ansvariga har också betydelse för utvecklingen. Blowfield och Murrey tar upp distinktionen som Kramer och Kania (2006) gör mellan offensivt och defensivt ansvar. De menar att defensivt ansvar utförs i de fall där företag ser CSR som ett nödvändigt ont som det måste ta hand om med minsta möjliga ansträngning och investering, där negativa anklagelser mot företaget helst vill bemötas med det billigaste alternativet att avleda uppmärksamhet (Blowfield & Murrey 2008, 102). Som en kontrast till detta ställs offensivt ansvar där företag, av olika

anledningar, helt sonika erbjuder sig att ta itu med ett problem som de egentligen inte var en del av från början. Distinktionen mellan de två är inte knivskarp och Blowfield och Murrey menar att det finns stöd för att den ena typen inte nödvändigtvis utesluter användandet av den andra; ett defensivt tillvägagångssätt kan vara användbart på kort sikt, medan ett offensivt kan innebära marknadsfördelar gentemot ens konkurrenter på längre sikt. En annan viktig skillnad, menar de, är att ett offensivt närmande kan särskilja ett företag, men det kan inte skydda det – ett defensivt närmande kan däremot beskydda ett företags rykte, men det kan inte särskilja företaget från dess konkurrenter (Blowfield & Murrey 2008, 103).

10.2 Mätbarhet och rapportering

Vare sig det är i offensivt eller defensivt syfte är en av de vanligaste formerna av samhällsansvar som företag bedriver skapandet av så kallade 'Codes of conduct', uppförandekoder, som fungerar som ramverk för de etiska värden företaget väljer att ställa sig bakom. Trots att det är frivillig att uppföra egna uppförandekoder och att företaget själv väljer hur utförliga de ska vara, finns det exempel på vanligt förekommande områden som återkommer i de flesta uppförandekoder. Det kan vara att företaget lovar att följa lagen, ta hand om de anställda, motverka diskriminering, inte anställa barn och så vidare. Dessa är ofta kopplade till den internationella arbetsorganisationen ILO eller andra organisationers standard (Lekunze 2007, 46; Hopkins 2007, 155-156). Sven Antonsson understryker vikten av deras uppförandekoder och menar att det på många sätt är ledningens sätt att kunna påverka det sätt deras lokala förgreningar jobbar på. På Scania i Brasilien jobbar de mycket med att följa de etiska värden som finns i Sverige, det är otroligt viktigt att de följer de riktlinjer som ledningen tagit fram att de ska arbeta efter, då det på många sätt speglar resten av organisationen (Appendix 1).

Esbjörn Larsson menar att uppförandekoder generellt kan ses som företagens arbetsbeskrivning då det är ett sätt för företag att kunna kontrollera deras verksamhet, och att det inte är ett sätt för företag att kunna redovisa resultat för socialt ansvarstagande. Han menar att uppförandekoder är en naturlig del av svenskt företagande, men att det nu även får ökad spridning världen över, delvis på grund av att det har implementerats under så pass lång tid (Appendix 3).

Det är visserligen möjligt att följa om företagen följer de riktlinjer som de sagt sig följa, men att utröna om ett företag tar sitt ansvar baseras i mångt och mycket på förmågan att kunna mäta och rapportera resultaten av deras arbete, det vill säga avgöra hur mycket det bidrar till samhällsutvecklingen. Det finns en rad problem med det som har kommit att kallas '*Corporate Social Reporting*', problem såsom vem man rapporterar till - det vill säga vem publiken är - och att resultaten, såsom 'trivsel på jobbet' kan vara svåra att definiera och mäta (Blowfield & Murrey 2008, 200). Definitionen av Corporate Social Reporting är, trots detta, enligt Blowfield och Murrey, processen att kommunicera, till hela eller delar av samhället, de sociala och miljömässiga effekter som en organisations ekonomiska åtaganden har. Det

innebär en ökning av ansvar för alla typer av organisationer, kanske framförallt företag, att inte enbart rapportera om den finansiella aspekterna till aktieägarna (Blowfield & Murrey 2008, 192-3).

Social rapportering kan ge samhället en inblick i företags samhällsansvar och är samtidigt ett relativt enkelt sätt för företagen att berätta för sin omgivning om vad det gör – men häri ligger ytterligare ett problem. Delvis på grund av möjligheten att företag kan definiera CSR precis hur de vill, och att det är upp till företagen att rapportera om deras arbete, är det fritt fram för företagen att själv välja vad som ska rapporteras (Blowfield & Murrey 2008, 192). Det finns förvisso ramverk och förslag som visar vad företagen bör rapportera om, vilket lett till att många företag väljer att följa direktiven Global Reporting Initiative tagit fram, däribland SKF (SKF:2).

Blowfield och Murrey menar att det som företagen väljer att *inte* rapportera om kan säga lika mycket, om inte mer, om företaget än det som de väljer att göra offentligt. De finner stöd för sitt påstående i forskning som de menar visar att företagen själva väljer de områden inom CSR där de kan falla i god dager, och att de medvetet utesluter eller ignorerar de områden och situationer där de kan utsättas för kritik (Blowfield & Murrey 2008, 193). Ransom Lekunze menar att CSR kan användas som ett PR-verktyg i och med att företag gärna gör reklam för sina utvecklingssatsningar i förhoppningen att skapa märkeslojalitet och personliga kontakter, samtidigt som det även kan användas som ett medel för att återskapa respekt och trovärdighet (Lekunze 2007, 49).

11. Bör företagsansvar standardiseras?

Det faktum att det är möjligt att tolka CSR på otroligt många sätt, har fått en del att påstå att begreppet tappar legitimitet och bärkraft. De menar istället att det krävs *en* definition av begreppet CSR och att ett standardiserat ramverk bör upprättas för att ge möjligheten att utvärdera och mäta effekterna av de insatser som görs (Windell 2010, 45-46). Det ses som grundläggande att företagsansvar, genom ett tydligt ramverk, når ut till den breda massan och uppnår legitimitet på bred front för att inte tappa betydelse och riskera att fragmenteras (Blowfield & Murrey 2008, 374-5).

Andra hävdar samtidigt, trots fördelarna med ett ramverk eller standardisering, att regleringar inte nödvändigtvis är särskilt effektiva. De menar att det finns en risk att en standardisering tar udden av de individuella försöken och att nivån kan hamna under den som många företag redan befinner sig på - alternativt får företag att lägga sig på en lägre nivå än vad de själva hade ansett vara tillräckligt (Blowfield & Murrey 2008, 357). Det finns en oro att en internationell standard inte är möjlig att applicera på olika kulturer, kontexter och industrier, och att begreppet måste vara flexibelt, att självreglering är vägen för CSR då frivilliga aktioner kan utveckla sätt för företag att ta ett samhällsansvar på betydligt bättre sätt än lagar någonsin kan (Windell 2010, 46).

Oberoende av kulturell kontext finns sju områden som olika standards normalt sett behandlar. Dessa är: den naturliga miljön, arbetskraften, bolagsstyrning, pengatvätt, mutor och korruption, mänskliga rättigheter och principer för rapportering (Blowfield & Murrey 2008, 168) Normen för en standard anses vara att den måste tillmötesgå tre kriterier; den måste vara '*comprehensive*', det vill säga vara heltäckande och åtminstone täcka de sju områdena; en standard måste även vara '*comparable*' så att jämförelser mellan aktörer går att göra, och till sist ska den även vara '*credible*', så att andra företag och intressenter kan lita på deras integritet och kan ta informerade beslut (Blowfield & Murrey 2008, 170).

Det finns ett flertal försök till internationella standards för företagsansvar. En viktig milstolpe sägs vara när Kofi Annan år 1999 tog initiativet till att skapa en stadga för företagsansvar inom Förenta Nationerna. Resultatet blev UN Global Compact, vilket är en sammanställning av tidigare initiativ och definitioner. Stadgan har tio principer indelad i 4 grupper, och med sitt stöd av FN, räknas den idag som en av de standards med störst validitet och legitimitet (Egels-Zandén & Kallifatides 2010, 166). Den första gruppens två punkterna säger att företag bör respektera, ge sitt stöd och se till att företaget inte är delaktiga i brott mot mänskliga rättigheter, medan punkt tre till sex menar att företag bör upprätthålla föreningsfrihet, erkänna rätten till kollektiva förhandlingar, eliminera all form av tvångs- och barnarbete, samt eliminera all form av diskriminering vid anställning och yrkesutövning. Grupp tre behandlar miljöfrågor och menar att företag ska stödja försiktighetsprincipen vad gäller miljörisker, ta initiativ för att främja större

miljöansvar och uppmuntra utveckling och spridning av miljövänlig teknik. Den avslutande och sista punkten innebär att företag bör arbeta mot korrupktion i alla dess former, inklusive utpressning och mutor (källa: UN Global Compact).

Blowfield och Murrey understryker det Kell och Levin (2003) konstaterade, att UN Global Compact aldrig varit menad som en lösning på kapitalismens så kallade misslyckanden, utan istället, med grundläggande värderingar med stöd i diverse konventioner och deklARATIONER av FN, bör ligga till grund för ett internationellt företagande, där förhoppningen givetvis är att deras kunskap även ska bidra till utveckling och välfärd (Blowfield & Murrey 2008, 270). Sven Antonsson menar att FN's arbete spelar stor roll för att företag ska anamma ett större ansvar. Scania upplever att de många gånger lever upp till de uppsatta målen utan att ens veta om det - men att de även finns en del områden där de skapar ökad medvetenhet. Framförallt när det gäller avgaskrav har myndigheter och internationella organisationerna spelat en stor roll för att driva utvecklingen. Företagen hade förmodligen inte lagt ner lika mycket tid och resurser i utvecklandet av nya metoder och produkter om inte det funnits krav från högre instanser. Inom andra områden ställs inte samma krav som med miljöfrågor, vilket innebär att flexibiliteten är större. På SKF ser de bland annat ISO-standards som minimum-krav och försöker alltid ta några steg extra. Till exempel meddelas att SKF i Brasilien var först inom koncernen att ansluta sig till miljöstandarden ISO 14001. Ja efter Sverige då, såklart (Appendix 1 & 2).

Schwartz och Tilling försöker besvara frågan varför standardisering är så attraktivt och menar att det ses som en slags generalplan* för att hjälpa företag och organisationer. Oberoende av vad man har för problem eller vad man har för målsättning, är det tänkt att en standard ska fungera för vilken typ av organisation som helst, likväl för företag som för statlig myndighet, för de små och för de stora, oberoende av deras produkter, eller om deras produkter i själva verket är en tjänst (Schwartz & Tilling 2010, 87). Den senaste i raden av internationella standards presenterades i November 2010. Standarden har sitt ursprung i ett internationellt beslut som togs 2004 om att det svenska institutet för standardisering, tillsammans med den brasilianska motsvarigheten, med hjälp av en mängd andra, skulle ta fram en internationell standard för företagsansvar enligt Internationella Standard Organisationens alla regler. Deras uttalade målsättning är att skapa ett ramverk utifrån en internationell konsensus kring definitioner av vad CSR är och på vilka sätt arbetet bäst utförs (Schwartz & Tilling 2010, 82-83; källa: ISO).

Birgitta Schwartz och Karina Tilling hävdar dock att en ny standard inte nödvändigtvis kommer påverka företag att förbättra arbetsmiljöer. Risken med en standardisering av sociala frågor är att det kan leda till ett fokus på själva standardiseringsprocessen, istället för att fokusera på det som är viktigt. ILO har också konstaterat att socialt ansvar inkluderar sociala och politiska processer, en aspekt som skiljer sig från andra standards, vilket lett till att ILO bestämt hävdar att ISO:26000 bör vara *'a guidance standard*

*Författarna gör jämförelser med Pippi Långstrumps 'medusin', för den som kan sin Astrid Lindgren

only' (Schwartz & Tilling 2010, 85-86). Vilket också är det officiella uttalandet (källa: ISO).

Författarna menar också att riskerna med en standardisering är att när ledningssystem blir institutionaliserade, leder det också till att de problem som är kontextuella, kulturellt betingade, politiska eller handlar om makt, riskerar att glömmas bort. Genom att standardisera, menar de, tar de problemen ur sin kontext och de ställer sig frågan om standardisering verkligen är det bästa alternativet för problem som anses vara högst kontextuella (Schwartz & Tilling 2010, 89-90).

12. Analys och slutsatser

Under de dryga 500 år Brasilien har haft ett utbyte med europeiska stater, har landet påverkats och influerats på otaliga sätt. Anledningarna till varför Brasilien upplever många av de problem som Sverige i stor utsträckning är befriat från kan givetvis vara flera, men ländernas historia kan anses vara en av dem. Sverige har levt i fred över 200 år, samtidigt som Brasiliens aldrig haft någon jämförbar trygghet. Det är svårt att avgöra i vilken utsträckning interaktionerna mellan Brasilien och den europeiska kontinenten påverkat de problem landet upplever. Men trots problem med svårhanterad byråkrati, undermålig infrastruktur, låg utbildningsnivå, hälsovårdsproblem, korruption och kriminalitet, har Brasilien upplevt ekonomisk och industriell framgång. Landet är nu den största ekonomin i Sydamerika och en av världens absolut största ekonomier. Industrialisering kan tänkas vara ett steg mot en bredare utveckling, det finns anledning att tro att det är vad den brasilianska regeringen vill uppnå med sitt protektionistiska förhållningssätt och strävan att ha stor del av produktionen inom landets gränser.

FN, internationella organ och statliga myndigheter är, enligt litteraturen, oförmögna att hantera de problem som interaktioner mellan länder kommit att innebära för bland andra Brasilien, och i allt större utsträckning har företag tagit över som de främsta aktörerna. Med statens, i relation till företagens, minskade inflytande, blir dess roll främst att skapa regler och ramverk för näringslivet att verka i, bland annat i form av byråkratiska hinder såsom subventioner och tullar. Uttalanden såsom att företagen vill ha en fri handel inbjuder till tanken de svenska företag jag intervjuat, förespråkar en relativt låg statlig inblandning om företagen fullt ut ska kunna bidra till landets utveckling.

Svenska företag har, enligt de intervjuade, goda förutsättningar för att kunna bistå Brasilien i dess utveckling. De tre huvudanledningar som presenterats; att svenska företag funnits i landet under en lång tid, att de tagit med sig ett uppskattat arbetssätt, samtidigt som de är öppna för att anamma de brasilianska sederna, samt känner ett stort socialt ansvar utöver den egna verksamheten, har inneburit att svenska företag har ett gott rykte, men även hjälpt till att skapa en standard för andra företag att följa. Det ter sig långt ifrån självklart att alla företag känner samma etiska ansvar som de svenska företagen och teorierna går isär om vilket samhällsansvar företag egentligen bör ha.

Den ena skolan, med frontmannen Milton Friedman, hävdar att företag endast bör ägna sig åt Archie B. Carrolls två första nivåer av företagsansvar, det vill säga det ekonomiska och legala ansvaret; de bör göra vad de kan för att gå med vinst och producera produkter som samhället vill ha samtidigt som de måste agera inom lagens ramar. Förespråkare för denna teori anser att ett samhällsansvar inkräktar på företagens möjligheter att vara framgångsrika på kort sikt, det hävdas att ekonomisk aktivitet kommer sippra genom samhällets olika nivåer vilket i slutändan kommer leda till utveckling för alla samhällsklasser. Svenska företag kan dock ses som exempel på att ett brett samhällsansvar kan ha långsiktiga effekter som även

kan innebära kortsiktiga fördelar, till exempel vid förhandlingsborden. Företagens filantropiska verksamhet innebär förvisso en direkt kortsiktig kostnad för företagen, men deras aktioner sänder positiva signaler gentemot samhället, vilket kan tänkas ge företagsmässiga fördelar och, inte att förglömma, bidrar de till att förbättra situationen för människor, även om det går att hävda att man genom filantropi inte når roten till problemet.

Det är istället genom att skapa så kallade '*business cases*' som företag bäst anses kunna bidra till den brasilianska utvecklingen. Minna Halme förklarade att det inte går att förvänta sig att företag ska vara samhällsansvariga baserat på en vilja att göra gott eller för att hjälpa till. Företag bör istället genomföra sin verksamhet på ett sådant sätt att de har en positiv inverkan på landets utveckling, samtidigt som det är företagsmässigt försvarbart. Brasilien har, bland annat på grund av sina enorma naturresurser, stora möjligheter för '*business cases*' och svenska företag har anammat det genom att utveckla industrin för alternativa bränslen, där Scania är ledande med sina etanolmotorer, men även effektivitetslösningar, där SKFs verksamhet i stor utsträckning går ut på att hjälpa företag att minska deras energiförbrukning.

Spridningen av medvetenhet kring företags samhällspåverkan och ansvar har flera förklaringsfaktorer, exemplifiering genom att vara goda föredömen kan anses vara en av dem. Enskilda skeenden, såsom Brundtland-rapporten och enskilda teoretikers arbete att skapa definitioner, såsom Archie B Carrolls, anses vara nödvändiga för spridandet av kunskap. Men de omfattande förändringar som globaliseringen har inneburit har även medfört att företag agerar i, och påverkar, fler samhällen och större marknader, vilket innebär att möjligheten (risken) för företag att utnyttja samhällets arbetskraft och miljöresurser, blir fler. Globaliseringen och den teknologiska utvecklingen av kommunikation och transport har även inneburit en förändring i synen på företagens intressenter. Oavsett vilken indelning man gör går det att påstå att företag inte längre står till svars enbart inför sina ägare, i och med att de har fått fler intressenter att rätta sig efter och misslyckanden med detta kan få negativa konsekvenser för företagen.

Företags samhällspåverkan, vare sig om det handlar om deras miljöpåverkan, de anställda eller deras produkter, har således blivit en viktig faktor för deras varumärke och image. Det finns tecken på en bredare acceptans bland företag att ta sitt samhällsansvar, men sätten det sker på kan vara väldigt olika. Indelningen i offensivt och defensivt ansvar ger en bra förståelse för företagens förmåga och vilja att påverka och bidra till utveckling. Trots att båda typerna av ansvar kan antas bidra till utvecklingen på ett eller annat sätt, råder det ingen tvekan om vilket som är bäst för samhället då åtgärder i defensivt syfte definieras som aktioner för att kompensera för områden av företagets verksamhet, som haft en negativ inverkan på samhället eller företaget intressenter.

Det faktum att det i stor utsträckning är frivilligt för företagen att vara ansvarsfulla, bortsett från de ekonomiska och legala aspekterna, kan anses vara ett problem - framförallt när resultaten av deras arbete många gånger även de är frivilliga att redovisa. Men med den ökande medvetenheten bland

samhällets olika intressenter, finns det anledning att ifrågasätta hur frivilligt ett företagsansvar verkligen är. Företagen jag har intervjuat har inte visat någon vilja att skryta med deras arbete, men samtidigt är det möjligt att påstå att de inte har något emot att deras goda arbete sprids till omvärlden. För att minimera risken för bakslag har de allra flesta företag uppförandekoder som har visat sig vara otroligt viktiga för företagen att bibehålla en viss standard trots kontextuella och kulturella skillnader i olika länder. Inte minst i Brasilien har svenska företags uppförandekoder varit en viktig del i att skapa en standard för andra företag att följa.

Standardisering har för övrigt presenterats som en lösning på problemet att en del företag, av den ena eller andra anledningen, inte agerar ansvarsfullt. Internationell standard och regelverk har visat sig vara viktiga i de fall då de driver processer, som i fallet med nya motorer, där företagen utan påtryckningar själva inte hade lagt ner samma mängd resurser som de gör. Inom andra områden kan en standard vara mer eller mindre verkningslös för en del företag som självmant väljer att ta några steg till och ser standards som minimikrav. Det är dock viktigt att påpeka att denna synvinkel är ur perspektivet från ett svenskt företag, att företag med en annan företagskultur än den svenska kan ha svårare att nå upp till det som svenska företag ser som självklarheter. Största hindret för en bredare standardisering tycks vara det faktum att många lokala problem är kontextuella och att energi och resurser läggs på en standardiseringsprocess som gör lite, eller inget, för att tackla de verkliga problemen.

Intervjuerna intygar att det är stora skillnader mellan Sverige och Brasilien, deras problem och de krav som ställs på företagen i respektive land. På grund av svenska företags uppskattade arbetssätt har de skaffat ett gott rykte och möjlighet finns för dem att vara goda föredömen trots (eller tack vare?) våra kulturella avvikelser. I en del avseenden har svenska företag mycket att bidra med, bland annat hur man tar hand om de anställda och genom företagets etiska värderingar. Här ligger ett stort ansvar från företagen, att se bortom kortsiktiga ekonomiska fördelar och se till de långsiktiga möjligheterna. Arbetsförhållanden har även visat sig skilja sig åt mellan Sverige och Brasilien, medan svenska företag kan bidra med teknologi, innovationskraft och sätt att behandla de anställda, har många brasilianare mycket att lära svenskar om arbetsmoral.

Paralleller har tidigare dragits mellan konsumenters vilja och benägenhet att vara klimatsmarta; köpa ekologiska produkter och minska energiförbrukningen. För det krävs det vetskap om var de produkter man konsumerar härstammar ifrån, kunskap om vad som är tillåtet, moraliskt och etiskt riktigt, men framförallt alternativ om man har invändningar mot en varas produktion. På samma sätt gäller det företagsansvar och CSR. Företag behöver vetskap om vilka problem de samhällen där de verkar står inför, kunskap om hur man förbättrar situationen och förmågan att bistå med alternativ.

Detta är inga enkla problem att lösa då dagens samhälle utvecklats till ett spel av '*survival of the fittest*'. Konsekvenserna av detta tänkande och agerande har dock i allt högre utsträckning börjat göra sig gällande, inte

minst i Brasilien. Den långsiktiga kontra kortsiktiga planeringen för världens företag och samhällen blir allt mer uppenbar. Företag inte kan fortsätta sitt kortsiktiga beteende om de ska kunna verka och bidra till utveckling även i ett längre perspektiv. Det krävs mer djupgående ansvarsfulla satsningar som präglar hela organisationen. Det är inget fel med att företag tjänar pengar, men det handlar om *sättet* de tjänar sina pengar, genom att fortsätta utveckla de arbetssätt som svenska och europeiska företag har utvecklat under lång tid. Jag har insett att Corporate Social Responsibility inte enbart är ett sätt för företag att skapa sig ett gott rykte och att dra sitt strå till stacken – CSR är benämningen på ett sätt att vara.

13. Sammanfattning

Delvis på grund av internationell handel och interaktioner mellan länder och världsdelar, har Brasilien och Sverige utvecklats på helt olika sätt. Brasilien har genom åren gått genomgått omvälvande förändringar där politiska beslut och internationell påverkan har lett till ekonomisk framgång och tillväxt, samtidigt som en stor del av befolkningen och samhället upplever stora orättvisor och problem.

Statliga myndigheter och internationella organisationer har, delvis på grund globaliseringen och en teknologisk utveckling, fått allt mindre makt och företag har i stället blivit de mäktigaste aktörerna på den internationella arenan. Svenska företag har genom en god företagskultur skapat sig ett gott rykte i Brasilien och de har genom sin långvariga närvaro lärt sig det brasilianska systemet och kunnat förbättra det genom att applicera sina etiska värden och arbetssätt.

De svenska företagen gör dock mer än vad många teoretiker anser att företag har ansvar för. Milton Friedman med flera hävdar att företags enda uppgift är att producera varor och tjänster som samhället vill ha och att göra det inom de lagar och bestämmelser som finns för att generera vinst åt företaget aktieägare.

Andra hävdar dock att de negativa externaliteter av att företag endast fokuserar på att gå med vinst, innebär att de inte bidrar till samhällets utveckling i den mån de är kapabla till. De menar istället att företag bör finna sätt att utveckla produkter, tjänster eller arbetssätt, som direkt eller indirekt har en positiv inverkan på omgivningen. Exempel på detta kan vara att utveckla tekniker för energibesparingar eller ta hand om de anställda för att öka deras effektivitet.

Företags samhällsansvar är egentligen ingenting nytt då företag på ett eller annat sätt varit ansvariga för mer eller mindre stora grupper intressenter. På grund av en ökad handel och förflyttning av produktion under andra hälften av 1900-talet, tillsammans med utvecklade kommunikations- och kontrollmekanismer, har en ökad medvetenhet skapats där företag hålls ansvariga i en betydligt större utsträckning än tidigare. Ökad kunskap har också inneburit att forskningen kring ämnet ökat, vilket lett till fler försök att definiera vad företagsansvar, CSR, egentligen betyder och innebär. Olika försök till standardisering har genomförts av bland andra FN och ISO, men kritiska röster har höjts för att en standardisering, förutom att de kan hjälpa spridningen och kunskapen kring företags ansvar, även kan vara innovationshämmande och att för stort fokus läggs på standardiseringsprocessen istället för på de problem man försöker ta itu med.

Med hjälp av litteratur och intervjuer med representanter från svenskt näringsliv, har jag kommit fram till att svenska företag har en öppen och utvecklad inställning till CSR och att de med deras arbete har mycket att bidra med i Brasiliens utveckling.

14. Referenslista

Litteratur:

Blowfield, M & Murrey, A (2008) *Corporate Responsibility: A critical introduction*. Oxford: University Press

Boyle, P & Flowerdew, R (2005) Designing the report. I: Flowerdew, R et al. (red) *Methods in human geography*. Harlow: Pearson Education Limited.

Brainard, L & Martinez-Diaz, L (2009) *Brazil as an economic superpower? Understanding Brazil's changing role in the global economy*. Virginia: R.R. Donnelly

Clark, G (2005) Secondary data. I: Flowerdew, R et al. (red) *Methods in human geography*. Harlow: Pearson Education Limited.

Cloke, P, et al. (red) (2004) *Practicing Human Geography*. London: SAGE Publication Ltd.

Egels-Zandén, N & Kallifatides, M (2010) Multiparadigm Inquiry into Corporate Responsibility: An ABB Corporate Aid Project under the Global Compact Banner. I: Dobers, P (red.) *Corporate Social Responsibility: Challenges and Practises*. Stockholm: Santérius Förlag.

Flowerdew, R (2005) Finding previous work on the topic. I: Flowerdew, R et al. (red) *Methods in human geography*. Harlow: Pearson Education Limited.

Halme, Minna (2010) Something good for everyone? Investigation of three corporate responsibility approaches. I: Dobers, P (red.) *Corporate Social Responsibility: Challenges and Practises*. Stockholm: Santérius Förlag.

Hopkins, M (2007) *Corporate Social Responsibility & International Development: Is business the solution?* London: Sterling V.A.

Jansson, J & Nilsson, J (2010) Corporate Citizenship and the Citizen Consumer: Introducing the CC-matrix. I: Dobers, P (red.) *Corporate Social Responsibility: Challenges and Practises*. Stockholm: Santérius Förlag.

Lauring, J & Thomsen, C (2010) The Business of Social Responsibility: Practicing and Communicating CSR. I: Dobers, P (red.) *Corporate Social Responsibility: Challenges and Practises*. Stockholm: Santérius Förlag.

Lekunze, R (2007) *Corporate Social Responsibility and Development: The Case of the chad-Cameroon Oil Pipeline Project*. Lund: Media-Tryck.

Lepenies, P (2008) New institutional economics and development. I: Desai, V & Potter, R (red.) *The companion to development studies*. 2nd ed. London: Hodder Education.

Potter, R. B. et al. (2008) *Geographies of Development: An introduction to Development Studies*. 3rd ed. Gosport: Ashford Colour Press.

Schwartz, B & Tilling, K (2010) Standardizing Sustainability: A critical perspective on ISO 14001 and ISO 26000. I: Dobers, P (red.) *Corporate Social Responsibility: Challenges and Practises*. Stockholm: Santérius Förlag.

Valentine, G (2005) Tell me about...: using interviews as a research methodology. I: Flowedew, R et al. (red) *Methods in human geography*. Harlow: Pearson Education Limited.

Windell, K (2010) CSR Conferences as Catwalks: The translation of an Idea. I: Dobers, P (red.) *Corporate Social Responsibility: Challenges and Practises*. Stockholm: Santérius Förlag.

Internetkällor:

BSR: Business for Social Responsibility
http://www.bsr.org/reports/BSR_AW_Intangibles-CSR.pdf s.7 (20/11-2010)

CNN: *Dilma Rousseff: From fugitive guerrilla to Brazil's new president*. de Moura, H, 2010.
http://articles.cnn.com/2010-10-31/world/brazil.winner.profile_1_lula-chief-president-lula-istoe/2?_s=PM:WORLD (20/12-2010)

Debattartikel: *We love Brazil!* Olofsson, M och Björling, E, 2009.
<http://www.regeringen.se/sb/d/11388/a/133404> (20/11-2010)

E24: *Svenska företag täljer guld i Brasilien*. De Lima Fagerlind, A, 2010.
http://www.e24.se/makro/varlden/svenska-foretag-taljer-guld-i-brasilien_2336651.e24 (22/11-2010)

EC: European Commission
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_en.htm (20/11-2010)

IISS: The International Institute for Strategic Studies
<http://www.iiss.org/recent-key-addresses/carl-bildt-address/> (12/12-2010)

ISO: International Standard Organization
http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview.pdf (1/12-2010)

NE 1: Nationalencyklopedin om Brasilien
<http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/brasilien> (7/12-2010)

NE 2: Nationalencyklopedin om kolonialism
<http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/kolonialism> (7/12-2010)

NE 3: Nationalencyklopedin om fotboll
<http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/fotboll> (15/12-2010)

SKF 1: Svenska Kullager Fabriken

[http://www.skf.com/portal/skf/home/sustainability?
contentId=509063&lang=en](http://www.skf.com/portal/skf/home/sustainability?contentId=509063&lang=en) (15/12-2010)

SKF 2: Svenska Kullager Fabriken

<http://www.skf.com/portal/skf/home/sustainability?contentId=509038>
(15/12-2010)

TED: Technology, Entertainment, Design – Rosling, Hans, 2006.

[http://www.ted.com/talks/hans_rosling_shows_the_best_stats_you_ve_ever
_seen.html](http://www.ted.com/talks/hans_rosling_shows_the_best_stats_you_ve_ever_seen.html) (12/12-2010)

UN Global Compact:

<http://www.unglobalcompact.org/aboutthegc/thetenprinciples/index.html>
(7/12-2010)

UNDP: United Nations Development Programme

<http://hdr.undp.org/en/statistics/> (25/11-2010)

Världsbanken:

[http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/csrfra
mework.pdf](http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/csrframework.pdf) s.7 (20/12-2010)

WBCSD: World Business Council for Sustainable Development

[http://www.wbcd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?
type=p&MenuId=MTE00Q](http://www.wbcd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?type=p&MenuId=MTE00Q) (20/11-2010)

15. Appendix 1

Sven Antonsson – Scania, 17/12 2010

Jag har läst via er globala hemsida, ert globala program för 'corporate responsibility', är det något speciellt i detta som ni arbetar med i Brasilien, varför? Något speciellt som präglar ert CSR-arbete i Brasilien? Är det något som finns globalt som ni inte gör? Varför inte?

Dels med den ekonomiska utvecklingen, att man bidrar samtidigt, att ta hand om sina anställda, hjälper till i samhället med olika typer av resurser, ja även de miljömässiga aspekterna. Men först och främst när det gäller våra etiska-värden, så jobbar vi väldigt mycket med att följa de regler och normer som vi har i Sverige, och då inom Scania. Vi har ju 'rules of conduct' och så vidare, och det är ju otroligt viktigt för oss att vi arbetar på samma som ledningen för företaget har tagit upp att va skall jobba på, hur vi ska arbeta. Detta följer vi som sagt, och detta är mycket ledningens sätt att påverka företaget och det är vårt sätt att arbeta som speglar resten av organisationen. Det gäller för oss då, naturligtvis, när det gäller etik och så vidare, att vi har internrevisorer för att följa upp alla de här bitarna så att vi inte gör massa dumheter här nere som kan slå på Scantias namn. Sen när man kommer in på miljö och liknande så arbetar vi väldigt mycket med att få in miljövänliga produkter och det gäller ju allting ifrån att du ska ha en produkt som är så 'renoverbar' som möjligt, att den är 're-recyclable' – vi talar här om kanske 85 procent av våra artiklar som man kan renovera idag, på något sätt. Dessutom har vi hela biten med olika typer av bränslen och liknande, vi jobbar mycket med att med att föra in, i Europa är det redan införts Euro5 motorer, och vi jobbar nu med Euro 6, som innebär ytterligare, strängare avgaskrav och så vidare. Utöver detta har vi lokalt nu sålt de 50 första etanolbussarna till São Paulo, och det innebär att vi kommer att gå på 'renoverbara' bränslen framöver istället för fossila bränslen för den lokala stadstrafiken. Vi räknar med att det går ungefär 15 000 bussar i São Paulo, och staden kommer att byta ut 100% av dessa bussarna från till 2018 för att inga bussar får gå på fossila bränslen. Alternativen just nu är etanol, eller diesel från växtriket, och det är mycket mer komplicerat än etanolen, men när det gäller just etanolen så tror jag vi har ett stort försteg framför våra konkurrenter. Det kommer väldigt mycket hybridbussar och liknande framöver, men de är i dagens läge så dyra, och många använder idag dieselmotorer tills vidare, med fossila bränslen, och då är inte effekterna så hemskt stora.

Sen när vi kommer in på den sociala biten så arbetar vi mycket på företaget med olika institutioner, typ barnsjukhus och liknande, bland annat ett av de allra största sjukhusen för cancer-patienter här i Brasilien, som vi stöder med fordon som vi gett dem. Det är framförallt bussar, som är fullt utrustade, där de då kan ha olika typer av tester runt om i landet. Vi hjälper till lokalt på sjukhusen och försöker bidra med en hel del pengar. Vi håller även på med olika typer av barnkrubbor runt om i São Paulo och vi hjälper flera organisationer i

nordöstra Brasilien som arbetar mot barnprostitution och andra orättvisor. Vi är delaktiga på en rad olika ställen och hela denna verksamheten är ganska stor hos oss och många av de som håller på med det är pensionerade Scaniamedarbetare som jobbar gratis för barnhem och liknande

Detta kan va låta som en retorisk fråga, men trots det som du sa inledningsvis, så finns det teorier om i den akademiska världen som säger att CSR inte har någon betydelse, att allt går ut på att tjäna pengar och att allt utöver det är sekundärt - Hur slår du hål på ett sådant argument?

Det är ju ändå så att företag måste ju tjäna pengar för att kunna driva denna typen av verksamhet och vi lägger ju ner väldigt mycket pengar på just den här yttre biten, i samhället, framförallt att förbättra för familjen hos de som jobbar på Scania. Det gäller till exempel friskvård, och sättet vi tar hand om våra anställda, där vi tycker att vi ligger på minst samma nivå som vi har i Sverige. Men sen finns det också lagar och förordningar som till exempel säger att minst fem procent av de anställda ska ha något slags handikapp, och här är det hårdare krav än vad vi har i Sverige.

Ser du detta som ett långsiktigt program eller ser ni kortsiktiga vinster med det?

Nej, jag skulle vilja beskriva det som att den här biten med arbeta med samhällliga frågor, det ökar mer och mer, det sker en ökning varje år och problemet är många gånger vilken typ av projekt där vi kan ställa upp och göra mest nytta. Vi inser att vi har ett stort ansvar mot miljön, att ta hand om och förbättra läget i den kommun där vi arbetar och dessutom har vi en del projekt runt om i landet. Samtidigt vet jag att även våra återförsäljare runt om i landet arbetar med mindre projekt, i mindre eller större omfattning

Ni som är stora företag har fördelar av globala program med stora resurser, hur viktigt tycker du det är för betydligt mindre företag, som inte har samma resurser, att ändå satsa på ett CSR-program? Finns det någon evolutionär process?

Kanske om man ser det rent procentuellt, av de kostnader som man har runt det hela, men det är inte enbart kostnader, utan man bygger upp en image kring företaget. Det är väldigt viktigt idag att man arbetar med denna typen av frågor, att företaget ses från myndigheternas sida, från samhället, från medborgarna på ett positivt sätt. Man är mer eller mindre tvingad att du jobbar med andra frågor än rena produktfrågor.

Hur viktigt är CSR för era kunder? Till vilken grad uppskattar de ert CSR-program?

Jag vet, i och med att jag dagligen är i kontakt med våra kunder att de många gånger känner till när vi gör olika typer av insatser, stora och små, runt om i landet. Det är många gånger våra återförsäljare som hjälper till

och ställer upp. Det finns till exempel en återförsäljare som driver ett helt sjukhus, en annan som är drivande i miljöfrågor, andra som hjälper till i skolor, plantering av träd och så vidare. Vi lägger ner mycket resurser på undervisning i skolor, hur man ska jobba med miljöfrågor. Det finns ett stort ansvar bland både mindre och större företag att arbeta med denna typen av frågor i Brasilien. Sen beror det mycket på hur mycket ledningen kan påverka men det är även många gånger medarbetare inom företaget som driver de här frågorna och då får hjälp av företaget.

Den globala standard som finns, t.ex. FN Global Compact och en rykande färsk ISO-standard ISO 26000, framtagna av svenska och brasilianska instituten och som handlar specifikt om CSR - Hur viktigt är det med internationell standard, är det bra, är det tvingande, är det vägledande? Bra eller dåligt? Hur resonerar ni? Ses det som att en standard är tillräcklig?

Om man tar all den miljöstandard som kommit tidigare, till exempel ISO 14001, alla de bitarna håller vi på och jobbar med dagligen inom företaget. Sen jobbar vi mycket med Clinton Foundation där de är väldigt intresserade av sättet vi går vidare med våra etanolbussarna till exempel. I övrigt så spelare ju de stora organisationerna så som FN väldigt stor roll för att företag ska anamma det här, men många gånger arbetar vi med de här områdena utan att känna till de här internationella reglerna, men det kan vara saker som kommer upp som vi inte inte funderat på tidigare. När det gäller de hårda avgaskkrav som kommer upp så har myndigheterna och de stora internationella organisationerna spelat en stor roll för att driva den här utvecklingen. Det kan vara så att företagen inte hade drivit, och lagt ner så mycket pengar på det om man inte hade haft ett krav på sig, det är väldigt tuffa krav som ställs och det har inneburit att det är en stor del av organisationen, när det gäller utveckling av produkterna, arbetar vi med de här frågorna för att kunna klara de legala krav som kommer från högre ort. Sen finns det mycket när det gäller avfallshantering, och liknande, som många länder inte har börjat ta i, trots att tekniken finns idag. Jag kan berätta att jag varit med i en svensk organisation som heter Symbio City, där exportrådet bland annat är drivande. Med den teknik som finns idag, och som flera svenska städer använder, bland annat Borås och Lindköping, har de kommit väldigt långt på det här området. Man använder avfallet så mycket som möjligt och försöker få slutna system. Jag hörde bland annat från Borås att man renoverar, eller tar hand om, 98 procent av avfallet. Det är alltså egentligen bara två procent deponeras någonstans nu för tiden. Det materialet som är brännbart återvinner man då antingen för att skapa till exempel energi eller ta fram biogas som man sen använder i bussar eller någonting annat. Inom dessa områden saknas det mycket i dessa länder, det är enorma avfallsberg och man tar inte hand om all den metangas och sånt här som skapas. Detta är ytterligare ett exempel på där vi som företag är med på dessa symposier.

-“Svenska företag har gott rykte i Brasilien” - men håller du med? Varför?

Det är vårt sätt att jobba, vi har tagit med oss de delningsprinciper och så som vi använder i Sverige och tar hand om våra anställda och tar hand om våra anställdas familjer. I stort sätt så jobbar vi på väldigt liknande sätt som de arbetar där hemma.

Jag har i förbifarten nämnt Brasiliens första VM-guld som tog mot Sverige i finalen 1958 och att vår drottning har Brasilianska rötter -Kan känslomässiga band vara viktiga i 'business ventures'?

Ja delvis, men jag tror vi själva överreklamerar det lite. Ibland kan det va bra, men jag har följt med kungen och drottningen här nere, vallat runt dem i flera dagar, och det är ju bra att vi har en kunglig familj som är intresserad av de här frågorna, helt klart. Det spelar en viss roll, men det finns många andra faktorer som är än viktigare. Det är ju då framförallt hur företagen agerar när de är här nere.

-Brasilien är mer kända för att ha en mer protektionistiskt förhållningssätt gentemot omvärlden, t.ex. det höga skattetrycket som särskilt drabbar företag som importerar produkter som även produceras nationellt i landet - hur ser ni på det? Är det enbart negativt?

Vi vill ju ha en så fri och öppen handel som möjligt med Europa och resten av världen. Det här är ju väldigt svåra förhandlingar mellan 'America do Sul' och EU hemma nu och vi får se vad som kommer fram i de här förhandlingarna. Men detta är som sagt väldigt svåra diskussioner, vi vill ju att man öppnar upp jordbruket på ett helt annat sätt och inte har sådana subventioner som man har i Europa så det brasilianska jordbruket har en möjlighet att exportera till Europa i helt andra volymer än tidigare, och det gäller även export av etanol och liknande, man sätter ju enorma byråkratiska hinder hemma. Då innebär det att man skyddar sin egen industri, men det måste bli en öppning på längre sikt. Sen kan det ibland gynnas av att man hjälper till med den inhemska industrin genom tullar och byråkratiska hinder men på sikt är det här inte någon lösning. Men detta gäller inte bara Brasilien, det är Argentina också, det är väl egentligen bara Chile och Peru som är ganska öppna idag.

-Ambitioner mellan den svenska och den brasilianska regeringen är högt ställda, de har utvecklingsprogram och så vidare - har det någon praktisk betydelse för er lokala verksamhet?

På sätt och vis har det här varit väldigt bra för oss gäller etanolbussarna bland annat, men de påverkar ändå inte så mycket, det är ju de lokala myndigheterna, och operatörerna många gånger som beslutar om sånt här. Jag tror ändå att Lula och andra politiker ändå måste hålla sig väl med alla länder och att vi på något sätt har förmåner gentemot andra länder det ser jag inte.

-Ställs det annorlunda krav på företag i Brasilien jämfört med i Sverige? Vad i så fall?

Det var en svår fråga. Det här med krav, det är ju främst den legala biten som det ställs som krav på i Brasilien, och det gäller alla företag, från alla länder, det ställs samma krav. Men här finns det krav som inte finns i Sverige, och i Sverige finns det krav som inte finns i Brasilien, det går inte riktigt att ge ett svar på den frågan. Jag tror att den internationella ekonomin och det globala sättet att jobba börjar bli mer och mer lika, oberoende vilket land det är. Sen att vi har större problem med byråkratin här nere, höga kostnader på grund av problem så som att infrastrukturen inte alltid hänger med, men det är specifika problem för landet som sådant.

Det var min sista fråga, tack för att du tog dig tid.

Ja, vi känner ett väldigt stort socialt ansvar i det vi håller på med. Många gånger när det är dotterbolag till Sverige så känner vi ett ännu större tryck därför att vi måste visa att vi verkligen försöker att arbeta så som huvudkontoret vill att vi ska arbeta.

Upplever du att medvetenheten och arbetet med dessa frågor har ökat?

Ja det ökar mer och mer, det är tendensen runt om i världen, man gör sina sociala bokslut och det ena med det andra. Det är helt klart att det kommer ställas högre krav från samhället på företag framöver

16. Appendix 2

Daniel Barros – SKF, 17/12-2010

-I have ten questions about your work with CSR – and then five, more general, questions about Swedish/Brazilian relations. - is that OK?

-Yes

-I have read your program for CSR on your global website, and I must say I am impressed by the amount of information that you have, is there something special that you have focused on in Brazil? Why? Is there something in your global program that you, for one reason or another, do not do? Why?

-Well, the things that we have to localize are the social parts. Because the rest, we just have to follow what our head-office are telling us, you know all the legal, all the the corporate stuff, the codes of conduct, that is equal. Any country, like Thailand, Chile, France, they all follow the same codes of conduct, it's all the same. Then, obviously, when it comes to social responsibility, also with philanthropy and things like that, it has to be local. There we can add value. We put a lot of effort into philanthropy and community care.

-Despite what you have just said, and this might sound like a rhetorical question, there are however theories that claim CSR does not matter, that all that is important is making money: how do you, so to speak, 'kill that myth'? Why is CSR important?

That's a good question, there is actually a text, written by Friedman some years ago, and he talks about social responsibility. And he said that corporate social responsibility does not exist, because it comes from an individual. So what happens here in Brazil is that we are a company, but we are also a bunch of individuals. And I think that this is something that we have in our culture, the past has taught us to help each other. So, even though we individuals, we are working for a company, and we push the company as well to give us resources to help other people. So its a bit like that, and to try and answer your question, no, we don't make money, but on the other hand, indirectly, we are developing the community, and maybe, if we have a better community, people will have a higher income, eventually we will profit from that. In the long run. But it is true what you said.

That brings me to my next question. Do you see your CSR-program as a long-term program or do you see any short-term profits with it?

-Actually, no short-term, it is a very long-term program. 10 years, 20 years, 30 years, 50 years.

-How do you see its profitability?

Well, I'm no expert in CSR, but it's like I said, you are helping Brazil to improve the community, giving more resources so they can live better, and in the long run, that will also benefit us. And I can also add that we do not advertise a lot. I know there are lots of companies that do their social programs and display that using the media, have a press-officer, pushing their work to be published by newspapers and they have it on their website. But we are quite discrete, we are not doing this for the publicity.

That was my next question. How important is your CSR-program in Brazil it for your image and public relations?

Well, it could be, but I think that the purpose is not that. Then people will start to believe that it is just to show off. The other effect of that as well is that the culture inside the company, of people helping each other, like co-operations between departments, that we try to bring that value to the company. It is important that we all are individual persons in a group, and we have to socialize, we have to live together, tolerate each other, so indirectly we also bring that way of thinking to the company.

-As a big company you have advantages in global programs and big resources, how important do you think it is for much smaller companies, that do not have the same resources, to have a CSR program? Is there an evolutionary process were large companies take more responsibility?

Yes. I think so because big companies are more organized, they have more resources. For instance, we have one person that is 100% dedicated to social programs in Brazil. She is actually fascilitating all the work, she is looking into the possibilities in our surrounding area, looing at different groups; old people, mothers, women in general, handicapped people and so on. I think that it would be more difficult for a small company to organize and have a process like that. On the other hand, smaller companies tend to be faster, they have a different ways of organizing. But although they might be faster, they can focus on smaller, isolated matters, maybe not have a program that is meant to last for ten years like we do. There is a trade-off.

-Within the CSR-program, who's needs do you aim to satisfy? Is it the receivers of the program, owners, management, employees, costumers or competitors, or what is it?

-The primary stakeholders are the receivers of the program and the community. But it is very difficult to put a rank on who is the most important. We also have programs for our employees, for the environment, for philanthropy, the legal parts, the codes of conduct – it is very difficult to say, it all depends on which part of our program you mean. With the things we do, we try to tackle as many areas as possible.

There are international standards, The UN Global Compact, of which you are a part, and also with the brand new ISO-standard, ISO 26000, made primarily by the Swedish and Brazilian organization, how important is an international standard, is it good? Bad? Forcing? How do you reason around this issue?

We normally see those, the ISO-standards and others, as the minimal, we always go a few steps further. We don't look at those programs and think we have to conform, we always hear that we are ahead, we see the standards as the minimal requirements. SKF in Brazil was the first SKF unit in the SKF-group that signed up for the ISO 14001 standard for instance – apart from Sweden, of course.

I know also that you are a part of and follow the Global Reporting Initiative – how do you measure and report? Is it good to have a standard that regulate how you report?

Yes, absolutely, they tell us how and what to report. Because this is our program, we are bias, this should not be our business. So when we are given ways to report, it helps us understand, to see if we cover everything, and so on. It is positive. But then there are lots of things that we do that can not be measured. But the standards of reporting we see as the minimal requirements, they are not fully sufficient.

-How important is this for your costumers? How much do they value your CSR-program?

To be honest, they care more about the environmental aspects, they care about what we do to help them reduce their energy-spending. Our costumers are primarily interested in reducing costs and enhancing profitability. I don't think they are on the same page as us, I don't think that they see that our CSR-program adds value, but they do see it as a requirement that their suppliers have some sort of CRS-program. But it is far from the major drive, absolutely not, it's more about price, availability and so on.

Now I have some general questions about Sweden and Brazil, have you worked in Sweden?

-Yes, I have.

-Good! There are those who claim that "Swedish companies have a good reputation in Brazil"- do you agree? Do you know why?

Yes, absolutely, and it is because of lots of things. I think that brazilians think that scandinavians are seen as, kind of like Gods, in a way, they are this 'special people', very advanced, very developed, very rich, very pretty – it is almost like a standard that we would like to follow. And of course, the reputation of the companies help, if they were lousy, then that would not help. We associate Sweden with technology, with design, with nature, and if you put all of that together, it is a very good reference. It is different if you

compare with the Americans. The Americans are everywhere, we see them on TV and in the movies, and they are like us, all mixed. Sweden is special.

I will in short mention the fact that Brazil won their first World Cup i Sweden in 1958 and the fact that the Swedish queen has Brazilian roots – could emotional bonds be important in business ventures?

Yes, however the importance of the Queen I don't think is the major representative of Sweden, but of course there is an important emotional aspect. As a people we like to say that the Swedish Queen is Brazilian, but probably 90% of the population is not aware of that. Most people are however aware of the world cup.

-Brazil is know for having a rather protectionist standpoint towards the rest of the world, for instance the high taxes on importing goods that is also produced nationally – how do you view this standpoint? Is it only negative for your company?

Yes, for us it is, because the majority of what we sell is imported so the financial aspect is bad. We as a company are price-leaders, so other companies, including the ones that produce locally, follow our price. So even though the products are produced locally, the prices are matched with us, so that is a bad consequence for the community.

-The Swedish and Brazilian government have issued rather high visions on Swedish/Brazilian partnership – has this had any practical influence on your local activity?

No, I think that the inter-governmental visions are very macro. I am not aware of anything that has had any impact on us.

-Does society demand different things on a company in Brazil compared to in Sweden?

Absolutely. In Sweden you pretty much have to have a balanced life, you don't have to work overtime, there is a big separation from your office and your personal life. You have lots of benefits, you are entitled to lots of things like maternity leave, sick-leave and so on – there is less pressure from the employer to be active at work. This is different in Brazil. People work during holidays, can work 12-14 hours a day because there is a big pressure that they work hard and many people have their lives focused on the company, therefore it is so important that they are treated well. If you compare swedes and Brazilians, Brazilians are very dependent on the company, for many reasons, the unemployment-rate is very high so people are afraid to loose their jobs so they work overtime, get stressed and they sell part of their vacation back to the company and want to do their jobs well. While in Sweden, people understand that if you can't do your job because of your workload, and so they hire someone to help you. Different expectations.

17. Appendix 3

Esbjörn Larsson – Getinge, 5/1-2011

Vad tror du anledningen är att svensk industri har utvecklats så bra i Brasilien?

Det har i huvudsak tre faktorer. Den första är tidsaspekten där svenska företag har verkat i Brasilien i över 100 år, först var ju Ericsson men många stora företag och industrier har sedan dess blivit verksamma här, Stora Enso, SKF, Volvo, Scania där alla är stora och erkända företag med stor rutin. Men utöver tidsaspekten är det även sättet att arbeta som företag betraktat, både internt men även framförallt gentemot kunderna, här har svenska företag generellt sett ett gott rykte – i detta avseendet ett betydligt bättre rykte än till exempel amerikanska företag. Om företag kan kombinera att vara verksamma under en lång tid med att ha ett gott arbetssätt är detta givetvis det optimala, och detta har många svenska företag lyckats med. Dessutom har svensk industri ett gott rykte om sig att även titta utom den egna verksamheten, att ta ett socialt ansvar på den marknaden där man verkar – vilket ytterligare har bidragit till att svenska företag har ett mycket gott rykte men även hjälpt att påverka landets utveckling. Att svenska företag har varit i landet under lång tid har givetvis lärt oss hur det brasilianska samhället fungerar, men det handlar också om att vara öppen för att ta emot informationen under den tiden man verkar och använder det på ett positivt sätt. Det är långt ifrån alla kulturer som har det synsättet och för att än en gång ta upp amerikanerna vill de gärna göra tvärt om och implementera det amerikanska synsättet i de andra länder där de verkar. Det svenska sättet är raka motsatsen då vi försöker anpassa sig dit man går, samtidigt som man försöker lyfta med sig det goda man har. Så tre faktorer, tiden, sättet och det sociala ansvaret utanför den egna verksamheten är anledningen till svenska företags framgångar i Brasilien.

Vilka Brasilianska problemområden skulle du vilja lyfta fram?

Jag anser att de allra flesta här nere delar uppfattningen om att det finns sex övergripande problemområden som påverkar allt ifrån politiker, myndigheter, företag till individuella medborgare. Byråkrati, infrastruktur, utbildning, hälsovård, korruption och kriminalitet. En del ser detta som problem, medan andra ser det som möjligheter. Tar man som ett exempel byråkratin och politikerna som driver det, de kan dra nytta och fördelar av korruption, medan de för andra är ett hinder. Men alla håller med om att detta är huvudproblemområdena och det görs satsningar inom samtliga sex områden i form av politiska satsningar, polisiära insatser och så vidare. Den nya regeringen med Dilma som president här även uttalat att de satsar på just dessa sex områden och speciellt då infrastruktur, utbildning och hälsa. Dessa tre områden är även det som svenska företag främst har en möjlighet att påverka. De andra tre har andra förklaringsfaktorer så som

traditioner, som är svåra för företag och svensk industri att komma åt, inom ramen för CSR.

Hur upplever du den Brasilianska konsumenten?

Jag skulle vilja säga att den är mottaglig, och uppskattar att så kallade främmande företag som verkar i Brasilien tar ett ansvar just på grund av att alla delar uppfattningen att det finns sex huvudsakliga problemområden. Om man kommer åt dem, men hjälp av till exempel svenska företag, ses det som välkommen hjälp då man känner sig och värdesätter att företaget försöker hjälpa till. Trots att problem så som korruption genomsyrar hela samhället är det svårt att motverka trots politiska insatser, det kommer ta generationer att förändra. Det finns å andra sidan andra områden där företag och CSR kan ha effekt och gör man det då tydligt att man tar sitt sociala ansvar och att man bidrar lokalt eller regionalt så uppskattas det enormt, det försvinner inte i mängden utan det värdesätts verkligen. Det kan vara svårt att ur ett svenskt perspektiv sätta sig in i situationen då det svenska samhället redan har utvecklat många av de områden Brasilien idag har problem, det är inbyggt i de olika samhällssystemen. Här nere är det problematiskt och samhället orkar själv inte ta itu med alla problem och om stora företag kan bidra anses det dra upp takten på utvecklingen.

Vad har du att säga om uppförandekoder?

Codes of conduct är på många sätt en arbetsbeskrivning vilket indirekt kan förklara svenska företags goda rykte, men i min mening har uppförandekoder absolut ingenting att göra med CSR. Uppförandekoder är en fråga om att skapa ett arbetssätt genom transparens, etik och genom olika program för internövervakning där typ managers får sätta sin namnteckning på att de följer företagets riktlinjer. CSR för mig är något annat då det istället handlar om att få respons ifrån kunder, samhället och omgivningen och där man bygger upp företages image. Uppförandekoder är en naturlig del av svenska företag som nu mer och mer får internationellt erkännande och betydelse, men det har också sin förklaring i att det har implementerats under en längre tid. Codes of conduct är för mig inget företag redovisar för, det är istället en vilja att ha kontroll över sin verksamhet. Codes of conduct är ett program för de anställda, det har inget som helst att göra med kunder eller den sociala omgivningen, det är enbart för att ha kontroll över företagets anställda. Detta gäller inte bara Brasilien, det gäller över hela världen, i Sverige, i Japan, i hela Afrika, det gäller på alla marknader.