

Gestão empresarial e desenvolvimento sustentável: Análise a partir da carteira ISE da Bolsa de Valores de São Paulo (2011-2015)

RESUMO

O atual artigo se propõe a apresentar análises sobre as influências e contribuições das empresas, por meio do seguinte problema: no contexto do século XXI no Brasil, em quais dimensões é possível falar em atividade empresarial sustentável? A pesquisa procurou definir conceitos essenciais ligados ao tema e o papel das empresas dentro deste cenário. A metodologia escolhida foi de caráter exploratória e qualitativa, assim como bibliográfica e documental, para então, em segundo momento, realizar a triangulação de dados por meio levantamento de teorias para dar base à análise, indicadores de sustentabilidade e coleta de informações a partir do site das organizações de interesse. Ao verificar a carteira ISE da Bolsa de Valores de São Paulo dos últimos cinco anos foram selecionados as cinco empresas analisadas: BR Foods, Bradesco, Copel, Natura e Vale. Compreendendo a relevância da temática, é possível notar um crescimento com a preocupação das empresas nesse sentido, embora ainda em desenvolvimento, algumas ações realmente causam impactos positivos no meio em que estão inseridas.

PALAVRAS-CHAVE: Sustentabilidade. Meio ambiente. Empresas. Triple Bottom Line.

Karen Sanae Oride

karen_sanae@hotmail.com

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Brasil.

Ana Paula Myszcuk

anap@utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Brasil.

INTRODUÇÃO

O tema meio ambiente, embora fosse recorrente em discussões entre estudiosos e pesquisadores, possuía pouca visibilidade em âmbito político. Em 1992, a Conferência das Nações Unidas, a Rio-92 vem para dar destaque a questões do meio ambiente e desenvolvimento, o que foi considerado um marco simbólico, que desencadeou e foi utilizado como base para futuros debates e produção de documentos e pesquisa sobre o vasto assunto. Isso permitiu que a relação entre desenvolvimento socioeconômico e meio ambiente fosse adicionada às pautas de inúmeros governos do mundo todo.

Diante do elemento meio ambiente, advém a ideia de sustentabilidade, que ganha notoriedade e força em meados do século XX, quando nasce e se dissemina a consciência sobre os limites do crescimento que colocava em perigo o modelo vigente de extração dos recursos do meio ambiente da época (Boff, 2012). Ao definir sustentabilidade, Bellen (2006) propõe que o desenvolvimento social seja feito de modo que garanta a qualidade de vida sem prejudicar sua base de sustentação, ou seja, sem a destruição do espaço que está inserido. Neste contexto, a crise ambiental do século XX evidenciou que não é possível sustentar o consumo do mundo neste patamar, não só pelo fato das limitações dos recursos naturais disponíveis, bem como os resíduos gerados pelos bens e produtos consumidos (Cortez & Ortigoza, 2009). Com este cenário a vista, muitas empresas percebem a necessidade de políticas internas voltadas à sustentabilidade, o que pode gerar mais eficiência na produção, redução de custos atrelados aos desperdícios e reutilização de insumos, além de visibilidade no mercado, gerando vantagem competitiva frente aos demais.

Diante da problemática apresentada, o presente estudo propõe o seguinte problema: No contexto do Brasil do século XXI, em quais dimensões é possível falar em atividade empresarial sustentável? Desse modo, o artigo busca compreender as questões que permeiam a sustentabilidade e o que as empresas entendem por desenvolvimento sustentável, sob o foco das empresas enquanto produtoras de bens e serviços e, diante disso, o seu papel enquanto protagonista no mercado, ao ofertar produtos considerados green ou sustentáveis. Isso será observado ao verificar políticas implantadas para diminuir o impacto de suas atividades no meio em que estão inseridas. Ao fornecer produtos de maneira eficiente, de modo a poupar recursos e se preocupar com o destino final dos bens produzidos, a empresa incentiva também atitudes de seus clientes. A apreciação foi realizada a partir da teoria denominada triple bottom line que entende a questão da sustentabilidade como sendo um equilíbrio do tripé composto por três dimensões: econômico-financeira, social e ambiental.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste tópico apresenta-se uma revisão com teorias e pensamentos acerca da temática proposta, com desenvolvimentos de conceitos relacionados principalmente à sustentabilidade empresarial.

CONSUMO SUSTENTÁVEL E CONSUMO CONSCIENTE

De acordo com o Ministério do Meio Ambiente (Brasil, MMA, s/d), a humanidade consome 30% dos recursos naturais além da capacidade de renovação do planeta Terra. Portanto, se mantermos os níveis de produção e consumo, em 50 anos serão necessários dois Planetas Terra para suprir nossas necessidades básicas. Para mitigar esse impacto, o consumo da população tem grande parcela de responsabilidade, ao ser consciente do que está consumindo, de qual empresa está adquirindo bens ou produtos, o próprio uso consciente e o descarte do produto são algumas variáveis que devem fazer parte da escolha consciente no processo da compra. Para atingir um consumo consciente, o consumidor primeiramente necessita do maior número de informações sobre o produto e os componentes destes bens, antes de adquiri-lo; e os valores de ética e sustentabilidade por trás da marca e da empresa que os produzem, para assim ponderar os impactos da sua escolha, no processo de decisão de compra, ao se consumir determinado bem (Silva, Araújo & Santos, 2012).

Já, o consumo sustentável refere-se, basicamente, à maneira de consumir bens e serviços, compreendendo e equilibrando com os recursos ambientais, atendendo as necessidades atuais da população. Pode ser entendido como uma balança que regula as necessidades de adquirir bens e serviços por parte da população e a finitude de recursos disponíveis para atender esta demanda, não só a questão da matéria-prima utilizada na produção, como todos os outros componentes envolvidos nesta relação, principalmente o descarte de resíduos que é uma das maiores problemáticas do tema tratado.

SUSTENTABILIDADE

O conceito de sustentabilidade tem o seu marco histórico em 1972, quando a Organização das Nações Unidas promove a Primeira Conferência Mundial sobre o Homem e o Meio Ambiente. Contudo, poucos resultados foram alcançados em relação à degradação ambiental, então em 1983, o secretário das Nações Unidas aponta a primeira ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, para liderar uma comissão independente que tinha por objetivo os problemas surgidos a partir da crise ambiental e ao desenvolvimento. Esse movimento foi reconhecido como Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e produziram o documento intitulado “Relatório de Brundtland”, em 1987 (Vizeu, Meneghetti & Seifert, 2012). A partir desse relatório a temática sustentabilidade gerou inúmeras teorias e movimentação para conter os efeitos da humanidade no meio ambiente e o que poderia ser feito, por todas as partes da sociedade, para amenizar as consequências geradas nesse cenário.

Em 1997, Rutherford propõe três dimensões para a sustentabilidade, onde as principais esferas são: ambiental, econômica e social. Contudo, esses aspectos não limitam a visão do conceito de sustentabilidade, mas podem ser encarados como o ponto de partida para ampliação da visão crítica em relação ao tema. O termo triple bottom line, no Brasil, também é reconhecido como o tripé da sustentabilidade, que tinha como objetivo principal levantar a necessidade das empresas de medir o que geram ou destroem, mediante as perspectivas ambiental, social e econômico-financeira (Paiva, 2008). Oriundo da proposta, também ficou conhecido outro termo denominado de 3P's, sigla em inglês “PPP” – People, Planet and Profit (pessoas, planeta e lucratividade), ligados às dimensões propostas.

No âmbito empresarial, a sustentabilidade possui inúmeras teorias, que abrangem diversos fatores a serem considerados. Contudo, a presente pesquisa seguirá pela linha de pensamento intitulada de Triple Bottom Line, adotada por vários pesquisadores da área, uma vez que, para entender a performance desempenhada pelas empresas, o mesmo contempla e amplia aspectos, permitindo uma visão de que a organização afeta outros. Seguindo essa ótica, além dos lucros e aspectos econômicos, no desempenho das empresas também incorporam dois elementos a ser ponderados: o bem estar da sociedade e do meio ambiente (Fauzi, Svensson & Rahman, 2010). A partir dessa teoria, a sustentabilidade é analisada sob três dimensões que necessitam ser atendidas simultaneamente e tratadas com a mesma relevância: econômico-financeira, em que trata do interesse da atual geração em melhorar condições de vida; social, que busca um melhor equilíbrio e menor disparidade entre as condições e oportunidades entre ricos e pobres e a ambiental, que se resume basicamente em satisfazer as necessidades da atual geração, sem que afete ou prejudique as futuras gerações (Horbach, 2005).

Na perspectiva ambiental, a sustentabilidade está ligada as ações dos seres humanos e das empresas que impactam os ecossistemas e biodiversidade do planeta terra. Bellen (2006) define a sustentabilidade ecológica como “ampliar a capacidade do planeta pela utilização do potencial encontrado nos diversos ecossistemas, ao mesmo tempo em que se mantém a sua deterioração em um nível mínimo”. Dentre essas considerações enquadra-se o descarte desses produtos e o impacto causado no meio ambiente. Ao produzir esse bem, o descarte apropriado, de modo a não degradar o meio ambiente, é responsabilidade também da empresa, visto que na elaboração da composição do produto, a empresa detém o know-how para melhor destinação (local e possível tecnologia) para aqueles resíduos, oriundo de produtos sem mais serventia.

Na vertente social da sustentabilidade se considera o bem-estar de cada indivíduo da sociedade, as condições do ambiente em que se vive e os meios para maximizar a qualidade de vida nesse contexto. Entretanto, a definição do que engloba bem-estar é passível de interpretação, com diferentes percepções, sendo difícil de construir ou medir. Como quesitos para atender a sustentabilidade no aspecto social está o acesso de todos os seres humanos que habitam a terra aos serviços básicos como água limpa, ar puro de qualidade, serviços médicos decentes, segurança e seguridade, além da educação de qualidade, atingindo todas as camadas sociais (Bellen, 2006). A responsabilidade social adotada pelas empresas e a propagação dessas ações proporcionam uma imagem que traz benefícios (Oliveira, 2005). Algumas empresas são reconhecidas e suas marcas são fortemente atreladas às ações sociais que promovem periodicamente, tornando-se um ritual e parte das funções da mesma. Com isso, o público e consumidores dessa marca formulam a imagem da empresa ligando sempre as benfeitorias realizadas que são divulgadas com forte apelo nas publicidades e propagandas.

A dimensão social abrange, por exemplo, os projetos voluntariados e o incentivo da organização para que seu funcionário participe, além de prover subsídios para tal; e também, as ações voltadas para a comunidade em que a empresa está inserida. Em suma, as empresas estão considerando os interesses e necessidades dos indivíduos que estão inseridos na mesma realidade que a sua e

são afetados por suas ações, são eles: comunidade, empregados, consumidores, fornecedores, entre outros. A própria ideologia de sucesso nos negócios está sofrendo um processo de adaptabilidade tirando o foco que era unicamente no aspecto econômico, para inserir dentro desse contexto, as questões sociais e ambientais sob a ótica do desenvolvimento sustentável (Coutinho & Soares, 2002).

Já, para Daly (1992), o aspecto econômico está pautado em três pontos: alocação, distribuição e escala. A alocação pressupõe que os recursos são disponibilizados de acordo com as necessidades dos indivíduos, onde existe uma relação de troca e pagamento, utilizando o regulador denominado de preço. A distribuição está diretamente ligada à divisão desses recursos entre os seres. A escala se refere à quantidade e volume do fluxo de matéria ou recurso, retirados do meio ambiente em que está inserido e os resíduos gerados no processo que são devolvidos ao ambiente. Entretanto, a escala pode ser vista como uma grande incoerência, visto que se presume que a fonte e o volume de recursos retirados do meio ambiente são infinitos, bem como a absorção dos resíduos, que assume que o meio ambiente é um grande depósito que é passível de armazenamento infinito. Isso se torna uma problemática com proporções extremas quando toda essa demanda torna-se muito maior que os limites do próprio meio ambiente.

METODOLOGIA

Para atingir os objetivos propostos neste trabalho, utiliza-se de pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória. Quanto aos procedimentos técnicos que deram base a pesquisa e posteriormente às considerações finais e recomendações, trata-se de pesquisa bibliográfica, documental e estudos de caso múltiplos. A pesquisa documental foi desenvolvida também a partir da investigação no próprio site das empresas levantadas a partir do primeiro procedimento, buscando verificar as propostas das empresas, assim como o impacto de suas ações. A disponibilidade de informações das empresas é na grande maioria bem acessível, visto que todas as medidas sustentáveis aplicadas nas organizações são exploradas, também, como uma forma de agregar valor à sua imagem frente aos acionistas, clientes, fornecedores, entre outros.

O objeto de estudo limita-se à sustentabilidade empresarial e como a mesma é aplicada, por meio de indicadores e seus preceitos para guiarem essa análise e pesquisa crítica. Os dados coletados, sejam os indicadores buscados ou informações disponíveis acerca das empresas, são recentes e constantemente atualizados, sendo assim, a fidelidade com a realidade em que vivemos torna-se mais compatível. Os indicadores utilizados não foram calculados visto que não é o foco proposto pela pesquisa, utilizando apenas como base e direcionamento de análises indicadores dispostos pelo ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bolsa de Valores de São Paulo.

O ISE, Índice de Sustentabilidade Empresarial, escolhido como ponto de partida para o presente trabalho foi criado pela Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBOVESPA), com intuito de revelar e selecionar, dentro das empresas que possuem ações negociadas na Bolsa de Valores, as empresas que entendem a importância da questão da sustentabilidade no mundo dos negócios, pautando-se nas dimensões de sustentabilidade que foram desenvolvidas e apresentadas

conceitualmente ao decorrer do estudo. Primeiramente, foi realizado um levantamento do ISE, por meio do site da Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), dos últimos cinco anos, da carteira divulgada no ano de 2011 ao ano de 2015, para verificar cinco as empresas que permaneceram, nos últimos cinco anos, na lista de empresas consideradas sustentáveis pela Bovespa. Outros critérios adotados, que para a proposta da pesquisa foram o acesso e disponibilidade de informações relacionadas à sustentabilidade no site dessas empresas, bem como de seus relatórios gerenciais. Apesar de mais de cinco empresas estarem nas carteiras divulgadas dos últimos cinco anos, buscou-se também uma diversidade em ramos, onde as empresas selecionadas pertencem a diferentes indústrias, possibilitando uma análise mais diversificada e entendimento mais abrangente do mercado. Ao cruzar esses itens, foram estabelecidas as empresas a serem analisadas a partir das dimensões da sustentabilidade, que são: BR Foods, Bradesco, Copel, Natura e Vale.

Com o intuito de trazer diversidade e credibilidade ao estudo, o levantamento de dados inicial foi realizado por meio dos sites de órgãos reconhecidos referente ao tema abordado para a extração de indicadores que, além de apontarem empresas notórias no quesito sustentabilidade, possibilitasse o entendimento da composição de alguns indicadores, para assim compreender o que é entendido por sustentabilidade. A pesquisa documental foi desenvolvida também a partir da investigação no próprio site das empresas levantadas a partir do primeiro procedimento, buscando verificar as propostas das empresas, assim como o impacto de suas ações. Nesse segundo momento a disponibilidade de informações das empresas é na grande maioria bem acessível, visto que todas as medidas sustentáveis aplicadas, as organizações exploram também como uma forma de agregar valor à sua imagem frente aos acionistas, clientes, fornecedores, entre outros.

RESULTADOS DA PESQUISA

O estudo adotou como parâmetro para as análises referente à sustentabilidade presente nas empresas, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), apresentado pela Bolsa de Valores de São Paulo, a BOVESPA. O índice ISE foi criado em meados de 2005, sendo financiado pela International Finance Corporation (IFC), órgão de apoio financeiro do Banco Mundial. A metodologia aplicada foi desenvolvida pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Escola de Administração em Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP). A KPMG também possui parceira na constituição do índice, onde valida o processo e a Imagem Corporativa, responsável pelo monitoramento da imprensa.

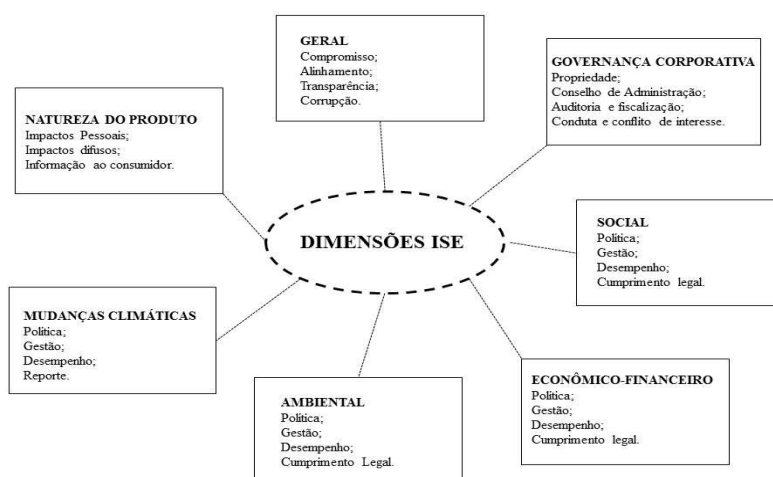
ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL - ISE

O ISE promove o estímulo à transparência e ao desenvolvimento socioeconômico das empresas que possuem ações na Bolsa de Valores de São Paulo, incorporando e considerando diversas diretrizes da sustentabilidade. A carteira ISE tem vigência de um ano (de janeiro a dezembro) e pode ser composta por até 40 empresas, dentre as mais de 200 com ações líquidas na Bolsa de

Valores de São Paulo. Para isso, a ISE possui como objetivos: identificar as empresas que se destacam pelo seu compromisso com o desenvolvimento sustentável e alinhamento estratégico com a sustentabilidade; com isso, diferenciando as empresas para investidores com outras preocupações, além de apenas ganhos financeiros e; sendo assim, criando um ambiente de investimento compatível com as demandas da sociedade, incentivando a criação de fundos de investimento responsáveis e sustentáveis.

Outro ponto sobre a composição o índice ISE é o fato de ser estruturado como carteira e não ranking, permitindo maior homogenia entre as empresas analisadas, visto que são de diferentes setores e trabalham com diversas regulamentações, isso poderia distorcer o resultado, caso fossem ranqueadas. Uma das diretrizes utilizadas para a composição da carteira ISE é a aplicação das dimensões de sustentabilidade pautada no triple bottom line, proposta por Elkington (1998), colocando em evidência a relevância deste modelo para o mercado nacional acionário brasileiro (Branco, 2013). Contudo, o ISE conta com sete dimensões para a composição de seus questionários, conforme o esquema da figura 1:

Figura 1: Dimensões aplicadas aos questionários e composição dos indicadores ISE



Fonte: BM&FBovespa (2015) online.

Embora estruturado a partir de 07 dimensões, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), pode ser interpretado a partir da teoria do triple bottom line, uma vez que na categoria descrita como geral, o estudo utilizou essas métricas para a primeira etapa de escolha das empresas de interesse, para que assim pudessem ser aplicadas as próximas etapas, ou seja, a análise das dimensões propostas: social, ambiental e econômico-financeira. O tópico relacionado à natureza do produto não será contemplado no trabalho, visto que o item não foi considerado na seleção do ramo das empresas selecionadas. Isso porque, parte do princípio que a sustentabilidade e suas dimensões possuem aplicabilidade independente do ramo de indústria ou natureza do produto. Já as demais dimensões se fazem possível entendê-las agrupadas de modo que a dimensão de

mudanças climáticas adotadas pelo ISE é compreendida pela diretriz ambiental; e a questão relacionada à Governança Corporativa, que envolvem relatórios gerenciais e a disponibilidade de informações fornecidas pelas empresas, será analisado no âmbito econômico-financeiro.

DESCRIÇÃO DAS EMPRESAS

BRFOODS

A BRF é um conglomerado de empresas da indústria de alimentos que teve o início da sua história em 1934, com a abertura da sua primeira fábrica em Videira – SC, quando ainda era denominada de Brasil Foods S.A. A mudança para BRF ocorreu por meio da fusão das ações da Sadia S.A. ao capital social da Perdigão S.A, em 2009. Entre os inúmeros produtos fabricados pela companhia estão: carnes, alimentos processados, margarinas, massas entre outros. Localizadas em Uberlândia – MG e em Rio Verde – GO, se encontram as duas maiores estruturas industriais da companhia. Em 2013, segundo levantamento da WATT Global Media, foi considerada a maior produtora mundial de aves. No território nacional, a BRF conta com uma estrutura composta por 47 fábricas e 28 centros de distribuição. Já no exterior, operacionaliza 09 postos industriais na Argentina, 02 postos no continente Europeu, localizados na Holanda e outro na Inglaterra, além dos 22 escritórios comerciais que dão suporte ao setor industrial e gerencial. No Brasil, a BRF emprega mais de 100 mil funcionários.

BRADESCO

Desde 1943, ano em que foi fundado na cidade de Marília – SP, o Bradesco passou por diversas mudanças e inúmeras aquisições de outros bancos, sendo o primeiro a implementar o Internet Banking, em 1990. Com mais de 4.600 agências espalhadas pelo Brasil todo e um imenso complexo de prédios administrativos localizados em Osasco, o Bradesco emprega diretamente mais de 100 mil funcionários e atua no ramo financeiro por meio de seus serviços como: banco, banco de investimento, Private Equity, gestão de ativos, Private Banking, seguros entre outros, tornando-se o maior empregador privado do país. Segundo maior banco privado do Brasil o Bradesco, no ano de 2015, anunciou a compra do HSBC, dando continuidade ao processo de expansão pelo território nacional.

COPEL

Fundada em 1954, a Copel, Companhia Paranaense de Energia, tornou-se a maior empresa do Estado do Paraná, atendendo diretamente 4.379.200 unidades consumidoras, distribuídas em 395 municípios e em 1.113 localidades, desde distritos até povoados no Estado. Isso possui uma representatividade de 3,4 milhões de lares, 90 mil indústrias, 372 mil estabelecimentos comerciais e 371 mil propriedades rurais. Para gerenciar toda estrutura, a companhia gerencia 8.617 funcionários diretos. Em 1994, a empresa abriu seu capital ao mercado de ações na BM&FBovespa, e em meados de 1997, tornou-se a primeira empresa do setor de energia elétrica a comercializar ações na Bolsa de Valores de Nova Iorque. A

operação da Copel compreende um parque gerador próprio composto por 20 usinas, onde 18 são hidroelétricas, 01 termelétrica e 01 eólica, somando uma potência instalada de 4.754 MW, correspondendo à parcela de 7% do consumo de energia nacional. Além disso, desenvolveu 2.302km de linhas do sistema de transmissão e 33 subestações, totalmente automatizadas, já o seu sistema de distribuição é constituído por 192.116 km de linhas e 362 subestações.

NATURA

A Natura nasceu em 1969 e hoje é maior empresa de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos do país, além de atuar com a maior parcela da venda direta no território. A rede conta com aproximadamente 7 mil colaboradores; 1,6 milhões de consultoras(es) e quase 14 mil consultoras Natura orientadoras, contando com o apoio de 5 mil fornecedores e terceiros, além de 32 comunidades agroextrativistas. Com forte presença na América Latina, possui sede em Cajamar, contando ainda com operações na Argentina, Chile, Peru, México, Colômbia, França e Bolívia. A estrutura possui ainda 08 centros de distribuição espalhados pelo Brasil e mais 06 nas operações internacionais. Reconhecida por inúmeros projetos ligados à sustentabilidade e à natureza, a Natura é destaque pelos projetos que implementa.

A organização se pauta em três passos para fazer a diferença: reduzir, principalmente no que tange a quantidade de material utilizado na produção das embalagens; reutilizar, onde incentiva o uso do refil, reaproveitando as embalagens; e reciclar, visto que o plástico utilizado na confecção das embalagens pode ser reciclado e transformar-se em novos produtos. Em 2004, a empresa abre capital para a comercialização de ações na Bolsa de Valores de São Paulo, BM&FBovespa. A partir desse passo, a divulgação de relatórios gerenciais para a população torna-se imprescindível, já que é um dos requisitos exigidos pela BOVESPA para a comercialização das ações. No mercado, a percepção dos clientes sobre a Natura é de uma organização muito ligada ao meio ambiente, tanto na composição dos seus produtos e embalagens, bem como nas suas ações adotadas, de impacto social e ambiental, conforme será apresentado.

VALE

A Vale é considerada a maior mineradora global que tem sede no Brasil, líder na produção de minério de ferro e a segunda maior produtora mundial de níquel. A companhia privada de capital aberto nasceu em 1942 e está localizada na cidade do Rio de Janeiro. Além disso, a Vale comercializa ações em diversas Bolsa de Valores, inclusive na Bolsa de Valores de São Paulo, BM&FBovespa. Dentre a sua produção estão: manganês, cobre, carvão, cobalto, entre outros. Aloçada em 13 estados brasileiros e com operação em todos os continentes. Para que isso seja possível, a companhia construiu uma malha ferroviária de 10 mil km para transportar sua produção, além de 09 terminais portuários próprios e o maior sistema de logística do Brasil.

Por meio de alguns dos indicadores selecionados e propostos pela ISE da Bolsa de Valores de São Paulo, bem como as informações extraídas dos sites das empresas, são analisados e discutidos os resultados da pesquisa a partir das perspectivas social, ambiental e econômico-financeira.

ANÁLISE DA PERSPECTIVA SOCIAL

Um dos pontos a ser observado ao analisar a questão da sustentabilidade na perspectiva social é a qualidade de suas ações, ou seja, impactos provocados na sociedade em que estão inseridas. Isso porque, embora existam programas apresentados pelas empresas como promovendo o desenvolvimento social, a efetividade e relevância para a comunidade, pode não ocorrer de fato, o que pode ou não estar relacionado à quantidade de projetos desenvolvidos, sem o acompanhamento de seus resultados ou mesmo com pequeno período de durabilidade. Outro fator que o trabalho considerou foi a localidade em que os projetos são desenvolvidos, isso porque a sustentabilidade na dimensão social envolve a preocupação e melhorias para a comunidade em que está alocada. Portanto, embora a empresa implemente projetos de cunho social em outras comunidades e regiões, entende-se que não cumpra a sustentabilidade no caráter social nesse contexto, haja visto que não provoque mudanças e melhorias para o ambiente que está inserida de fato.

BRFOODS

A BRFoods conta com o Instituto BRFoods, responsável pelo desenvolvimento da grande maioria dos projetos realizados pela companhia. Além disso, possui um comitê de desenvolvimento local que serve como alicerce para o canal de comunicação entre a empresa e a comunidade em que estão inseridas. No site da BRFoods é possível verificar, ainda, que mais que ações de cunho social em prol da melhoria da comunidade, a empresa enxerga os projetos sociais como oportunidade de crescimento e benfeitoria para todos envolvidos no processo, desde a comunidade até mesmo a própria empresa.

As informações disponibilizadas no site e que atendem os indicadores da Bolsa de Valores de São Paulo são superficiais, já que, por exemplo, na questão dos projetos desenvolvidos, são apresentados de forma genérica, sem citar nenhum projeto efetivo implantado, como foi desenvolvido e como na prática a ação beneficia a comunidade. O relatório, que é disponibilizado de forma anual pela empresa, contém informações sobre o Instituto da BRFoods, que está ligado diretamente com as ações sociais desempenhadas pela empresa. Por meio do Instituto BRF, os funcionários participam das ações de cunho social realizadas pela empresa, fazendo com que esta seja percebida de forma diferenciada inclusive pelos funcionários, associando sua imagem às benfeitorias feitas. O Instituto conta com 400 funcionários que participam dos 37 comitês de desenvolvimento local.

A “reciclagem”, uma das ações desenvolvidas pelo Instituto, que agrupa a questão ambiental juntamente com a social, visa a educação ambiental, alinhada com a mobilização comunitária e a gestão de resíduos sólidos. O projeto promove

a consciência ambiental ao fazer a gestão de resíduos, que são encaminhados para a reciclagem e são vendidos a recicladoras, gerando recursos para a própria comunidade de Santa Teresa (RJ) para reinvestir em novos projetos.

BRADESCO

O Banco Bradesco conta com a Fundação Bradesco que é uma instituição sem fins lucrativos, voltada para área de educação, que é mantida exclusivamente com os dividendos de ações do próprio Bradesco. Por meio da iniciativa do fundador do Bradesco, em 1962, a instituição inaugurou a primeira escola do Brasil, em Osasco, principiando uma iniciativa que mais tarde seria expandida a nível nacional. Essa ação, embora na época, em escalas bem menores, já apresentava a preocupação por parte do banco das questões sociais envolvendo a comunidade. Ou seja, antes mesmo da presença de indicadores desenvolvidos por instituições, como a Bolsa de Valores de São Paulo, para distinguir a sustentabilidade presente nas empresas, agregando certo valor frente ao mercado, o Bradesco identificou a necessidade de investir, além dos seus interesses próprios, na comunidade que o cercava.

A Fundação possui 40 escolas, entre ensino básico a ensino médio, atendendo em diversas localidades do país aproximadamente 105.177 alunos, atendidos por 3.212 funcionários com maior concentração em São Paulo, onde fica a sede do Bradesco. Esse projeto social permite que crianças, muitas vezes sem condições – a Fundação construiu em localidades de difícil acesso moradias, acessibilidade à educação. Essa é a uma das maiores ações de cunho social desenvolvida por uma empresa no país e inclusive em escala mundial. A Fundação possui site próprio, disponibilizando informações ao público, com fácil acesso. Além desse projeto, o Bradesco apoia o Instituto Brasileiro de Combate ao Câncer de Mama.

COPEL

A Copel possui destaque nos seus projetos sociais, especialmente porque apoia o acesso universal à energia elétrica. Com intuito de prover maior acessibilidade à energia elétrica, em parceria com o Governo Federal e Estadual, a empresa desenvolveu projetos para tornar isso possível. Um dos projetos de acessibilidade envolve o pagamento da fatura de luz pelo governo para a comunidade de baixa renda. Outro programa desenvolvido pela Copel foi voltado à comunidade rural, proporcionando maior acessibilidade, bem como provendo subsídios para algumas áreas como compra de geladeira, sistema de aquecimento solar para água e lâmpadas LED, que reduzem em mais de 70% o consumo de energia. Tudo isso subsidiado pelo Programa de Eficiência Energética – PEE. Ainda com esse intuito, a companhia possui programas para redução de tarifas de famílias carentes. A empresa ainda faz arrecadações, por meio das faturas de energia, de doações a entidades, beneficiando 178 instituições. Disponível ao público, o relatório de sustentabilidade da companhia apresenta informações sobre as condições ofertadas aos funcionários, assim como levantamento de estatísticas da composição do quadro de funcionários, demonstrados com maiores detalhes na seção do balanço social.

NATURA

A Natura, com intuito de apoiar a causa social, em especial à educação do país, criou o Instituto Natura, que é financiado pela linha de produtos da Natura “Crer para ver”. Todo o lucro realizada na venda é revertido para o projeto, além do apoio anual da companhia de 0,5% do seu lucro líquido. O projeto voltado para educação envolve a comunidade, família, estudantes, professores e voluntários, buscando maior interação e melhorias com o apoio do Instituto Natura, influenciando diretamente o rendimento dos estudantes. O Instituto Natura disponibiliza em seu site próprio inúmeros dados sobre o acompanhamento dos projetos realizados, os que estão em andamento e o planejamento para os futuros projetos, bem como o impacto dessas ações de forma quantitativa e qualitativa. Mesmo sendo mantido pela empresa Natura, o Instituto possui sede própria em São Paulo – SP e tem total autonomia para gerenciar os projetos. Suas ações ganham escala e atingem de maneira mais efetiva as escolas porque contam com o apoio de secretárias estaduais e federais, obtendo reconhecimento em nível nacional. A companhia desenvolve diversos projetos voltados para outras causas sociais, como o apoio a várias ações voltadas ao combate ao câncer, apoio às mulheres carentes, entre outras.

Embora seu processo produtivo esteja alocado em São Paulo, boa parte de sua matéria prima é extraída da região da Amazônia e do Pará, impactando de forma direta e indiretamente a população e o ecossistema dessa localidade. A companhia desenvolveu ações para reduzir e minimizar esses danos causados, porém, é gerado um paradoxo. Ainda que exista a preocupação com os produtos consumidos pela população, entre outras inúmeras ações para reduzir o impacto causado pela extração desses elementos, a contradição se firma no fato de que a empresa, que produz em grande escala, tem a maioria da composição de seus produtos provirem da Amazônia e a extração desses elementos nessas proporções, causa deficiência no bioma dessas localidades, mesmo existindo os projetos voltados à sustentabilidade.

VALE

A Vale dentre as empresas analisadas foi a que apresentou no site da sua Fundação, a maior gama de setores da perspectiva social, já que ao invés de voltar suas atividades apenas para um setor, possui projetos desenvolvidos para a comunidade em que está inserida na área da saúde, educação, acesso à moradia, cultura, esporte, entre outros. Na questão da saúde, o projeto é voltado à saúde básica, melhorando o serviço por meio de capacitação dos agentes de saúde, aumentando a eficiência desses profissionais à comunidade, além disso, é disponibilizada a instrumentação básica para esses funcionários, com o propósito de melhorar a qualidade no atendimento. No relatório de 2014 elaborado pela empresa Vale, um aspecto abordado interessante seria a questão de considerar a comunidade, absorvendo mão de obra, no ano disponibilizado, com 64% dos funcionários contratados foram locais, assim como as compras realizadas pela companhia que representaram 88% feitas localmente, valorizando a economia da região em que está inserida.

CONCLUSÕES SOBRE SUSTENTABILIDADE NA PERSPECTIVA SOCIAL, A PARTIR DAS EMPRESAS ANALISADAS

Por meio dos projetos apresentados as empresas demonstram a importância da comunidade em que estão inseridas e como podem impactar de forma positiva. A sustentabilidade na perspectiva social é a mais lembrada pelas empresas, já que possui maior percepção ligada à sua imagem frente aos clientes e consumidores, trazendo assim, maior valor percebido aos “stakeholders”. A partir das análises realizadas das empresas selecionadas, com informações retiradas dos sites, é perceptível um forte marketing social para geração de valor às imagens das marcas. Essa nova vertente do marketing vem ganhando notoriedade, especialmente em territórios comerciais, trazendo benefícios para empresas e sociedade, visto que para a organização trará visibilidade frente ao público (Levek et al., 2002). Por isso, a questão das ações realizadas pelas empresas, torna-se de certa maneira deturpada, bem como seus resultados.

Apesar de ser válida a publicidade de ações envolvendo a responsabilidade social das empresas, podendo servir inclusive de benchmarking para outras empresas, os projetos sociais devem servir a um propósito macro de contribuir efetivamente para a melhoria da sociedade em que está inserida, ou seja, provocar impactos positivos. Com diferentes perspectivas, as empresas analisadas, buscam o desenvolvimento de ações de dimensão social, voltados à comunidade. Isso não significa real impacto positivo à sociedade em que estão inseridas, visto que pode representar apenas uma pequena participação, frente ao dano causado à região. Em contrapartida, muitas ações e projetos divulgados nos sites não possuem acompanhamento ou divulgação de resultados, com reais impactos positivos causados na comunidade em que estão inseridos. Utilizam-se apenas da divulgação dessas ações como publicidade, gerando valor agregado a sua marca.

ANÁLISE NA PERSPECTIVA AMBIENTAL

Assim como as análises realizadas em dimensão social, a perspectiva ambiental considerou a questão da localidade em que os projetos são desenvolvidos, visto que com a implantação de módulos fabris, as empresas causam impacto direto em determinada região, sendo pertinente, inclusive para sua perpetuidade em habitar aquele território, mantê-lo minimamente preservado e conservado.

BRFOODS

A BRFoods compreende a sustentabilidade ambiental como ferramenta para se obter maior eficiência em seus módulos, ou seja, aliada à economia financeira. Assim, buscou métodos para redução do consumo de água, desenvolvendo mecanismos para a reutilização, representando cerca de 20% do seu total consumido, equivalente a 15,5 milhões de litros. A alternativa encontrada está relacionada principalmente com o reuso da água em operações que não requerem a água potável. Outra iniciativa praticada é a gestão de resíduos, com finalidade de redução de impactos ambientais e minimização de perdas na produção, com o tratamento e destinação desses elementos oriundos

do processo por meio do método final de compostagem, onde as substâncias são transformadas em fertilizantes orgânicos.

BRADESCO

O Bradesco adota uma estratégia um pouco diferenciada e incentiva seus clientes e parceiros a investirem na preservação da Mata Atlântica, no Projeto Tamar, na luta contra o câncer de mama, entre outras causas, vendendo títulos e destinando parte desse valor a essas questões e entidades. O banco, ainda, criou o Programa de Gestão da Ecoeficiência, visando adequação à legislação ambiental e a redução de despesas, realizou um planejamento com a área de sustentabilidade, desenvolveu indicadores que consideram a geração de valor para a empresa, assim como os impactos ambientais causados por cada um dos itens analisados. São eles: Consumo de Papel; Consumo de Plástico virgem; Consumo de água nova; Consumo de energia elétrica; Geração de resíduos e Emissões de Gases de Efeito Estufa.

COPEL

A empresa Copel possui o Programa de Eficiência Energética, conforme determinado pela legislação brasileira, aplicando, anualmente, parte de sua receita líquida em programas que proporcionem melhoria para instalações ou tragam benefícios ao consumidor. Além disso, aplica parte da sua receita operacional líquida em pesquisa e desenvolvimento tecnológico voltado para o setor de energia elétrica. Além disso, relacionado à fauna presente nas cinco bacias hidrográficas do Paraná, existe o acompanhamento dos peixes, desenvolvendo técnicas de reprodução em cativeiro dos peixes nativos, para conservação dessas espécies. Para preservação desses rios, a companhia conserva, ainda, a vegetação presente nos arredores dos reservatórios, replantando mudas de árvores em seu entorno.

Em seu relatório de sustentabilidade, expõe certos impactos ambientais causados durante sua operação e quais medidas são realizadas para mitigar essas questões. Os maiores danos causados, em âmbito ambiental e social, seria a construção de hidrelétricas, que altera a condição natural do recurso hídrico e da vegetação da bacia presente na região, entre outros aspectos que são impactados. A companhia reconhece essa problemática, assim como a irreversibilidade desse processo. Entretanto, a organização busca a redução desses impactos por meio da implantação de programas ambientais previstos no Projeto Básico Ambiental, que é traçado em cada obra. Porém, não expõe quais são essas ações tomadas. Devido ao desmatamento decorrente das obras deste porte, a Copel faz o reflorestamento dessas áreas com mudas de espécies nativas, contudo, o crescimento dessa flora levarão anos para reconstituir uma parcela da área.

NATURA

A Natura foi pioneira na sustentabilidade ambiental, no setor de cosméticos, ao criar o conceito de refis de seus produtos. A empresa, também,

criou em uma de suas linhas uma embalagem 100% composta de produtos reciclados. Com um planejamento a longo prazo, envolvendo toda a cadeia produtiva, desde a composição dos seus produtos, embalagens e logística, a empresa tem valor agregado como uma forte marca ligada à sustentabilidade. Essa visão permitiu, também, a busca por fontes renováveis de energia. Como a grande maioria dos elementos que compõem seus produtos é da biodiversidade Amazônica, embora suas atividades de produção não estejam localizadas nessa região, as mesmas sofrem impactos diretos e indiretos com as atividades da empresa. Visando inclusive a perpetuidade da sua fonte de recursos, a empresa preserva e conserva o ecossistema presente, inclusive a comunidade presente na Amazônia, que além de deter rico conhecimento sobre o território, fazem parte da estrutura.

VALE

A Vale retira sua fonte de recursos diretamente do meio ambiente, isso é válido para as demais empresas apresentadas, porém no caso da Vale, isso torna-se mais evidente, inclusive pelo seu ramo de atuação, a extração de minérios. Uma das iniciativas praticadas pela empresa, que também é realizada em outras companhias, porém em menores escalas, é a reutilização de água dentro de seu processo de funcionamento. Isso gera um impacto positivo, visto que a Vale está localizada em áreas não urbanas e, com o seu alto consumo desse recurso natural, impactaria diretamente a comunidade presente dentro deste cenário.

Uma das ações voltadas para a sustentabilidade ambiental que se destacou no relatório da companhia, criado em 2012, foi o “Programa Selo Verde” que consiste na maximização de eficiência de alguns de seus edifícios que são pensados e desenvolvidos de modo a reduzirem desperdícios, inclusive recursos naturais, causando assim, menor impacto no meio ambiente. Isso envolve ações como aproveitamento da água da chuva, iluminação com lâmpadas de tecnologia LED, utilização de painéis com captação de energia solar, entre outros. Ainda que a iniciativa busque a eficiência por meio da redução no consumo de recursos naturais, é importante ressaltar que as empresas desse porte traçam metas de economias financeiras, inclusive operacionais, ou seja, a busca é orientada para questões financeiras, sendo a eficiência na utilização de recursos, uma consequência dentro desse processo, ainda que seja válido e contribua para o meio ambiente.

CONCLUSÕES SOBRE SUSTENTABILIDADE NA PERSPECTIVA AMBIENTAL, A PARTIR DAS EMPRESAS ANALISADAS

Se, por um lado, a análise em âmbito social demonstra o marketing social como um fator de alta relevância para as empresas adotarem as ações nesse sentido, os projetos voltados à sustentabilidade na perspectiva ambiental ficam ligados diretamente à eficiência e redução de custos e despesas, sendo a sustentabilidade ambiental uma consequência. O que não diminui os impactos positivos causados pelas ações, tampouco sua importância dentro do contexto da sustentabilidade.

Isso torna-se mais evidente em alguns casos do que em outros. Por exemplo, no caso da BR Foods e do Bradesco, grande parte da estratégia dos grupos é voltada à redução do consumo dos recursos ambientais, um dos fatores que devem ser considerados quando estudada a questão ambiental, contudo, não o único. A única companhia que, mesmo apresentando projetos para a redução dos danos causados à região, reconheceu que as suas atividades, principalmente ligadas às obras em grande escala realizadas causam impactos irreversíveis nas localidades em que se instalam foi a Copel. Entretanto, seus projetos não se limitam às áreas desmatadas pelas construções, visto que a empresa busca a preservação, mesmo que em outras localidades, da flora e fauna do território brasileiro. Já a Natura, por trabalhar com a maioria da sua linha de cosméticos com a matéria prima extraída diretamente das florestas e ecossistemas presentes no Brasil, atua em projetos ambientais por outra diretriz, alinhando a questão social com a ambiental. Visto que a extração dos componentes ocorre em região diferente da sua fabricação e setor administrativo, procura minimizar sua presença nessas áreas. Contudo, isso gera questões ao ser sustentável na composição de seus produtos, reduzindo a carga de materiais industrializados, mas em contrapartida, retirando elementos em larga escala para a produção e fabricação desses bens de consumo. A Vale, promove o conceito de sustentabilidade desde a concepção dos edifícios administrativos, incentivando a conscientização dos funcionários para essa ideia.

ANÁLISE NA PERSPECTIVA ECONÔMICO-FINANCEIRA

Ao analisar a perspectiva econômica-social das empresas, diferentemente das outras, essa dimensão não é quantificada ou apresentada por meio de projetos específicos. Embora faça parte da composição de indicadores ISE da Bolsa de Valores de São Paulo, as organizações têm dificuldade ou simplesmente não colocam em prática a sustentabilidade econômico-financeira. Isso pode ser atribuído a concepção, de parte das empresas, principalmente as listadas na Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA, juntamente com o molde econômico vigente, de que o crescimento econômico deve ser constante, não considerando os limites para o meio ambiente.

BRFOODS

Ao se analisar a companhia, por meio do site disponibilizado e do relatório anual, não foi possível constatar e apontar algum tipo de iniciativa ou como a sustentabilidade econômico-financeira é aplicado na visão da empresa. A área reservada no relatório sobre capital financeiro é basicamente voltada às informações gerenciais, para que o investidor a contemple.

BRADESCO

No caso específico do Bradesco, por constituir-se de uma instituição financeira bancária com a maioria da sua carteira de clientes composta pela massa da população com pouca instrução sobre a gestão de seus bens ou, em certas situações, apenas com a educação básica, dificultando ou impossibilitando

o entendimento de alguns produtos ofertados pela empresa, os pontos importantes a serem considerados nessa dimensão é a questão da conscientização do crédito liberado e a real necessidade de produtos vendidos deliberadamente. Em seu relatório, o banco apresenta um capítulo denominado “Inclusão Financeira”, projeto que implantou pontos de atendimento às comunidades que possuem menor renda e consiste na ampliação da sua escala de negócios para atendimento de mais consumidores, com a intenção de vender mais produtos e disponibilizar mais crédito, entendendo que esse é o caminho para o desenvolvimento local. Porém, do mesmo modo, não foi possível constatar e apontar algum tipo de iniciativa ou como a sustentabilidade econômico-financeira é aplicado na visão da empresa.

COPEL

O setor de energia elétrica está fortemente associado à acessibilidade e desenvolvimento tecnológico da população. Com programas visando às classes menos favorecidas financeiramente, a Copel procura atingir a maior distribuição de seus serviços à comunidade. Da mesma maneira, não foi possível constatar e apontar algum tipo de iniciativa ou como a sustentabilidade econômico-financeira é aplicado na visão da empresa.

NATURA

Com atuação em território nacional e internacional, a Natura possui uma produção em larga escala, retirando a matéria prima de apenas uma localidade em que são encontradas, a região e seu ecossistema são impactados, inclusive pelo ritmo de extração desses recursos, finitos dentro deste cenário. Entretanto, compreendendo a grande proporção de consumo praticado pelos clientes pelos produtos ofertados, a companhia investiu em tecnologia no desenvolvimento de suas embalagens, utilizando material reciclável e menor quantidade de plástico na sua composição, bem como com a criação dos refis. Igualmente, não foi possível constatar e apontar algum tipo de iniciativa ou como a sustentabilidade econômico-financeira é aplicado na visão da empresa.

VALE

Pelo seu ramo de negócio, a Vale lidera o setor de commodities de minérios de ferro. Por se tratar de um bem que passa por transformações efetuadas por outras empresas, para então entregar ao consumidor o produto em sua forma final, a análise econômico-financeira é restrita a escala relacionada à extração. Além disso, a extração de elementos ocorre causando danos ao meio ambiente, impactando diversos ecossistemas em grandes proporções. Outro ponto que pode ser observado seria a localização de suas instalações, normalmente em regiões mais afastadas, com limitações de recursos, a economia dessas comunidades se concentra, tornando-se dependentes das atividades da companhia. Novamente, não foi possível constatar e apontar algum tipo de iniciativa ou como a sustentabilidade econômico-financeira é aplicado na visão da empresa.

CONCLUSÕES SOBRE SUSTENTABILIDADE NA PERSPECTIVA ECONÔMICO-FINANCEIRA, A PARTIR DAS EMPRESAS ANALISADAS

A perspectiva econômico-financeira, embora possua importância no mesmo patamar que as demais dimensões analisadas, tem quantidade das informações escassas, dificultando o desenvolvimento sobre o tópico proposto. Ainda assim, é possível notar a ausência de alguns elementos que incorporam essa vertente da sustentabilidade, podendo-se afirmar que a dimensão econômico-financeira não é vista como um pilar que faça parte da sustentabilidade, mas sim, uma utopia. Contudo, sua relevância é interligada também com as perspectivas social e ambiental, sendo que sem um dos pontos, a sustentabilidade empresarial não faria sentido, uma vez que suas atividades são ligadas e sustentam diretamente a economia mundial.

Embora essa realidade se encontre presente, essa dimensão poderia incrementar em muito os impactos positivos das atividades das empresas. A BR Foods, por exemplo, com conhecimento e tecnologia no ramo alimentício que tem ao seu dispor poderia contribuir para a solução da questão da fome em território nacional e internacional. Ainda, com qualidade nos produtos, poderia desenvolver uma linha diferenciada que alinhasse a questão do preço praticado para tornar mais acessível a parte da comunidade com menos recursos. Já o Bradesco, além de fornecer produtos, poderia desenvolver atividades de acompanhamento e análise da real necessidade daquele bem ou serviço para o perfil do consumidor, visto que mesmo o banco tendo em seu relatório apresentar a realização de ações no sentido da educação financeira, o setor bancário possui altas taxas de inadimplência. Por sua vez, a Copel não se faz da economia de energia uma constante campanha, visando o curto prazo e apenas a lucratividade momentânea, sem pesar as consequências futuras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na pesquisa realizada foi possível constatar que as empresas possuem certa preocupação com as questões relacionadas à sustentabilidade, sendo algumas empresas voltadas mais para uma perspectiva do que para outra. Porém, de modo geral, foi possível notar a forte preocupação por parte das empresas em apenas atender os itens que compõem os indicadores ISE da Bolsa de Valores de São Paulo, distinguindo sua marca e ganhando visibilidade dos investidores ao compor a carteira de sustentabilidade. Isso parece influenciar a forma como são estruturados projetos e a disponibilização das informações relacionadas à sustentabilidade e suas diretrizes, visto que ao invés de suas ações atenderem aos indicadores, ocorre o oposto, ou seja, os projetos voltados ao tema são criados para se encaixarem nos índices.

Foi possível notar, especialmente, que as empresas em sua grande maioria, ainda compreendem que a diretriz ambiental é a mais relacionada ao tema da sustentabilidade. Isso devido ao número de projetos e a escala dos projetos implementados pelas organizações. Embora desenvolvam projetos para a preservação e conservação de áreas de reflorestamento ou da flora e fauna presentes em determinadas regiões em que atuam, sua presença é mínima e pouco relevante dentro do contexto ambiental. Com isso, pouco reduzem os danos provocados pelas suas ações, seja por meio de construções ou da própria

retirada de recursos naturais da realidade em que estão inseridos. Outro ponto de destaque foram as metas para a redução dos consumos de recursos naturais, que além de representar uma problemática ambiental, também, está intimamente ligada aos custos da operação das empresas. Por esse motivo, juntamente com outros interesses particulares, é comum as organizações contarem com um departamento ou setores de apoio, intitulados de sustentabilidade.

Se verificou, ainda, que a dimensão social é comumente utilizada como marketing social nas empresas, para demonstrar relacionamento com a sociedade e com seus stakeholders, agregando valor percebido, promovendo reconhecimento e retornos publicitários, atingindo a lucratividade diretamente. Entretanto, se faz importante traçar os objetivos que se quer alcançar com o desenvolvimento daquela ação para a comunidade, mais do que para a sociedade como um todo. Para que os programas de cunho social desenvolvidos tornem-se efetivos fatores diferenciais, é imprescindível o acompanhamento dos resultados e, assim, incrementar sua validade e gerar impactos positivos à comunidade.

Interligada e complementando as dimensões social e ambiental, a sustentabilidade na perspectiva econômico-financeira ainda não é encarada como relevante. Isso dificulta o levantamento de informações, visto que, quando existem ações nesse sentido, são recentes e, ainda, em desenvolvimento. As empresas parecem não enxergar a relevância ou possíveis benefícios ao adotar medidas para redução das suas ações na perspectiva econômico-financeira.

Além disso, se pode concluir que, em análise mais profunda, todas as empresas estudadas demonstram que o principal objetivo dos projetos ligados à questão ambiental e consumo de recursos naturais ainda é a redução dos custos e despesas de operações. Os impactos positivos no meio ambiente e sociedade são apenas uma consequência. Entretanto, as teorias relacionadas à sustentabilidade demonstram a relevância de ações voltadas à temática que, muito além de promover e agregar valor à imagem da marca das companhias, nos projetos que realmente são efetivos, reduzem os impactos, beneficiando sua atividade a longo prazo.

Por fim, uma linha de pesquisa que poderia ser acrescida, a partir do desenvolvimento do atual trabalho, seria uma análise mais profunda, direcionada à discussão entre o descompasso da realidade, englobando os impactos ocorridos em esfera de desastres naturais, e as ações que as empresas expõem, supostamente para mediar questões ambientais e sociais. Como exemplo claro dessa questão está o desastre ambiental em Mariana, causado pela Samarco, empresa em que a Vale detém 50% das ações e a australiana BHP Billiton os outros 50%.

Business management and sustainable development: Analysis from the ISE portfolio of the São Paulo Stock Exchange (2011-2015)

ABSTRACT

This research has a goal to present analysis of the influences and contributions from companies regarding the subject: In the context of XXI century in Brazil, in which dimensions is possible to talk about sustainable business activity? As a guideline to answer the question, this research has an overall objective to analyze the characteristics, applicability and sustainability dimensions of Brazil's business activities nowadays. From this main objective, the specific objectives were defined to support identify the sustainability and its dimensions (environmental, social and economic) from the theory "triple bottom line" and also identify the business as a decisive activity to build the country's sustainable development. This paper intends to set the essentials concepts regarding the subject. The chosen methodology was exploratory and qualitative as well as based on literature and documental and then a triangulation of data through survey of theories, sustainability indicators and gathering information from the site of the studied companies. By checking the ISE from the Stock Exchange of São Paulo for the last five years the five companies analyzed were selected: BR Foods, Bradesco, Copel, Natura e Vale. Understanding the relevance of this problem, it's possible to notice an increase of concern by the companies to this matter, even though still in development, some actions actually cause positive impacts on the environment surrounding the organization.

KEY WORDS: Sustainability. Environment. Companies. Triple Bottom Line.

REFERÊNCIAS

Bellen, H. M. V. (2005). Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa. In **Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa**. FGV.

BM&BOVESPA [online] Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/a-bmfbovespa/sustentabilidade.aspx?idioma=pt-br>.

Boff, L. (2012). **Sustentabilidade – O que é - o que não é**. Vozes.

BRADESCO. [online] Disponível em: <http://www.bradesco.com.br/html/classic/sobre/o-grupo-bradesco.shtm>.

Branco, A. M. D. F. (2010). **Sustentabilidade Financeira Empresarial no Brasil** (Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo).

CMMAD. COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (1988). **Nosso futuro comum**. Fundação Getúlio Vargas.

Ortigoza, S. A. G., & Cortez, A. T. C. (2009). **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano**.

Coutinho, R. B. G., & Macedo-Soares, T. D. L. V. (2002). Gestão estratégica com responsabilidade social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, 6(3), 75-96.

Costanza, R., & Daly, H. E. (1992). Natural capital and sustainable development. **Conservation biology**, 6(1), 37-46.

Elkington, J. (2001). Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. **California Management Review** (36), 2, 90-100.

Fauzi, H., Svensson, G., & Rahman, A. A. (2010). "Triple Bottom Line" as "Sustainable Corporate Performance": A Proposition for the Future. **Sustainability**, 2(5), 1345-1360.

Guevara, A. J. H. et al. (2009). **Consciência e desenvolvimento sustentável nas organizações: reflexões sobre um dos maiores desafios da nossa época**. Elsevier.

Horbach, J. (2005). **Indicator systems for sustainable innovation**. Physica-Verlag.

INSTITUTO BRADESCO [online] 2015. Disponível em: <http://www.fb.org.br/>

Levek, A. R. H. C., Benazzi, A. C. M., Arnone, J. R. F., Seguin, J., & Gerhardt, T. M. (2002). A responsabilidade social e sua interface com o marketing social. **Revista da FAE**, Curitiba, 5(2), 15-25.

NATURA. [online] Disponível em: <http://www.natura.com.br/www/a-natura/sobre-a-natura/>

Oliveira, K. P. D. (2005). **Panorama do comportamento ambiental do setor empresarial no Brasil**. Cepal.

PNDU. **PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS**, 1998.

Rutherford, I. (1997). **Use of models to link indicators of sustainable development**. John Wiley & Sons Ltd.

Silva, M. G, Araújo, N. M. S., & Santos, J. S. (2012). "Conscious consumption": ecocapitalism as ideology. **Revista Katálysis**, 15(1), 95, Florinópolis, 2012.

VALE. [online]. Disponível em:
<http://www.vale.com/brasil/PT/Paginas/default.aspx>

Vizeu, F., Meneghetti, F. K., & Seifert, R. E. (2012). **Por uma crítica ao conceito de desenvolvimento sustentável**. Cadernos EBAPE. BR, 10(3), 569-583.

Recebido: 11 nov. 2016.

Aprovado: 12 dez. 2016.

DOI: 10.3895/rbpd.v6n1.5007

Como citar: ORIDE, K. S.; MYSZCZUK, A. P. Gestão empresarial e desenvolvimento sustentável: Análise a partir da carteira ISE da Bolsa de Valores de São Paulo (2011-2015). **R. bras. Planej. Desenv.**, Curitiba, v. 6, n. 1, p. 40-61, jan./abr. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/rbpd>>. Acesso em: XXX.

Correspondência:

Karen Sanae Oride

Av. Sete de Setembro, 3165 - Rebouças, Curitiba, Brasil.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

