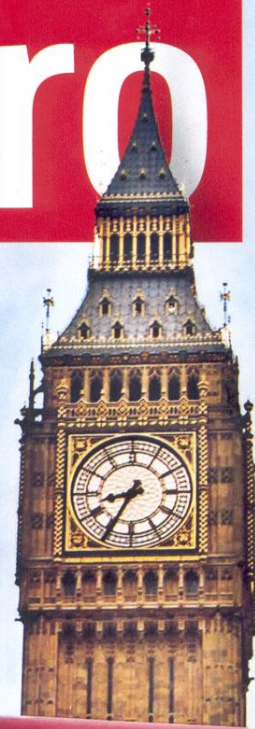


**ESPECIAL:** 50 EMPRESAS QUE UNEM SUSTENTABILIDADE E SAÚDE FINANCEIRA

# ISTO É **Dinheiro**

## **Brasileiros globais**

Uma nova geração de executivos ganha espaço nas grandes corporações mundiais e leva para o Exterior um modelo de gestão típico de nosso mercado. Aprenda com eles como chegar lá



**O GAÚCHO FRANCISCO VALIM:**  
*de Londres, ele comanda a  
Experian em quatro continentes*

www.istoe.com.br  
1 5 5 5 1 1 1 4 7 6 4 5  
24 MAR/2010  
ANO 13  
Nº 650  
R\$ 10,50



# 50 EMPRESAS DO BEM

Conheça as empresas que uniram sustentabilidade com saúde financeira

**D**urante muito tempo, a questão da sustentabilidade foi observada como mais uma moda, uma tendência de mercado para agradar a consumidores e, dessa forma, alcançar os lucros. Para muitas empresas, funcionava mais ou menos como o efeito manada. O pensamento era: se o meu concorrente está fazendo alguma ação, tenho que segui-lo. Era só plantar uma árvore aqui, economizar água acolá, e algumas companhias já encampavam o termo. Com o crescimento da economia, a conscientização da população diante do aquecimento global e com o aumento da responsabilidade empresarial em relação aos problemas sociais, a sustentabilidade ganhou outro significado. Ela não é mais uma modinha. Hoje, é vista como questão de sobrevivência e seu significado pode ser traduzido em números. Mais: nenhuma empresa pensa em qualquer ação sustentável se isso afetar a sua saúde financeira. São conceitos que, definitivamente, andam juntos.

A Bovespa, por exemplo, possui o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), que reúne empresas com práticas sustentáveis. Para entrar nesse seleto rol, é necessário cumprir uma rigorosa cartilha de requisitos. Mas vale a pena. **Pertencer a esse grupo garante um volume maior de negociações dos papéis. Afinal, os fundos de investimento voltados a esse tipo de empresa possuem recursos estimados em R\$ 1,5 bilhão.** Para ajudar a compreensão dos verdadeiros conceitos de sustentabilidade, DINHEIRO selecionou 50 casos de sucesso no mundo empresarial. São projetos ambientais e sociais organizados e coordenados por grandes companhias para fazer com que seus funcionários trabalhem mais satisfeitos, para que as comunidades nas quais estão inseridas cresçam junto com a empresa e, obviamente, para que os clientes observem a marca com outros olhos. Afinal, sustentabilidade e lucro podem – e devem – caminhar de mãos dadas.





**Quem são elas**

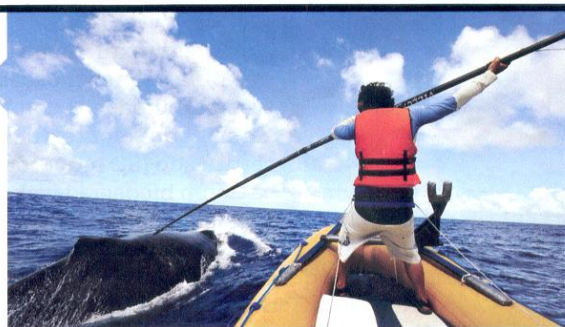
- ABB • Accenture • AES •
- Alcoa • Amanco • Anglo
- American • Basf • Bradesco •
- British Airways • Cargill • Cepevil •
- Coelba • CSN • Dedini • Elektro •
- Embraer • ExxonMobil • General
- Motors do Brasil • Grupo Bimbo •
- GVT • Honda • HSBC • Hyundai
- Caoa • IndusParquet • Intelcav •
- Itaipu • Itaú • Lacoste • Renner •
- Maggi • Mercedes-Benz do Brasil
- Mitsubishi • O Boticário •
- Perdigão • Petrobras • Peugeot •
- Redecard • Rhodia • Sabesp •
- Santander • Shell • SulAmérica
- SustentaX • TAM • Tavex •
- Telefônica • TerraCycle •
- Usiminas • Vicunha Têxtil •
- Voith Turbo



Assista à entrevista em vídeo com Sérgio Minólin, diretor-presidente da Fundação Telefônica do Brasil, no portal da ISTOÉ Dinheiro: [www.istoedinheiro.com.br](http://www.istoedinheiro.com.br)



baleias via satélite, tecnologia que permitiu a identificação das rotas adotadas pelas baleias em seus movimentos migratórios. Agora, em uma segunda fase, a Shell quer avaliar os impactos de suas atividades no movimento dos animais. "Como realizamos trabalhos de exploração e produção na costa brasileira, conhecer o comportamento das baleias nos ajuda a entender que tipo de interferência temos no meio e como podemos minimizar eventuais impactos", explica Ana Paula Fernandes, assessora de performance social da Shell Brasil. O projeto conta com 30 pesquisadores em diversos países e cerca de 90 animais monitorados.



**43** Nem tudo o que é ecológico é sustentável. Sustentabilidade envolve preocupação com o meio ambiente, o bem-estar social e – muito importante – a viabilidade econômica. Apostando na disseminação desse conceito em empresas, a consultoria para construções sustentáveis **SustentaX** está ganhando cada vez mais mercado no Brasil. Em apenas quatro anos, a clientela disparou. Hoje, são 40 projetos em andamento. Em 2006, havia apenas um: era o Banco Real, que, na época, inaugurou a primeira agência sustentável da América do Sul, em São Paulo. Na obra, diversas tecnologias foram colocadas à prova e algumas descartadas. A razão? Viabilidade econômica. Um exemplo são os painéis fotovoltaicos. "Eles são ecológicos, geram energia elétrica a partir da luz do sol, mas o retorno financeiro é impraticável: leva de 15 a 20 anos", diz Paola Figueiredo, vice-presidente executiva da SustentaX. Já os evaporativos, que borrifam vapor d'água e podem diminuir em 4º C a temperatura do ambiente, foram aprovados. Com uma gama cada vez maior de produtos sustentáveis, o custo de uma construção com esse conceito, segundo a consultoria, caiu 40% desde 2006. Hoje, fica entre 2% e 5% a mais, se comparado a uma convencional. O dinheiro investido pode ser recuperado em três ou quatro anos.



**44** As grandes empresas brasileiras começaram a perceber que diversidade racial nos seus quadros de funcionários representa, na prática, um atendimento mais democrático. A **TAM**, por exemplo, aplica atualmente uma política dirigida à seleção e à promoção da diversidade. O percentual de negros ou pardos ocupando cargos de chefia na companhia aérea é de 10%. Nas 500 maiores empresas brasileiras, esse índice não ultrapassa 4%, segundo o Instituto Ethos. "Não queremos somente contratar com diversidade, queremos oferecer promoções também da forma mais diversa possível", afirma Carolina Duque, diretora de gestão de pessoas. Veja o exemplo de Edna Cruz, gerente de marketing de diferenciação da companhia. Sob sua responsabilidade estão o cardápio de refeições, o entretenimento e as compras a bordo. "Consegui crescer porque tive a oportunidade de mostrar meu talento", diz. A TAM ofereceu mais do que uma chance profissional. Edna não concluiu a faculdade de administração, mas pôde compensar esta deficiência com cursos realizados na própria empresa. Hoje, ela virou garota-propaganda da TAM. Seu largo sorriso já estampou outdoors e rendeu uma aparição em recente campanha de televisão.