

# mercado

**ADVBS**SP

ASSOCIAÇÃO DOS DIRIGENTES DE  
VENDAS E MARKETING DO BRASIL



**AMBEV • BUNGE • CEMIG • EDITORA ABRIL  
EMBRAER • INTERNATIONAL PAPER  
LWART LUBRIFICANTES • SABESP  
PÃO DE AÇÚCAR • UNILEVER**

## HOMENAGEM A



**MARCO ANTONIO ROSSI,  
PERSONALIDADE AMBIENTAL  
DA INICIATIVA PRIVADA**

**EDSON GIRIBONI,  
PERSONALIDADE AMBIENTAL  
DO SETOR PÚBLICO**



# NOVAS REFERÊNCIAS NA SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

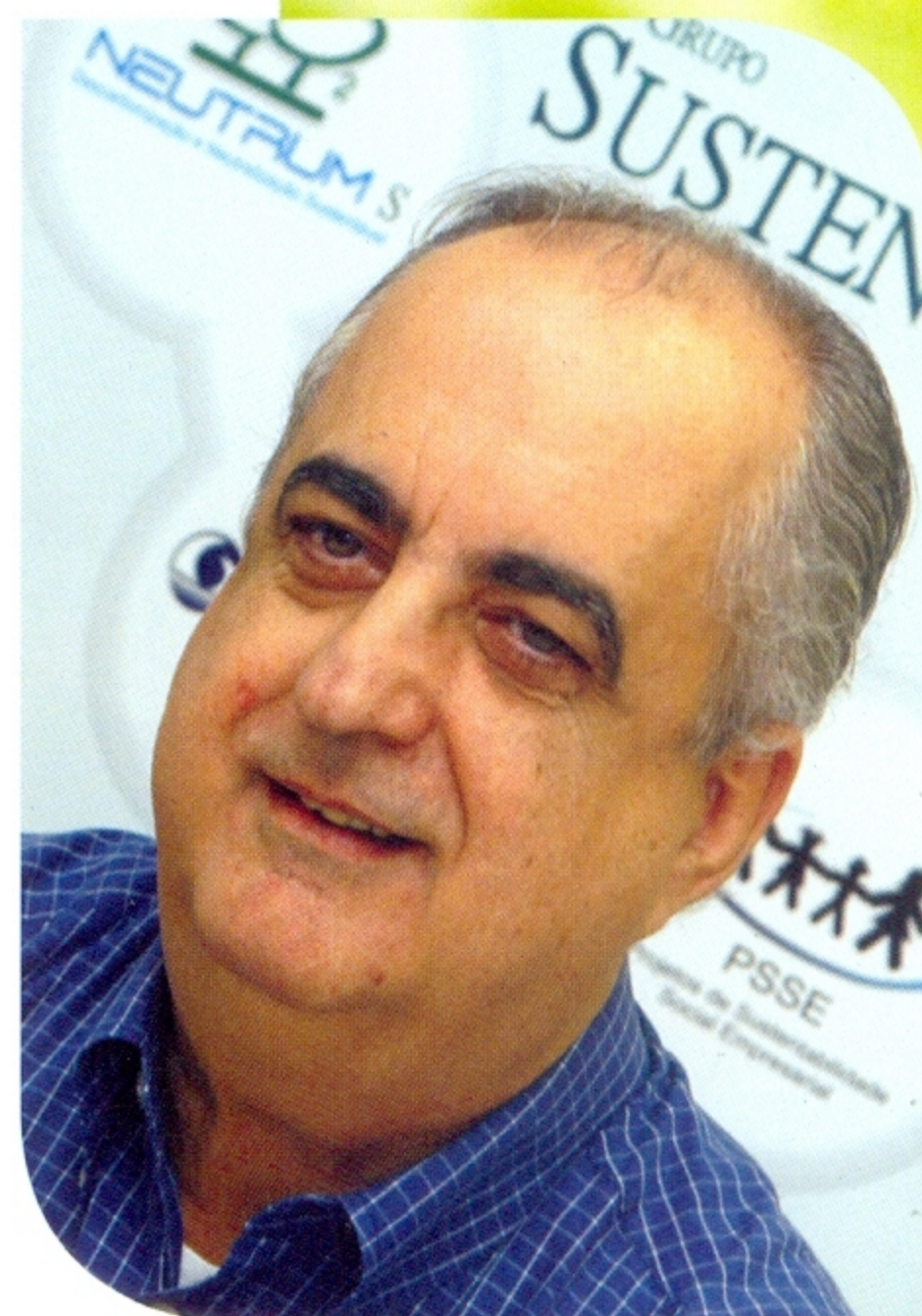
Nos últimos cinco anos vimos um importante movimento acadêmico e empresarial no sentido de incorporar na gestão das empresas o necessário equilíbrio entre lucratividade e responsabilidade socioambiental. É importante reconhecer os esforços desenvolvidos até então, com resultados bastante positivos na criação de imagens de empresas valiosas tanto para a sociedade como para seus acionistas. Porém, as empresas exemplos neste assunto anteriormente foram substituídas por outras hoje. O que ocorreu para essa mudança pode ser resumido em uma única palavra: pragmatismo!

As organizações que são destaques atualmente em suas políticas de sustentabilidade corporativa conseguiram não se deixar levar pelos cantos das sereias dos inúmeros modismos importados, que apareceram nos últimos anos e que fizeram com que outros perdessem o foco do tão necessário pragmatismo empresarial de geração compartilhada de resultados com a sociedade. Identificamos quatro tipos de equívocos cometidos na busca de uma gestão sustentável.

O primeiro é achar que fazer relatórios de sustentabilidade, com base no GRI, é uma grande demonstração de gestão sustentável; o segundo, considerar importante, para a sustentabilidade empresarial, a quantificação de gases de efeito estufa; outro é acreditar que fazer parte do ISE é importante para demonstrar, para investidores, seu compromisso com a sustentabilidade empresarial e, como consequência, valorizar suas ações e, por último, partir para embalagens mais sustentáveis como caminho para a percepção, pelo consumidor, da sustentabilidade empresarial. Os relatórios de sustentabilidade, a maioria baseada no importante referencial emitido pelo Global Reporting Initiative-GRI, apresenta, na maioria dos casos, benefícios mínimos para as empresas perto dos esforços gastos para produzi-los, pela inexistência de um Plano Estratégico de Sustentabilidade Empresarial. O importante é gerar valor e mitigar riscos nas diferentes visões e linguagens dos públicos de interesse e não produzir relatórios genéricos e que eles não lêem.

O segundo advém de modismos importados das economias perdulárias que buscam criar movimentos (para os outros, de preferência) em direção à chamada economia de baixo carbono. Está mais do que comprovado que os esforços do combate ao desperdício e às emissões devem ser feitos pelos países da OECD que estão emitindo 13,8 t/p/a (tonelada/pessoa/ano) de CO<sub>2</sub>, contra 5,4 t/p/a emitidos por nós brasileiros. É essencial conhecer e mitigar os impactos causados pelas operações sobre a sociedade e não na estratosfera! As empresas brasileiras,

*Newton Figueiredo é fundador e presidente do Grupo SustainaX*



ARTIGO

operando fora da OECD, antes de quantificar suas emissões de gases de efeito estufa, deveriam mitigar os riscos socioambientais no entorno dos seus negócios combatendo a fome, a miséria, a violência a poluição...

O terceiro equívoco, nesse caso cometido pelas empresas de capital aberto, é o de lutar para fazer parte do ISE da Bolsa de Valores. Um índice criado pela Bolsa de Valores interessaria a quem? A resposta é óbvia: aos investidores. Ocorre que os investidores (se tiver algum que divirja, por favor, escreva-me) não levam em consideração o ISE para as suas tomadas de decisão de compra e venda de ações. Onde está o erro? Os investidores não têm voz ativa e nem poder de veto na composição do índice. O fundamental é convencer os investidores que sua empresa está sintonizada com os interesses de geração de valor e mitigação de riscos para os investidores, na visão deles.

O último dos maiores equívocos que as empresas cometem na área da sustentabilidade empresarial se refere ao tratamento, quase que exclusivo dado às embalagens de seus produtos, ao invés de partirem, de forma mais vigorosa, para o desenvolvimento de produtos (conteúdo) mais sustentáveis. O importante é gastar recursos para o desenvolvimento de produtos com menor impacto sobre a sociedade e não “maquiá-los” pela embalagem “mais sustentável”.

Erros e acertos fazem parte do aprendizado do desenvolvimento empresarial sustentável. Mas, enquanto, algumas empresas brasileiras e centros acadêmicos se deixaram levar pelo enorme movimento midiático internacional desenvolvido por interesses econômicos de ganhar dinheiro com visões apocalípticas distorcidas, muitas outras estão sabendo criar marcas valiosas para seus acionistas e para a sociedade!