



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ECONOMIA

CLARA MARTINS LEITE

**IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS DE
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL EM EMPRESAS:
CONTRIBUIÇÕES DO INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO NO
BRASIL**

CAMPINAS
2018



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

INSTITUTO DE ECONOMIA

CLARA MARTINS LEITE

**IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS DE
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL EM EMPRESAS:
CONTRIBUIÇÕES DO INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO NO
BRASIL**

Prof. Dr. Maurício Aguiar Serra – orientador

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Econômico da Universidade Estadual de Campinas para obtenção do título de Mestra em Desenvolvimento Econômico, área de concentração Desenvolvimento Econômico, Espaço e Meio Ambiente.

**ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À VERSÃO FINAL
DA DISSERTAÇÃO DEFENDIDA PELA ALUNA CLARA
MARTINS LEITE E ORIENTADA PELO PROF. DR.
MAURÍCIO SERRA.**

**CAMPINAS
2018**

Agência(s) de fomento e nº(s) de processo(s): Não se aplica.

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca do Instituto de Economia
Mirian Clavico Alves - CRB 8/8708

Leite, Clara Martins, 1981-
L536i Implementação dos objetivos de desenvolvimento sustentável em
empresas: contribuições do investimento social privado no Brasil / Clara
Martins Leite. – Campinas, SP: [s.n.], 2018.

Orientador: Maurício Aguiar Serra.
Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de
Economia.

1. Desenvolvimento sustentável. 2. Responsabilidade social da empresa. 3.
Empresas - Aspectos sociais. 4. Sustentabilidade. I. Serra, Maurício Aguiar,
1963-. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Economia. III.
Título.

Informações para Biblioteca Digital

Título em outro idioma: Implementation of the sustainable development goals in
companies: contributions of private social investment in Brazil

Palavras-chave em inglês:

Sustainable development

Social responsibility of business

Industries - Social aspects

Sustainability

Área de concentração: Desenvolvimento Econômico, Espaço e Meio Ambiente

Titulação: Mestra em Desenvolvimento Econômico

Banca examinadora:

Maurício Aguiar Serra [Orientador]

Bastiaan Philip Reydon

Olympio Barbanti Junior

Data de defesa: 26-02-2018

Programa de Pós-Graduação: Desenvolvimento Econômico



DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

CLARA MARTINS LEITE

IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL EM EMPRESAS: CONTRIBUIÇÕES DO INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO NO BRASIL

Defendida em 26/02/2018

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Maurício Aguiar Serra - Presidente
Instituto de Economia - UNICAMP

Prof. Dr. Bastiaan Philip Reydon
Instituto de Economia - UNICAMP

Prof. Dr. Olympio Barbanti Junior
Universidade Federal do ABC

Ata de Defesa, assinada pelos membros da Comissão Examinadora, consta no processo de vida acadêmica do aluno.

DEDICATÓRIA

*Ao Henrique e à Gabriela, por todo amor e
compreensão nas horas dedicadas a este
trabalho.*

AGRADECIMENTOS

Ao Professor Maurício Serra pela orientação e incentivo em pesquisar um tema que me fizesse brilhar os olhos, além da paciência durante todo o processo de elaboração desta dissertação.

Ao Professor Bastiaan Philip Reydon por ter acompanhado minha trajetória no Mestrado e pelos comentários valiosos que me ajudaram na definição do tema.

Ao Prof. Rodrigo Lanna por ter fornecido importantes comentários no exame de qualificação, que levaram a diversas reformulações em todos os capítulos.

Ao meu marido Henrique Leite, por ter me ouvido e me apoiado durante todo o trabalho e por ter me estimulado, mesmo nos momentos mais difíceis.

Aos meus pais, Cecília e João; irmãs, Lidia e Carol; sogros, Cleusa e Álvaro e cunhados, Marcela e Daniel, que sempre me incentivaram e que me ajudaram nos momentos em que precisei de apoio.

À minhas queridas amigas que me estimularam, me ouviram e torceram pelas minhas conquistas.

Aos professores e colegas da UNICAMP pela convivência e aprendizado.

Aos funcionários da secretaria de pós-graduação e da biblioteca do Instituto de Economia.

RESUMO

Baseadas em uma nova estratégia de responsabilidade social corporativa e de sustentabilidade, que engloba dimensões políticas, econômicas, sociais, tecnológicas e ambientais, as organizações têm buscado modificar suas escolhas estratégicas, seus direcionamentos, bem como seus atuais padrões produtivos. O paradigma da sustentabilidade modifica a maneira pela qual as organizações devem agir. Ao mesmo tempo, o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) vem sendo modificado e surge a perspectiva de Criação de Valor Compartilhado, que considera que a geração de valor econômico deva também criar valor para a sociedade. No Brasil, o tema do Investimento Social Privado (ISP) representa a atuação social das empresas, institutos e fundações empresariais como um desdobramento da RSC e vem ganhando atenção particularmente no âmbito dos reflexos sobre o desenvolvimento econômico e social. Para que a sustentabilidade empresarial seja difundida e aplicada, organismos internacionais têm sido fundamentais articuladores de discussões e programas que promovem o conceito em termos globais. Neste cenário destaca-se o papel da Organização das Nações Unidas (ONU) que lançou em 1999 o Global Compact (GC), convidando as empresas a se responsabilizar por metas ligadas ao desenvolvimento sustentável. Em setembro de 2015, a ONU, juntamente com os países membros, formalizou uma nova agenda denominada Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Diante deste contexto, é pertinente entender como as empresas brasileiras têm conduzido suas práticas de sustentabilidade e de ISP, com vistas a contribuir com as metas dos ODS.

Palavras-chave: Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), Sustentabilidade, Responsabilidade Social Corporativa, Investimento Social Privado, Valor Compartilhado.

ABSTRACT

Based on a new strategy of corporate social responsibility and sustainability, encompassing political, economic, social, technological and environmental dimensions, organizations have sought to modify their strategic choices, their directions, as well as their current production patterns. The sustainability paradigm modifies the way organizations should act. At the same time, the concept of Corporate Social Responsibility has been modified and the perspective of Creating Shared Value arises, which considers that the generation of economic value must also create value for society. In Brazil, the theme of Private Social Investment (ISP) has been gaining attention particularly in the context of the reflexions on economic and social development. In order for sustainability to be widespread and applied, international organizations have been the main articulators of discussions and programs that promote the concept in global terms. In this scenario, the role of the United Nations (UN), launched in 1999 by the Global Compact (GC), invites companies to take responsibility for goals linked to sustainable development. In September 2015, the UN, together with the member countries, formalized a new agenda called Sustainable Development Goals (SDG). Given this context, it is pertinent to understand how Brazilian companies have conducted their sustainability and ISP practices, in order to contribute to the goals of the Sustainable Development Goals (SDG).

Keywords: Sustainable Development Goals (SDG), Sustainability, Corporate Social Responsibility, Private Social Investment, Shared Value.

LISTA DE FIGURAS, TABELAS, QUADROS E GRÁFICOS

Figura 1 - Modelo bidimensional de Responsabilidade Social Corporativa.....	42
Figura 2 - O guarda-chuva da Responsabilidade Social.....	54
Figura 3 - Cinco etapas do Compass ODS.....	76
Quadro 1 - Os quatro estágios da maturidade da sustentabilidade na sociedade.....	27
Quadro 2 - As cinco fases de aprendizagem organizacional.....	29
Quadro 3 - Características da responsabilidade social empresarial 1.0.....	44
Quadro 4 - Os estágios da Responsabilidade Social Corporativa.....	46
Quadro 5 - Diferenças entre Responsabilidade Social Corporativa e Criação de Valor Compartilhado.....	51
Quadro 6 - Os 10 Princípios do Pacto Global das Nações Unidas.....	72
Quadro 7 - Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS)	75
Tabela 1 - Categorias e Aspectos das Diretrizes GRI - G4.....	35
Tabela 2 - Tendências de investimentos sociais de acordo com a maturidade das empresas....	58
Tabela 3 - Abordagens de aproximação entre o ISP e o negócio.....	60
Tabela 4 - Atributos para o Investimento Social do futuro.....	69
Tabela 5 - As 60 maiores oportunidades de mercado relacionadas aos encaminhamentos dos ODS	80
Tabela 6 – Carteira ISE 2017/2018.....	83
Tabela 7 – Macro-objetivos e ODS na Braskem.....	91
Tabela 8 – Boas práticas e sugestões para incorporação dos ODS nas estratégias empresariais.....	93
Gráfico 1 - Volume de recursos investidos pelas empresas que responderam ao BISC.....	63
Gráfico 2 - Políticas públicas priorizadas pelas empresas.....	64
Gráfico 3 - Por que apoiar as organizações da sociedade civil.....	65

Gráfico 4 - Mudanças implementadas na condução dos investimentos sociais nos últimos 10 anos.....	68
Gráfico 5 – Interesse das empresas em integrar os investimentos sociais aos ODS.....	82
Gráfico 6 - Relação entre os investimentos sociais e as políticas públicas e/ou agendas coletivas para o desenvolvimento sustentável.....	85
Gráfico 7 – Avaliação do ISP e relação com stakeholders.....	86
Gráfico 8 - Grau de incorporação dos ODS nas estratégias empresariais.....	88

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BOVESPA - Bolsa de Valores de São Paulo

GVCes - Centro de Estudos em Sustentabilidade

CBPG - Comitê Brasileiro do Pacto Global

CFC - Conselho Federal de Contabilidade

DJSI - Dow Jones Sustainability Indexes

FGV-EAESP - Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação
Getúlio Vargas

FASB - Financial Accounting Standards Board

GRI - Global Reporting Initiative

IIRC - International Integrated Reporting Council

ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial

IASB - International Accounting Standards Board

IFC - International Finance Corporation

ISAR - International Standards of Accounting and Reporting

ISP – Investimento Social Privado

NPA - Norma de Procedimento de Auditoria

ONU - Organização das Nações Unidas

ODM - Objetivos de Desenvolvimento do Milênio

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

RS – Relatório de Sustentabilidade

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

SEC - Securities and Exchange Commission

WCED - World Commission on Environment and Development

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
CAPÍTULO 1: SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA.....	18
1.1. Definições relativas à Sustentabilidade.....	19
1.1.1. Contribuições da Economia Ambiental e da Economia Ecológica.....	21
1.2. Sustentabilidade empresarial.....	25
1.2.1. Relatórios de Sustentabilidade.....	33
1.3. Responsabilidade Social Corporativa.....	39
1.3.1. A Criação de Valor Compartilhado: contribuições para a evolução do conceito de Responsabilidade Social Corporativa.....	46
1.3.2. Diferenças e similaridades entre a Responsabilidade Social Corporativa e a Criação de Valor Compartilhado.....	49
1.4. Considerações finais.....	52
CAPÍTULO 2: O INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO NO BRASIL.....	53
2.1. A evolução do conceito de Investimento Social Privado no Brasil.....	53
2.2. Perfil do Investimento Social Privado no Brasil.....	62
2.2.1. Avanços e desafios para o Investimento Social Privado no Brasil.....	66
2.3. Considerações finais.....	69
CAPÍTULO 3: INCORPORAÇÃO DOS ODS NA ESTRATÉGIA DE INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO.....	71
3.1. Contexto e definição dos ODS.....	71
3.2. A incorporação dos ODS na atuação social das empresas.....	78
3.2.1. Matriz de Análise das práticas empresariais.....	82
3.3. Considerações finais.....	93
CONCLUSÃO.....	95
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	99

INTRODUÇÃO

Historicamente a humanidade passou por diversas transformações, seja pelo crescimento das sociedades, seja pelos avanços tecnológicos e econômicos dela decorrentes o que elevou a utilização dos recursos de forma irracional, repercutindo em profundos impactos que custaram a serem compreendidos. Diante deste cenário crítico, com a intensificação das mudanças e de consequências prejudiciais de ordem ambiental, sociopolítica e econômica, emerge a perspectiva de que o desenvolvimento é necessário, desde que atenda a um conjunto de princípios. Neste sentido, difunde-se o conceito do desenvolvimento sustentável, como uma proposta de equilibrar a satisfação das necessidades atuais, todavia, sem comprometer a capacidade de manutenção das gerações futuras.

Frente a essas reorientações de ordem global, verifica-se uma pressão para que os governos, empresas e sociedade redefinam suas metas em direção a um modelo de desenvolvimento “sustentado”, ou seja, de longo prazo, durável, consistente e sistemático. Surge, com isso, uma nova estratégia de desenvolvimento que engloba dimensões políticas, econômicas, sociais, tecnológicas e ambientais. Esse novo paradigma, de um Desenvolvimento Sustentável, implica a necessidade de profundas mudanças nos atuais sistemas de produção, organização da sociedade humana e utilização de recursos naturais essenciais à vida em sua forma mais ampla.

Desde o início do século XX discute-se qual o papel das empresas na promoção do desenvolvimento socioeconômico. As primeiras abordagens incorporaram os princípios liberais, reforçando que a função social das empresas estava em promover a maximização do lucro, geração de empregos e pagamento de impostos. Neste momento, as ações sociais das empresas limitavam-se às doações filantrópicas e à criação de fundações empresarias. A abordagem contemporânea da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), que se estende desde a década de 1950 até os dias atuais, com a discussão do desenvolvimento sustentável, está associada aos valores adquiridos pela sociedade pós-industrial, quando há um entendimento de que as empresas estão inseridas em um ambiente complexo e que suas atividades afetam e são afetadas por diversos agentes sociais.

Somente o crescimento econômico não é suficiente para satisfazer as necessidades dos diversos agentes sociais, e as empresas também devem contribuir para a melhoria da qualidade de vida das pessoas. Esta discussão culmina, na década de 1990, no conceito formulado pela World Business Council for Sustainable Development que define a responsabilidade social empresarial

como parte do desenvolvimento sustentável. A sustentabilidade, como paradigma do século 21, modifica a maneira como as organizações agem, ao tornar as empresas responsáveis em garantir os recursos para as gerações futuras, além de promover o desenvolvimento sustentável. Assim, projetos ligados à sustentabilidade passaram a fazer parte da pauta das empresas que querem se manter competitivas no cenário atual e no longo prazo.

Este cenário, fez com que a Organização das Nações Unidas (ONU) adotasse oito objetivos na Declaração do Milênio em 2000, chamados de Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). Estes objetivos se tornaram ainda mais evidentes quando no ano de 2002, em Johannesburgo, a Cúpula Mundial para o Desenvolvimento Sustentável ampliou o debate, incorporando as questões sociais e econômicas, além das questões ambientais.

A partir destas determinações, novos acordos e protocolos internacionais se estabeleceram, repercutindo em novas configurações governamentais e práticas institucionais, principalmente por meio de políticas públicas, objetivando a reparação de desigualdades passadas entre territórios, sejam estes extranacionais ou em seu meio.

Vários avanços ocorreram nestes 15 anos da Agenda do Milênio, mas os ODM eram bastante amplos e complexos de serem mensurados. Sendo este um desafio, na Agenda do Desenvolvimento pós-2015, também conhecida como Agenda 2030, foi analisada a necessidade de o desenvolvimento sustentável ser medido, avaliando-se a efetividade dos resultados, utilizando indicadores, métricas e dados, críveis e comparáveis, para se tornarem objeto de acompanhamento. É neste contexto que foram lançados os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), composto por 17 objetivos e 169 metas. Portanto, observa-se a busca internacional por mensuração dos resultados do que já foi implementado e que sirva como parâmetro para novos direcionamentos.

No âmbito empresarial, o Pacto Global (ou Global Compact – GC) é a iniciativa da ONU para que as empresas se envolvam nessa agenda de desenvolvimento 16 sustentável. Lançado em 2000, pelo então Secretário Geral da ONU, Kofi Annan o Pacto Global é considerado a maior iniciativa voluntária de cidadania corporativa do mundo, com mais de 12 mil signatários, entre empresas e organizações. A Rede Brasil do Pacto Global foi fundada em 2003 e, hoje, conta com mais de 700 signatários. Quarta maior rede local e a maior das Américas, atua no Brasil em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e está sob a gestão do Comitê Brasileiro do Pacto Global (CBPG).

O GC convida as empresas a implementarem em suas práticas os ODS, por meio dos direcionamentos apresentados no guia Sustainable Development Goals Compass (SDG Compass). O SDG Compass, ou Bússula dos ODS, que foi criado por iniciativa do United Nations Global Compact (UNGC), Global Reporting Initiative (GRI) e World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (UNGC, GRI, WBCSD, 2015).

No Brasil, a atuação social das empresas no Brasil teve origem nas instituições filantrópicas ligadas à Igreja, de cunho eminentemente assistencialista e avançou ao longo das décadas com a criação de institutos e fundações empresariais e a formulação do conceito de Investimento Social Privado (ISP). Nesta trajetória, a sociedade civil passou por um amplo processo de amadurecimento rumo a um modelo de sustentabilidade e inclusão social (ALIANÇA CAPOAVA, 2010).

A partir da década de 1990, as empresas brasileiras passaram por uma revolução em seus processos produtivos e na relação com a sociedade, ampliando-se as expectativas em relação ao seu papel no desenvolvimento do país. É neste momento que surge o conceito de Investimento Social Privado, que tem como elementos fundamentais: a preocupação com o planejamento, monitoramento e avaliação dos projetos; uma estratégia voltada para a transformação social; e o envolvimento da comunidade no desenvolvimento da ação (DEGENSZAJN e RIBEIRO, 2014).

Dentre as tendências atuais para o Investimento Social Privado no Brasil está a aproximação entre este e o negócio, fazendo com que, atualmente, na grande maioria das corporações, o investimento social esteja incorporado à estratégia de sustentabilidade. Este cenário vai ao encontro do chamamento dos ODS para que as empresas sejam parte da solução para resolver os desafios do desenvolvimento 17 sustentável. Assim, a principal pergunta que norteia esta dissertação é: o Investimento Social Privado no Brasil, na medida em que procura ter reflexos sobre o desenvolvimento econômico e social no país, pode contribuir com a consecução dos ODS?

O ISP tem ganho cada vez mais espaço de debate em relação às estratégias empresariais de sustentabilidade e um número cada vez maior de empresas preocupam-se em promover ações transformadoras e de longo prazo. Existe hoje um grande esforço no sentido de medir qual o verdadeiro impacto dessas ações sobre o desenvolvimento econômico e social do país, mas isto ainda é um desafio para os institutos e fundações, empresas e outras organizações ligadas ao tema. Isso acontece por vários fatores, dentre eles: em primeiro lugar, ainda há uma concentração deste tipo de investimento nos estados do Sudeste, onde estão concentradas a maioria das sedes das empresas que possuem um investimento social privado mais expressivo e que faz com que esse

desenvolvimento não se dê de forma uniforme no território nacional, ao mesmo tempo que os dados disponíveis referem-se, na maioria das vezes, aos investimentos realizados nesta região; em segundo lugar, apesar das empresas, institutos e fundações empresariais fazerem esforços quanto ao caráter transformador das realidades sociais de suas ações, ainda não se têm medidas eficazes sobre seu real impacto, embora tenha havido avanços em relação ao esforço de se criar metodologias e indicadores para isso; em terceiro lugar, muitas empresas continuam a executar ações de ISP limitadas ao entorno do seu negócio e/ ou continuam realizando ações mais pontuais e de caráter filantrópico.

Em relação à incorporação dos ODS nas estratégias empresariais e de ISP, as grandes empresas no Brasil têm mostrado protagonismo e empenho neste tema, especialmente aquelas que possuem uma atuação formal junto ao Global Compact e que estão relacionadas nos índices de sustentabilidade no Brasil e no exterior. Entretanto este processo está acontecendo de forma mais lenta do que esperado e de forma pontual dentro das empresas, ou seja, há um alinhamento com os ODS relacionado à programas e projetos específicos, mas ainda não se percebe uma grande transformação no modo de produção das empresas ou dos ODS pautando as tomadas de decisões empresariais.

A Agenda 2030, da qual os ODS fazem parte, possui metas que deverão ser alcançadas até esta data. Ou seja, a tomada de decisão dos governos, empresas e sociedade civil no sentido de colaborar para a realização dessas metas é urgente. Desta forma, esta pesquisa justifica-se na medida em que está analisando a incorporação dos ODS nas estratégias das empresas no Brasil e viabilizando a construção de uma matriz analítica que contempla as distintas ações, prioridades e particularidades da incorporação dos ODS nas estratégias empresariais.

O objetivo desta dissertação é analisar o Investimento Social Privado no Brasil e sua contribuição com a consecução dos ODS a partir da análise de como as empresas no Brasil têm incorporado esses objetivos em suas estratégias. Para tanto, esta dissertação está estruturada em três capítulos. O primeiro deles tem como foco central uma ampla revisão de literatura acerca da sustentabilidade e da responsabilidade social corporativa, com enfoque para a discussão acerca da Criação de Valor Compartilhado, que será a base teórica da literatura sobre RSC. No segundo capítulo, um panorama da evolução do Investimento Social Privado (ISP) no Brasil é apresentado, fazendo uma análise do perfil do ISP e quais os desafios e oportunidades para este campo no Brasil. Por fim, o terceiro capítulo tem por objetivo analisar a incorporação dos ODS nas estratégias das

empresas no Brasil e viabilizar a construção de uma matriz analítica que contemple as distintas ações, prioridades e particularidades da incorporação dos ODS nas estratégias empresariais.

CAPÍTULO 1: SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Num mundo em que o desenvolvimento sustentável – vide o lançamento dos ODS - tem sido amplamente discutido e cada vez mais aceito por um crescente número de países e governos, há um certo consenso de que as empresas podem desempenhar um papel chave na sua realização. Desta forma, este capítulo tem por objetivo entender como a questão da sustentabilidade tem sido incorporada pelas empresas em suas estratégias. Para tanto, foi realizada uma revisão da literatura sobre 2 temas importantes relacionados ao objeto de análise do capítulo: (a) o desenvolvimento sustentável e (b) a RSC, em que a teoria da criação do valor compartilhado assume importância capital. A discussão de uma maior contribuição das empresas no processo de desenvolvimento sustentável tem por base a teoria do valor compartilhado. Toda essa revisão dará suporte à análise que será empreendida nos capítulos subsequentes. O capítulo está dividido em três partes:

A primeira parte retoma algumas definições ligadas ao tema da sustentabilidade, como desenvolvimento sustentável e economia verde para ilustrar como o tema do desenvolvimento sustentável vem sendo abordado até a atualidade. Além disso, trata do debate proposto pela Economia Ambiental e pela Economia Ecológica.

A segunda parte discute como as empresas incorporaram ou estão incorporando a Sustentabilidade em suas estratégias empresariais. Além disso, será realizado um resgate da evolução dos relatórios de sustentabilidade e como esses contribuíram para a incorporação do tema pelas empresas.

A terceira parte discute o conceito de Responsabilidade Social Corporativa e qual a sua trajetória no Brasil e no mundo. Será analisado também o conceito de Valor Compartilhado e qual sua contribuição para a evolução da Responsabilidade Social Corporativa.

1.1. Definições relativas à Sustentabilidade

Historicamente, a humanidade passou por diversas transformações seja pelo crescimento das sociedades seja pelos avanços tecnológicos e econômicos dela decorrentes. Estas transformações intensificaram as mudanças e consequências nocivas de ordem ambiental, sociopolítica e econômica, o que fez emergir a perspectiva de que o desenvolvimento é necessário desde que atenda a um conjunto de princípios. Neste sentido, difunde-se o conceito do desenvolvimento sustentável, como uma proposta de equilibrar a satisfação das necessidades atuais, todavia, sem comprometer a capacidade de manutenção das gerações futuras (WCED, 1987).

Frente a essas reorientações de ordem global, verifica-se uma pressão para que os governos, empresas e sociedades redefinam suas metas, em direção a um modelo de desenvolvimento “sustentado”, assim sendo, de longo prazo, durável, consistente e sistemático (LEAL FILHO, 2000).

Foi através das contribuições de Boulding (1966) que se iniciou o processo de consolidação do entendimento atual de sustentabilidade. Porém, o seu estabelecimento foi resultante do relatório desenvolvido a partir do debate do Clube de Roma de 1972, onde se trataram as problemáticas resultantes do crescimento acelerado da população mundial e respectivo consumo, em contraposição às limitações dos recursos naturais do planeta. Este debate repercutiu na publicação denominada “Os limites do crescimento”, conhecido como o Relatório Meadows (MEADOWS, 1972).

Neste mesmo ano, ocorreu a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, conhecida como Conferência de Estocolmo, na qual se deu pela primeira vez um debate em nível mundial sobre os problemas ambientais globais. Deste debate surge a tese do Ecodesenvolvimento, que irá originar o Relatório Brundtland, de 1987 (Our Common Future), segundo o qual o crescimento deverá considerar a eficiência econômica, o equilíbrio ambiental e a igualdade social.

Em 1987, através da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (World Commission on Environment and Development - WCED), foi cunhado o conceito de Desenvolvimento Sustentável, como o desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades. O Relatório Brundtland, teve como foco a necessidade de repensar os modelos de

desenvolvimento socioeconômico, estabelecendo conexão entre os sistemas econômico, social e ambiental, destacando a equidade intrageracional e intergeracional e recomendando reformas institucionais globais de caráter político e econômico (WCED, 1987).

A partir da 2ª Conferência da ONU sobre o Meio Ambiente, realizada em 1992 no Rio de Janeiro, o crescimento econômico deixa de ser entendido como condição necessária e suficiente para o bem-estar geral e, ao contrário, pode ser altamente excludente (ROMEIRO, 2012). Frente a essas reorientações de ordem global, verifica-se uma pressão para que os governos, empresas e sociedades redefinam suas metas. Com base nas determinações estabelecidas, diversos pressupostos foram resultantes, tais como: a Agenda 21, as convenções sobre alterações climáticas, biodiversidade e desertificação, declaração sobre as florestas, Rio +20, entre outros.

Em 2002 aconteceu na África do Sul a Cúpula Mundial do Desenvolvimento Sustentável, outra conferência mundial sobre gestão ambiental e desenvolvimento sustentável. Nesta conferência foi cunhado o termo “Triple Bottom Line”, que incorpora a noção de sustentabilidade nas decisões de negócios e que, em um esforço de síntese, aponta que o desenvolvimento sustentável teria uma base formada por três pilares - o econômico, o social e o ambiental.

A partir dessa nova visão, a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (UNCSD 2012 ou Rio+20) trouxe o tema da Economia Verde, definido como aquele que “resulta em melhoria do bem-estar da humanidade e igualdade social, ao mesmo tempo em que reduz significativamente riscos ambientais e escassez ecológica” (PNUMA, 2011), como central no contexto do desenvolvimento sustentável e da erradicação da pobreza.

A Economia Verde reflete as premissas da visão chamada de Economia Ambiental que reconhece os riscos relacionados à degradação ambiental, mas não trata das questões ambientais que lidam com a total incerteza, como, por exemplo, os efeitos do aquecimento global sobre o planeta no futuro. A crítica à Economia Ambiental é feita a partir da visão da Economia Ecológica, que defende que não é possível aumentar indefinidamente a eficiência no uso dos recursos naturais, ou seja, em algum momento faz-se necessário o fim do crescimento econômico para que a capacidade de suporte do planeta não seja irremediavelmente ultrapassada. Estas visões serão detalhadas no próximo item.

1.1.1. Contribuições da Economia Ambiental e da Economia Ecológica

Conforme visto no item anterior, duas visões principais estruturam a evolução do pensamento econômico em relação ao meio ambiente: a Economia Ambiental e a Economia Ecológica. A solução dos problemas ambientais e sociais são tratadas pelas duas visões, entretanto a Economia Ambiental utiliza um conjunto de modelos e técnicas enraizadas dentro do pensamento econômico do “mainstream neoclássico” tratando basicamente da alocação dos recursos não renováveis e adotando o conceito chave de “externalidades”. Enquanto isso, a Economia Ecológica considera que o sistema econômico faz parte de um sistema maior e, portanto, tem seus limites.

A Economia Ambiental analisa os custos dos danos ambientais causados pela atividade econômica dando maior ênfase à valoração dos recursos naturais, na tentativa de precificá-los e, então, incluí-los na lógica econômica da alocação eficiente (DALY e FARLEY, 2004). Dentro desta visão, são ressaltadas para a conceituação de desenvolvimento sustentável, as ideias difundidas por Solow (2000), segundo o qual a natureza jamais constituiria sério obstáculo à expansão do sistema produtivo e qualquer elemento da natureza que se mostrasse limitante a este crescimento poderia ser substituído.

Segundo esta visão, o progresso tecnológico sempre conseguirá introduzir, através das inovações, as necessárias alterações que superam a eventual escassez de um dos fatores necessários para o processo produtivo, quais sejam: trabalho, capital e recursos naturais. Assim, os recursos naturais poderiam ser obstáculos temporários à expansão da economia e poderiam ser indefinidamente superados por inovações (SOLOW, 2000).

Em contraposição à visão da Economia Ambiental, a Economia Ecológica busca inserir a atividade econômica dentro do contexto de sistemas biológicos e físicos. Essa abordagem heterodoxa incorpora leis derivadas das ciências naturais, limitando a atividade econômica à capacidade de suporte do meio ambiente. (DALY e FARLEY, 2004).

Foi Nicholas Georgescu-Roegen, em 1971, que iniciou o debate que resultaria na Economia Ecológica. Suas proposições indicam que as atividades econômicas transformam energia em formas de calor tão difusas que se tornam inutilizáveis. Através do princípio da entropia, o autor defende que a humanidade, para superar o colapso ambiental, deva apoiar seu desenvolvimento na retração, isto é, no decréscimo do produto (VEIGA, 2005). Desta forma, a ideia de que a inovação tecnológica pode superar todos os problemas ambientais não é comprovada, pois nem todo o

avanço tecnológico conseguirá reverter os danos causados ao planeta se o crescimento da produção não for também revisto.

Da mesma forma que Georgescu defende a ideia de retração da produção, Herman Daly difunde o conceito de “condição estacionária”. Enquanto que para a visão neoclássica a alocação dos recursos determina a escala, para a economia ecológica é o inverso: a escala determina a alocação. O argumento fundamental para determinação da escala previamente é de que, segundo a lei da entropia, qualquer atividade produtiva traz consigo um processo de degradação entrópica irreversível. Mesmo que se aumente a eficiência ecológica, reduzindo a quantidade de resíduos produzidos neste processo, “há limites entrópicos intransponíveis a partir de certo ponto” (ROMEIRO, 2012), e não há como substituir serviços ecossistêmicos fundamentais por capital.

Desta forma, não há como se estabelecer um nível de “poluição ótima”, na medida em que o mecanismo para determinar este nível estaria baseado no cálculo custo-benefício do ponto de vista econômico, não ecológico, e, portanto, não considera que a capacidade de assimilação da degradação diminui ao longo do tempo, podendo chegar a uma perda irreversível.

A inversão desta lógica pela Economia Ecológica considera o que antes eram variáveis de ajuste do processo, como parâmetros físicos de sustentabilidade ecológica, envolvendo também valores como a solidariedade inter e intra gerações, tendo como perspectiva o Princípio da Precaução (ROMEIRO, 2012), instrumento jurídico diante da incerteza absoluta, que é diferente de risco mensurado.

Tendo esta lógica como pressuposto e definida a escala (baseada no critério da sustentabilidade), a distribuição será definida a partir de um critério de justiça aceito por todos e, a partir deste ponto, os critérios de mercado irão reger a alocação. Esta estrutura foi seguida pelo Protocolo de Kyoto, o qual definiu uma escala e a distribuição seguiu o critério de que os países que poluem mais devem reduzir mais a emissão de poluentes. A principal inovação deste protocolo foi a introdução de um mecanismo de precificação de carbono.

A determinação da escala econômica representa a necessidade de abandono do objetivo de promover o crescimento econômico ilimitado, ou seja, vai de encontro ao que preconiza a visão da economia convencional. Os sistemas econômicos e ecológicos têm em comum o grande grau de incerteza e complexidade. Entretanto, enquanto que, para a economia convencional, o crescimento só gera benefícios, para os economistas ecológicos ele também gera custos.

Na condição estável proposta por Daly, o estoque de riqueza física e de pessoas deve ser mantido constante e consistente com a capacidade de regeneração dos recursos e serviços ecossistêmicos. É o que ele irá chamar de fluxo de *throughput* (entendida como a taxa de transferência, a quantidade de energia e matéria utilizada pela atividade econômica). A taxa de *throughput* varia entre as realidades dos diversos países e deve ser calculada de modo que garanta o estoque de capital para a população daquele país, ao mesmo tempo em que deve estar dentro de uma escala sustentável.

Daly propõem que sejam feitas reformas de forma gradual e as alternativas sugeridas por ele seriam: sistema *cap-auction-trade* (escala negociada no mercado) ou *cap-and-share* (taxação sobre emissão) para limitar a taxa de *throughput* (definição de tetos para o consumo de recursos, seguido por leilão por parte do governo sobre o direito de degradação dos recursos e, a partir disso, empresas e indivíduos possuem quotas para comercializá-la); reforma tributária ecológica; estabilização da população; limites máximo e mínimo para a renda; redução da duração da jornada de trabalho e flexibilização do trabalho; regulação do comércio internacional e reforma do sistema financeiro e monetário. No caso do sistema *cap-auction-trade*, a vantagem seria, segundo Daly, a formação de um rendimento para o governo, que pode ser usado para redistribuição, garantindo a justiça econômica (SAES e ROMEIRO, 2013).

As críticas aos autores da condição estável vão no sentido da falta de fundamentos teóricos e explicações das relações entre os agregados macroeconômicos, que justifiquem a viabilidade e as consequências das propostas apresentadas, além do papel superestimado atribuído ao Estado (SAES e ROMEIRO, 2013). Assim, os dois problemas a serem enfrentados para alcançar o crescimento não econômico seriam a possibilidade de se gerar uma crise econômica e as expectativas de uma sociedade de consumo. O primeiro problema poderia ser enfrentado por uma macroeconomia ambiental, conforme descrita acima. O segundo dependeria de uma certa dose de altruísmo da população. O que Daly e Farley (2004) chamaram de crescimento não econômico trazia a ideia de que “o aumento da satisfação (utilidade) trazido pelo crescimento econômico é menor do que o aumento da insatisfação (desutilidade) (ROMEIRO, 2012).

Em “Muito Além da Economia Verde” (ABRAMOVAY, 2012), o autor questiona se é possível um capitalismo capaz de levar o mundo em conta. Considerando as bases conceituais da economia de mercado, preconizada por Hayek e na qual os preços são o principal parâmetro de escolha e, portanto, as decisões individuais garantiriam a melhor alocação dos recursos, o autor faz

a crítica afirmando que os mercados são estruturas sociais e que por isso precisam incorporar valores ambientais e éticos.

Segundo o autor, os valores éticos têm espaço hoje no mundo pois a humanidade está diante de um grande desafio que é o limite de regeneração dos ecossistemas e a sociedade está cada vez mais assumindo espaços de governança em um novo “metabolismo social”.

Tim Jackson, em seu livro “Prosperidade sem Crescimento?” (2009), defende que a necessidade crescente de aquisição de bens materiais deve ser revista. O autor considera que a prosperidade transcende as preocupações materiais, mas se baseia em nosso potencial para participar plenamente na vida em sociedade. De acordo com o autor, o crescimento econômico pode gerar bem-estar até um determinado nível no atendimento das necessidades básicas dos seres humanos. A partir daí a acumulação de bens não vai acrescentar mais bem-estar, esta acaba ocorrendo mais por uma necessidade de se firmar dentro de um grupo social, gerando uma espécie de competição entre as pessoas, que por uma real necessidade de ampliar a felicidade e bem-estar humanos.

E qual seria o papel das empresas neste cenário? A incorporação da Sustentabilidade, entendida aqui como a incorporação dos três pilares de desenvolvimento sustentável (econômico, social e ambiental) nas estratégias empresariais é uma prática que vem sendo cada vez mais ampliada. Diversos mecanismos internos e externos às empresas, como a elaboração e publicação de Relatórios de Sustentabilidade, participação em índices de sustentabilidade, definição de metas e indicadores internos, vêm sendo incorporados. Entretanto, ainda é irrelevante os esforços da incorporação da Sustentabilidade nas estratégias empresariais no sentido de promover uma mudança radical na forma como o capitalismo é realizado no mundo hoje em direção a um desenvolvimento sustentável que leve em conta as premissas da Economia Ecológica. No próximo item será discutido de forma mais ampliada como funciona a Sustentabilidade no âmbito das organizações.

1.2. Sustentabilidade empresarial

O crescimento da economia mundial, que está 5 vezes maior do que meio século atrás, esbarra em limites ambientais cada vez mais estreitos. Como as empresas precisam se comportar diante deste fato, enquanto mantém sua lucratividade? Segundo Abramovay (2012), o verdadeiro desafio da Nova Economia é estabelecer uma nova cultura econômica que tenha os valores éticos, frente ao limite de regeneração dos ecossistemas, no centro da tomada de decisão e que atenda ao propósito de favorecer a ampliação das liberdades substantivas da humanidade.

No Brasil e em outros países da América Latina e China, houve queda no Índice de Gini (que mede a desigualdade social) entre 2005 e 2011 e a quantidade de pobres no Brasil passou de 51% para 24% neste período (ABRAMOVAY, 2012). Entretanto, a luta contra a pobreza não se reduz à obtenção de renda, mas inclui também a ampliação das liberdades individuais e maior equidade do acesso às oportunidades. Mesmo com uma grande redução da pobreza observada nos países em desenvolvimento, bilhões de pessoas ainda não conseguem satisfazer suas necessidades básicas.

Dentro da visão neoclássica, uma nova economia serviria para permitir um maior acesso de bens e serviços e o crescimento econômico e, desta forma, iria favorecer a própria coesão social. Esta ideia não se sustenta na medida em que o crescimento desenfreado da produção e do consumo se choca com os limites de regeneração dos ecossistemas e a capacidade real do funcionamento da economia como hoje é praticada tem se mostrado pouco eficiente para a criação de coesão social (ABRAMOVAY, 2012).

Segundo Abramovay, o segredo da nova economia está na emergência de um “metabolismo social” baseado em um “metabolismo industrial” que possa reduzir drasticamente o uso do carbono na base material e energética da sociedade. A relação entre limite do planeta e inovação fica comprometida se não houver uma relação entre economia e ética, na qual esta precisa ocupar um lugar central nas decisões empresariais sobre o uso de recursos materiais e energéticos. Para o autor, “isso vai além do que, até aqui, tem sido chamado de responsabilidade socioambiental corporativa e não se limita a minorar eventuais impactos negativos da existência das empresas, mas, ao contrário, coloca a atividade econômica como parte de um processo regenerativo do tecido social e ecossistêmico” (ABRAMOVAY, 2012, p. 22).

A incorporação da sustentabilidade nas estratégias empresariais vai ao encontro desta busca por um novo papel das empresas frente aos desafios socioambientais. O termo Sustentabilidade foi

primeiramente citado em um estudo publicado em 1713 por Von Carlowitz (1732)¹, o qual discutia a necessidade de se considerar as limitações dos recursos naturais no desenvolvimento econômico de uma região. Desde então, o entendimento sobre o tema tem sido ampliado e, principalmente nas últimas quatro décadas, vem sendo debatido com mais afinco em razão da discussão acerca do “desenvolvimento sustentável” cunhado pelo Relatório Brundtland, lançado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (WCED, 1987).

Por mais que as definições variem, a sustentabilidade em suma, trata da preocupação com o uso de recursos para a manutenção do nível atual das atividades humanas, tanto nos aspectos ambientais, quanto econômicos e sociais. Neste sentido, as organizações necessitam acompanhar as ideias da sociedade, que estão em constante evolução, sobre os seus papéis e suas responsabilidades (ZADEK, 2004) decorrentes de sua atuação no contexto da sustentabilidade. As questões sociais acompanham um processo de evolução que é nomeado por Zadek (2004) como estágios de maturidade. Quando uma questão socioambiental ainda está em um estágio inicial de pesquisas, na qual apenas as ONGs e comunidades ativistas estão cientes sobre a sua existência, havendo pouca evidência sobre a mesma, esta se encontra em um estágio latente de maturidade. A partir do momento que esta questão passa a ser discutida na mídia ou em ambiente político, mas os dados e experiências em empresas ainda são incipientes, a questão se encontra em fase emergente. A questão social está consolidada quando existem práticas de negócios que tangenciam o tema central da questão, diversas iniciativas voluntárias se estabelecem no setor e as leis passam a ser questionadas, direcionando a criação de normas voluntárias. Quando a questão está institucionalizada na sociedade, há leis e práticas empresariais estabelecidas para endereçá-las, sendo que as últimas são incorporadas nos modelos de negócio das organizações de excelência. O quadro abaixo sintetiza este processo de evolução proposto por Zadek (2004).

¹ Von Carlowitz, H. C. *Sylvicultura oeconomica, oder haußwirthliche Nachricht und naturmäßige Anweisung zur wilden Baum-Zucht*. Friederich Brauns Erben:Leipzig, 1732.

Quadro 1 - Os quatro estágios da maturidade da sustentabilidade na sociedade

Etapas	Características
Latente	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidades ativistas e ONGs estão conscientes da questão. • Há fracas evidências concretas ou científicas. • A questão é largamente ignorada ou desconsiderada pela comunidade empresarial.
Emergentes	<ul style="list-style-type: none"> • Existe uma consciência política e da mídia da questão em pauta. • Há um corpo de pesquisa emergente, mas os dados são ainda fracos. • Há experimentos de empresas líderes com abordagens para lidar com a questão.
Consolidada	<ul style="list-style-type: none"> • Há um conjunto emergente de práticas de negócios em torno do tema. • Iniciativas voluntárias baseadas em ações sustentáveis são estabelecidas em todo o setor. • Há litígios e reconhecimento da necessidade de leis. • As normas voluntárias são desenvolvidas e ocorrem ações coletivas.
Institucionalizada	<ul style="list-style-type: none"> • Leis ou normas empresariais são estabelecidas. • As práticas incorporadas tornam-se uma parte normal de um modelo de negócios de excelência.

Fonte: Adaptado de Zadek (2004, p. 6).

Assim como a visão da sociedade sobre uma questão social cresce e amadurece, também a das organizações passa por esta evolução. O processo de aprendizagem vivenciado pelas organizações é complexo e interativo e pode levar a um engajamento com as questões sociais e ambientais, que vai além de uma estratégia defensiva, passando a um compromisso com a sociedade e uma postura proativa frente a tais questões (ZADEK, 2004). O mesmo autor sugere uma curva de aprendizado organizacional composta por cinco estágios, nos quais o comportamento estratégico vai se alterando, partindo de uma posição defensiva para um estado de conformidade, passando por uma fase administrativa, estratégica até alcançar as práticas cidadãs.

Logo, na primeira etapa do ciclo chamada “defensiva”, as empresas tendem a negar a existência de práticas problemáticas ou de sua responsabilidade em resolvê-las - comportamento este, decorrente da ideia de proteger-se contra-ataques que podem afetá-la no curto prazo. No segundo momento, a empresa entra em um período de conformidade ou *compliance*, em que as organizações adotam uma abordagem de conformidade baseada em políticas, o fazendo para mitigar possíveis deteriorações em seu valor econômico decorrentes de sua reputação ou de riscos de litígio.

No estágio de comportamento administrativo, as empresas dão aos seus gestores a responsabilidade pelas as questões sociais e suas soluções e buscam a integração de práticas de negócio responsáveis em seus processos diários, fazendo-o com o objetivo de buscar ganhos no médio e longo prazo ao ampliar o seu valor. Já na quarta etapa, as empresas com comportamento estratégico, integram as questões sociais à estratégia do negócio, buscando ganhos no longo prazo e vantagens de pioneiro contra os concorrentes. O Quadro 2 sintetiza as cinco fases de aprendizagem organizacional.

Quadro 2 - As cinco fases de aprendizagem organizacional

Etapa	O que as organizações fazem?	Por que elas fazem isso?
Defensivo	Negam práticas, resultados ou responsabilidades	Para se defender dos contra-ataques à sua reputação que, no curto prazo podem afetar vendas, produtividade, recrutamento e a marca
Conformidade	Adotam uma abordagem baseada em políticas de conformidade como o custo de “fazer negócios”	Para mitigar a erosão do valor econômico a médio prazo, por causa da reputação corrente e de riscos de litígio
Administrativo	Incorporam a sustentabilidade em seus processos centrais de negócio	Para mitigar a erosão do valor econômico a médio prazo e para conseguir ganhos a longo prazo por meio da integração de práticas empresariais responsáveis em suas operações diárias
Estratégico	Integram a sustentabilidade nas estratégias centrais de negócio	Para aumentar o valor econômico a longo prazo e para ganhar a vantagem de ser pioneira, alinhando estratégia e inovações de processo com a sustentabilidade
Cível	Promovem uma ampla participação do setor em sustentabilidade corporativa	Para aumentar o valor econômico a longo prazo, superando quaisquer desvantagens de ser pioneira e para realizar ganhos por meio da ação coletiva

Fonte: Adaptado de Zadek (2004, p. 5).

Finalmente, quando a empresa aprende a ser cidadã, o seu comportamento é o de promover a participação de todo o setor no movimento de responsabilidade corporativa, buscando melhorar o seu valor econômico no longo prazo e objetivando ganhos por meio das práticas sustentáveis da coletividade dos seus colaboradores (Quadro 2). Assim, de acordo com Zadek (2004), neste processo evolutivo as empresas passam de atores passivos a participantes-chave, na maioria das iniciativas da sociedade civil. Tal processo se baseia fortemente na teoria dos stakeholders, que atesta ser a empresa conectada a uma rede de indivíduos e organizações que a afetam e são por ela são afetados.

Sendo assim, estas relações impactam a maneira pela qual a organização é gerida e o comportamento organizacional repercute em todas as partes interessadas ou stakeholders. A capacidade da empresa em gerar valor sustentável no longo-prazo é determinada por suas relações

com seus principais stakeholders, que podem variar de acordo com o momento e a questão em pauta.

Do ponto de vista de Perrini e Tencati (2006), uma empresa cria valor quando adota uma abordagem gerencial orientada pela sustentabilidade. Isto porque a sustentabilidade corporativa pode ser compreendida como uma abordagem que visa integração contextual de aspectos econômicos, ambientais e sociais. Desta forma, uma empresa que é orientada pela sustentabilidade consegue atender às necessidades de seus stakeholders, mesmo que de diferentes modos, por ser o processo de criação de valor mais ampliado. Sustentabilidade então envolve a renovação da estratégia organizacional e mudança na concepção tradicional do propósito das organizações; ainda mais, reflete em um avanço fundamental nos critérios para gestão das corporações criando organizações competitivas no longo prazo.

Para uma análise da estratégia empresarial mais abrangente, é importante discutir as mudanças de gestão pela qual estão passando as companhias nas últimas décadas, pois estas mudanças influenciam a maneira como as empresas investem, especialmente no longo prazo, o que afeta também as decisões tomadas em relação aos desafios da sustentabilidade. Com maior ênfase a partir dos anos 1970, os processos de gestão das empresas vêm sofrendo modificações, particularmente nas grandes empresas de capital aberto que passaram da lógica de lucratividade a partir de atividades produtivas (acumulação produtiva), para a rentabilidade a partir da valorização de seus ativos (acumulação financeira).

A participação das empresas no processo de construção do desenvolvimento sustentável inclui investimentos de longo prazo, em geral relacionados à mudança nos processos produtivos e logísticos, na infraestrutura, nas formas de fornecimento de energia, na maneira como são produzidos ou nos tipos de matérias primas utilizadas nos produtos, entre outros. Estes investimentos, num horizonte de curto prazo, ficam cada vez mais difíceis de serem realizados, mesmo que venham atender necessidades muitas vezes reivindicadas pelas sociedades e governos, ou tragam lucratividade no longo prazo para as próprias companhias. Além disso, existe a premente necessidade de desenvolvimento de inovações tecnológicas radicais ou disruptivas para enfrentar os desafios ambientais, com a mudança inclusive do paradigma tecnológico atual baseado na tecnologia da comunicação e informação para um novo padrão com predomínio das inovações sustentáveis (REYDON, 2007).

O discurso da sustentabilidade tem sido cada vez mais disseminado no meio empresarial. Entretanto, grande parte dos executivos ainda considera o desenvolvimento sustentável um mal necessário, uma vez que envolve regulações, custos e responsabilidades que podem se tornar onerosas. Por isso, o que ainda se observa é a continuidade do entendimento convencional acompanhado de um discurso que incorpora o tema de sustentabilidade, mas fica apenas na boa intenção, quando não é um meio de se apropriar de uma ideia que está ganhando importância para a população e os formadores de opinião (BARBIERI, 2010). Isto faz com que muitos executivos tratem a necessidade de se tornar sustentável como um tema acessório, dissociada dos objetivos de negócio.

Os modelos de planejamento estratégico existentes estão fundamentados principalmente em fatores econômico e não incluem de forma sistêmica os fatores ambientais e sociais, apesar de existirem diversos exemplos que comprovam que a utilização de estratégias ambientais e sociais de forma proativa leva as empresas à melhoria de sua competitividade. As companhias necessitam de mecanismos que as auxiliem na análise estratégica e no planejamento do seu desenvolvimento sustentável, de forma a ligar a variável econômica com o meio ambiente e com o papel social das organizações. Como será apresentado no próximo item, os relatórios e índices de sustentabilidade vem contribuindo para uma mudança neste sentido, visto que as práticas de sustentabilidade, especialmente para as grandes corporações, começam a ser “cobradas” pelo mercado.

De qualquer forma, para muitas empresas as questões ambientais e sociais continuam sendo tratadas como externalidades que podem somente gerar custos para as companhias. Autores como Porter e Van der Linde (1995) vêm buscando superar o falso dilema entre competitividade dos negócios e objetivos ambientais. Os autores sustentam que as companhias devem começar a reconhecer o meio ambiente como uma oportunidade competitiva e não mais como um custo adicional ou como uma ameaça futura. Desta forma, para esses autores, a estratégia ambiental e social deve se tornar o tópico principal da gestão corporativa (PORTER e VAN DER LINDE, 1995).

Na perspectiva neoclássica, o aumento de preços dos produtos, decorrentes da elevação de custos provocada pelas regulamentações ambientais, levaria à perda de competitividade das empresas e do país. Numa visão heterodoxa da economia, a competitividade é essencialmente dinâmica e está relacionada à capacidade das empresas de elaborarem e implementarem estratégias

competitivas inovadoras capazes de preservar ou fortalecer sua posição no mercado no longo prazo (LUSTOSA, 2003).

Hart (2005) e Prahalad (2005) contribuem para esta discussão ao defenderem que a sustentabilidade empresarial exige o envolvimento das organizações privadas também em problemas sociais e políticos, como exclusão social, miséria e fome. Para esses autores, não só os países em desenvolvimento podem valer-se da modernização das práticas socioambientais das empresas para alavancar o desenvolvimento sustentável, mas também a incorporação das dimensões socioambientais deve representar uma verdadeira “destruição criativa schumpeteriana” capaz de revigorar as estratégias competitivas globais de corporações consolidadas dos países desenvolvidos.

A interligação entre desenvolvimento sustentável e as atividades empresariais, as oportunidades geradas na superação dos desafios ambientais e sociais devem se tornar fonte de vantagens competitivas. Em estudo referente às vantagens competitivas, Porter (1980) identificou que as vantagens competitivas das empresas podem direcionar suas estratégias de sustentabilidade de acordo com o direcionamento geral da companhia. Entretanto, mesmo as empresas que realmente decidem internalizar a sustentabilidade em seu planejamento estratégico têm dificuldade de escolher qual caminho tomar, dentre as inúmeras ações relacionadas às dimensões econômica, social e ambiental do desenvolvimento sustentável (PORTER, 1980). Orsato (2006) defende que as companhias precisam focar nas estratégias mais condizentes com suas próprias competências para que, desta forma, os recursos sejam utilizados de uma maneira melhor e possam ser obtidas vantagens competitivas com a sustentabilidade.

Independentemente da abordagem, os autores citados defendem que as questões ambientais e sociais estão criando mercados que devem ser reconhecidos pelas empresas como importantes oportunidades de negócio. Abramovay (2012) chama a atenção, por exemplo, para negócios que estão sendo concebidos para o mercado consumidor da base da pirâmide. Esta é uma consequência da redução da pobreza e massificação do consumo, mas também de uma mudança nas estratégias das empresas.

Dentro deste cenário, algumas empresas estão superando o dilema entre competitividade e objetivos sociais e ambientais e optam por realmente compatibilizar sua gestão estratégica com a sustentabilidade, pois identificam nesta atitude importantes vantagens competitivas, de evolução de seus negócios e de permanência no mercado no longo prazo. Além disso, a internalização das

questões ambientais e sociais na estratégia competitiva vem se tornando também importante fator de diferenciação para as empresas e de inclusão nesta nova fronteira competitiva. Para avançar nesta discussão, será analisado no próximo item o papel dos Relatórios de Sustentabilidade na inclusão do desenvolvimento sustentável na estratégia empresarial.

1.2.1. Relatórios de Sustentabilidade

Os primeiros relatórios de sustentabilidade tinham por objetivo a apresentação dos impactos ambientais causados pelas empresas durante suas operações e as ações de mitigação por elas realizadas. Porém, com o passar do tempo, novos conceitos foram sendo agregados e atualmente os relatórios de sustentabilidade são utilizados para a divulgação de outras atividades além das ambientais, como por exemplo, práticas éticas e sociais (Kolk, 2008).

O número de empresas que publicam relatórios de sustentabilidade vem crescendo ano a ano, como demonstram as pesquisas anuais realizadas pela consultoria KPMG (2015). Segundo esta, 73% das maiores empresas mundiais publicam relatórios de sustentabilidade e 60% delas seguem o padrão Global Reporting Initiative (GRI). A GRI é uma organização internacional e independente, fundada em 1997 a partir da reunião de ambientalistas, ativistas sociais e representantes de fundos socialmente responsáveis, que desenvolve uma Estrutura de Relatórios de Sustentabilidade. A GRI fornece o que pode ser considerado um roteiro para nortear as atitudes de sustentabilidade das firmas, com diretrizes para empresas fazerem seus relatórios de sustentabilidade, além de ser um modelo amplamente utilizado no mundo todo. Segundo a GRI, os relatórios de sustentabilidade têm por finalidade:

“Elaborar relatórios de sustentabilidade é a prática de medir, divulgar e prestar contas para stakeholders internos e externos do desempenho organizacional visando ao desenvolvimento sustentável. “Relatório de sustentabilidade” é um termo amplo considerado sinônimo de outros relatórios cujo objetivo é descrever os impactos econômicos, ambientais e sociais (triple bottom line) de uma organização, como o relatório de responsabilidade social empresarial, o balanço social, etc” (GRI, 2011, p. 3)

Além disso, segundo a GRI, os relatórios de sustentabilidade podem ter como propósito: ser um padrão de referência (benchmarking) e avaliação do desempenho de sustentabilidade no

que diz respeito às leis, normas, códigos, padrões de desempenho e iniciativas voluntárias; demonstrar como a organização influencia e é influenciada por expectativas de desenvolvimento sustentável; comparar seu desempenho dentro da organização e entre organizações diferentes ao longo do tempo (GRI, 2011).

A primeira versão das diretrizes para confecção de relatórios seguindo o modelo proposto pela GRI foi publicada em 2000. Desde então, estas vem passando por constantes revisões, chegando à publicação de sua quarta versão, o GRI G4, no ano de 2013. Esta versão estabelece a estruturação dos relatórios de sustentabilidade em oito seções: Estratégia e Análise; Perfil Organizacional; Aspectos Materiais e Limitações; Envolvimento dos Stakeholders; Perfil de Relatório; Governança; Ética e Integridade; e aspectos específicos (Global Reporting Initiative, 2015).

Siew (2015) destaca alguns fatores que favorecem a adoção do padrão GRI para produção de relatórios, como a diminuição do tempo e esforços gastos na divulgação das informações; a maior qualidade dos relatórios; e uma melhor performance financeira das empresas que se utilizam deste padrão de produção de relatórios. A grande quantidade de informações operacionais e indicadores presentes nos relatórios de sustentabilidade faz com que estes sejam fontes valiosas de pesquisa acadêmica, permitindo análises diversas como as práticas de RSC e gestão de uma companhia, setor ou localidade; as relações que uma companhia estabelece com seus diferentes grupos de stakeholders; o formato no qual as informações são divulgadas; a linguagem usada na divulgação das informações e as formas de legitimar possíveis impactos negativos; dentre outros.

Entretanto, a credibilidade das informações é um fator relevante para análise das informações presentes nos relatórios de sustentabilidade. Mesmo com a crescente adesão ao padrão GRI, algumas questões problemáticas relacionadas à publicação de relatórios de sustentabilidade ainda permanecem relevantes. Castro, Siqueira, & Macedo (2011) destacam a falta de abrangência dos relatórios, associada à não evidenciação de aspectos negativos ou à preocupação com a imagem da empresa, favorecendo supressão de dados que poderiam denegrir sua imagem. Neste sentido, as grandes empresas têm seus relatórios acreditados por auditorias externas, na busca pela autenticação das informações publicadas.

Conforme as normas GRI G3 a empresa deve declarar o nível de aplicação da estrutura de Relatórios da GRI. O nível de aplicação é um sistema de critérios que visa atender as necessidades de relatores iniciantes, intermediários e avançados, C, B e A respectivamente. Ter um parecer

externo de conformidade do relatório, ou solicitar à GRI que examine o mesmo, garante à empresa um nível a mais (+): C se torna C+; B se torna B+; e A se torna A+.

Em 2013, a GRI lançou novas diretrizes, G4, mudando a divulgação de níveis de aplicação de “C, B e A” para “essencial e abrangente”. O objetivo das diretrizes G4 é auxiliar os relatores a elaborar RS relevantes, assim como tornar o processo de divulgação sobre questões de sustentabilidade uma prática padrão entre as entidades (GRI, 2013). As Diretrizes para Relato de Sustentabilidade publicadas pela GRI em 2013 destacam a importância de ter, entre outros fatores, o enfoque no processo de identificação de aspectos materiais (ou materialidade da empresa), que “são aqueles que refletem os impactos econômicos, ambientais e sociais significativos da organização ou influenciam substancialmente as avaliações e decisões de stakeholders” (GRI, 2013).

Tabela 1 - Categorias e Aspectos das Diretrizes GRI - G4

Categoria	Econômica	Ambiental		
Aspectos	<ul style="list-style-type: none"> • Desempenho Econômico • Presença no Mercado • Impactos Econômicos Indiretos • Práticas de Compra 	<ul style="list-style-type: none"> • Materiais • Energia • Água • Biodiversidade • Emissões • Efluentes e Resíduos • Produtos e Serviços • Conformidade • Transportes • Geral • Avaliação Ambiental de Fornecedores • Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Impactos Ambientais 		
Categoria	Social			
Subcategorias	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente	Direitos Humanos	Sociedade	Responsabilidade pelo Produto
Aspectos	<ul style="list-style-type: none"> • Emprego • Relações Trabalhistas • Saúde e Segurança no Trabalho • Treinamento e Educação • Diversidade e Igualdade de Oportunidades • Igualdade de Remuneração entre Homens e Mulheres • Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas • Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Práticas Trabalhistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Investimento • Não Discriminação • Liberdade de Associação e Negociação Coletiva • Trabalho Infantil • Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo • Práticas de Segurança • Direitos Indígenas • Avaliação • Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos • Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Direitos Humanos 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidades Locais • Combate à Corrupção • Políticas Públicas • Concorrência Desleal • Conformidade • Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade • Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Impactos na Sociedade 	<ul style="list-style-type: none"> • Saúde e Segurança do Cliente • Rotulagem de Produtos e Serviços • Comunicações de Marketing • Privacidade do Cliente • Conformidade

Fonte: GRI, 2013.

Independentemente das questões referentes à qualidade dos dados presentes nos relatórios de sustentabilidade, o progressivo acesso à informação aproximou investidores, empresas e

sociedade. Em paralelo, com a ampliação do conhecimento sobre o tema da sustentabilidade, os investidores vêm optando por empresas com práticas sustentáveis, que tendem a apresentar, no longo prazo, retornos financeiros superiores às demais (GRECCO, 2013). Surge então, a necessidade de divulgar informações relevantes ao impacto social, ambiental e econômico das empresas. No cenário internacional a evidenciação ambiental, ou disclosure ambiental, está incorporada em várias regulamentações e estabelecida por organismos respeitáveis, a exemplo do Comitê de Normas Internacionais de Contabilidade – International Accounting Standards Board (IASB), cujo objetivo é criar normas globalmente aceitas com base nos princípios contábeis e do International Standards of Accounting and Reporting (ISAR), que orienta os países em desenvolvimento e economias em transição para implementar práticas de transparência corporativa e contábil a fim de facilitar os fluxos de investimento e desenvolvimento econômico (ISAR, 2014).

Nos Estados Unidos existem duas grandes organizações que têm como objetivo emitir normas e regulamentos sobre o assunto: Securities and Exchange Commission (SEC), órgão governamental que protege investidores e mantém o mercado competitivo e eficiente; e Financial Accounting Standards Board (FASB), que procura estabelecer e melhorar os padrões da contabilidade financeira e suas divulgações através de demonstrativos de entidades não governamentais, fornecendo informações aos investidores e outros usuários de relatórios financeiros. No Brasil a evidenciação ambiental não é obrigatória por lei, todavia normas existem sob os âmbitos do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), em sua Resolução 1.003/04, e o Instituto Brasileiro de Contadores (IBRACON), em sua Norma de Procedimento de Auditoria (NPA) ambiental 11, de 1996, onde estabelecem sugestões de evidenciação ambiental.

A publicação voluntária dos Relatórios de Sustentabilidade (RS) pode trazer benefícios às empresas, como a redução do custo de capital, o aumento da liquidez das ações e a criação de uma imagem ambientalmente correta (ROVER, 2008).

Além dos relatórios de sustentabilidade, bolsas de valores vêm adotando medidas e índices específicos para formação de carteiras de empresas avaliadas por suas práticas sustentáveis. Em 1999, o Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI) foi o primeiro índice a monitorar modelos de gestão e compromisso com fatores éticos e socioambientais. A seleção das empresas que compõem o índice é conduzida pela RobecoSAM AG, empresa especializada em gestão de ativos e na oferta de produtos e serviços no campo de investimentos sustentáveis. Na carteira de 2017, o índice reúne 319 empresas de setores variados da indústria mundial, sendo 6 empresas brasileiras: Banco

Bradesco SA, Itaú Unibanco Holding SA, Itaúsa, Embraer, Cielo e Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig).

No Brasil, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) foi criado em 2005 pela Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) para refletir o retorno de uma carteira composta por ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial; além de atuar como promotor das boas práticas no meio empresarial brasileiro. O ISE foi originalmente financiado pela International Finance Corporation (IFC), braço financeiro do Banco Mundial, seu desenho metodológico é responsabilidade do Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVCes) da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP), e a Bolsa é responsável pelo cálculo e pela gestão técnica do índice. A nova carteira do índice, que irá vigorar de 08 de janeiro de 2018 a 04 de janeiro de 2019, reúne 33 ações de 30 companhias. Além disso, representa 12 setores e soma R\$ 1,28 trilhão em valor de mercado, o que equivale a 41,47% do total do valor das companhias com ações negociadas na B3, com base no fechamento de 21/11/2017².

Apesar de existir um esforço cada vez maior de unificar as informações relatadas pelas empresas no âmbito econômico, social e ambiental, os relatórios corporativos são divulgados, em sua maioria, de forma a evidenciar os dados contábeis e não contábeis de maneira desconexa, não demonstrando de maneira clara os fatos mais relevantes concernentes à organização. Por isso, em 2013 o IIRC (International Integrated Reporting Council), coalizão global de reguladores, investidores, empresas, definidores de padrões, profissionais do setor contábil e ONGs, divulgou a Estrutura Conceitual (Conceptual Framework) do Relato Integrado, com o objetivo de suprir essa defasagem de informações. Não se trata, entretanto, de um novo relatório, mas de uma nova forma de reportar as ações e resultados das empresas (IIRC, 2013).

Conforme apontado por Eccles & Krzus (2011), se o desempenho ambiental, social e de negócio estiver integrada aos processos básicos da organização, não há sentido em produzir relatórios financeiros e não financeiros separadamente. Hoje, ainda há uma separação entre informações de naturezas distintas publicadas separadamente, mas espera-se que com a introdução da estrutura conceitual proposta pelo IIRC. As orientações do modelo proposto de relato integrado abordam conceitos importantes referentes à geração de valor dentro e fora da organização por meio

² Fonte: Índice de Sustentabilidade Empresarial - http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/produtos/indices/indices-de-sustentabilidade/indice-de-sustentabilidade-empresarial-ise.htm

da interação de seus capitais, sendo que a capacidade de gerar valor para si mesma está diretamente relacionada à geração de valor para terceiros. Os capitais são classificados na estrutura conceitual como capitais financeiro, manufaturado, intelectual, social e de relacionamento e natural, sendo que esta classificação não deve ser obrigatoriamente adotada pelas organizações.

1.3. Responsabilidade Social Corporativa

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) pode ser definida como um conjunto de instrumentos que podem tornar as práticas corporativas mais transparentes e responsáveis (Asif, Searcy, Zutshi, & Fisscher, 2013). Muitas evoluções do conceito de RSC aconteceram ao longo do tempo, incorporando aos negócios tópicos como os direitos humanos e trabalhistas, proteção do consumidor, proteção ambiental e a luta contra a corrupção. Segundo o Instituto Ethos (2015), um negócio responsável e sustentável possui “atividade orientada para a geração de valor econômico-financeiro, ético, social e ambiental e seus resultados são compartilhados com os públicos afetados”.

A temática da Responsabilidade Social Corporativa vem ganhando atenção nas discussões acadêmicas, governamentais e nas empresas, particularmente no âmbito dos reflexos sobre o desenvolvimento econômico. Ainda assim, pode-se verificar falta de consenso na literatura a respeito de conceituações, formas de mensuração, impacto das ações, etc.

A RSC tem origem na reflexão sobre o papel das empresas, para além das questões que baseiam a tomada de decisão empresarial voltada para a maximização do lucro ou da renda, na realização de ações em prol do interesse social. A introdução desta nova cultura organizacional requer o desenvolvimento paralelo de novas formas de gestão compatíveis com a efetivação destes objetivos pela empresa, de modo a institucionalizar posturas e instrumentos de gestão com relação aos seus *stakeholders* envolvidos, representados tanto por seu público interno quanto por fornecedores, comunidade, consumidores, meio ambiente, governo e sociedade (KON, 2013).

Os primeiros estudos teóricos sobre Responsabilidade Social Corporativa surgiram a partir da sociedade pós-industrial, na década de 1950. Entretanto, é a partir de 1970 que o tema ganha destaque. Dentre os autores desta fase, destaca-se Archie B. Carroll, defensor de um modelo no qual a responsabilidade das organizações deveria ir além de assumir plenas responsabilidades por seus atos. Além da responsabilidade econômica, no modelo do autor, deveriam coexistir juntamente as responsabilidades ética e filantrópica (1991).

Bowen (1953), tem sido reconhecido como o primeiro acadêmico a desenvolver um ensaio sobre o tema das responsabilidades corporativas, no qual salienta que as empresas devem seguir linhas de atuação que sejam desejáveis no que se refere aos objetivos e valores da sociedade na qual estão inseridas. Carroll (1979) avançou nesta temática, sugerindo que as atividades de

negócios devem preencher quatro responsabilidades principais, em ordem decrescente de prioridade: econômicas, legais, éticas e filantrópicas.

A adoção de estratégias de responsabilidade social pelas empresas vai além do simples compromisso com a regulamentação ambiental e adquire papel prioritário na elaboração de novas formas de consecução do desenvolvimento socioeconômico. Salienta-se aqui a necessidade da integração entre as ações estratégicas de responsabilidade social das empresas e os requisitos de sustentabilidade do desenvolvimento socioeconômico, conforme abordado no item anterior.

Novos modelos de organizações emergem como reflexo da convergência entre metas econômicas e sociais, envolvendo a preocupação com a elevação do padrão de qualidade de vida de suas comunidades. As empresas, como “organizações cidadãs” recebem a incumbência ética da sociedade de desenvolverem um processo de responsabilidade social em suas tomadas de decisão, embora a consecução desta convergência não seja um caminho rápido, ou mesmo totalmente possível.

Na atualidade, a intensificação dos debates sobre novas formas de consecução do desenvolvimento sustentável vem suscitando reflexões sobre a necessidade de uma nova ética empresarial, e a disseminação da ideia de que a responsabilidade ética dos agentes envolvidos na gestão empresarial passa a ser um elemento primordial na busca deste desenvolvimento. Nesse sentido, o engajamento ético deve ser visualizado como componente endógeno da cultura organizacional.

Essa foi a gênese da ideia de responsabilidade social empresarial, compreendida como:

Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (Ethos, 2011).

Esse entendimento é relativamente novo e ainda não foi uniformizado em nível mundial. Em geral, em cada país, a ideia é reconhecer que as empresas têm um papel essencial a cumprir, juntamente com os governos e a sociedade civil, na solução da diminuição das imensas desigualdades sociais e da degradação ambiental crescente vivida. Essa visão engloba a ideia da urgência na participação das empresas na promoção do desenvolvimento sustentável, em nível

global, bem como a necessidade de ampliar o âmbito dos grupos que são objeto dos impactos diretos ou indiretos de suas decisões nesse sentido, incluindo os grupos que influenciam suas ações.

Análises consistentes sobre o papel das empresas na construção de uma sociedade menos desigual e na busca do desenvolvimento sustentável, muitas vezes bloqueado pela situação do país no ambiente de globalização, têm sido realizadas pelo cientista político Jeffrey Sachs (2005). O autor afirma que as grandes empresas possuem um papel relevante na construção do desenvolvimento sustentável, particularmente a partir de multinacionais que operam no ambiente de globalização, que considera favorável para a disseminação das medidas sociais.

As novas tecnologias que permitem combater a pobreza e melhorar as condições de saúde, alimentação e cultura dos indivíduos são desenvolvidas por estas empresas, que definem seus objetivos a partir de programas de responsabilidade social, não como marketing, mas pensando nos consumidores do futuro, os quais serão, dessa forma, incluídos no mercado de bens e serviços, a partir de sua inserção no mercado de trabalho.

Sachs (2005) desenvolve também a ideia de que as empresas têm um papel social transformador na atitude dos indivíduos, tornando-os consumidores mais bem informados e exigentes quanto a produtos e serviços. Assim, eles se convertem em cidadãos mais conscientes das necessidades de suas comunidades, passando, conseqüentemente, a reivindicar o cumprimento das responsabilidades das empresas para seu desenvolvimento. Da mesma forma, a consciência sobre a degradação ambiental e os recursos disponíveis para o aumento do bem-estar também estão incluídos entre as questões a serem disseminadas nas empresas e pelas empresas à sociedade.

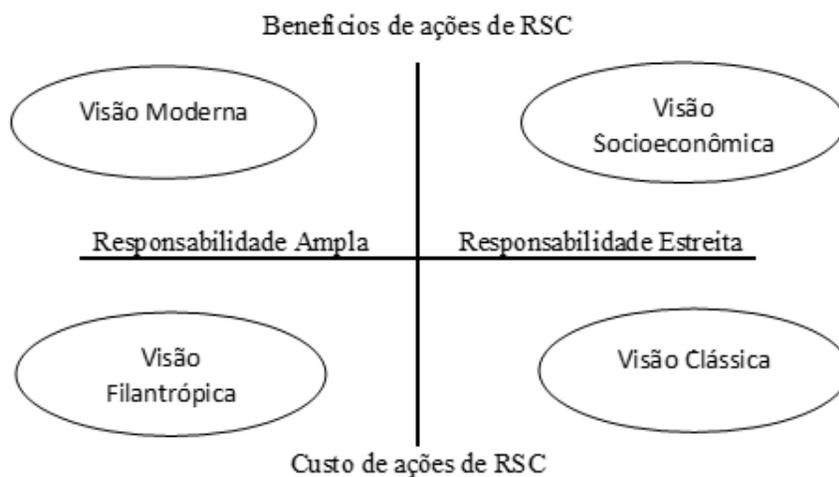
Reinhart, Stavins e Vietor (2008), questionam alguns aspectos específicos sobre a responsabilidade social das empresas. Primeiramente, examinam se deve perdurar a visão prevalecente no meio acadêmico de que os agentes das empresas têm o dever fiduciário de maximizar os lucros para seus acionistas. Os autores concluem que, de maneira surpreendente, a base legal para esta visão não é muito forte, pois, embora os arquivos judiciais contenham exemplos deste dever de maximização dos lucros dos acionistas, deixa lugar para a ideia de sacrifício dos lucros das firmas devido ao interesse público, desde que a firma permaneça comprometida também com os acionistas. No entanto, como consequência econômica, as firmas empenhadas na responsabilidade social têm custos adicionais e terão que elevar seus preços, reduzir salários e outros custos, aceitar margens de lucros menores ou pagar menos dividendos. Adicionalmente, a

curto prazo, as consequências podem incluir a perda de parcela de mercado, crescentes custos de seguros e de empréstimos, além dos conflitos entre os demais agentes internos à empresa.

A responsabilidade social das empresas, associada à busca do desenvolvimento sustentável de um país, assume múltiplas facetas, de acordo com o setor produtivo, o porte da empresa e as demais características que fazem parte da diversidade tecnológica e cultural do ambiente empresarial. Envolve primeiramente a preocupação com o meio ambiente, expressa pelo conhecimento dos danos potenciais de produtos e serviços oferecidos, de modo concomitante com práticas de reciclagem, destinação de resíduos e renovação da natureza diante do desgaste ambiental e dos recursos. Mas pode se estender além das paredes da empresa, pela difusão da educação ambiental e pelo estímulo ao consumo consciente.

Por sua vez, o engajamento ético-social atua na relação com os trabalhadores e com a comunidade, em territórios que acolhem as empresas, na preocupação com estratégias de desenvolvimento local sustentável, por meio de investimentos destas empresas em saúde, segurança, condições de trabalho, desenvolvimento profissional e empregabilidade de seus funcionários. Estes investimentos que se atêm ao âmbito dos funcionários da empresa e não possuem a conotação de privatização de serviços públicos, mas tão somente ações de responsabilidade social internamente à empresa. Quazi & O'Brien (2000) propõem um modelo de duas dimensões para classificação das visões existentes sobre a responsabilidade social.

Figura 1 - Modelo bidimensional de Responsabilidade Social Corporativa



Neste modelo, Quazi & O'Brien (op.cit.), discernem duas vertentes da responsabilidade social: a responsabilidade ampla, que compreende as atividades de negócios que vão além das responsabilidades clássicas econômicas da empresa, e a responsabilidade estreita, segundo a qual a função-objetivo da empresa é basicamente a maximização do valor para o acionista, e a isto a empresa deve se ater.

A “responsabilidade ampla” se desdobra em dois tipos de visão: a visão que o autor denomina moderna, que seria aquela que acredita que no longo prazo as ações de responsabilidade social trazem benefícios para a empresa. A outra visão, denominada filantrópica, defende as ações de responsabilidade social mesmo que não tragam retornos para a empresa. Em síntese, a responsabilidade que o autor denomina ampla está em sintonia com a visão dos defensores das ações de responsabilidade social.

A “responsabilidade estreita” se desdobra também em duas visões: a visão socioeconômica que considera que a função-objetivo da empresa é a maximização do valor para o acionista, mas que as ações de responsabilidade social podem ajudar nesta geração de valor. A visão clássica, segundo o autor, defende que as ações de responsabilidade social não geram valor para a empresa, e não devem ser desenvolvidas.

Deve-se notar que a convergência em favor da responsabilidade social se dá entre as visões chamadas “moderna” e “socioeconômica”. De acordo com estas duas visões, as ações de responsabilidade social estariam gerando valor para a empresa.

A nova visão sobre a relevância do capital social, introduzida nas análises socioeconômicas da atualidade, enfatiza a aplicabilidade desses conceitos não apenas por meio da intervenção estatal, mas também por intermédio da atividade privada e, particularmente, empresarial como subsídios ao desenvolvimento. Embora abarcando uma série de definições apropriadas, o capital social, em uma visão sintetizada, é entendido hoje como um conjunto de normas concretas e abstratas, que promovem confiança e reciprocidade nos relacionamentos econômicos (Kon, 2004). Este conjunto de normas se constitui por redes de organizações civis e pela confiança compartilhada entre as pessoas, sendo resultado e resultando da interação social.

A participação empresarial evoluiu a partir de suas relações com a comunidade através das solicitações da sociedade civil organizada, bem como pelas pressões das instituições legais do Estado, transformando-se em uma ferramenta de gestão da cultura corporativa, do engajamento de empregados, da gestão de marcas e nas relações externas, incluindo as parcerias com outras

empresas, como uma forma de fortalecer as relações da empresa com a sua cadeia de fornecedores, os clientes e os parceiros empresariais estratégicos. Muitas destas empresas buscam parcerias de “transformação” com ONGs globais já estruturadas, que apresentam afinidades com as áreas focais da empresa, com a finalidade de nortear e apoiar o engajamento voluntário, e que tragam conhecimentos especializados sobre as necessidades, a cultura local, as novas oportunidades e mesmo o gerenciamento terceirizado de programas, bem como os papéis aceitáveis para o voluntariado, como são denominadas as empresas e os funcionários dedicados à ação social efetiva (Iave, 2011).

Por outro lado, Wayne Visser (2010) critica o atual modelo de responsabilidade social empresarial pelo fato de o mesmo ser incapaz de resolver questões fundamentais pelas quais a humanidade passa a partir da primeira década dos anos 2000. No quadro abaixo, o autor enumera os motivos pelas quais a responsabilidade social empresarial 1.0 é falha (Quadro 3).

Quadro 3 - Características da responsabilidade social empresarial 1.0

Periférica	É vista como um departamento isolado dentro das empresas quando deveria ser vista de maneira transversal nas grandes áreas organizacionais
Incremental	Traz melhorias em problemas de microescala, não produz melhorias na urgência e escala necessária para enfrentar os problemas globais, tais como desigualdades sociais, perda da biodiversidade, corrupção, etc.
Inviável economicamente	A responsabilidade social empresarial nem sempre faz sentido, economicamente falando, os mercados em curto prazo costumam sempre beneficiar empresas que externalizam seus custos para a sociedade para aumentar seus lucros, agravando mais ainda os problemas socioambientais

Fonte: Adaptado de Visser (2010)

O autor propõe que um novo modelo de Responsabilidade Social, a responsabilidade social empresarial 2.0 deveria ser pensada. Para acabar com a incrementalidade e a inviabilidade econômica, empresas deveriam atuar em parcerias, com o Estado e com o terceiro setor. Com isso abrir-se-ia um caminho onde, as ações sociais e ambientais empresariais ganhariam escala, deixando de ser ações meramente pontuais para conseguir realmente resolver problemas maiores do que o modelo vigente de responsabilidade social empresarial consegue solucionar. A discussão

passa ainda pela conceituação de responsabilidade social empresarial ser pouco abrangente e sem consenso em relação a sua utilização (ASHLEY, 2005). Nesse sentido, Wayne Visser propõe que a mudança no modelo atual começaria pela nomenclatura, deixando de existir a “Responsabilidade Social Empresarial”, chamada de responsabilidade social empresarial 1.0 que passaria a ser chamada de “Responsabilidade e Sustentabilidade Empresarial” a responsabilidade social empresarial 2.0, conceito com maior abrangência.

A responsabilidade social empresarial 2.0 seria pautada em 5 princípios fundamentais (VISSER, 2010):

- Criatividade: Pensar inovações não só para gerar valores econômicos, mas também para auxiliar na resolução de problemas socioambientais;
- Escala: Casos bem-sucedidos devem comunicados ao mercado para que mais organizações os adotem;
- Receptividade: As organizações devem questionar se seus modelos de negócio estão contribuindo para resolução de problemas socioambientais;
- Pensar global, agir local: Adaptar práticas e estratégias de responsabilidade social empresarial aos contextos locais;
- Circularidade: Diz respeito à utilização racional dos recursos produtivos, por meio da redução de desperdícios, reciclagem e reutilização.

Nos princípios da criatividade e circularidade, o pensamento deve ser direcionado para que sejam criadas inovações que aliem benefícios econômicos e socioambientais, como redução no consumo de insumos e embalagens, criação de produtos com confiabilidade, durabilidade e qualidade.

Como pôde ser visto, a discussão acerca da responsabilidade social e da atuação social das empresas é recente, polêmica e dinâmica. Ela adquire vários contornos possíveis e muda em relação ao momento do desenvolvimento das empresas e realidade do país onde a empresa está alocada. No quadro abaixo é apresentado uma breve descrição dos estágios da RSC, conforme explorado neste item.

Quadro 4 - Os estágios da Responsabilidade Social Corporativa

Filantropia	Responsabilidade Social como Gestão de Risco	Responsabilidade incorporada à estratégia de Sustentabilidade	Criação de Valor Compartilhado
<p>Doação de dinheiro, tempo e/ou expertise</p> <p>Pouco impacto estratégico e operacional</p> <p>Pouca ou nenhuma preocupação em monitorar ou avaliar os resultados das ações</p>	<p>Cumprimento de Normas</p> <p>Pouco impacto estratégico, médio impacto operacional</p>	<p>Maior expectativa do papel das empresas no desenvolvimento social</p> <p>Redução de prejuízo</p> <p>Preocupação com monitoramento e avaliação</p> <p>Conceito de Investimento Social Privado</p> <p>Impacto estratégico</p> <p>Alinhamento às políticas públicas</p>	<p>Inovação e criação de valor para o negócio e a sociedade</p> <p>Alto impacto estratégico, novo paradigma operacional</p> <p>Princípios: criatividade, escalabilidade, capacidade de resposta, “globalidade” (globality), circularidade</p>

Fonte: Elaboração própria a partir de GIFE, Porter (2011) e Visser (2010)

A criação de valor compartilhado como estágio mais avançado da RSC será detalhada no próximo item. No próximo capítulo será trazida a discussão da realidade brasileira, na qual o conceito de Investimento Social Privado é mais disseminado atualmente em relação ao que as empresas fazem no campo social.

1.3.1. A Criação de Valor Compartilhado: contribuições para a evolução do conceito de Responsabilidade Social Corporativa

Com o título de “A Grande Ideia”, Porter & Kramer lançaram o conceito de Criação de Valor Compartilhado (CVC) em 2011. Dentre os pressupostos desta ideia, está a constatação de que o capitalismo da forma como conhecemos está “sitiado” e a humanidade precisa de um novo capitalismo, no qual a geração de valor econômico também crie valor para a sociedade, extrapolando os preceitos da responsabilidade social, filantropia, sustentabilidade. A CVC deve estar no centro daquilo que a empresa faz, visando a obtenção do sucesso econômico de forma alinhada à promoção do progresso social (PORTER & KRAMER, 2011).

A Criação de Valor Compartilhado (CVC) utiliza conceitos construídos anteriormente por Porter, como a premissa central de que a competitividade de uma empresa e a saúde das comunidades em torno dela são mutuamente dependentes. Sendo assim, reconhecer e capitalizar sobre essas conexões entre o progresso social e econômico constitui o poder de desencadear a próxima onda do crescimento global e de redefinir o capitalismo. Os autores assumem que “o reconhecimento do poder transformador do valor compartilhado ainda é incipiente” (PORTER & KRAMER, 2011, p. 1) e apontam como saída o envolvimento e aquisição de novas habilidades dos líderes empresariais, além do fomento necessário por parte dos governos.

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) foi formulada para que haja uma discussão sobre maneiras de atuação mais responsável das firmas, mas diferencia-se da CVC, segundo Porter (2011), porque esta tem a intenção de causar impacto positivo na sociedade de forma que a empresas estejam lucrando enquanto aborda as questões sociais preocupantes, e não que façam ações que estejam na periferia de seu negócio.

Na abordagem da Sociedade Pós-Capitalista, conforme preconizado por Peter Drucker (1993), o livre mercado é utilizado como mecanismo que promove a integração econômica. Assim, o papel da empresa pode ser ampliado para um escopo mais social, ao mesmo tempo em que as receitas aumentam caso a atitude de responsabilidade socioambiental se alinhe com seu *core business* (PORTER & KRAMER, 2011).

O centro de gravidade da Sociedade Pós-Capitalista, ou seja, sua estrutura, dinâmica social e econômica, suas classes e problemas sociais, é diferente daquele que comandou os últimos dois séculos e meio e definiu as questões das quais se cristalizaram os partidos políticos, grupos e sistemas de valores sociais e compromissos pessoais e políticos (DRUCKER, 1993). Neste sentido, as empresas que forneçam os produtos, serviços e tecnologias que se adaptem às necessidades do presente, podem criar uma vantagem competitiva sustentável. As companhias erram ao ignorar o bem-estar de seus clientes, ao esgotar os recursos naturais vitais para seus negócios, ao promover sofrimento econômico das comunidades nas quais elas produzem e vendem (PORTER & KRAMER, 2011).

O *trade-off* entre empresas e sociedade e a noção de “internalização” das externalidades negativas causadas pelas empresas, corroborou para que as empresas deixassem as considerações sociais e ambientais de seu raciocínio econômico. Desta forma, os programas de RSC surgiram como uma estratégia de melhorar a reputação das empresas frente às pressões externas (PORTER

& KRAMER, 2011). Por outro lado, o conceito de valor compartilhado, segundo Porter & Kramer (2011), reconhece que as necessidades da sociedade, além das necessidades econômicas convencionais, definem o mercado e, por isso, o valor compartilhado refere-se a “aumentar o bolo total do valor econômico e social”.

Para Porter & Kramer (2011) o papel das empresas não se limita ao lucro, mas elas devem encontrar uma abordagem para os desafios sociais que se encaixem com seu *core business*, transformando-os em oportunidades comerciais. Isto pode implicar na construção de sistemas de produção que causem menos impactos negativos ou na recuperação de áreas degradadas. Estas firmas também podem ainda oferecer produtos e serviços que contribuam para a melhoria do desempenho ambiental e social dos consumidores de uma indústria (HOFFMAN, 2000).

Porter & Kramer (2011) sugerem três caminhos para a criação de valor compartilhado por uma empresa a partir da criação de valor social: reconcebendo produtos e mercados; redefinindo a produtividade na cadeia de valor; e montando clusters setoriais de apoio nas localidades da empresa. Estas novas estratégias significam um redesenho das fronteiras do capitalismo. Ao reconhecer mercados e produtos, por exemplo, as empresas passariam a se preocupar mais em entender a demanda e qual produto seria bom para superá-la do que em fabricar uma demanda para ampliar mercados. Este movimento além de gerar benefícios sociais, com a criação de produtos mais saudáveis ou ecologicamente corretos, por exemplo, também amplia o espaço para as inovações.

Na redefinição da produtividade na cadeia de valor, as oportunidades para criação de valor compartilhado surgem porque muitos problemas sociais podem trazer custos econômicos para as empresas. Ao abordar os desafios sociais da sociedade de modo a superá-los, as empresas criam oportunidades de negócios e melhoria de eficiência em sua produção. Ao mesmo tempo, promover o desenvolvimento de cluster locais, formados por empresas de segmentos correlatos, fornecedores, prestadores de serviços, programas acadêmicos, também podem beneficiar as empresas no sentido de ampliar as oportunidades de inovação e aumento de produtividade (PORTER & KRAMER, 2011).

Estas são demandas ainda não saciadas, que ao tentar atendê-las, novas oportunidades para inovação podem aparecer. Existe um mercado ainda pouco explorado na base da pirâmide, onde as empresas podem atuar e podem lucrar significativamente se souberem transitar entre a barreira

do lucro, algumas vezes, pensando em ganhar menos de cada cliente, mas podendo desfrutar de uma enorme demanda (PORTER & KRAMER, 2011).

Além de artigos relacionados ao tema da criação de valor compartilhado, Michael Porter também promoveu esta ideia em 2011 quando esteve no auditório principal do Fórum Econômico Mundial em Davos (Suíça), discutindo com vários chefes de governo e CEOs este conceito. O significado que Porter se refere quando fala sobre este tema é de um acordo mútuo entre as instituições da sociedade e os cidadãos ou participantes destas sociedades. Se as empresas utilizarem as mesmas ferramentas que norteiam suas escolhas de seu negócio para analisarem as oportunidades de RSE, isto deixa de ser um custo ou caridade para se tornar uma fonte de oportunidade, inovação e vantagem competitiva (PORTER & KRAMER, 2006).

O conceito de valor compartilhado mostra que é possível aliar os interesses dos negócios e da sociedade. A visão de que isso não é possível ocorre em parte porque economistas têm legitimado a ideia de que para prover benefícios sociais, companhias têm que comeder seu sucesso financeiro (PORTER & KRAMER, 2011). Uma mudança no sentido de promover a criação de valor compartilhado passa, portanto, por uma redefinição na base estratégica das empresas.

Hart & Prahalad (2002) promovem ideias similares a Porter & Kramer (2011) ao afirmar que as empresas multinacionais devem olhar para estratégias de globalização através da lente de um capitalismo inclusivo. Desta forma, negócios voltados para a base da pirâmide econômica (a parcela mais pobre da população) podem trazer diversos benefícios para as empresas, como crescimento, lucros e inúmeras contribuições para a humanidade. As mais humildes populações levantam um extraordinário e novo desafio gerencial para as maiores firmas, ou seja, vender para os pobres e ajudá-los a melhorar suas vidas, através da produção e distribuição de produtos e serviços sensíveis a sua cultura, ambientalmente sustentáveis e economicamente lucrativos.

1.3.2. Diferenças e similaridades entre a Responsabilidade Social Corporativa e a Criação de Valor Compartilhado

A Criação de Valor Compartilhado engloba diversas disciplinas da administração em seu processo e considera uma nova abordagem de gestão das empresas. Segundo Porter e Kramer (2011), apenas alguns gestores têm a compreensão de que a abordagem de questões sociais e ambientais precisa extrapolar a visão atual da Responsabilidade Social Corporativa e, além disso,

poucos líderes possuem formação em gestão e empreendedorismo suficiente para implementar um modelo de negócio envolvendo a criação de valor compartilhado.

Muitas empresas que possuem programas de Responsabilidade Social Corporativa, e que nesta dissertação será abordada sob o conceito de Investimento Social Privado (ISP), ainda focam em reputação e têm apenas uma conexão limitada com os negócios, fazendo com que seja difícil justificá-los e mantê-los em longo prazo. Por outro lado, há uma tendência cada vez maior de uma transição deste modelo para um maior alinhamento do ISP com os negócios, como veremos mais adiante.

Ainda assim, apesar do grande esforço das companhias em terem um modelo de atuação de ISP mais estratégico e com impacto relevante para a sociedade, ainda há um terreno bastante fértil a ser explorado no sentido da criação de valor compartilhado como parte da lucratividade e da posição competitiva da companhia, alavancando seus recursos para que criem valor econômico através da criação de valor social (PORTER & KRAMER, 2011). Entretanto, há controvérsias sobre a CVC realmente ser um conceito distinto e inovador. John Elkington, criador do termo Triple Bottom Line na década de 1990, escreveu uma matéria sobre o assunto no respeitado jornal inglês *The Guardian*. Com o título “Não abandonem a RSE pela CVC ainda”, Elkington afirma que, embora a CVC tenha muitas virtudes, com esta perspectiva se torna improvável cuidar de questões como direitos humanos e corrupção, como faz a RSE (ELKINGTON, 2011).

Nesta linha, o próprio Porter argumentou em 2007, antes de cunhar o termo Criação de Valor Compartilhado, sobre a importância da Responsabilidade Social Corporativa como algo estratégico para as empresas: “o conceito sustentabilidade, que se apoia nos aspectos ambiental, social e econômico-financeiro, deve ser visto como uma oportunidade de negócio a ser levada ao centro da estratégia das companhias” (PORTER, 2007, p. 86). Neste sentido, pode-se constatar que a RSC estratégica é algo bem diferente de filantropia e atitudes de melhoria de reputação para as empresas, estando mais próxima aos princípios da CVC.

Para Porter & Kramer (2011) as principais diferenças entre a CVC e a RSC podem ser observadas no Quadro 5. Pode-se perceber uma clara distinção entre o que eles chamam de RSC “responsiva”, no sentido de esta ser mais reacionária ao meio ambiente e focar suas ações em mitigação de problemas e melhoria da imagem das empresas, e a RSC “estratégica”, que pelo fato de ser por ser fundamentalmente estratégica, permeia toda a empresa.

Quadro 5 - Diferenças entre Responsabilidade Social Corporativa e Criação de Valor Compartilhado

Responsabilidade Social Corporativa	Criação de Valor Compartilhado
Valor: fazer o bem	Valor: benefícios econômicos e sociais relativos aos custos
Motivadores: Cidadania, filantropia, sustentabilidade	Motivadores: Criação de valor conjunto entre a companhia e a comunidade
Direcionária ou respondendo à pressões externas	Parte integral da competição
Separada da maximização de lucros	Parte integral da maximização de lucros
A agenda é definida por relatórios externos e preferências pessoais	A agenda é específica da empresa e internamente gerada
O impacto é limitado ao footprint corporativo e ao orçamento de RSE	Realinha todo o orçamento da companhia
Exemplo: Compra no modelo <i>Fair Trade</i>	Exemplo: Transformar as aquisições para melhorar qualidade e rendimentos

Fonte: Neto, Pereira & Moritz (2012), a partir de Porter & Kramer (2011)

Segundo Abramovay (2012), a importância da Criação de Valor Compartilhado se dá porque a criação de valor por parte da empresa não pode ser consistente se o uso de seus produtos provocar resultados sociais negativos. Neste sentido, como alternativa para o enfrentamento dessas questões, o autor sugere o papel importante da participação social na vida pública, como resultado do fortalecimento da sociedade civil e com impacto também em relação às decisões empresariais. Exemplo disso é o grande aumento de meios de produção de riqueza que não se baseiam na propriedade privada, como as comunidades colaborativas e a economia compartilhada.

Como pode ser visto, a atuação responsável e social das empresas extrapola cada vez mais os departamentos de RSC e de Sustentabilidade das empresas e envolve as áreas de estratégia, inovação, planejamento, operações, etc. Sai do campo social e ambiental apenas e engloba as estratégias de administração das empresas. Nos próximos capítulos poderá ser verificado como esta evolução conceitual tem importância fundamental na incorporação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) pelas empresas e de como o ISP, do ponto de vista teórico da

criação de valor compartilhado, pode contribuir de forma significativa para o atingimento das metas dos ODS.

1.4. Considerações Finais

Como pôde ser visto ao longo do Capítulo 1, há uma interligação entre os conceitos de sustentabilidade empresarial, responsabilidade social corporativa e criação de valor compartilhado. Independentemente das diferenças entre esses termos, é importante ressaltar o há em comum entre eles: o entendimento de que o capitalismo como é realizado tradicionalmente, com vistas apenas na geração de lucro para os acionistas, não se sustenta. Desta forma, a atividade econômica é colocada como parte de um processo regenerativo do tecido social e ecossistêmico (ABRAMOVAY, 2012).

Na Criação de Valor Compartilhado, o aumento da competitividade das empresas que simultaneamente contribuem para o avanço das condições econômicas e sociais da comunidade em que ela opera, pode expandir as conexões entre progresso econômico e social. A geração de valores compartilhados seria, assim, uma evolução dos programas de RSC, onde a sustentabilidade deixaria de ter importância somente para a boa imagem dos negócios, para se tornar foco da estratégia e fonte de lucratividade no longo prazo (PORTER & KRAMER, 2011).

No próximo capítulo será analisado o perfil do Investimento Social Privado (ISP) no Brasil, que se difere da RSC por tratar fundamentalmente das atividades das empresas relacionadas aos programas sociais desenvolvidos com/ para as comunidades envolvidas, enquanto aquela trata de questões mais amplas e inclui processos de gestão interno, governança e ética empresarial. O termo ISP é utilizado especialmente no Brasil e, apesar do recorte conceitual normalmente empregado ao ISP, este tem ganhado cada vez mais espaço na discussão sobre uma atuação mais estratégica das empresas em relação aos seus stakeholders e na promoção do desenvolvimento socioeconômico da sociedade e criação de valor compartilhado.

CAPÍTULO 2 - O INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO NO BRASIL

Conforme visto no capítulo anterior, a busca da sustentabilidade pelas empresas a partir da criação de valor compartilhado pressupõe que o desenvolvimento social e econômico podem andar juntos. Deste modo, este capítulo terá por objetivo realizar uma análise sobre a evolução do conceito de Investimento Social Privado no Brasil sob a ótica do referencial teórico da criação de valor compartilhado. Cabe ressaltar que o conceito de ISP é o mais utilizado atualmente no Brasil em relação à atuação social das empresas no Brasil, o que será detalhado ao longo deste capítulo.

O capítulo está dividido em três partes: a primeira apresenta a evolução do conceito de ISP no Brasil e quais os cenários que favoreceram/ estimularam esta evolução; a segunda parte mostra o perfil do ISP no Brasil, com dados sobre valores investidos, áreas de atuação, avanços quanto à gestão destes investimentos, tendências futuras, etc; a terceira parte traz uma breve discussão sobre os principais desafios e oportunidades para o campo do ISP no Brasil.

As discussões propostas neste capítulo, juntamente com a discussão conceitual apresentada no capítulo anterior, são de fundamental importância para o enriquecimento do debate acerca da incorporação dos ODS nas estratégias empresarias, que será realizada no Capítulo 3.

2.1. A evolução do conceito de Investimento Social Privado no Brasil

Com a intensificação na década de 1980 do debate internacional sobre a relativa incapacidade do Estado de atender a todas as demandas sociais, bem como a necessidade de fortalecimento da sociedade civil, foram formados dois grupos informais de empresas brasileiras, o Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE), em 1989, e o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (Ethos), em 1998, para a discussão deste tema. Estas instituições iniciaram um movimento para o debate da questão do papel das empresas privadas em relação à responsabilidade pelo desenvolvimento social do país, bem como a forma de contribuição efetiva e empírica para este objetivo. Naquele período, crescia a consciência do empresariado sobre a necessidade de promover transformações sociais, muito além do assistencialismo.

Assim como nos demais países do mundo houve uma evolução do conceito de responsabilidade social corporativa no momento pós-industrial, no Brasil isto também aconteceu, apesar das características industriais de um país em desenvolvimento que ele apresenta. Isto

acontece porque há uma influência das diretrizes empresariais trazidas pelas grandes empresas multinacionais, pela maior valorização de aspectos relacionados à melhoria da qualidade de vida e maior pressão da sociedade sobre o papel das empresas em relação a isso.

Uma imagem que foi bastante disseminada em relação ao que o ISP representa no Brasil é o do “guarda-chuva da responsabilidade social” (Figura 2), conforme imagem abaixo. Esta figura retrata a relação das empresas junto aos seus stakeholders, de maneira mais ampla, enquanto o ISP tem como foco a relação das empresas junto às comunidades. Atualmente, esta divisão não é tão linear, visto que as áreas que fazem a gestão do ISP nas empresas muitas vezes estão junto das áreas de Sustentabilidade e possuem uma atuação mais extensa.

Figura 2 - O guarda-chuva da Responsabilidade Social



Fonte: Aliança Capoava, 2010.

Em 1995, foi organizado oficialmente a instituição do GIFE composto naquele momento por 25 organizações. Nos anos seguintes este grupo veio se desenvolvendo e tornou-se referência sobre ISP no Brasil. Em 2010, a rede GIFE reunia 134 associados, que, conjuntamente, investiam por volta de R\$ 2 bilhões por ano na área social. Atualmente, são 129 associados, que investem cerca de R\$ 3 bilhões por ano³. A rede GIFE assim formada, sem fins lucrativos, passou a reunir organizações de origem empresarial, familiar, independente e comunitária, que investem em projetos com finalidade pública, com a missão de:

³ <http://gife.org.br/quem-somos-gife/> - Acesso em 08/08/2017

Aperfeiçoar e difundir conceitos e práticas do uso de recursos privados para o desenvolvimento do bem comum, contribuindo, assim, para a promoção do desenvolvimento sustentável do Brasil, por meio do fortalecimento político-institucional e do apoio à atuação estratégica dos investidores sociais privados. Além disso, o GIFE também organiza cursos, publicações, pesquisas, congressos, grupos de afinidade, painéis temáticos, debates e outros eventos (GIFE, 2011, p. 8).

Por sua vez, o Instituto Ethos formou-se como uma organização sem fins lucrativos, caracterizada como organização da sociedade civil de interesse público, tendo como missão: “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável” (Ethos, 2011). Agrega um grupo de empresários e executivos oriundos da iniciativa privada, que trocam conhecimentos e experiência, desenvolvendo ferramentas para auxiliar as empresas a analisarem suas práticas de gestão e aprofundar seu compromisso com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável.

A partir dessas iniciativas, a ação social das empresas no Brasil foi objeto de estudo, tendo como investigação pesquisa inédita do Ipea, em 2001, enfocando empresas privadas de todos os portes, cujos resultados mostraram investimentos não desprezíveis por algumas grandes empresas. Estes resultados, que englobavam 67% das empresas na região Sudeste, 46% das empresas no Sul e 55% do Nordeste, representavam respectivamente nestas regiões 30%, 7% e 4% do gasto social federal. Esta pesquisa teve o foco nas ações sociais das empresas direcionadas a stakeholders representados pela comunidade empresarial e empregados. Porém, mostrou que a grande maioria das empresas pesquisadas ainda não dispunha de um sistema de informações que avaliasse o impacto de suas ações sociais e, nesse sentido, suas ações poderiam acarretar desperdício de recursos e conseqüente redução na eficiência e na eficácia (Peliano, 2000; Ipea, 2006b; Coutinho e Macedo-Soares, 2002).

Outra pesquisa realizada pelo Ipea em 2006, a Pesquisa Ação Social das Empresas (PASE), revelou que, das empresas privadas brasileiras, cerca de 69% realizam ações sociais em benefício da comunidade social dos locais próximos à unidade produtiva ou à área de consumo, correspondendo a aproximadamente 600 mil empresas que, em 2004, havia aplicado R\$ 4,7 bilhões (0,27% do PIB) em ações sociais. Entre 2002 e 2006, foi observado um crescimento de 10% no

número destas empresas. No entanto, o comportamento empresarial tradicional do país, no que se relaciona à responsabilidade social, tinha ações mais voltadas para a filantropia.

Naquele momento, as empresas ainda não visualizam de forma adequada a relação de seus investimentos sociais com os impactos sobre o desenvolvimento econômico. Mas esta pesquisa realizada pelo Ipea em 2006 registra também que, à medida que a participação social evolui, ela é incorporada aos valores das empresas e partilhada com os trabalhadores, passando a fazer parte da missão institucional. As empresas mais comprometidas adotam uma participação proativa, apoiam projetos mais bem estruturados e buscam uma relação de parceria com seu público alvo (Ipea, 2006b).

Sobre a governança e a gestão do investimento em responsabilidade social, as estruturas decisórias são diferenciadas entre os tipos de instituições, sejam empresas, institutos ou fundações, a partir do grau de vinculação que as une a suas empresas mantenedoras ou a fundações independentes, comunitárias ou familiares, bem como em função do porte das instituições e de sua forma de atuação (Ipea, 2006b).

No entanto, apenas um número reduzido de instituições conta com a presença de membros externos em sua gestão. A origem dos recursos utilizados para este investimento é diversa, pois as empresas indicam utilizar recursos próprios da empresa ou doados pela empresa mantenedora/grupo, recursos doados por indivíduos ou grupos familiares mantenedores, recursos próprios do associado, provenientes de fundo patrimonial, aplicações e outros rendimentos, ou, ainda, recursos gerados com produtos/serviços/marketing relacionados a uma causa (Ipea, 2006b).

Entre as mencionadas anteriormente, a principal dificuldade apontada pelos empresários para investir em ações sociais continua sendo a questão financeira: 62% disseram que a falta de dinheiro é o maior empecilho. Uma parcela menor reclamou da ausência de incentivos governamentais (11%). E uma pequena proporção de empresas afirmou que não atua porque nunca pensou nessa possibilidade ou porque acredita que esse não seja o seu papel (5%). No entanto, mais da metade das empresas respondentes (54%) afirmou que não utiliza benefícios fiscais, apontando como causa poucos benefícios e desvantagens adicionais (Ipea, 2006b).

Outro estudo do Ipea realizado em 2009, constatou que cerca de 800 mil empresas privadas realizavam ações sociais no Brasil no período. Para um universo de 4,8 milhões de empresas brasileiras, em 2009, este montante correspondia a 16,7% do total de empresas. Peliano (2009) ressalta que um dos fatores relevantes para a análise do investimento social no processo de tomada

de decisão destas empresas diz respeito à avaliação social que possuem sobre os resultados destes investimentos, uma vez que apenas 16% (95 mil empresas) declararam realizar este tipo de ação, e 79% responderam não possuírem esta documentação.

As empresas alegam altos custos de avaliação relacionados tanto ao tempo utilizado para esta ação, quanto aos recursos monetários e à capacitação de equipe interna para estes fins, aliados à definição de instrumentos para a realização. Neste âmbito, a inexistência de apoio governamental técnico e financeiro desestimula a realização desta avaliação, o que, por sua vez, onera a consecução das medidas de apoio público ao estímulo do investimento social privado. Como salienta Peliano, a avaliação tem de ser instrumento de gestão, desde que os resultados na área social são longos e difíceis e as ações tendem a sofrer maiores dificuldades, por falta de informações necessárias para o planejamento destas políticas públicas (Peliano, 2009; IBGE, 2009).

Em muitos países mais avançados, a integração entre as medidas de responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável na prática cotidiana faz com que as organizações se voltem para os objetivos no longo prazo e passem, então, a perceber que qualidade, preço competitivo e bons serviços não representam mais os únicos diferenciais no mercado. No Brasil, apesar de boa parte das ações sociais das empresas ainda ser tímida e voltado para o assistencialismo de curto prazo, por meio de projetos de ajuda filantrópica e de uma política de doações, as empresas mais maduras e mais estruturadas tendem em investir cada vez mais em ações de médio e longo prazo, com projetos estruturantes e que visam o desenvolvimento local e territorial.

Os investimentos sociais no Brasil apresentam potencial considerável de ampliação, seja através da conscientização de seus impactos positivos sobre o desenvolvimento econômico sustentável, seja por meio dos movimentos bem-sucedidos de organizações privadas e públicas, dirigidos à qualidade, à saúde e à segurança no trabalho, bem como pela preservação do meio ambiente. Movimentos estes que recorrem à divulgação de tópicos como valores organizacionais de respeito ao meio ambiente, à comunidade, ao governo, aos consumidores, entre outros, estão hoje cada vez mais integrados às boas práticas da excelência em gestão. A tabela abaixo demonstra as tendências de investimentos sociais de acordo com a maturidade das empresas.

Tabela 2. Tendências de investimentos sociais de acordo com a maturidade das empresas

TENDÊNCIAS PARA EMPRESAS MENOS MADURAS		TENDÊNCIAS PARA EMPRESAS MAIS MADURAS	
Investidor Social 1.0	Investidor Social 2.0	Investidor Social 3.0	Investidor Social 4.0
Doações pontuais/ Filantropia	Doações pontuais/ Filantropia Fundos/ incentivo fiscal Responsabilidade Social Corporativa	Doações pontuais/ Filantropia Fundos/ incentivo fiscal ISP Abertura para atuação em rede (empresas, bancos de desenvolvimento)	Doações pontuais/ Filantropia Fundos/ incentivo fiscal ISP Abertura para atuação em rede (empresas, bancos de desenvolvimento) Participação direta cidadã na concepção/ gestão das ações Criação de Valor Compartilhado Negócios Sociais e de Impacto Social Impact Bonds

Fonte: elaboração própria, 2018.

Observa-se na tabela acima que as ações do investidor social tipo 1.0, ou seja, menos maduro, não são necessariamente eliminadas na medida em que a empresa adquire maturidade em relação ao seu investimento social. O que acontece muitas vezes é que, por pressões internas e externas, ou por definição estratégica, a empresa opta por manter certos tipos de investimentos mais tradicionais, como a doação filantrópica a uma instituição próxima ao seu entorno, por exemplo. O importante notar aqui é que, à medida em que a estratégia de investimento social avança, as ações mais pontuais vão dando espaço às ações mais estratégicas, para as quais é extremamente importante o monitoramento, avaliação do impacto e abrangência.

Do ponto de vista da gestão da empresa, observa-se que, para que a empresa se torne socialmente responsável, é necessário a institucionalização de posturas, instrumentos de gestão e atenção a novos stockholders (agentes) como parceiros dos processos que envolvam público interno, meio ambiente, fornecedores, comunidade, consumidores, governo e sociedade. As

mudanças organizacionais nesse sentido trazem implicações estratégicas profundas e requerem instrumentos específicos de gestão, como consultoria, auditoria e treinamento em sistema de gestão e pesquisa do clima organizacional, voltados para normas específicas de prática social (SA 8000, ISO 26000 e NBR 26000), treinamento e desenvolvimento dos recursos humanos, desenvolvimento de ferramentas informatizadas para o atendimento de produtos sociais, análise do perfil comportamental dos stakeholders associados à gestão de fornecedores e gestão por competências, bem como introdução de estratégias e produtos para o engajamento de partes interessadas e prováveis parceiros.

Dentre as tendências do ISP no Brasil, vêm ganhando destaque o alinhamento entre este e o negócio. Oliva (2015) chama a atenção para o fato de que esta tendência desafia aquilo que ele chama de “visão original do ISP”, que seria a definição cunhada pelo GIFE em 1995 e que vem sendo utilizada até hoje, a qual diz que o ISP é o “repasso voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática a projetos sociais, culturais e ambientais de interesse público” (GIFE 2015).

Esta definição vem sendo utilizada quase que uma convenção entre as empresas, institutos e fundações empresariais. Entretanto, esta conceituação imprime ao ISP um caráter essencialmente público, ou seja, o alinhamento ao negócio poderia fazer com o que o ISP perdesse esse caráter. Desta forma, começa a ser questionada esta definição o sentido de discutir os “papéis” e o “lugar institucional” de institutos e fundações no ambiente corporativo e esta discussão é fomentada pelo próprio GIFE (Oliva, 2015). Cabe ressaltar que, no momento que esta visão original do ISP foi concebida, era necessária uma afirmação do papel público das empresas frente à filantropia empresarial tradicional, caracterizada por ações pontuais de caráter assistencial, e também com o objetivo de diferenciar-se da RSC, que estaria mais ligada aos aspectos de governança, transparência e sustentabilidade das empresas (Oliva, 2015).

A referência ao alinhamento ao negócio, segundo Oliva (2015), ocorre no sentido de “partilhar algo comum”. Isso pressupõe que: ISP e negócio são distintos um do outro; ISP e negócio podem ou não estar situados em um campo comum. Tendo isto em vista, o autor considera relevante destacar quais as origens dessa nova tendência relacionada ao alinhamento entre ISP e negócio, destacando 4 pontos principais: a preocupação cada vez maior das empresas com sua reputação e, conseqüentemente, a necessidade de dar visibilidade a suas ações sociais; a profissionalização da alta gestão das empresas fez com que as áreas responsáveis pelo ISP, fundações e institutos

empresariais, fossem indagadas sobre o sentido estratégico do ISP e quais seriam o retorno deste para o negócio; a procura cada vez maior dos institutos e fundações por métricas para avaliar os resultados de suas ações para facilitar sua interação e dar visibilidade frente aos interlocutores empresariais; a diluição entre as fronteiras do ISP, da RSC e da sustentabilidade empresarial. A tabela abaixo apresenta um esforço de síntese das abordagens de aproximação entre ISP e negócio, conforme proposto por Oliva (2015).

Tabela 3 - Abordagens de aproximação entre o ISP e o negócio

Abordagens	Direcionamento	Proposta de alinhamento	Papel do Instituto e Fundação	Principais formas de atuar
Incrementalista	Aproveitar oportunidades e sinergias para a empresa a partir do ISP existente	Vinculação do ISP ao negócio	Construir “pontes” entre iniciativas existentes e áreas da empresa	Identificar e promover ações de comunicação; atuar no relacionamento com stakeholders; promover ações de voluntariado
Influência Social Estratégica	Qualificar a performance social da empresa	Influenciar o negócio de uma perspectiva socioambiental	Monitorar e/ou supervisionar o desempenho socioambiental do negócio	Advocacy interno; liderar diálogo com stakeholders; avaliar impacto socioambiental do negócio
Valor Compartilhado	Ação social empresarial deve sempre gerar valor para a empresa	Subordinação do ISP ao negócio	Atuar em bases seletivas; construir métricas de aferição de resultados para a empresa	Todas, desde que atendido o critério de geração de valor para a empresa
Inteligência Social de negócios	Inovar produtos e serviços a partir de problemas socioambientais	Integração do ISP ao negócio	Contribuir para identificar negócios social e ambientalmente responsáveis	Mapear problemas e oportunidades; induzir investimento de impacto

Fonte: Oliva, 2015.

Considerando a relevância do tema do alinhamento do ISP ao negócio, o Censo GIFE realizado em 2014⁴ incluiu novas questões sobre este tema. Naquele momento, as atividades das

⁴ O Censo GIFE é realizado a cada dois anos por esta instituição, desde 2001, e é uma das principais pesquisas neste campo no Brasil. A última edição foi publicada em 2016.

Fonte: <https://gife.org.br/censo-gife/>

empresas mantenedoras ainda não eram vistas como determinantes para decisões relativas ao ISP (Oliva, 2015). Ainda assim, percebia-se que essa era uma tendência que vinha para ficar e este movimento era percebido principalmente em relação à governança do ISP, com uma participação cada vez maior dos acionistas de empresas nas instâncias decisórias dos institutos e fundações.

A Pesquisa BISC (Benchmarking do Investimento Social Corporativo) publicada em 2017 revela que para 75% das empresas que participaram da pesquisa mais da metade dos recursos destinados aos investimentos sociais em curso estão alinhados aos negócios (BISC, 2017). O que antes era visto como incoerente, hoje é visto como essencial para garantir a continuidade das ações. Os resultados do Relatório BISC 2016 demonstravam que 53% das empresas “estão buscando também redesenhar seus projetos, de forma a adequá-los aos novos tempos e alinhá-los aos negócios” (BISC, 2016, p. 70). Entre as estratégias adotadas para viabilizar este alinhamento, estão a introdução de novas metodologias de trabalho, como a adoção do conceito de valor compartilhado e o investimento em negócios de impacto (BISC, 2016).

Oliva (2015) chama a atenção que há um elevado grau de incerteza referente aos possíveis desdobramentos do alinhamento do ISP ao negócio, entretanto, percebe-se uma “inclinação otimista” em relação a isso. As maiores oportunidades e benefícios são percebidos em relação a: maior visibilidade interna ao ISP, o que poderia garantir a continuidade das ações; ampliação da capacidade de influência do ISP dentro da empresa; ampliação do volume de recursos e escala do ISP; aumento do reconhecimento externo do ISP; aumento do compromisso e produtividade dos colaboradores da empresa.

Por outro lado, percebe-se que o alinhamento pode trazer alguns riscos como a redução da abrangência temática e territorial dos projetos de ISP; a instrumentalização do ISP pela empresa e a perda de legitimidade; possibilidade de perda de recurso, com remanejamento para outras áreas da empresa (Oliva, 2015).

De qualquer forma, o alinhamento do ISP ao negócio pode ser um importante vetor para consolidação do ISP como instrumento de promoção do desenvolvimento socioeconômico e ambiental, no sentido de agregar expertises ao negócio enquanto pode trazer uma maior integração com as diretrizes de sustentabilidade empresarial. Estes são movimentos de incorporação das ações e, portanto, podem significar uma ampliação cada vez maior da escala do impacto positivo sobre o desenvolvimento, enquanto coloca na agenda das empresas as questões sociais e ambientais que anteriormente eram vistas como acessórias. Não faz sentido, em um mundo no qual as empresas

estão cada vez mais inclinadas à incorporarem a sustentabilidade empresarial, considerando seu tripé econômico, social e ambiental, se os investimentos sociais continuarem a serem executados de forma completamente isolados do negócio. Esta aproximação vai ao encontro da criação de valor compartilhado, na qual a geração de valor para as empresas também gera valor para a sociedade. No capítulo 4 será explorado como esse alinhamento pode contribuir para o atingimento dos ODS.

2.2. Perfil do Investimento Social Privado no Brasil

No Brasil, duas pesquisas sobre o ISP são publicadas sistematicamente e contribuem para a consolidação das informações sobre seu perfil. Uma delas, conforme mencionado no item anterior, é o Censo GIFE, publicado a cada dois anos desde 2001 e cuja última edição foi publicada em 2006. A outra pesquisa é o Benchmarking do Investimento Social Corporativo (BISC), publicado anualmente desde 2008 pela Comunitas, instituição da sociedade civil brasileira que tem como objetivo contribuir para o aprimoramento dos investimentos sociais corporativos e estimular a participação da iniciativa privada no desenvolvimento social e econômico do país. Este item apresentará dados destas duas pesquisas com o objetivo de demonstrar um breve perfil do ISP no Brasil. A ideia aqui não é esgotar este tema, visto que isto por si só seria objeto de uma pesquisa, mas de trazer dados relevantes sobre o panorama do investimento social privado brasileiro a fim de embasar as discussões que serão realizadas posteriormente sobre a possível contribuição do ISP com os ODS.

Em relação à pesquisa BISC, cujo objetivo é apresentar um "retrato da atuação social corporativa e trazer novos subsídios para a reflexão, o debate e o aprimoramento das atividades sociais privadas" (BISC, 2017), a última edição foi publicada em 2017 e contou com um universo de 268 empresas e 18 institutos e fundações empresariais. Dentre os principais destaques da pesquisa, está o volume de recursos investidos pelas empresas. Conforme pode-se observar no gráfico abaixo, houve uma queda nos investimentos de 2016, entretanto percebe-se uma tendência positiva de crescimento na última década. Por outro lado, diminuiu a representação destes valores em relação ao PIB (Produto Interno Bruto) neste período, que passou de 6% em 2007 para -3,6% em 2016. Os valores investidos pelas empresas em 2016 representam 2,13% de participação no lucro líquido das mesmas, também representando uma queda em relação à 2015, que foi de 3,09%.

Gráfico 1 - Volume de recursos investidos pelas empresas que responderam ao BISC (2007 a 2016) *



Fonte: BISC, 2017

*Valores em bilhões de reais (valores ajustados pela inflação)

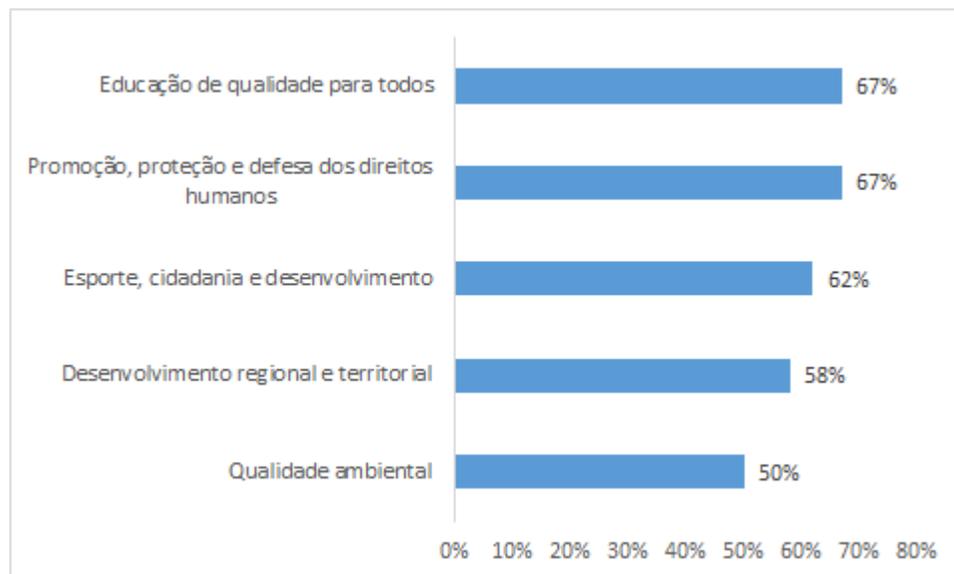
O Censo GIFE 2016 apresenta valores semelhantes, entretanto com um grupo de entrevistados menor, 116 respondentes, sendo 53% de Institutos e Fundações Empresariais. Estes investiram R\$ 2,9 bilhões em 2016, o que representa uma queda 14% em relação à pesquisa anterior, realizada em 2014. Quanto à distribuição geográfica da aplicação destes recursos, 77% apoiam programas no Sudeste e 44% apoiam programas que atingem todo o país.

Tanto o Censo GIFE quanto o BISC apontam para a área de educação como área prioritária dos investimentos, seguida por cultura e desenvolvimento comunitário e infraestrutura. Este maior investimento na área de educação vem se mantendo por várias edições do Relatório BISC e, apesar de uma pequena queda em 2016 (de R\$ 1,05 bilhões em 2014 para R\$ 926 milhões em 2016), continua tendo uma distância considerável em relação às demais áreas investidas. Outra tendência importante em relação aos tipos de programas desenvolvidos, cabe ressaltar o crescimento dos programas de voluntariado. Isso acontece porque as empresas veem os programas de voluntariado como uma estratégia de “ganha-ganha” tanto para as comunidades beneficiadas quanto para os colaboradores e a empresa envolvida, que melhora suas relações com a comunidade, aproximam os colaboradores da cultura da empresa e contribuem para o desenvolvimento de competências dos colaboradores, entre outros fatores (BISC, 2017).

Em relação à composição dos investimentos sociais, as empresas costumam destinar parte de valor devido ao imposto de renda para programas específicos de incentivo fiscal, como destinações para o Fundo da Criança e Adolescente, Fundo do Idoso, Lei do Esporte, programas culturais através da Lei Rouanet e PROAC, por exemplo. Em 2016, estas destinações representaram 19% do total do volume investido pelas empresas em ações sociais. Este volume vem diminuindo ao longo dos anos e pode ser explicado pelo fato das empresas estarem ampliando seu investimento voluntário, mas também pelo excesso de burocracia envolvida na concessão dos incentivos (BISC, 2017).

Em relação às macro-tendências da atuação do ISP no Brasil, um grande destaque, além do alinhamento da atuação social aos negócios explorado no item anterior, é o alinhamento do ISP às políticas públicas. Conforme o Relatório BISC (2017), “é sobretudo no campo da educação e no atendimento à infância que 67% das empresas buscam trabalhar mais próximas das organizações governamentais e alinhar seus investimentos sociais às políticas públicas” (p. 31). No gráfico abaixo pode-se observar quais as áreas de políticas públicas priorizadas pelas empresas.

Gráfico 2 - Políticas públicas priorizadas pelas empresas que responderam ao BISC (2017)



Fonte: BISC, 2017

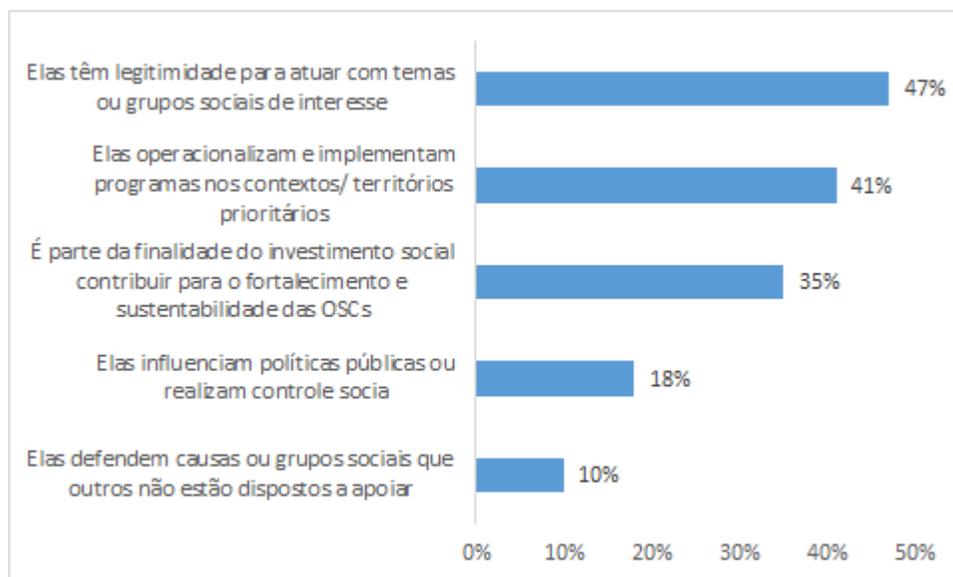
Este alinhamento às políticas públicas refere-se à concepção e desenho dos projetos em conformidade com as diretrizes de governo e pressupõe um diálogo constante e sistemático com os gestores públicos. As motivações para que este alinhamento aconteça são principalmente: a

possibilidade de melhoria na qualidade do ISP; a ampliação na visibilidade dos projetos; a possibilidade de influenciar/ aprimorar políticas públicas; ampliar canais de diálogo com os governos (BISC, 2017).

Outra grande tendência, e que é foco desta dissertação, é a incorporação dos ODS nas estratégias de ISP empresariais. De acordo com os resultados do BISC 2017, 50% das empresas afirmaram que a atuação social das empresas está sendo direcionada para incorporação dos ODS, frente à 24% em 2016, e 37% disseram que ainda não incorporaram os ODS, mas há interesse em explorar essa possibilidade. A incorporação dos ODS nas estratégias de ISP será discutida no próximo capítulo.

O Censo GIFE 2016 também traz informações sobre o tipo de apoio do ISP em relação à outras organizações da sociedade civil. Dentre o universo pesquisado, apenas 16% são predominantemente doadores, ou seja, destinam a maior parte do seu recurso para que outras organizações executem seus projetos, enquanto que 43% predominantemente executam seus próprios projetos e 41% doam e executam. O gráfico abaixo aponta o que motiva as empresas, institutos e fundações a apoiarem organizações da sociedade civil.

Gráfico 3 - Por que apoiar as organizações da sociedade civil segundo as empresas que participaram do Censo GIFE 2016



Fonte: Censo GIFE 2016.

Praticamente todas as empresas envolvem as organizações sem fins lucrativos, entretanto o tipo de apoio e as motivações para essa parceria vem se alterando ao longo dos anos. O número de instituições apoiadas diminui, enquanto o aporte repassado a cada uma delas aumentou (BISC, 2017). Uma possível explicação para este fenômeno pode ser o fato de que as empresas, ao concentrarem seus investimentos, conseguem ampliar o impacto em uma determinada região.

Traçado um breve perfil do ISP no Brasil, é importante analisar quanto esses investimentos conseguem, de fato, impactar na melhoria da qualidade de vida das pessoas. O próximo item avançará nesta discussão, procurando trazer à tona quais os principais avanços e desafios para o ISP no Brasil.

2.2.1. Avanços e desafios para o Investimento Social Privado no Brasil

O Investimento Social Privado no Brasil vem passando por uma série de mudanças nos últimos anos. Mudanças essas que tiveram origem no surgimento do conceito do ISP, no início da década de 1990, acompanhando as transformações vivenciadas naquele momento nos ambientes políticos e econômicas no país. Naquele momento, “a esfera pública deixa de ser uma questão apenas do Estado” (Degenszajn & Ribeiro, 2014) e as empresas e as organizações da sociedade civil ampliam seu papel frente à sociedade.

Em 2010, o GIFE lança junto aos seus associados a “Visão ISP 2020”, com o objetivo de apontar as tendências e o cenário futuro para o ISP no Brasil. Esta visão é composta por três eixos:

- Relevância e legitimidade: implica no reconhecimento do papel que o ISP desempenha frente aos outros atores da sociedade e inclui aspectos como gestão, governança, impacto dos programas, articulação social, transparência e comunicação;
- Abrangência do investimento: implica na distribuição mais equitativa e equilibrada de seus recursos e numa visão sistêmica referente à temática, geografia, público-alvo, forma de atuação, estratégia de ação;
- Diversidade de investidores: uma maior diversidade de fontes de recursos pode garantir maior abrangência temática, regional, de beneficiários e estratégia de investimento (Degenszajn & Ribeiro, 2014).

Uma grande preocupação dos investidores sociais é com a avaliação dos seus projetos. Dentre as ações realizadas hoje em relação à avaliação dos projetos, pode-se destacar: monitoramento e execução dos projetos; definição da metodologia de avaliação; estabelecimento de indicadores de avaliação; estabelecimento de objetivos e metas para os projetos; divulgação externa dos resultados; elaboração de relatórios de resultados. Entretanto, a mensuração de resultados e impactos das ações sociais continua sendo um grande desafio para as empresas, institutos e fundações empresariais. Dentre as principais dificuldades, as empresas apontam: definição de indicadores adequados para avaliação dos impactos e eficácia dos projetos; identificação de parâmetros externos de comparação; isolamento dos resultados referentes à atuação específica da empresa; definição de modelo de avaliação; coleta das informações; ter um marco zero dos projetos (BISC, 2017).

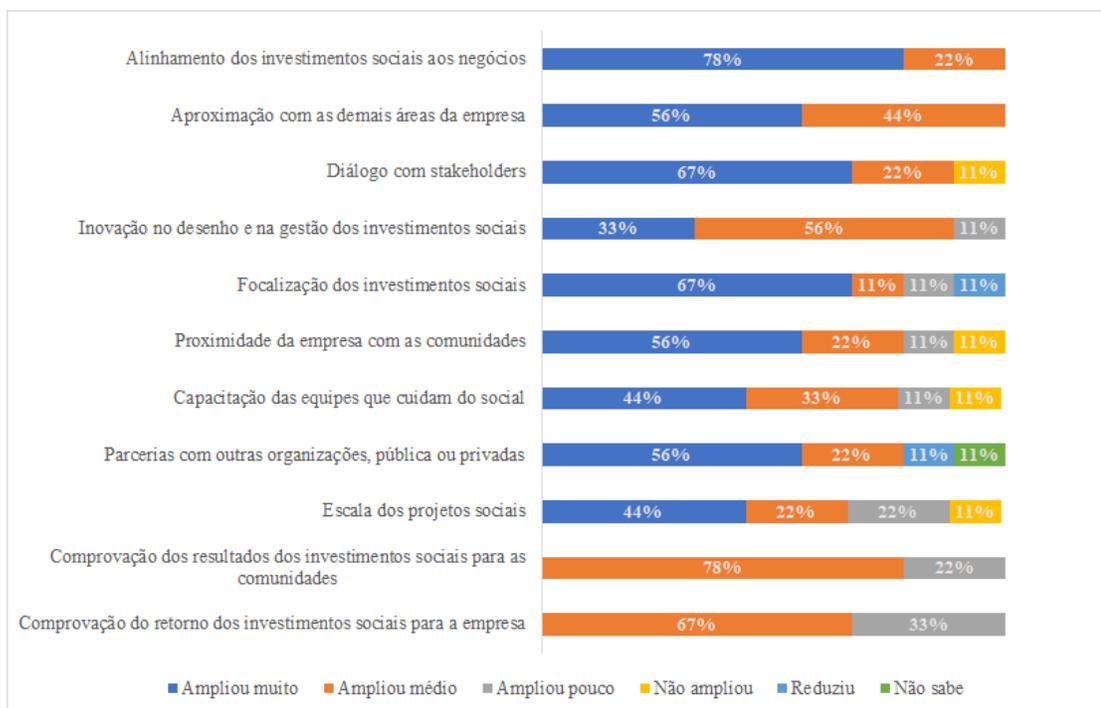
Ainda em relação à avaliação, Rodrigues (2014) chama a atenção para o fato do ISP, diferentemente dos recursos públicos, utilizam recursos privados e voluntários. Desta forma, avaliação de seus resultados podem ter uma ótica diferente daqueles, visto que não tem a obrigatoriedade da universalidade, por exemplo. Entretanto, todos os aspectos utilizados para avaliação da aplicação de recursos públicos são bem-vindos e contribuem para o aprimoramento do ISP, que deverá ter como aspecto central de sua avaliação a eficácia. Isso porque, se o ISP não for eficaz, corre o risco de ser interrompido.

Conforme aponta o Relatório BISC:

A última década foi marcada por uma reviravolta na condução dos investimentos sociais. O período se caracteriza pela rejeição às ações isoladas, fragmentadas e assistencialistas em nome de uma atuação estruturada e estruturante. Foco, critérios, escala, diálogo, participação, inovação e parcerias, profissionalização e resultados tornaram-se o centro das atenções do grupo BISC. Tudo isso ganhou ainda uma importância renovada no contexto das restrições econômicas dos anos mais recentes. “Fazer mais com menos” é hoje o grande desafio das equipes que cuidam dos investimentos sociais” (BISC, 2017, p. 45).

Dentre os avanços do ISP nos últimos anos, pode-se destacar a melhoria nas práticas de gestão. O gráfico abaixo demonstra as principais mudanças ocorridas na condução dos investimentos sociais nos últimos 10 anos.

Gráfico 4 - Mudanças Implementadas na condução dos investimentos sociais nos últimos dez anos pelas empresas que responderam ao BISC (2017)



Fonte: BISC, 2017

Muitas mudanças positivas já ocorreram no campo do ISP, entretanto, ainda há um caminho a ser percorrido para que este avance ainda mais e possa contribuir para o desenvolvimento socioeconômico e ambiental do país. O BISC (2017) propõe 6 atributos para um avanço ainda maior do ISP, conforme pode ser observado na tabela abaixo.

Tabela 4 - Atributos para o Investimento Social do futuro

Participativo	A atuação social das empresas terá pouco êxito se ocorrer de forma isolada. Há, portanto, a necessidade de ampliar os canais de diálogo, envolver os demais setores da sociedade, identificar as vocações das localidades onde o ISP será executado, capacitar parceiros
Flexível	Num mundo em constante transformação, é preciso prever revisão de rumos, agendas, procedimentos. Isso implica em definir aquilo que deve ser a causa da empresa, baseado em seus valores e menos flexíveis, daqueles pontos em que é necessária certa envergadura, como por exemplo a adaptação de um projeto para uma realidade social específica
Efetivo	Mensurar resultados dos projetos melhorando as ferramentas de gestão, promover projetos sociais em modelos escaláveis, capacitar as equipes gestoras, priorizar ações que estimulem a articulação intersetorial
Alinhados a agendas públicas	Participar de um processo mais amplo de enfrentamento dos problemas nacionais e globais, fortalecendo o compromisso das empresas com a sustentabilidade
Inovador	Criar novos caminhos no sentido de ampliar o impacto e ganhar escala das ações sociais, investir na criação de valor compartilhado
Estratégico para o negócio	Inserir os investimentos sociais nas estratégias dos negócios, garantindo a sustentabilidade do setor

Fonte: BISC, 2017

As tendências de evolução do ISP no Brasil apontam para a necessidade cada vez maior para ampliação de impacto, realização de parcerias, alinhamento a agendas nacionais e internacionais, alinhamento ao negócio, integração com a sustentabilidade empresarial, avaliação e mensuração do impacto, entre outras. No próximo capítulo será analisada como essas tendências, sob o referencial teórico do Valor Compartilhado, podem contribuir para a incorporação dos ODS nas estratégias de ISP, enquanto esta incorporação pode contribuir para a consolidação dessas tendências.

2.3. Considerações Finais

Conforme apresentado neste capítulo, os valores destinados ao ISP não são desprezíveis (cerca de R\$ 2 bilhões por ano) e houve diversos avanços na condução do ISP ao longo dos últimos

anos, seja em relação à maior preocupação em ampliar o impacto das ações, ou em relação à discussão acerca da aproximação dos investimentos sociais ao negócio; ou à participação em agendas globais, como os ODS; ou com a preocupação em aprimorar o monitoramento e avaliação dos resultados.

No próximo capítulo será analisada como essas tendências, sob o referencial teórico do Valor Compartilhado, podem contribuir para a incorporação dos ODS nas estratégias de ISP, ao mesmo tempo que esta incorporação pode contribuir para a consolidação dessas tendências.

CAPÍTULO 3: INCORPORAÇÃO DOS ODS NA ESTRATÉGIA DE INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

Conforme visto anteriormente, as empresas, fundações e institutos empresariais estão cada vez mais propensos a alinharem suas estratégias às agendas globais, como é o caso dos ODS. Portanto, este capítulo tem por objetivo realizar uma contextualização dos ODS frente aos desafios globais e, posteriormente, analisar as práticas empresariais em relação à incorporação dos ODS em suas estratégias empresariais.

O capítulo está dividido em duas partes: a primeira irá analisar o contexto e definição dos ODS, quais os estudos que já estão sendo realizados sobre este assunto e como as empresas estão participando deste processo. A segunda parte irá analisar as práticas empresariais e a atuação social das empresas em relação aos ODS a partir da análise dos relatórios de sustentabilidade das empresas listadas na Nova Carteira do ISE (2017/ 2018).

3.1. Contexto e definição dos ODS

Para que a sustentabilidade seja difundida e aplicada, organismos internacionais têm sido fundamentais articuladores de discussões e programas que promovem o conceito em termos globais. Neste cenário destaca-se o papel da Organização das Nações Unidas (ONU) que desde a década de 1970 tem promovido conferências ligadas à temática.

No âmbito corporativo, a iniciativa da ONU mais significativa foi o Global Compact (GC), lançado em 1999 (CORTINA, 2002). Esta iniciativa convida as empresas a se responsabilizar por metas ligadas ao desenvolvimento sustentável e o pré-requisito exigido para se fazer parte do GC é uma carta declarando comprometimento com esses princípios. Os princípios do Pacto Global foram baseados em 4 eixos focados na Responsabilidade Social Corporativa: Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Combate à corrupção. A intenção é que as empresas, dentro de sua capacidade de influência, aceitem, apoiem e apliquem um conjunto de valores, denominados 10 princípios, discriminados a seguir (UNGLOBALCOMPACT, 2014).

Quadro 6 - Os 10 Princípios do Pacto Global das Nações Unidas

Direitos Humanos
1. As empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente.
2. Certificar-se de que não são cúmplices em abusos dos direitos humanos.
Trabalho
3. As empresas devem defender a liberdade de associação e reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.
4. A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.
5. A erradicação efetiva do trabalho infantil.
6. A eliminação da discriminação no emprego e ocupação.
Meio Ambiente
7. As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva sobre os desafios ambientais.
8. Desenvolver iniciativas a fim de promover maior responsabilidade ambiental.
9. Incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.
Combate à corrupção
10. As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Fonte: United Nations, Global Compact (2014).

Junto com o Global Compact, a ONU lança a Agenda do Milênio e os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), para nortear os trabalhos no período de 2000 a 2015. Tais objetivos foram uma proposta de avanço de desenvolvimento global em 8 áreas críticas: 1. Redução da pobreza; 2. Atingir o ensino básico universal; 3. Igualdade entre os sexos e autonomia das

mulheres; 4. Reduzir a mortalidade na infância; 5. Melhorar a saúde materna; 6. Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças; 7. Garantir a sustentabilidade ambiental e 8. Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento (PNUD, 2015).

Em setembro de 2015 uma nova Agenda foi criada. Estabeleceu-se um processo intergovernamental, com o objetivo de elaborar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Os líderes de governo e de Estado aprovaram, o documento “Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável”. A Agenda 2030 consiste em uma Declaração, 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e 169 metas, além de uma seção sobre meios de implementação, parcerias globais, e formas de acompanhamento e revisão. Os ODS foram desenhados para construir que tipo de futuro a maioria das pessoas querem: um lugar onde não há pobreza, o planeta esteja protegido e as pessoas vivam com paz e prosperidade.

Os ODS focam em duas principais áreas: social e ambiental. A questão social é abordada do ponto de vista de acesso às necessidades básicas, mas também traz metas relacionadas aos direitos humanos, empoderamento das pessoas através de educação de qualidade, igualdade de gênero, trabalho decente e redução das desigualdades. A questão ambiental é abrangida por questões como mudanças climáticas acesso à energia limpa e renovável, produção e consumo responsáveis, proteção da biodiversidade na terra e na água, proteção dos oceanos. Além desses pontos, os ODS também englobam valores como paz, justiça e respeito às instituições, e parcerias globais para o desenvolvimento sustentável.

Os ODS pretendem responder a novos desafios e são indivisíveis: as metas ambientais não podem ser alcançadas sem as sociais e vice-versa. Diante desta agenda, as empresas possuem um novo desafio: como endereçar e integrar os ODS à sua estratégia de Investimento Social Privado.

Ao contrário de seu antecessor, os ODS chamam explicitamente todas as empresas para resolver os desafios do desenvolvimento sustentável (UNGC, GRI, WBCSD, 2015). Sendo assim, para auxiliar as empresas a alinharem suas estratégias com os ODS e ajudar na medição e gestão da sua contribuição, foi criado o guia SDG Compass. O guia é desenvolvido com foco em grandes empresas multinacionais e explica como os ODS afetam o negócio, oferecendo ferramentas e conhecimento para colocar a sustentabilidade no centro da estratégia empresarial (UNGC, GRI, WBCSD, 2015).

Os ODS definem 17 prioridades globais de desenvolvimento sustentável e aspirações para 2030, como podem ser visualizados no quadro a seguir, e procura mobilizar os esforços globais em

torno de um conjunto comum de metas. A chamada ODS é uma ação mundial entre governos para todo o mundo, sejam empresas, civis, sociedade, visando acabar com a pobreza e criar uma vida de dignidade e oportunidades (UNGLOALCOMPACT, 2015).

Quadro 7 - Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS)

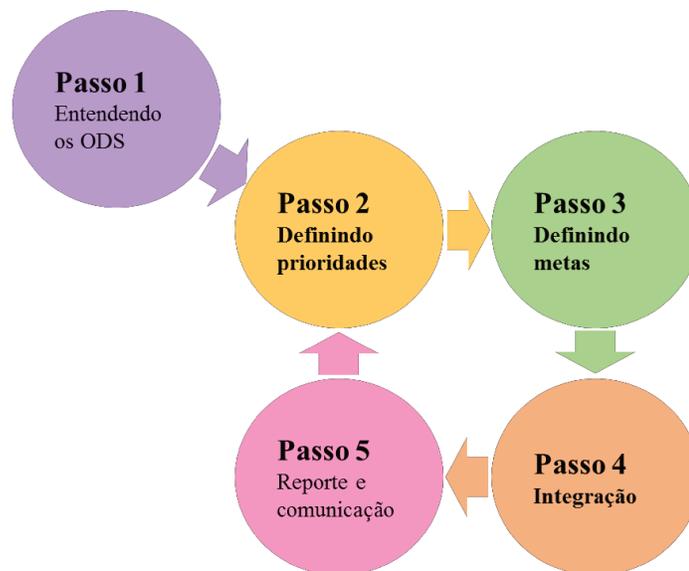
ODS 1	Erradicar a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;
ODS 2	Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar, melhorar a nutrição e promover a agricultura sustentável;
ODS 3	Garantir uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades;
ODS 4	Garantir a educação inclusiva com equitativa qualidade e promover a aprendizagem ao longo da vida com oportunidades para todos;
ODS 5	Alcançar a igualdade de género e empoderar as mulheres e meninas;
ODS 6	Garantir a disponibilidade e a gestão sustentável de água e saneamento para todos;
ODS 7	Assegurar o acesso à energia acessível, confiável, sustentável e moderna para todos;
ODS 8	Promover um crescimento económico sustentável e inclusivo, com pleno emprego e trabalho digno para todos;
ODS 9	Desenvolver infraestrutura resiliente, promover a industrialização inclusiva e sustentável e promover a inovação;
ODS 10	Reduzir as desigualdades dentro e entre países;
ODS 11	Tornar as cidades e assentamentos humanos inclusivos, seguros, fortes e sustentáveis;
ODS 12	Assegurar padrões de consumo e produção sustentáveis;
ODS 13	Tomar medidas urgentes para combater as mudanças climáticas e seus impactos;
ODS 14	Conservar o uso sustentável dos oceanos, mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;
ODS 15	Proteger, restaurar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e travar a perda de biodiversidade;
ODS 16	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis;
ODS 17	Reforçar os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável

Fonte: United Nations, Global Compact (2015)

Avançando das propostas do seu antecessor Objetivos do Desenvolvimento do Milênio, os ODS chamam explicitamente todas as empresas para aplicar a criatividade e inovação para resolver de forma sustentável os desafios de desenvolvimento. Pois, apesar dos ODS terem sido acordadas por todos os governos, o seu sucesso depende da ação e colaboração de todos os intervenientes, estando as empresas no cerne deste processo. Sendo assim, é primordial a pesquisa das práticas empresariais relativas a sustentabilidade, devido a busca de soluções e tecnologias para enfrentamento dos desafios de desenvolvimento do mundo em âmbito privado ser ainda incipientes.

O Compass ODS, apresentam as cinco etapas que versam sobre o alinhamento da responsabilidade de toda a empresa para com os ODS (Figura 3), de forma a diagnosticar o cumprimento com a legislação vigente, respeitando padrões mínimos internacionais, priorizando os impactos sobre os direitos humanos (UNGC, GRI, WBCSD, 2015).

Figura 3 - Cinco etapas do Compass ODS.



Fonte: SDG Compass, 2015

O primeiro passo sugerido pelo Compass é o entendimento dos ODS, que consiste em compreender a percepção e familiarização da empresa quanto aos ODS. O segundo passo refere-se à definição de prioridades, através da avaliação do impacto positivo e negativo, atual e potencial sobre as ODS em toda sua cadeia de valor, se constatará as prioridades da empresa. O terceiro

passo é a definição de metas: ao inteirar-se com as metas da empresa, se diagnosticará o alinhamento das mesmas às suas práticas (levantada no tópico anterior através do mapeamento da sua cadeia de valor) e o compromisso da liderança da empresa com o desenvolvimento sustentável.

O quarto passo refere-se à integração da sustentabilidade no *core business* e governança das empresas e o levantamento do estágio de incorporação de metas de desenvolvimento sustentável em todas as funções dentro da empresa. Isto se faz fundamental, pois a consecução de objetivos partilhados é mais acessível, levando a empresa a envolver-se em parcerias em toda a cadeia de valor, dentro de seu setor e/ou com os governos e organizações da sociedade civil.

O quinto e último passo refere-se aos relatórios e comunicações, cujo objetivo é identificar se há veracidade e transparência na prestação de informações sobre o desempenho do desenvolvimento sustentável às partes interessadas.

O maior impacto social e ambiental que uma empresa tem sobre os ODS pode estar além do escopo dos ativos que possui ou controla, portanto, é necessário o levantamento da cadeia de valor - desde a base de fornecimento e logística de entrada, através da produção e operações, à distribuição, utilização e vida útil dos produtos - como o ponto de partida para avaliar o impacto e a definição de suas prioridades (UNGC, GRI, WBCSD, 2015).

Com a integração dos investimentos sociais às perspectivas dos ODS as empresas poderão se beneficiar de uma maior visibilidade de seus compromissos com a sustentabilidade, do fortalecimento das suas relações com os stakeholders e com as organizações da sociedade civil, bem como de um alinhamento da sua agenda social a uma agenda pública global.

Esse processo de alinhamento, no entanto, é desafiador e, para incorporar a perspectiva da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável aos seus investimentos sociais, as empresas deverão cumprir algumas tarefas, como definir metas conectadas às metas dos ODS, identificar os indicadores a serem utilizados e, sobretudo, avaliar os resultados dos seus projetos sociais e ambientais.

Em relação à condução dos investimentos sociais privados, o cenário é de otimismo. Segundo pesquisa realizado pela Rede Brasileira do Pacto Global em 2016, cerca de um terço das empresas já busca incorporar a perspectiva dos ODS na sua agenda de atuação e, entre as que ainda não o fizeram, a maioria está aberta a explorar essa possibilidade.

3.2. A incorporação dos ODS na atuação social das empresas

Apesar da globalização ter promovido nos últimos 30 anos avanços sem precedentes em todo o mundo em relação à saúde, riqueza, educação e expectativa de vida, muitos especialistas declaram que ela já atingiu seu pico. As contradições deste sucesso podem estar representadas na perpetuação das desigualdades econômicas e sociais, pela ruptura de comunidades tradicionais e pelas grandes perdas ambientais, o que faz com que seja questionado se os custos da economia global são maiores ou menores que seus benefícios.

Nos últimos 30 anos, o mundo tem visto uma grande melhoria social e progresso tecnológico, além de um crescimento econômico sem precedentes com o qual centenas de milhares de pessoas deixaram a pobreza. Entretanto, apesar deste sucesso, o modelo de desenvolvimento atual está profundamente falido e alguns sinais dessa falência são: aumento significativo dos desastres naturais desde os anos 80; a violência e o conflito armado custaram ao mundo o equivalente à 9% do PIB em 2014; a perda de diversidade e os danos ao ecossistema custaram uma estimativa de 3% do PIB mundial; as desigualdades sociais e o desemprego entre os jovens estão piorando no mundo; as mulheres continuam recebendo cerca de 25% menos que os homens em trabalhos equivalentes; os salários médios reais foram estagnados nas economias desenvolvidas desde a década de 1980; as taxas de juros reais são historicamente baixo, mesmo negativo, em várias grandes economias, enquanto a dívida total continua desconfortavelmente alto (Business and Sustainable Development Commission, 2017).

Desta forma, como já visto nos capítulos anteriores, um novo modelo econômico não deve prender-se somente à uma economia de baixo carbono ou ambientalmente sustentável. É preciso incorporar os desafios referentes à pobreza, à desigualdade e à falta de acesso financeiro a novas oportunidades de mercados para empresas inteligentes, progressivas e lucrativas.

Os desafios são complexos e precisam de uma ação combinada entre governo, sociedade civil e empresas. Desta forma, um relatório publicado pela Business and Sustainable Development Commission, sugere que para desenvolver este novo modelo de negócio é preciso ter os ODS como base (Business and Sustainable Development Commission, 2017). Esta comissão foi criada em 2016, em Davos, e é composta por líderes empresariais, finanças, sociedade civil e organizações internacionais com objetivo de mapear a “recompensa” econômica que os negócios poderiam ter

se os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU forem alcançados, além de descrever como as empresas podem contribuir para alcançar esses objetivos.

A estratégia de ter os ODS como base dos negócios, segundo o relatório, não se refere somente às empresas serem mais responsáveis, mas também pode ser lucrativo para as empresas. Além disso, também é argumentado que a tecnologia tem potencial para promover uma economia sustentável, mas isso só ocorre se houver um diálogo constante entre os inovadores e a sociedade e as empresas podem ser uma ponte para isso na medida em que possuem o capital e as habilidades para escalar ideias que possam ter um impacto local ou global.

Para isso, os líderes empresariais precisam comprometer-se com investimentos de longo-prazo e o relatório sugere como alternativa definir a estratégia de negócios e transformar mercados de acordo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. Segundo o relatório, este alinhamento poderia construir uma economia de abundância. Atingir os ODS abre oportunidades de negócios em torno de US\$ 12 trilhões em 4 áreas analisadas pela comissão: alimento e agricultura, cidades, energia e saúde e bem-estar base (Business and Sustainable Development Commission, 2017)

Mover os negócios para um modelo de crescimento sustentável é disruptivo e traz grandes riscos, mas também grandes benefícios para as empresas, como: novas oportunidades de negócios, ganhos de eficiência, incentivo à inovação e melhoria da reputação. Na tabela abaixo, estão relacionadas as 60 maiores oportunidades de mercado relacionadas aos ODS, conforme o relatório da base (Business and Sustainable Development Commission).

Tabela 5 - As 60 maiores oportunidades de mercado relacionadas aos ODS

	Alimento e Agricultura	Cidades	Energia e Indústria	Saúde e Bem-estar
1	Reduzir o desperdício de alimentos na cadeia de valor	Habitação a preços acessíveis	Modelos circulares - automotivos	Agrupamento dos riscos
2	Serviços de ecossistemas florestais	Eficiência Energética - construções	Expansão de Energias Renováveis	Monitoramento remoto de pacientes
3	Mercados alimentares para população de baixa renda	Veículos elétricos e híbridos	Modelos circulares - ferramentas	Tele saúde
4	Redução do desperdício no consumo de alimentos	Transporte público em áreas urbanas	Modelos circulares - eletrônicos	Genômica avançada
5	Reformulação de produtos	Compartilhamento de carros	Eficiência energética - indústrias não intensivas em energia	Serviços ativos
6	Tecnologia nas fazendas em larga escala	Equipamento de segurança rodoviária	Sistemas de armazenamento de energia	Deteção de medicamentos falsificados
7	Mudança alimentar	Veículos autônomos	Recuperação de recursos	Controle do tabaco
8	Aquicultura sustentável	Eficiência de combustível dos veículos	Eficiência do aço no uso final	Programas de controle de peso
9	Tecnologia nas pequenas fazendas	Criando cidades resilientes	Eficiência Energética – indústrias intensivas em energia	Melhor gerenciamento de doenças
10	Micro irrigação	Escoamento de água municipal	Captura e armazenamento de carbono	Registros médicos eletrônicos
11	Restauração de áreas degradadas	Turismo cultural	Acesso à energia	Melhor saúde materna e infantil
12	Redução do desperdício de embalagens	Medição inteligente	Produtos químicos verdes	Treinamento em saúde
13	Intensificação do gado	Infraestrutura de água e saneamento	Fabricação de aditivos	Cirurgias de baixo custo
14	Agricultura urbana	Escritórios compartilhados	Extrativismo de produtos locais	
15		Construções em madeira	Infraestrutura compartilhada	
16		Construções duráveis e modulares	Reabilitação de minas	
17			Interligação de rede	

Fonte: Business and Sustainable Development Commission, 2017.

Além das oportunidades acima, o relatório propõem 6 ações para liderança em relação ao desenvolvimento sustentável: criar suporte para os ODS como estratégia de crescimento; incorporar os ODS em sua estratégia empresarial; direcionar a transformação para mercados sustentáveis com os pares setoriais; atuar junto aos decisores políticos para pagar o verdadeiro custo dos recursos naturais e humanos, internalizando as externalidades e promovendo a precificação de carbono; impulsionar para um sistema financeiro orientado para o desenvolvimento sustentável a longo prazo; reconstruir o contrato social, o que requer que as empresas contribuam positivamente para as comunidades onde operam.

No Brasil, o Comitê Brasileiro do Pacto Global (CBPG) promoveu em 2016 uma pesquisa sobre a integração dos ODS na estratégia empresarial que tinha como objetivos: disseminar os ODS no Brasil e, conseqüentemente, promover o engajamento empresarial com esta agenda; apresentar um retrato dos esforços empresariais das empresas do CBPG, na busca de contribuir com o atingimento dos ODS; estimular o diálogo e a cooperação entre os membros da Rede Brasil do Pacto Global; servir de benchmarking que possa ser utilizado como referência no Brasil e também em outros países em desenvolvimento; contribuir para o planejamento e a gestão dos próximos passos do CBPG e da Rede Brasil do Pacto Global (UNGC, 2017).

Participaram da pesquisa 21 empresas do Comitê Brasileiro do Pacto Global e dentre as principais motivações apontadas por estas empresas sobre a incorporação dos ODS, a maioria refere-se em utilizar uma linguagem comum e uma finalidade compartilhada, fortalecer as relações com os stakeholders e valorizar a sustentabilidade corporativa (UNGC, 2017).

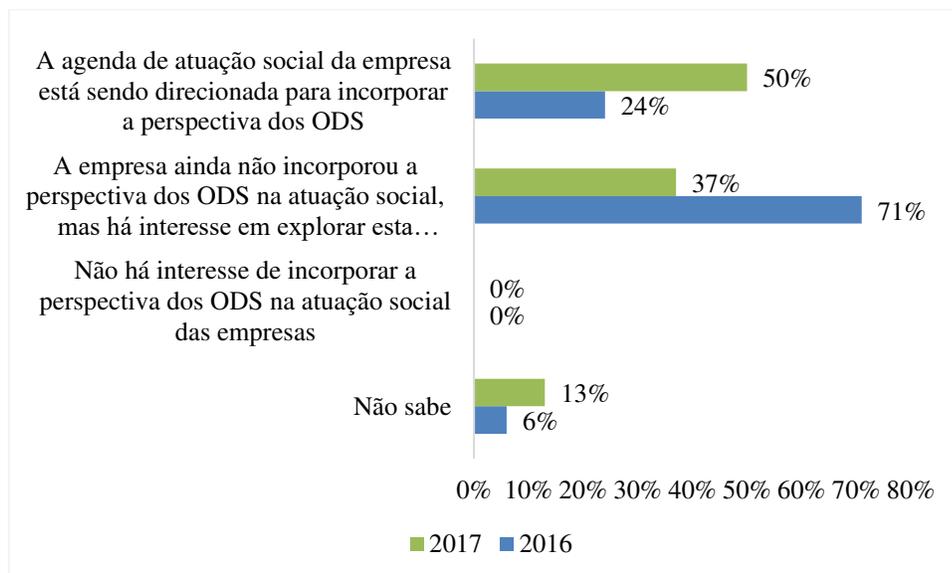
Em relação à consideração dos ODS como referência para a reestruturação ou revisão da estratégia de gestão dos negócios, 50% afirmaram ter considerado. Por outro lado, quando questionadas sobre os ODS como referência para o ISP, apenas 20% afirmaram que consideraram. Naquele momento e para aquele universo reduzido de empresas, o foco de identificação dos ODS estava relacionado àqueles com relação direta com os negócios, como o ODS 8 – Trabalho decente e crescimento econômico, ODS 13 – Ação contra a mudança global do clima e ODS 12 – Consumo e produção responsáveis (UNGC, 2017).

No próximo item será feita uma análise da atuação das empresas no Brasil em relação à incorporação dos ODS na estratégia de atuação social.

3.2.1 Matriz de análise das práticas empresariais

O interesse das empresas em incorporar as diretrizes dos ODS em sua agenda de atuação social vem crescendo, conforme aponta os resultados do Relatório BISC 2017. Segundo o relatório, para 50% das empresas participantes da pesquisa em 2017 esta agenda está sendo direcionada internamente, frente à 24% em 2016, e enquanto em 2016 71% ainda não havia incorporado as diretrizes dos ODS, apesar do interesse, em 2017 somente 37% não incorporou, conforme pode ser observado no gráfico abaixo.

Gráfico 5 – Interesse das empresas que responderam ao BISC em integrar os investimentos sociais aos ODS (2017)



Fonte: BISC, 2017

Dentre as ações realizadas pelas empresas no sentido de incorporar as perspectivas dos ODS em seus investimentos sociais, houve o mapeamento das possibilidades de aderência ao tema; identificação dos projetos sociais existentes com os ODS; publicação dos indicadores baseados nos ODS em seu relatório anual; participação de seminários para melhor conhecimento dos ODS; e, para uma minoria, identificação de estratégias inovadoras relacionadas ao ODS (BISC, 2017).

Pode-se perceber através desses dados que, apesar da perspectiva de incorporação dos ODS na atuação social das empresas ser otimista e de interesse crescente, as ações ainda são muito incipientes e pouco transformadoras. As principais dificuldades apontadas pelas empresas neste

sentido são em relação a garantir a escala dos projetos sociais alinhados aos ODS; inserir os projetos conectados aos ODS nas prioridades da empresa; reorientar os projetos sociais em curso para obter uma maior conexão com os ODS; garantir recursos financeiros para investir em novos projetos, entre outros.

Esses dados refletem a falta de incorporação do ISP nas estratégias de sustentabilidade das empresas e na perspectiva de criação de valor compartilhado. Como não há, de fato, essa integração, as empresas e seus líderes tem dificuldades de enxergar a possibilidade de geração de valor para a empresa na medida em que participa de uma agenda global em prol do desenvolvimento sustentável.

Para elucidar melhor este fato, foram analisados os relatórios de sustentabilidade publicados pelas empresas listadas na carteira do ISE de 2017. A carteira utilizada para análise no presente trabalho foi anunciada no dia 23 de novembro de 2017 e vigora no período de 02 de janeiro de 2018 a 04 de janeiro de 2019. A carteira reúne 33 ações de 30 empresas divididas em 12 setores e soma R\$ 1,28 trilhão em valor de mercado. Esse montante representa 41,47% do total das companhias negociadas na B3⁵. A tabela abaixo contém as empresas listadas na carteira ISE 2017/2018.

Tabela 6 – Carteira ISE 2017/2018

AES Tietê	CCR	CPFL	Engie	Klabin	Natura
B2W	Celesc	Duratex	Fibria	Light	Santander
Banco do Brasil	Cemig	Ecorodovias	Fleury	Lojas Americanas	Telefônica
Bradesco	Cielo	EDP	Itaú Unibanco	Lojas Renner	Tim
Braskem	Copel	Eletropaulo	Itaúsa	MRV	Weg

Fonte: ISE, 2017.

Nos questionários submetidos às empresas participantes, a Dimensão Ambiental é dividida em seis grupos, classificados por áreas de negócio: grupos A (recursos naturais e renováveis), grupo B (recursos naturais não renováveis), grupo C (matérias primas e insumos), grupo D (transporte e

⁵ Valores com base no fechamento de 21/11/2017. Fonte: <http://isebvmf.com.br/b3-divulga-a-13-carteira-do-ise-indice-de-sustentabilidade-empresarial/?locale=pt-br>. Acesso em 15/12/2017.

logística), grupo E (serviços) e grupo IF (instituições financeiras e seguradoras). Além disso, o questionário é composto pelas dimensões: econômico-financeira; geral; governança corporativa; mudança do clima; natureza do produto; e social⁶

Procedimentos Metodológicos

Primeiramente, foram analisadas as respostas dos questionários das empresas listadas na carteira 2017/2018 do ISE referente à Dimensão Social, em especial as respostas relacionadas ao ISP, e à Dimensão Geral, em especial as respostas relacionadas aos ODS. Após isso, foram analisados os relatórios de sustentabilidade mais recentes publicados por estas empresas e que estão disponíveis em seu site.

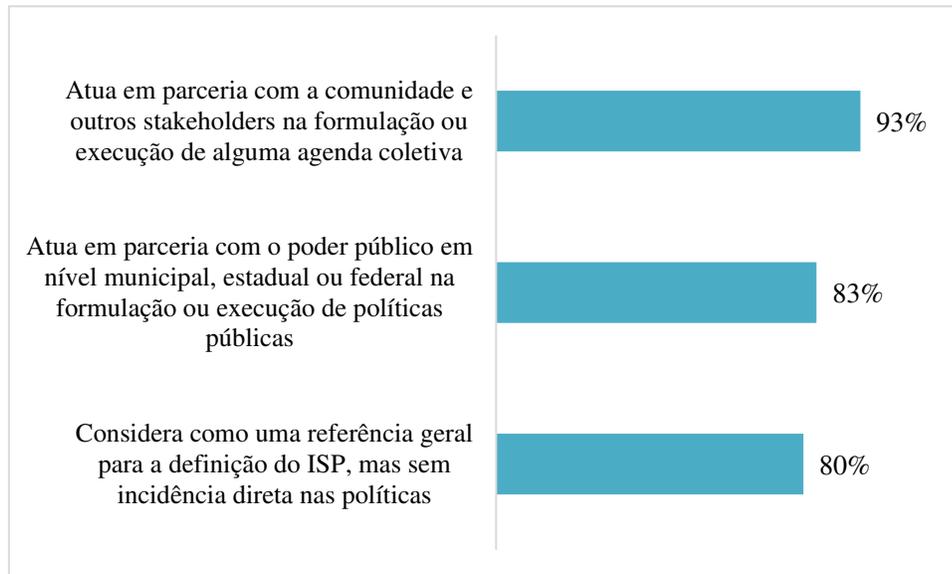
A partir do levantamento dos dados desses relatórios, analisou-se as informações com o intuito de averiguar: o nível de incorporação dos ODS às diretrizes da empresa e sua atuação social; quais as prioridades definidas em relação à incorporação dos ODS; as ações realizadas; outras particularidades.

Resultados

Dentre as empresas listadas, todas possuem políticas corporativas que contemple o tema de relacionamento com a comunidade local, sendo que dessas, 67% tiveram sua política aprovada no Conselho de Administração das empresas. Além disso, 100% das empresas possuem iniciativas de Investimento Social Privado e, sobre a relação entre os investimentos sociais e as políticas públicas e/ou agendas coletivas para o desenvolvimento sustentável, 80% das empresas as considera como uma referência geral para a definição do ISP, mas sem incidência direta nas políticas; 83% atua em parceria com o poder público em nível municipal, estadual ou federal na formulação ou execução de políticas públicas; e 93% atua em parceria com a comunidade e outros stakeholders na formulação ou execução de alguma agenda coletiva.

⁶ Fonte: <http://isebvmf.com.br/questionario-ise-2017-versao-final/?locale=pt-br>. Acesso em 15/12/2017.

Gráfico 6 - Relação entre os investimentos sociais e as políticas públicas e/ou agendas coletivas para o desenvolvimento sustentável das empresas listadas no ISE 2018/2019

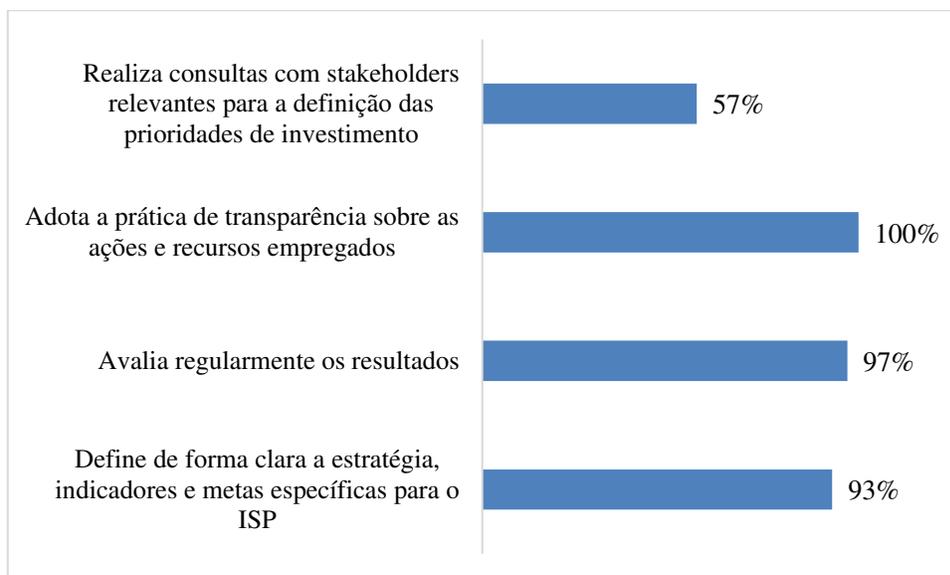


Fonte: ISE, 2017

Esses dados vão ao encontro das tendências do ISP no Brasil, explicitadas no Capítulo 2, referente ao alinhamento às políticas públicas. Além disso, há uma clara predisposição das empresas em ter as agendas coletivas para o desenvolvimento sustentável, dentre as quais pode ser incluída os ODS, mas não há uma incidência direta dessas agendas na política interna das empresas.

Ainda sobre o perfil do ISP das empresas listadas na nova carteira do ISE, pode-se verificar no gráfico abaixo que há uma grande preocupação em relação à avaliação dos resultados e transparência das ações realizadas, mas há pouca participação dos stakeholders na definição das prioridades de investimento. Isto pode indicar que as decisões referentes às ações de ISP são realizadas de dentro para fora, ou seja, não há participação da sociedade neste processo, o que pode gerar uma certa dificuldade em participação de agendas de desenvolvimento comum e de geração de valor compartilhado.

Gráfico 7 – Avaliação do ISP e relação com stakeholders das empresas listadas no ISE 2018/2019



Fonte: ISE, 2017

Dentre as questões da Dimensão Geral, existe um bloco de perguntas relacionadas aos compromissos voluntários amplamente legitimados relacionados ao desenvolvimento sustentável, sendo que 100% das empresas afirmam ter aderido formalmente e publicamente a esses compromissos.

Em relação aos ODS, 100% das companhias declaram ter realizado análises para identificar se há relação direta e relevante entre suas práticas empresariais, decorrentes de compromissos voluntários e os ODS (87% em 2017). Dentre os ODS prioritários para as empresas listadas, ou seja, aqueles que foram citados pela maioria das companhias, estão⁷:

- 100% das empresas indicaram contribuir com o ODS 8 - Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todo e com o ODS 13 - Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos;
- 91% das companhias indicaram ter práticas que contribuem com o ODS 9 - Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;

⁷ Fonte: file:///C:/Users/clara/Downloads/Release%20B3%20divulga%20a%2013_%20carteira%20do%20ISE%20-%20ndice%20de%20Sustentabilidade%20Empresarial%20-%20Final.pdf

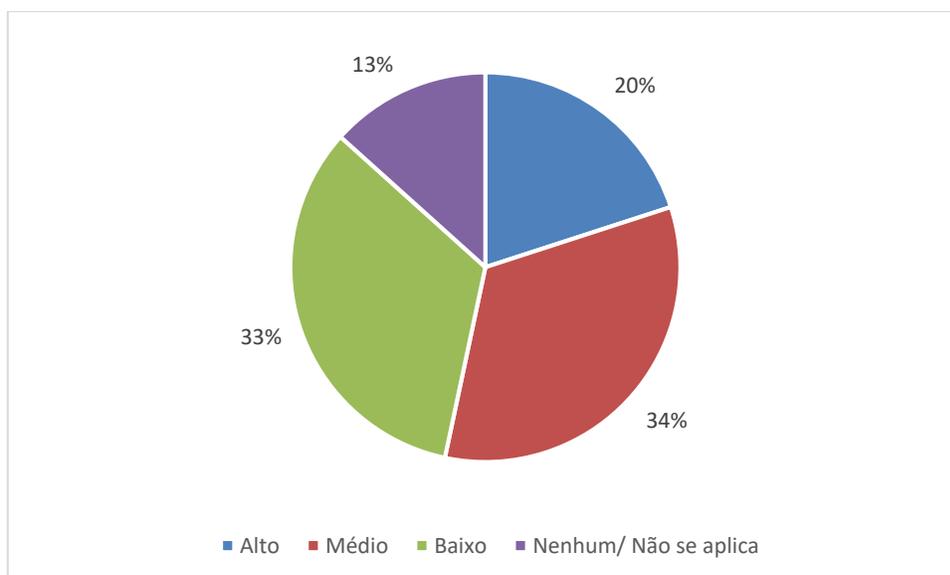
- 98% das companhias indicaram ter práticas que contribuem com o ODS 12 - Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis;
- 87% das companhias indicaram ter práticas que contribuem com o ODS 16 - Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.

Após a análise das respostas dessas empresas ao questionário do ISE, foram analisados os relatórios de sustentabilidade dessas empresas com o objetivo de verificar mais profundamente quais suas práticas em relação à contribuição com os ODS. Para isso, a atuação das empresas foi dividida em 4 categorias em relação à contribuição para a consecução dos ODS e que refletem o grau de incorporação dos ODS nas estratégias empresariais:

- Alto – a empresa comunica um compromisso formal em relação aos ODS e explicita como os ODS e suas metas estão incorporados à estratégia de sustentabilidade e ao *core business* da empresa;
- Médio – A empresa demonstra em seu relatório a definição de prioridades relacionadas aos ODS e sua relação com os temas materiais, além de relacionar em seu relatório quais ações e/ou projetos contribuem para os ODS;
- Baixo – a empresa menciona o compromisso com os ODS no relatório, mas não relaciona suas ações aos ODS e nem definiu quais os ODS prioritários;
- Nenhum - A empresa não menciona os ODS em seu relatório

A definição dos graus de incorporação explicitados acima foi norteada pelos 5 passos do SDG Compass. O resultado da análise pode ser verificado no gráfico abaixo.

Gráfico 8 - Grau de incorporação dos ODS nas estratégias das empresas listadas no ISE 2018/2019



Fonte: elaboração da autora, 2018.

Pode-se perceber que a maioria das empresas tem um grau de incorporação dos ODS considerado “médio”, ou seja, a empresa definiu quais os ODS prioritários para sua operação e desenvolvimento de programas, fazendo uma relação com seus temas materiais, mas ainda não assumiu um compromisso formal externo e não definiu metas para a empresa que estejam alinhadas ou vinculadas aos ODS.

Além disso, as empresas com um grau de incorporação considerado baixo, muitas vezes apenas menciona os ODS na parte inicial do relatório e depois não os menciona novamente. Pode-se perceber nestes casos que há programas relacionados ao desenvolvimento socioeconômico, como programas de ISP, ambientais ou relacionados à cadeia de valor, igualdade de gênero, etc., mas não houve um esforço de relacioná-los com os ODS. Isso pode ter acontecido porque todos os relatórios analisados foram publicados em 2017, ou seja, os dados são referentes a 2016.

De qualquer forma, considerando que as empresas listadas no ISE são tidas como benchmarkings em relação às práticas de sustentabilidade empresarial, o envolvimento com os ODS é bastante incipiente. Além disso há empresas que nem sequer mencionaram os ODS em seus relatórios, mesmo fazendo parte deste grupo empresas que são signatárias da Rede Brasileira do Pacto Global.

Os resultados dessa análise sobre o grau de incorporação das empresas aos ODS corroboram com os dados já vistos ao longo desta dissertação: há um interesse das empresas em contribuir com os ODS, mas as empresas ainda não assumiram compromissos formais neste sentido e não relacionaram os programas que já executam aos ODS. Ou seja, há um longo caminho a ser percorrido neste sentido. Entretanto, é interessante verificar quais as práticas já adotadas pelas empresas que possuem um alto grau de incorporação dos ODS e quais são suas boas práticas. Para isso, foram selecionadas 2 empresas que possuem grau alto de integração com os ODS para análise mais detalhada de seu relatório: Fibria e Braskem.

Fibria

A Fibria é uma empresa que produz celulose e cujo lucro líquido em 2016 foi de R\$ 1.664 milhão, possui 17 mil empregados e produziu 5,02 milhões de toneladas de celulose em 2016. Possui 1.056 hectares de terras, dos quais 34,5% são de matas nativas. Está listada nos principais índices de sustentabilidade: Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World), Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index (DJSI Emerging Markets) e Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) – BM&FBovespa. Seu investimento social em 2016 somou R\$ 41,2 milhões.

Em relação aos ODS, o diferencial da Fibria é a definição de metas de longo prazo, publicadas em seu relatório, que devem ser atingidas até 2025. Para isso, apresentam as metas, a quais ODS elas estão relacionadas, em que estágio se encontra para o atingimento da meta, e quais ações já estão sendo realizadas. Por exemplo, em relação ao fortalecimento da interação entre empresa e sociedade, há uma meta de “ajudar as comunidades a tornarem-se autossustentáveis em 70% dos projetos de geração de renda apoiados” (Fibria, 2016, p. 40). Para isso, a empresa desenvolve o Programa de Desenvolvimento Rural Territorial (PDRT) que capacita agricultores familiares para agricultura e pecuária. Desde o início do programa, a renda cresceu da ordem de 4 a 5 salários mínimos por família, o que representa 22% da meta estipulada para o programa de 70% em 2025.

Além deste, são relatados diversos programas com suas respectivas metas, o quanto já foi alcançado até o momento e qual sua relação com os ODS. Os programas estão diretamente ligados ao core business da empresa, como redução de área necessária para plantio, gestão dos recursos hídricos, etc. Mesmo os programas sociais, possuem uma relação direta com o negócio à medida

que trabalha com comunidades do entorno que serão diretamente afetadas e afetam o negócio. Esta integração pode ser um importante diferencial na condução da incorporação dos ODS nas estratégias de sustentabilidade e de ISP da empresa e vai ao encontro da criação de valor compartilhado a medida em que gera valor para a empresa ao mesmo tempo que gera valor para a sociedade.

Braskem

A Braskem é hoje a maior petroquímica das Américas e ocupa a quinta posição no mundo em capacidade produtiva de resinas termoplásticas (polietileno, polipropileno e policloreto de vinila) e petroquímicos básicos (como eteno, propeno, butadieno e outros). É, também, fabricante mundial de biopolímeros, com capacidade anual de 200 mil toneladas de produção do Plástico Verde I'm green™, polietileno produzido a partir da cana-de-açúcar, de origem 100% renovável. Está listada no Dow Jones Sustainability Emerging Markets Index (DJSI) e no ISE BM&FBOVESPA. Em 2016, 96,4 mil pessoas foram impactadas por seus projetos de ISP (Braskem, 2016).

O diferencial da Braskem em relação à incorporação dos ODS, conforme apresentado em seu relatório, está no alinhamento de cada um dos “macro objetivos” estratégicos da empresa, que representam seus temas materiais, aos ODS com o estabelecimento de metas até 2020. A tabela abaixo representa os macro objetivos da empresa e suas respectivas metas, juntamente com os ODS relacionados.

Tabela 7 – Macro objetivos e ODS na Braskem

Macro objetivo	Metas 2020	ODS relacionados
Segurança	“Estar entre as referências em Segurança química, do trabalho e processos no setor químico mundial”	3, 6, 8, 9, 11 e 12
Resultado econômico-financeiro	“Estar entre os três maiores produtores de resinas termoplásticas do mundo, mantendo a classificação como “ <i>Investment Grade</i> ” nas 3 principais agências internacionais”	1, 5, 8, 10, 17
Pós-consumo	“Ser uma das cinco maiores comercializadoras do mundo em polietileno (PE) e polipropileno (PP) com conteúdo reciclado e tornar-se um importante indutor do crescimento da reciclagem de plásticos no Brasil”	1, 7, 8, 9, 12, 14
Recursos Renováveis	“Estar entre os líderes na produção de produtos químicos e resinas termoplásticas a partir de matérias primas renováveis. E permanecer como o maior produtor do mundo de resinas termoplásticas de fonte renovável”	8, 9, 11, 15
Eficiência Hídrica	“Estar entre as referências em uso de recursos hídricos na indústria química mundial em índice de consumo de água e em reuso de água”	3, 6, 8, 9, 12
Mudança climática	“Estar entre as melhores grandes indústrias químicas do mundo em intensidade de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), mantendo o uso de matérias-primas renováveis”	1, 8, 9, 11, 12, 13
Eficiência energética	“Estar entre as melhores indústrias químicas do mundo em intensidade de consumo energético e ser um importante usuário de energia de fonte renovável”	7, 8, 9, 12
Desenvolvimento Local	“Alcançar o nível de reputação “excelente” na dimensão Cidadania do RepTrak® Pulse, sendo reconhecida pela Comunidade e pela Sociedade por sua contribuição para a melhoria do desenvolvimento humano”	1, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15
Desenvolvimento de soluções	“Ser reconhecida como empresa que apoia seus Clientes no desenvolvimento de soluções ambientais e sociais da Química e do Plástico, por meio de seus produtos e serviços”	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13
Fortalecimento de práticas	“Estar entre as referências empresariais do setor no Brasil e no mundo pela sua contribuição com o Desenvolvimento Sustentável”	Todos

Fonte: Braskem, 2016, p. 17

Apesar de não apresentar metas numéricas, há o esforço de relacionar os temas materiais e suas respectivas metas aos ODS e no final do relatório é apresentado um quadro com os avanços em relação a cada um dos pontos acima durante o ano de 2016.

Matriz de análise das práticas empresariais – boas práticas e sugestões

A partir da análise das respostas dos questionários das empresas listadas na nova carteira do ISE (2017/ 2018) e de seus relatórios de sustentabilidade, além do referencial teórico apresentado nos capítulos anteriores, elaborou-se a matriz abaixo com algumas boas práticas já executadas por empresas no Brasil, além de outras sugestões da autora em relação a possíveis caminhos para se avançar na incorporação dos ODS nas estratégias empresariais.

Tabela 8 – Boas práticas e sugestões para incorporação dos ODS nas estratégias empresariais

Boas práticas/ sugestões	Descrição
Integração dos temas materiais aos ODS	As grandes empresas costumam desenvolver sua matriz de materialidade, normalmente em um processo participativo e que envolve seus stakeholders. Este pode ser um bom ponto de partida para integração dos ODS, visto que são temas relacionados ao <i>core business</i> da empresa e, de certa forma, validado por seu público de interesse
Definição de metas de médio e longo prazo, alinhadas aos ODS	A definição de metas e, conseqüentemente, de indicadores e formas de verificação dos avanços, contribuem para que se tenha um planejamento para atingimento das mesmas, garante que os temas estejam na agenda da empresa, facilita a possibilidade de se ter um orçamento destinado à realização das ações propostas
Envolvimento da alta liderança da empresa	A integração dos ODS não pode ser o projeto de uma determinada área, mas sim deve estar incorporada por todas as áreas da empresa. O envolvimento da alta liderança da empresa facilita este processo, além de legitimá-lo
Identificar as oportunidades de geração de valor para a empresa	Conforme visto anteriormente, os ODS podem significar oportunidades de novos negócios/ produtos para as empresas. Por isso é importante identificar essas oportunidades e traçar planos de ação para concretizá-las
Aproximação das estratégias de ISP do conceito de Valor Compartilhado	A medida que o ISP das empresas assume um caráter mais estratégico e relacionado ao core business da empresa, há a possibilidade de fortalecimento de seu papel para o negócio, ao mesmo tempo que pode ampliar seus benefícios para a sociedade.

Fonte: elaboração própria, 2018

3.3. Considerações Finais

Conforme demonstrado neste capítulo, os ODS representam uma agenda global de desenvolvimento sustentável e, portanto, convida todos os setores da sociedade a participarem das

ações com vistas a contribuir com o atingimento de suas metas. No Brasil e no mundo há diversas iniciativas de incentivo à participação das empresas neste processo e que pode representar, inclusive, novas oportunidades de negócio.

Entretanto, apesar do esforço de organismos nacionais e internacionais no sentido de promover os ODS e seu alinhamento às estratégias empresariais, as iniciativas no Brasil ainda são incipientes. Existem algumas empresas que estão mais avançadas neste processo e percebe-se que isto se dá, entre outros fatores, pelo fato dessas empresas terem suas estratégias de sustentabilidade e investimento social privado mais maduras e alinhadas ao negócio. Por outro lado, percebe-se que o envolvimento das lideranças empresariais é de fundamental importância para o sucesso deste processo à medida que estes conferem seriedade e legitimidade ao processo.

Desta forma, pode-se concluir que, para que os ODS sejam de fato incorporados nas empresas e estas possam contribuir para consecução de suas metas, é necessária uma transformação na gestão empresarial, incorporando de fato a sustentabilidade em suas estratégias empresariais e tendo preocupação com metas de longo prazo. Isso vai ao encontro do conceito de criação de valor compartilhado, visto que este preconiza uma nova forma de fazer negócios de modo a gerar valor não só para a empresa, mas também para a sociedade.

CONCLUSÃO

Utilizando os conceitos apresentados no primeiro capítulo e exposição/argumentação ao longo da dissertação de mestrado, pode-se concluir que o Investimento Social Privado das empresas no Brasil possui um grande potencial para contribuir com a consecução das metas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e este processo poderia contribuir também com o desenvolvimento socioeconômico do Brasil.

Apesar dos esforços ainda incipientes observados nas práticas empresariais, este processo é recente e acontece no momento em que novas tendências do ISP começam a se consolidar, como o alinhamento das ações sociais ao negócio, o alinhamento às políticas públicas, a preocupação com o impacto das ações e com a avaliação de seus resultados, a preocupação com a escala dos investimentos.

Ao mesmo tempo, as estratégias de sustentabilidade empresariais estão sendo cada vez mais aprimoradas e vem ganhando espaço dentro das empresas. Diversos motivadores corroboram para este movimento como, a percepção cada vez maior dos limites do planeta e da necessidade de repensar a forma como os negócios são realizados hoje, um maior conhecimento e pressão dos consumidores no sentido de exigir soluções sustentáveis das empresas, as oportunidades de negócio relacionadas ao desenvolvimento sustentável, as oportunidades de negócio para a base da pirâmide, entre outros.

Fazendo um resgate dos conceitos abordados ao longo da dissertação, os pressupostos da Economia Ecológica preveem a incorporação das leis derivadas das ciências naturais, limitando a atividade econômica à capacidade de suporte do meio ambiente. (DALY e FARLEY, 2004). Mesmo que se aumente a eficiência ecológica, reduzindo a quantidade de resíduos produzidos neste processo, “há limites entrópicos intransponíveis a partir de certo ponto” (ROMEIRO, 2012), e não há como substituir serviços ecossistêmicos fundamentais por capital.

Tendo esta lógica como pressuposto e definida a escala (baseada no critério da sustentabilidade), a distribuição será definida a partir de um critério de justiça aceito por todos e, a partir deste ponto, os critérios de mercado irão reger a alocação. A determinação da escala econômica representa a necessidade de abandono do objetivo de promover o crescimento econômico ilimitado, ou seja, vai de encontro ao que preconiza a visão da economia convencional. Os sistemas econômicos e ecológicos têm em comum o grande grau de incerteza e complexidade.

Entretanto, enquanto que, para a economia convencional, o crescimento só gera benefícios, para os economistas ecológicos ele também gera custos.

Os dois problemas a serem enfrentados para alcançar o crescimento não econômico seriam a possibilidade de se gerar uma crise econômica e as expectativas de uma sociedade de consumo. O primeiro problema poderia ser enfrentado por uma macroeconomia ambiental. O segundo dependeria de uma certa dose de altruísmo da população. O que Daly e Farley (2004) chamaram de crescimento não econômico trazia a ideia de que “o aumento da satisfação (utilidade) trazido pelo crescimento econômico é menor do que o aumento da insatisfação (desutilidade)” (ROMEIRO, 2012).

Segundo Tim Jackson (2012), o crescimento econômico pode gerar bem-estar até um determinado nível no atendimento das necessidades básicas dos seres humanos. A partir daí a acumulação de bens não vai acrescentar mais bem-estar, esta acaba ocorrendo mais por uma necessidade de se firmar dentro de um grupo social, gerando uma espécie de competição entre as pessoas, que por uma real necessidade de ampliar a felicidade e bem-estar humanos.

Peter Victor (2012) também se refere aos objetivos dos indivíduos, ou seja, para que as pessoas gostem de viver em uma economia sem crescimento (*steady state*), é preciso reavaliar o que é importante na vida, ou seja, que tipo de vida queremos levar? Para uma nova economia, têm-se de um lado os modos de organização empresarial e de outro as aspirações individuais. Desta forma, as “forças sociais” assumem um papel decisivo para esta transição.

A transição para uma nova economia passa por duas estratégias: a primeira refere-se à relação entre sociedade e natureza, na qual o limite do planeta, entendido como a capacidade de regeneração dos ecossistemas e que não pode ser substituído por produtos feitos pelo homem, e a inovação orientada para a sustentabilidade, na qual os esforços sejam voltados para redução do uso de recursos materiais e energéticos. Neste sentido, as empresas devem colocar seu foco operacional e estratégico na produtividade dos recursos, com o uso cada vez mais inteligente, eficiente e parcimonioso de matéria, de energia e da própria biodiversidade.

Segundo Abramovay (2012), os mercados são estruturas sociais e que por isso precisam incorporar valores ambientais e éticos. Desta forma, a luta contra a pobreza não se reduz à obtenção de renda, mas inclui também a ampliação das liberdades individuais e maior equidade do acesso às oportunidades. Para isso, faz-se necessário um “metabolismo social” baseado em um “metabolismo

industrial” que possa reduzir drasticamente o uso do carbono na base material e energética da sociedade.

Já as questões sociais acompanham um processo de evolução cujo processo de aprendizagem vivenciado pelas organizações é complexo e interativo e pode levar a um engajamento com as questões sociais e ambientais, que vai além de uma estratégia defensiva, passando a um compromisso com a sociedade e uma postura pró ativa frente a tais questões (ZADEK, 2004).

A capacidade da empresa em gerar valor sustentável no longo-prazo é determinada por suas relações com seus principais stakeholders, que podem variar de acordo com o momento e a questão em pauta. Desta forma, uma empresa que é orientada pela sustentabilidade consegue atender às necessidades de seus stakeholders, mesmo que de diferentes modos, por ser o processo de criação de valor mais ampliado.

Hart (2005) e Prahalad (2005) contribuem para esta discussão ao defenderem que a sustentabilidade empresarial exige o envolvimento das organizações privadas também em problemas sociais e políticos, como exclusão social, miséria e fome. A incorporação das dimensões socioambientais deve representar uma verdadeira “destruição criativa schumpeteriana” capaz de revigorar as estratégias competitivas globais de corporações consolidadas dos países desenvolvidos.

Com a consolidação da Responsabilidade Social Corporativa, um negócio responsável e sustentável possui atividade orientada para a geração de valor econômico-financeiro, ético, social e ambiental e seus resultados são compartilhados com os públicos afetados. Isto vai ao encontro da criação de valor compartilhado na medida em que extrapola os preceitos da responsabilidade social e filantropia e a geração de valor econômico pode também criar valor para a sociedade.

A incorporação dos ODS pelas empresas pode representar, assim, uma grande oportunidade para incorporação do conceito de criação de valor compartilhado nas estratégias empresariais e isto pode acontecer quanto mais rapidamente uma massa crítica de líderes empresariais decidirem alinhar seus negócios aos ODS e construir negócios mais sustentáveis.

Neste sentido, é preciso alavancar as iniciativas das empresas, fundações e institutos empresariais no sentido de promover um ISP mais abrangente e impactante, alinhado aos negócios e preocupados em ampliar o impacto positivo de sua atuação de modo a gerar valor para a sociedade. Conforme visto no capítulo anterior, as empresas já desenvolvem boas práticas

relacionadas à sustentabilidade e ao investimento social. Agora é preciso ir além e integrar essas ações, definir metas de médio e longo prazo, e a incorporação dos ODS é uma excelente oportunidade para que as empresas fortaleçam esta agenda, ao mesmo tempo que, ao contribuir com as metas dos ODS, toda a humanidade sai ganhando.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, R. **Muito Além da Economia Verde**. São Paulo: Ed. Abril, 2012.

ALIANÇA CAPOAVA. **Responsabilidade Social Empresarial: Por que o guarda-chuva ficou pequeno?** 2010. Disponível em:

http://site.gife.org.br/arquivos/publicacoes/21/alian%C3%A7a_capoava_2010.pdf.

ASHLEY, Patrícia (Coord.) **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BARBIERI, J.; VASCONCELOS, I.; TALES A.; VASCONCELOS, F. **Inovação e Sustentabilidade: novos modelos e proposições**. Revista de Administração de Empresas – RAE, v.50, n. 2, p. 146-154, abr./jun. 2010.

BOULDING, Kenneth E. **The economics of the coming spaceship earth**. In: JARRETT, Henry (Ed.). Environmental quality in a growing economy. Baltimore, MD: Resources for the Future; Johns Hopkins University Press, 1966. p. 3-14.

BOVESPA, B. (2014). **Índice de Sustentabilidade Empresarial**. Disponível em Índice de Sustentabilidade Empresarial:

<http://www.isebvmf.com.br/index.php?r=site/conteudo&id=1#missao>

BOVESPA, B. (S.D.). **Metodologia ISE**. Disponível em

BM&F Bovespa: <http://www.bmfbovespa.com.br/Indices/download/Metodologia-ISE.pdf>

BUSINESS & SUSTAINABLE DEVELOPMENT COMMISSION. **Better business, Better world**. Londres, 2017. Disponível em:

http://report.businesscommission.org/uploads/BetterBizBetterWorld_170215_012417.pdf

CARROLL, Archie. **Corporate Social Responsibility**. *Business and Society*, vol 28, set. 1999.

_____. **A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance**. *Academy of Management Review*. [S.L.]: n.4, p. 497-505, 1979.

Castro, F. A. R. de, Siqueira, J. R. M. de, & Macedo, M. A. da S. (2011). **Análise da utilização dos indicadores essenciais da versão “G3”, da global reporting initiative, nos relatórios de sustentabilidade das empresas do setor de energia elétrico sul americano.** RIC-Revista de Informação Contábil, 4, 83–102.

DALY, H.; FARLEY, J. **Ecological Economics: Principles and application.** 2 Edition. Washington: Island Press, 2004.

DEGENSZAJN, A. e RIBEIRO, P. **O Investimento Social em Movimento. Investimento Social no Brasil.** Org: DEBONI, F. 1ª edição, Brasília, 2014.

DIAS, Edson Aparecido; BARROS, Lucas Ayres. **Sustentabilidade Empresarial e Retorno ao Acionista: um estudo sobre o ISE.** ENANPAD, 2008.

ECCLES, R. G.; KRZUS M. P. **Relatório Único: Divulgação integrada para uma estratégia sustentável.** São Paulo: Saint Paul Editora, 2011.

FRIEDMAN, Milton. **The social responsibility of business is to increase its profits.** New York Times magazine, New York, 13 Sept. 1970.

GEORGESCU-ROEGEN, N. **The Entropy Law and the Economic Process.** Harvard University Press. Cambridge, 1971.

GIFE – GRUPO DE INSTITUTOS, FUNDAÇÕES E EMPRESAS. **Censo Gife 2009-2010.** São Paulo: Gife, 2011.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE, **Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade. 2011.** Disponível em: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Brazilian-Portuguese-G3.1.pdf>

_____. **G4 – Diretrizes para Relato de Sustentabilidade.** 2015. Disponível em: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Brazilian-Portuguese-G4-Part-One.pdf>

GRECCO, T. **Por que investimentos sustentáveis?** Valor Econômico, São Paulo. 03 set. 2013. Disponível em: <http://www.valor.com.br/carreira/3256076/por-que-investmentossustentaveis#ixzz2dvy0a0e8>

HART, S. **Capitalism at the Crossroads**. 1º edition. Nova Jersey: Wharton School Publishing, 2005.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cadastro Central de Empresas 2009** (Cempe). Rio de Janeiro: IBGE, 2009.

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Pesquisa Ação Social das Empresas**. Brasília: Ipea, 2006a.

_____. **A iniciativa privada e o espírito público: a ação social das empresas privadas**. Brasília: Ipea, maio 2006b. Pesquisa Ação Social das Empresas.

INTERNATIONAL STANDARDS OF ACCOUNTING AND REPORTING. **About International Standards of Accounting and Reporting (ISAR)**. 2014. Disponível em: <http://isar.unctad.org/>

IIRC, **Framework do Relato Integrado**. Disponível em: <http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2014/04/13-12-08-Basis-for-conclusions-IRPortugese-translation.pdf>

JACKSON, T. **Prosperity without Growth: Economics for a Finite Planet**. London and New York: Earthscan/Routledge, 2009.

KON, A. **Responsabilidade social das empresas como instrumento para o desenvolvimento: a função da política pública**. In: Planejamento e Políticas Públicas, n. 41, jul./dez. 2013.

LEAL FILHO, W. Dealing with misconceptions on the concept of sustainability. **International journal of sustainability in higher education**, v. 1, n. 1, p. 9–19, 2000.

LUSTOSA, M. Industrialização, meio ambiente, inovação e competitividade. In: MAY, Peter Herman (org.). **Economia do meio ambiente: teoria e prática**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

MARCONDES, A. W., & BACARJI, C. D. **ISE Sustentabilidade no mercado de capitais**. São Paulo: Report Editora, 2010.

MEADOWS, D. H. et al. **The limits to growth**. Washington: Potomac Associates, 1972.

ORSATO, R. **Competitive Environmental Strategies: when does it pay to be green?** California Management Review, v. 48, n. 2, 2006.

PELIANO, Anna Maria T. Medeiros (Coord.). **A iniciativa privada e o espírito público: um retrato da ação social das empresas do Sudeste brasileiro**. Brasília: Ipea, 2000.

PORTER, M. **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. New York: The Free Press, 1980. PORTER, M.; VAN DER LINDE, C. Toward a new conception of the environmentcompetitiveness relationship. Journal of Economics Perspectives, Boston, v. 9, n. 4, p. 97-118, fall, 1995.

PORTER, M.E.; KRAMER, M. K. A Grande Ideia: **Criação de Valor Compartilhado** In: Harvard Business Review. 2011. Disponível em: <http://www.hbrbr.com.br/materia/criacao-de-valor-compartilhado>.

PORTER, M.; VAN DER LINDE, C. **Toward a new conception of the environmentcompetitiveness relationship**. Journal of Economics Perspectives, Boston, v. 9, n. 4, p. 97-118, fall, 1995.

PNUD. **Objetivos de desenvolvimento do milênio**. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/odm.aspx>

PNUMA. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável e a Erradicação da Pobreza – Síntese para Tomadores de Decisão**, 2011. Disponível em: www.unep.org/greeneconomy.

PRAHALAD, C. **The Fortune at the Bottom of the Pyramid: eradicating poverty through profits**. 1 edition. Nova Jersey: Wharton School Publishing, 2005.

QUAZI, Ali & O'BRIEN, Dennis. **An Empirical Test of a Cross-National Model of Corporate Social Responsibility**. Journal of Business Ethics. Netherlands: Kluwer Academic Publishers. V.25, p. 33-51, 2000.

REINHART, Forest L.; STAVINS, Robert N.; VIETOR, Richard H. K. **Corporate social responsibility through an economic lens**. Cambridge: NBER, 2008. (NBER Working Paper, n. 13.989).

REYDON, B.; CAVINI, R.; ESCOBAR, H.; FARIA, H. **A competitividade verde enquanto estratégia empresarial resolve o problema ambiental?** Texto para Discussão- IE/UNICAMP. Campinas, n. 125, jun. 2007

ROMEIRO, A. R. **Desenvolvimento Sustentável: uma perspectiva econômico-ecológica**, 2012.

_____. **As origens políticas e culturais do crescimento econômico sustentado**. In: Democracia, crescimento Econômico e meio ambiente, Parte I, 2015.

Rover, S.; Murcia, F. D.; Borba, J. A.; Vicente, E. F. R. **Divulgação de informações ambientais nas demonstrações contábeis: um estudo exploratório sobre o disclosure das empresas brasileiras pertencentes a setores de alto impacto ambiental**. Revista de Contabilidade e Organizações. 2008.

SACHS, Ignacy. **Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente**. São Paulo: Nobel, 1993.

SIEW, R. Y. J. J. (2015). **A review of corporate sustainability reporting tools (SRTs)**. Journal of Environmental Management, 164, 180–195.

SOLOW, R. **Growth Theory: An Exposition**. 2 Edition. New York/Oxford: Oxford University Press, 2000

UNGC; GRI; WBCSD. **SDG Compass: the guide for business action on the SDGs**. Sept/2015. Disponível em: <<http://sdgcompass.org/>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

UNGC, **Integração dos ODS na estratégia empresarial. Contribuições do Comitê Brasileiro do Pacto Global para a Agenda 2030**. 2017. Disponível em: <http://www.pactoglobal.org.br/artigo/144/Publicacoes-Rede-Brasil>. Acesso em: 22 jul. 2017.

VEIGA, J. **Desenvolvimento Sustentável: o Desafio do Século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005

VISSER, W. **The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business**. In: Journal of Business Systems, Governance and Ethics, vol. 5, nº3, 2011.

WCED. World Commission on Environment and Development. **Our common future**. Oxford: Oxford University Press, 1987.

WEG, **Relatório Anual Integrado 2016**. Disponível em: <http://www.weg.net/ri/wp-content/uploads/2017/06/Relat%C3%B3rio-Anual-Integrado-2016.pdf>.

ZADEK, S. The path to corporate responsibility. **Harvard Business Review**, p. 1-11, dec. 2004.

Relatórios Técnicos

AES Tietê, **Relatório de Sustentabilidade 2016**. Disponível em: <http://relatorios2016.aesbrasilsustentabilidade.com.br/tiete/>.

BANCO DO BRASIL, **Relatório Anual 2016**. Disponível em: <http://www.bb.com.br/docs/pub/siteEsp/ri/pt/dce/dwn/relan2016.pdf>.

B2W, **Relatório Anual 2016**. Disponível em: <http://hotsites.b2wdigital.com/relatorioanual2016/>.

BRADESCO, **Relatório Integrado 2016**. Disponível em: <http://www.mediagroup.com.br/host/bradesco/rao-2016/pt/download/Bradesco-RA-2016.pdf>.

BRASKEM, **Relatório Anual 2016**. Disponível em: <https://www.braskem.com.br/relatorioanual2016>.

CELESC, **Relatório de Sustentabilidade, 2016**. Disponível em: <http://www.celesc.com.br/portal/images/arquivos/relatorios/relatorio-sustentabilidade-2016.pdf>.

CEMIG, **Relatório Anual e de Sustentabilidade 2016**. Disponível em: <http://relatorio2016.cemig.com.br/#/0>.

CIELO, **Relatório de Sustentabilidade 2016**. Disponível em:

<https://www.cielo.com.br/assets/files/Cielo - Relat%C3%B3rio de Sustentabilidade 2016.pdf>.

COPEL, **Relatório de Sustentabilidade 2016**. Disponível em:

[http://www.copel.com/hpcopel/root/sitearquivos2.nsf/arquivos/relatorio2016/\\$FILE/RelAnual16.pdf](http://www.copel.com/hpcopel/root/sitearquivos2.nsf/arquivos/relatorio2016/$FILE/RelAnual16.pdf).

CPFL ENERGIA, **Relatório Anual 2016**. Disponível em:

<https://www.cpfl.com.br/institucional/relatorio-anual/Documents/relatorio-anual-2016.pdf>.

DURATEX, **Relatório Anual 2016**. Disponível em: <http://www.duratex.com.br/Relatorio-Anual-2016/>.

ECORODOVIAS, **Relatório Anual 2016**. Disponível em:

<http://relatoweb.com.br/ecorodovias/16/pt/>.

EDP, **Relatório Anual 2016**. Disponível em: http://www.edp.com.br/conheca-edp/relatorios/Documents/RA_2016_EDP.pdf.

ELETROPAULO, **Relatório de Sustentabilidade 2016**. Disponível em:

http://relatorios2016.aesbrasilsustentabilidade.com.br/pdf/eletropaulo/pt/Relatorio_2016.pdf.

ENGIE BRASIL ENERGIA S.A., **Relatório de Sustentabilidade 2016**. Disponível em:

http://relatoweb.com.br/engie/2016/pdf/Engie_2016.pdf.

FIBRIA, **Relatório Fibria 2016** – Um novo horizonte para todos. Disponível em:

<http://www.fibria.com.br/r2016/pdf/Fibria2016.pdf>.

GRUPO CCR, **Relatório Anual e de Sustentabilidade**, 2016. Disponível em:

<http://www.grupoccr.com.br/ri2016/pt/>.

GRUPO FLEURY, **Relatório Anual de Sustentabilidade 2016**. Disponível em:

<file:///C:/Users/clara/Downloads/RS%20FLEURY%202016.pdf>.

ITAÚ UNIBANCO, **Relatório Anual Consolidado 2016**. Disponível em:

https://www.itau.com.br/_arquivosstaticos/RI/pdf/pt/Itau_RAC_2016_port.pdf.

ITAÚSA, **Relatório Anual 2016**. Disponível em:

<http://www.itausa.com.br/itausa/pt/rao/2016/download/Itausa-RA-2016.pdf>.

KLABIN, **A Sustentabilidade na Klabin em 2016**. Disponível em:

<https://s3.amazonaws.com/rs-klabin-2016/klabin+relatorio+impresso.pdf>.

LIGHT, **Relatório Anual de Sustentabilidade 2016**. Disponível em:

http://www.light.com.br/Repositorio/Sustentabilidade/RS_2016.pdf.

LOJAS AMERICANAS. **Relatório Anual e de Sustentabilidade 2016**. Disponível em:

http://www.companhiaverde.com.br/relatoriosustentabilidade_2016/assets/lasa_sustentabilidade_2016.pdf.

LOJAS RENNEN, **Relatório Anual 2016**. Disponível em

http://www.mzweb.com.br/renner/web/conteudo_pt.asp?idioma=0&tipo=21379&conta=28&id=245415.

MRV, **Relatório de Sustentabilidade 2017, ano base 2016**. Disponível em:

http://www.mrv.com.br/sustentabilidade/upload/Publicacoes/bh003617_relatorio_cap_sinvertidos_636362335139857478.pdf. Acesso em 27/01/2018.

NATURA, **Relatório Anual Natura 2016**. Disponível em:

http://www.natura.com.br/sites/default/files/ra_natura_2016_1.pdf.

SANTANDER, **Relatório Anual 2016**. Disponível em:

<https://sustentabilidade.santander.com.br/pt/governanca/paginas/relatorios.aspx>.

TELEFÔNICA, **Relatório de Sustentabilidade 2016**. Disponível em:

<http://www.telefonica.com.br/servlet/Satellite?c=Page&cid=1386090999186&pagename=InstitucionalVivo%2FPage%2FTemplateRelatorioSustentabilidade>.

TIM, **Relatório de Sustentabilidade 2016**. Disponível em: <http://www.tim.com.br/sp/sobre-a-tim/sustentabilidade/relatorio-de-sustentabilidade>.