

Revista Lumiere

Setembro/2007

Empresas do futuro

Se hoje investir em responsabilidade socioambiental é uma opção, em breve será praticamente obrigatório para se manter no mercado. Especialistas da indústria e do setor de energia explicam a seguir como esse tema afetará cada vez mais seus negócios

Anna Rochas



No momento em que o mundo procura alternativas para frear o aquecimento global e aumentar a utilização de fontes de energia renováveis, o tema Responsabilidade Socioambiental ganha destaque nas discussões empresariais, em eventos, congressos e grupos de estudo.

O termo é recorrente não só em planejamentos de estratégias de marketing como também na área de recursos humanos, integrando conceitos como bem-estar, conscientização e sustentabilidade. Nos setores de energia elétrica, as práticas socioambientais, além de melhorar a relação da empresa com a comunidade, trazem também benefícios econômicos para a própria empresa.

O **Instituto Acende Brasil** é uma das entidades que trabalha para a disseminação desse conceito no setor elétrico. Criada em 2006, a entidade abrange 66% do mercado de distribuição e 28% do mercado de geração de energia elétrica do País. Em agosto de 2007, o **Acende Brasil** lançou o "Código de Ética Socioambiental", assinado pelas empresas que se comprometem com os princípios e valores estabelecidos no documento. O compromisso procura incentivar ações de sustentabilidade com base no trinômio energia, meio ambiente e sociedade.

Outro trabalho realizado pelo **Acende Brasil**, com a Organização Comunitas, foi o Índice de Responsabilidade Social, em 2005. A pesquisa analisou como os investidores de energia privada em energia elétrica estavam contribuindo para o desenvolvimento social do País. O estudo deu origem ao livro "Responsabilidade Social e os Investidores Privados no Setor Elétrico - Uma Metodologia de Gestão Sustentável dos Investimentos Sociais".

Ainda dentro da agenda sobre energia responsável, a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) promoveu neste ano a Mostra de Responsabilidade Socioambiental. O evento aconteceu em maio e contou com a participação de representantes dos poderes público e privado, além de formadores de opinião em geral, para discutir sustentabilidade, meio ambiente e nova economia.

Nesta edição, a Revista Lumiere entrevista os responsáveis pelos projetos mencionados e aborda as motivações e as dificuldades que afetam o desempenho socioambiental das empresas do setor de energia, eletricidade e iluminação. O presidente do **Instituto Acende Brasil**, o engenheiro **Claudio Sales**, fala a seguir sobre a experiência da entidade em projetos de conscientização e a avaliação de práticas de responsabilidade. A diretora-executiva do grupo Comitê de Responsabilidade Social (Cores) da Fiesp, empresária, jornalista e psicóloga Eliane Belfort, que

atua na área de responsabilidade social há 25 anos, falou sobre as práticas de sustentabilidade e o desenvolvimento destas nas empresas de forma integrada à sociedade.

Mais que um conjunto de atividades ou um conceito teórico, a responsabilidade social é uma cultura a ser implantada nas empresas por meio de ações que conscientizem os agentes envolvidos: empresários, colaboradores, familiares, consumidores e comunidade.

Como se define responsabilidade socioambiental?

Eliane: Responsabilidade Social é sustentabilidade do negócio, da região, do País, é sustentabilidade do planeta, quer dizer desenvolvimentos econômico, social e ambiental equilibrados. Se tivermos uma sociedade dividida, que esteja abaixo da linha da pobreza, não haverá consumidor nem trabalhador. Quando não existe um consumo interno forte, também não há crescimento.

Claudio: Defino responsabilidade social de uma maneira bem ampla, como produto da consciência de que o mundo de hoje não permite mais que se execute nada sem que se contemple o tripé econômico, ambiental e social. A responsabilidade social é o compromisso que congrega as empresas a empreenderem qualquer coisa em relação a esse tripé.

O que é isso na prática?

Eliane: A responsabilidade social não é uma coisa única e não tem uma "receita de bolo", pois tem a ver com cada tipo de negócio. Importa ao empresário descobrir o que melhor se adequa ao seu negócio. Ele deve perceber como melhor se articula com a comunidade para ser socialmente responsável. A prática da responsabilidade social demanda vontade para aceitar críticas e ser transparente.

Claudio: Existem inúmeras ações de responsabilidade social que podem ser desenvolvidas para cada uma das partes beneficiárias, entre empregados, colaboradores, família e comunidade. Do ponto de vista social, o melhor "gol" que pode ser feito é baratear o custo de energia para o consumidor. Chamo a atenção para o fato de que o Brasil é, sabidamente, um País de nível de renda muito baixo, no qual uma economia de R\$2 ou R\$3 na conta de luz tem um valor enorme. Esse valor é convertido pelo consumidor de forma imediata - em consumo de alimento, em transporte essencial ou em outros recursos de necessidade básica. É injusto que a maior parte do valor adicionado - diferença entre receitas geradas e custos de operação, investimentos e impostos -, gerado pelas empresas de energia, seja capturado pelo governo na forma de tributos e encargos. Eu teria mil usos mais eficientes para isso.

Como as empresas dos setores de energia, eletricidade e iluminação podem aplicar ações de responsabilidade socioambiental?

Eliane: Como todas as outras empresas, elas têm de trabalhar no foco do seu negócio. Então, se eu produzo lâmpadas, tentarei produzir lâmpadas que impactem menos o meio ambiente, que gastem menos energia. Enfim, a gente sabe que a energia e as matérias-primas são finitas. Então tem de haver um esforço para que o consumidor tenha um ganho no final, para que todos tenham esse ganho que advém da responsabilidade social. Além disso, também é importante trabalhar em programas de conscientização do consumidor sobre economia de energia e dos materiais e fornecer um produto durável para evitar que o consumidor precise sempre trocar o produto por um novo. Isso é um exercício difícil porque a gente trabalha na base da produção: quanto mais, melhor, contudo, estamos consumindo o mundo desse modo. Hoje a tecnologia está aí para nos ajudar a equacionar esse problema, para que todos possam usufruir com responsabilidade, deixando o planeta para as novas gerações.

Claudio: De forma prática, de acordo com o Código de Responsabilidade, as empresas devem seguir cinco princípios, basicamente: redução e controle sobre o impacto no meio ambiente,

conservação da biodiversidade e dos recursos naturais, respeito às comunidades, educação e saúde como elementos de transformação social, transparência e diálogo. Para cada um desses princípios há um conjunto de compromissos que são ações concretas, as quais as empresas publicamente se comprometem a fazer e podem ser cobradas pela sociedade. Um dos princípios adota dos dentro da redução e controle dos impactos do meio ambiente é gerenciar os resíduos reduzindo o consumo e, sempre que possível, reutilizar e reciclar os produtos descartáveis.

Quais são as dificuldades encontradas na implantação de práticas sociais no setor de energia e eletricidade?

Eliane: Estive em Brasília há um mês, onde várias empresas de energia se uniram em um evento importante realizado no Memorial JK, em que se falava sobre balanço social. Se existe a promoção de uma balança social dentro de um setor é porque este está caminhando, e bastante, já percebeu que é necessário trabalhar com sustentabilidade. Então nenhum setor pode alegar que tem dificuldades. As dificuldades estão aí para serem vencidas.

Claudio: Existem problemas no descarte de baterias pelo consumidor - que usa bateria e joga misturado com outro lixo. Os problemas existem desde o universo micro, de uma pessoa ou um indivíduo, até problemas mais amplos como as dificuldades que os empreendedores têm para obter as licenças que são necessárias para fazer as suas usinas em tempo hábil. Existe problema de todo jeito. Um deles, que permeia tudo e que a imprensa tem papel relevante na sua solução, é o problema da desinformação. Entretanto, a sociedade brasileira, talvez de forma tardia, está se motivando para o tratamento das questões relativas ao meio ambiente, se motivando para olhar com carinho em relação à sustentabilidade do meio ambiente. Isso está surgindo como uma onda que é muito boa.

Então o sucesso das ações de responsabilidade social está ligado à conscientização da sociedade?

Elaine: Não só, mas principalmente. Você só muda comportamento com educação e conscientização.

Claudio: As empresas têm um poder muito grande de agir em relação a isso, no âmbito da responsabilidade social. Nosso livro "Responsabilidade Social e os Investidores Privados no Setor Elétrico - Uma Metodologia de Gestão Sustentável dos Investimentos Sociais" mostra o relacionamento das empresas com as comunidades, e o setor elétrico tem uma atuação bastante positiva. Basicamente todas as empresas têm programas voltados para as comunidades às quais se relacionam. Um exemplo é a caravana que algumas empresas fazem com ônibus equipados, os quais param em diferentes locais da comunidade para levar informação. O sujeito percorre o ônibus e, lá dentro, passa a entender como é que é feita a energia, como funciona o custo e o efeito do desperdício.

Existe relação entre responsabilidade socioambiental e desenvolvimento econômico?

Claudio: No século XXI, essas duas coisas estão se juntando. Eu não consigo identificar hoje um setor de atividade que possa ter um desempenho econômico melhor se abrir mão ou se afastar da sustentabilidade ambiental. Quer dizer, uma fábrica de móveis com madeira certificada pode estar garantindo um pré-requisito básico para começar a exportar móveis com sucesso.

Elaine: A responsabilidade social é mesmo um diferencial competitivo para a empresa. Quando ela trabalha com os seus colaboradores, com os familiares e com a comunidade, ela começa a fazer a diferença na vida dessas pessoas e a ser vista de forma diferente. É próprio do ser humano produzir melhor quando está feliz. Quando está angustiada, quando tem problemas de saúde e com os familiares, a pessoa não produz tão bem quanto poderia. A empresa tem de se enxergar como partícipe da sociedade, ela é um ente de desenvolvimento e a sociedade tem de enxergar a

empresa assim. A empresa dá o emprego, o qual faz a equidade social. Nenhuma ação social substitui emprego - emprego dá dignidade.

Existe incentivo fiscal para investimento em ações de responsabilidade socioambiental?

Claudio: Praticamente todas as empresas se valem de incentivo, mas elas vão além disso. Em maior ou menor grau, eu diria que quase todas têm ido além dos incentivos que recebem. Existe uma taxa de pesquisa e desenvolvimento cobrada na conta de luz que é regulada pela Aneel. Parte dessa taxa pode ser alocada em atividades que reflitam, de maneira mais direta, as questões de responsabilidade social.

Eliane: A empresa pode, por exemplo, destinar 1% de seu Imposto de Renda para o Conselho da Criança e do Adolescente. O empresário sempre reclama que paga muitos tributos, o que é verdade, e que estes não retomam em benefício da sociedade. Com esse recurso, o empresário tem um instrumento de controle. Ele pode fazer valer esse dinheiro em seu município, para que seja, realmente, bem aplicado em projetos que tragam benefícios à sua comunidade.

Por que as empresas se interessam em aumentar essas ações sociais além dos incentivos fiscais que recebem?

Claudio: Essa é uma decisão de cada empresa, mas se fazem isso é porque reconhecem a relevância de fazer. Aqui no setor elétrico, temos várias empresas publicando o balanço socioambiental da mesma forma que publicam o balanço financeiro.

Eliane: Penso que ser responsável pressupõe o lucro e a competitividade, e não é certo você fazer o desenvolvimento da sua empresa com incentivo fiscal. Existem incentivos fiscais na área social, em que você pode fazer o seu planejamento tributário, o que é importante. Além disso, acredito que toda empresa poderia participar dos conselhos. Muitas vezes, o empresário passa ao largo disso, deixa para o outro fazer. Então uma estratégia que qualquer empresário pode fazer é participar, no seu município, do conselho de saúde, de educação, de assistência social para saber se os recursos que foram destinados para a sua região estão sendo bem empregados.

Existe o perigo da ação de responsabilidade social ser aplicada apenas como ferramenta de marketing e promoção do nome da empresa?

Claudio: Acho que não. As coisas boas que são feitas devem ser divulgadas para que a sociedade veja a empresa com toda a dimensão com a qual ela se coloca. A empresa moderna será tanto mais bem-sucedida quanto conseguir equilibrar, de maneira mais virtuosa, as questões econômica, social e ambiental. Na verdade, as empresas que comprovadamente possuem um comprometimento maior com questões sociais e ambientais estão se posicionando cada vez melhor nos seus respectivos mercados.

Eliane: Isso não é um perigo, é uma oportunidade. Se você realmente fizer bem, o marketing é consequência. Aliás, deve ser. A contaminação positiva é importante. O ser humano age por inveja - "o meu concorrente faz", "é por isso que ele está lucrando mais," "é por isso que ele tem um bom quadro de funcionários". Então essa contaminação é muito importante. O consumidor está se educando e dará preferência às empresas socialmente responsáveis. Portanto, a empresa tem de fazer e falar que faz. Até porque ela passa a ser refém do que falou que faz e, se não fizer, a própria comunidade pode colocá-la em descrédito.

Mas existe algum caso em que o marketing deixa de ser consequência e passa a ser a motivação das ações de responsabilidade social?

Eliane: Não importa e eu não vou estudar a causa - o importante é que o faça. A causa que motiva as pessoas é o menos importante. O importante é ter ações que integrem o foco do seu negócio.

que tragam desenvolvimento sustentável, aliando o desenvolvimento econômico aos desenvolvimentos social e ambiental!. A empresa que ficará é a empresa que pensar em sustentabilidade, que pensar em longo prazo.

Como as pequenas empresas de energia, sem muitos recursos para investir, podem promover ações sustentáveis?

Claudio: As empresas que subscreveram o "Código de Ética Socioambiental", que o **Acende Brasil** lançou em agosto de 2007, são empresas de grande porte responsáveis por boa parte da geração de energia existente e em construção no Brasil. Além disso, para promover os princípios idealizados e inspirar a adesão de outros empreendedores ao Código, o instituto criou o selo "Energia Sustentável", que passa a ser adotado por essas empresas na sua comunicação, mostrando o comprometimento delas com esses princípios e compromissos. Nada impede - e é recomendável - que as pequenas empresas sigam esse mesmo caminho. Eu acho que esse é o caminho da modernidade. O caminho da sustentabilidade passa por sustentabilidades econômica, social e ambiental.

Eliane: Cada um tem de dar aquilo que pode. A uma empresa pequena, não se pede que faça política pública. É como uma pessoa física: a gente não muda o mundo, a gente muda a gente,

depois talvez a nossa família - é raio de influência. Em uma empresa pequena, essa conscientização começa com o empresário, depois com a família, com seus colaboradores, com a família dos seus colaboradores, e por aí vai. Por exemplo, todo empresário pode fazer um curso para os seus colaboradores, uma palestra para os familiares - isso custa tempo, dedicação, vontade, como a maioria das coisas na vida. Na verdade, o problema de tudo não é recurso financeiro. O que é necessário, o que muda o mundo, é a vontade das pessoas de fazer alguma coisa.






Como as empresas de energia, eletricidade e iluminação podem conseguir certificações de responsabilidade socioambiental, tais como a ISO26000 e a NBR16001?

Eliane: Elas estão englobadas na prática geral das empresas. Dizemos que as empresas que começam a pensar de dentro para fora acabam sendo certificadas como uma consequência. A empresa não tem de trabalhar para se certificar, mas sim para ter práticas de política de responsabilidade socioambiental que, conseqüentemente, a levará a ter uma certificação. A certificação não é o fim em si mesma - ela é uma consequência.

Como anda o desempenho socioambiental das empresas de energia brasileiras em comparação a outros países?

Claudio: Eu não fiz esse levantamento em outros países, mas tenho depoimentos de empresas que atuam aqui no Brasil e são empresas de atuação internacional. Os depoimentos nos favorecem amplamente, pois muitos desses países são mais desenvolvidos, que nem de longe demandam certos tipos de atendimento de necessidades que existem aqui no Brasil e que são feitos pelas empresas. Por exemplo: a maior usina que está sendo construída atualmente no Brasil tem um orçamento de R\$3,3 bilhões. Desse orçamento, cerca de R\$350 milhões são investimentos em questões ambientais e sociais. São números vultosos que mostram a medida do quanto é feito aqui.

Eliane: O que eu posso afirmar é que na América latina o Brasil vem despontando como o País no qual as empresas estão mais preocupadas e envolvidas social e ambientalmente. O Brasil tem feito um grande esforço e vem crescendo cada vez mais, visto o aumento do número de balanços sociais divulgados. Isso é importante, porque fornece a medida do que as empresas estão fazendo. Tecnicamente, o fechamento do balanço social com o seu resultado financeiro permite que o comprometimento seja mensurado.

CINCO PRINCÍPIOS DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL	
	• Redução e controle sobre o impacto no meio ambiente
	• Conservação da biodiversidade e dos recursos naturais
	• Respeito às comunidades
	• Educação e saúde como elementos de transformação social
	• Transparência e diálogo

Qual o papel das empresas de energia na difusão de práticas de responsabilidade social?

Claudio: Acho que uma empresa tem uma função social básica da sua razão de ser. O que é uma empresa? Uma empresa nada mais é que um amontoado de recursos humanos, financeiros, naturais, etc., organizada para produzir uma riqueza maior que as suas partes isoladas. Para onde vai essa riqueza? No sentido amplo, vai para a sociedade como um todo, logo, a empresa tem uma função social básica fundamental, é por meio dela que se desenvolve tecnologia e se faz progresso. Eu sou otimista no sentido de que tem aumentado o número de empresas que se manifestam como socialmente responsáveis, e a tendência é essa.

Eliane: Penso que a empresa é um ente assim como as pessoas. Para mim, a responsabilidade social é o exercício da ética e da cidadania com respeito a todas as formas de vida. Então se as pessoas se pautarem pela ética, pela cidadania - tanto na sua vida pessoal como na vida empresarial, na vida em sociedade - será transformador. Eu penso que a responsabilidade social é tarefa de todos. Isso exige uma sociedade vigilante que queira um mundo com equidade social. Para tanto, é preciso trabalhar por ética na política, ética empresarial: ética, ética e ética! Quer dizer, se você é um indivíduo ético, onde estiver, você será ético. Muitas pessoas dizem que é preciso ter ética, mas param o seu carro num lugar proibido ou dão uma gorjeta para o guarda. Aí a sua pergunta se volta para a sociedade. Que sociedade nós queremos? Uma sociedade que não tolera essas práticas, que não corrompe e não é corrompida? É um trabalho de todos nós, não é da empresa, não é do mundo empresarial, não é do mundo político - é da sociedade.