

ESPAÇO IBRI

Corporações voltadas para a Sustentabilidade

(*) **Silvio Guerra**

O mundo continua desigual: populações crescem de forma desordenada, a renda permanece concentrada (o PIB – Produto Interno Bruto – *per capita* dos Estados Unidos é mais de 400 vezes o da Etiópia) e a expectativa de vida na Suazilândia é inferior a 30 anos. O meio ambiente continua ameaçado mesmo com os esforços de países e governos em torno do tema da sustentabilidade, com destaque para a Finlândia e a Noruega.

Novo reforço para essa tarefa do capitalismo sustentável veio de várias empresas de todo o mundo que têm trabalhado para alterar esse quadro de ameaça ao tripé: meio ambiente – sociedade – resultado financeiro.

Essas empresas participam dos movimentos de abertura comercial e financeira e das diferenças (arbitragens) dos custos de insumos e serviços que permitiram alocar recursos em regiões ou países onde elas obtêm os melhores custos de insumo de terra, trabalho e capital, além de poder mudar o eixo da cadeia de suprimentos em função dessas escolhas. Ao mesmo tempo, muitos ganhos para essas empresas vieram das políticas econômicas – dos últimos 20 anos – que estiveram voltadas para a redução da presença do Estado e para a desregulamentação de vários setores da economia.

O peso das corporações aumentou: um total de 68 empresas estão entre as principais economias do planeta na comparação entre receitas das empresas e PIBs de cada país (a Peugeot fatura o equivalente ao PIB dos Emirados Árabes). A Wal Mart isoladamente seria a 17ª economia do planeta, maior que a da Suíça isoladamente ou que as do Chile, Colômbia, Filipinas e Nova Zelândia somadas. Com relação a empregos, a importância não é menor: a Wal Mart tem 1,9 milhão de empregados, sendo que em segundo lugar temos a empresa chinesa State Grid com 1,5 milhão de empregados e em terceiro a China National Petroleum com 1,1 milhão de empregados.

As vendas anuais de cada uma das seis maiores corporações do planeta são superadas pelo PIB de apenas 27 nações em todo o mundo. Tais empresas crescem mais rápido do que as economias dos países.

Essa transformação não ocorre apenas na direção do lucro a qualquer preço, mas por meio de um capitalismo consciente, voltado para a responsabilidade corporativa e para a sustentabilidade no uso de recursos humanos, naturais e financeiros.

Essa função empresarial está associada à solução de problemas conjunturais e estruturais em termos do uso abusivo, conivente ou relapso dos recursos naturais e dos riscos de externalidades (poluição, contágios e doenças, normas inseguras ou processos não controlados) que a globalização trouxe com o livre trânsito de pessoas, produtos, informação, doenças e serviços.

Apesar de não haver limites para a busca da sustentabilidade, o envolvimento da organização privada quanto à responsabilidade social corporativa deve ter seu raio de ação circunscrito, uma vez que os acionistas e todos os demais públicos (*stakeholders*) devem ser respeitados, não cabendo à empresa substituir a presença do Estado. Por definição, as obrigações básicas das empresas são crescer, lucrar, gerar empregos, pagar impostos, oferecer produtos e serviços de qualidade e desenvolver relações produtivas de longo prazo com todos os públicos envolvidos direta ou indiretamente com o seu negócio.

Empresas tais como Toyota, Wal Mart, GE, Electrolux, HP, Starbucks, Shell e BP são algumas das faces dessa visão de sustentabilidade dentro do seu papel estratégico e do seu código de valores básicos. Conservação de energia, princípios e valores da sustentabilidade, da reciclagem e da reutilização não são conceitos novos para esse grupo de empresas.

Empresas brasileiras já buscam também trabalhar dentro dos critérios dos 3Rs (reduzir, reusar e reciclar) e também observam a necessidade de se publicar o balanço social, conscientizar funcionários, prover coleta seletiva e reduzir/neutralizar o CO₂ em suas operações.

E a função do profissional de Relações com Investidores é fundamental nesse processo: é ele que precisa despertar o ambiente interno da companhia para atender às demandas externas de fundos de investimento e públicos que passam a requerer da corporação uma postura explícita (e não apenas tácita) em relação a temas como sustentabilidade e governança corporativa.

(*) Silvio Guerra é diretor do IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores), seção Minas Gerais

Sede do IBRI

Rua Boa Vista, 254 – 3º andar – São Paulo/SP – Cep: 01014-000
Sala 311 – Fone (11) 3106-1836
E-mail: ibri@ibri.com.br
www.ibri.com.br