

## O mau desempenho da sustentabilidade

Categories : [Reportagens](#)

Nos últimos anos, o mundo empresarial incorporou em seus relatórios anuais de desempenho uma palavrinha que está cada vez mais em moda: sustentabilidade. No entanto, ainda são poucas as empresas que a usam realmente como reflexo de suas ações e menos ainda aquelas que sabem produzir bons relatórios sobre o assunto. Isto é o que mostra pesquisa divulgada ontem (9) pela SustainAbility, consultoria inglesa que realiza pesquisas relacionadas à responsabilidade e desenvolvimento sustentável do mundo corporativo.

No Brasil, menos de 100 empresas publicam algum tipo de relatório de sustentabilidade. No entanto, este número está crescendo, não só por aqui, mas em praticamente todos os países em desenvolvimento. A busca pela visibilidade no mercado mundial já fez com que 73 empresas sul africanas, 18 da China e 12 indianas produzissem documentos deste tipo. No mundo todo, a estimativa é que cerca de 2.500 relatórios tenham sido elaborados em 2007.

O número crescente de empresas brasileiras que se preocupam com o assunto motivou a SustainAbility, em parceria com a Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS), a escolher o Brasil como primeiro país ganhar uma pesquisa nacional. Outros oito levantamentos globais já foram feitos pela consultoria britânica para o programa *Global Reporters*, que tem parceria com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA).

Por aqui, os melhores relatórios de sustentabilidade entre 2007 e 2008 foram das empresas Natura, Suzano Petroquímica, Ampla, Coelce, Banco Real, Energias do Brasil, Sabesp, Bunge, Celulose Irani e Banco Itaú, nesta ordem de classificação.

### Os melhores entre os fracos

Apesar de estarem entre as melhores do país, na avaliação geral do conselho consultivo, responsável por escolher as '10 mais', o desempenho das empresas foi negativo. Exemplo disto é um dos tópicos do documento, intitulado "Melhor entre os melhores...ou melhores entre os fracos?", que diz: "No decorrer do processo de seleção, o Conselho Consultivo demonstrou-se, de forma geral, decepcionado com a maioria dos relatórios brasileiros. O sentimento geral foi de que as empresas precisam melhorar os quesitos de transparência, comprometimento e integridade".

O mau desempenho das empresas está estampado nas notas que receberam. A pontuação máxima (em porcentagem, de 0 a 100%), atribuída à Natura, foi de 54%. A mínima foi de 35%, para o Banco Itaú, com média geral de 47%. O melhor resultado, no entanto, está bem longe da média da pesquisa global (57%) sobre o mesmo assunto, realizada em 2006. Neste levantamento, a nota máxima foi atribuída à British Telecom Telecomunicações, que ganhou 80%.

De modo geral, os relatórios também destacam somente as boas notícias e escondem as más, ou as deixam totalmente de fora, o que faz com que o leitor crie uma visão unilateral sobre o processo. Ausência da opinião dos consumidores e parceiros comerciais da empresa e falta de metas nítidas para alcançar a real sustentabilidade foram outros tópicos negativos apontados.

Frase do relatório da Suzano Petroquímica é exemplar ao mostrar como as empresas tentam engambelar o leitor com declarações vagas. Em seu documento, ela diz ter como meta “avaliar processos produtivos de modo a identificar oportunidades para reduzir o consumo de energia”. Falou, falou, e não disse nada.

“Não está claro quem são as empresas que lideram a agenda da sustentabilidade. Muitas vezes, o relatório é forte em alguns aspectos e fraco em outros”, diz Celso Lemme, professor da área de finanças e controle gerencial da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

Nas considerações finais do documento estão enumeradas três críticas principais aos relatórios. A primeira lembra que, por sua extensão e complexidade na formulação do texto – os relatórios brasileiros têm, em média, 161 páginas, enquanto os europeus têm no máximo 60 – os documentos simplesmente não são lidos. A segunda aponta que o principal objetivo das empresas ao criar um relatório ainda é a gestão da reputação. A terceira e última volta-se para o fato de que os documentos auxiliam a direcionar o desempenho e estratégia das empresas, quando deveria ser o contrário.

Resumidamente, o que SustainAbility, FBDS e Conselho Consultivo quiseram dizer em sua avaliação, foi algo parecido com: Ok, as empresas brasileiras têm se interessado cada vez mais em produzir relatórios sobre como lidam com o meio ambiente e a sociedade, mas se elas continuarem a fazer isso só para garantir a figura de bom moço na mídia e não empregarem as boas práticas como filosofia geral da empresa, nada feito. Mais uma lição a ser aprendida.

## **Métodos e critérios**

Segundo Clarissa Lins, diretora-executiva da FBDS, como não há uma base única de avaliação, vários critérios de seleção foram utilizados para se chegar às melhores empresas, entre eles figurar no Índice de ações da Bovespa (Ibovespa), ter sido citado pelo Guia Exame ou ter ganhado algum prêmio do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), por exemplo.

Para fazer parte das semi-finalistas (etapa na qual foram selecionadas 28 empresas), as candidatas deveriam contemplar ao menos dois dos quesitos propostos na metodologia do *Global Reporters*. Depois disso, coube a um conselho consultivo, formado por cinco especialistas, escolher as 10+. Fábio Feldmann, secretário executivo do Fórum Paulista de Mudanças Climáticas, e Cristina Montenegro, representante do PNUMA no Brasil, foram alguns dos nomes presentes no conselho.

Durante as análises finais, foram avaliados pontos como: o quão bem a empresa explica suas atividades e impactos ambientais, sociais e econômicos; como a sustentabilidade está integrada em sua estratégia de negócios; se as declarações de intenções de boas práticas estão sendo concretizadas nas atividades internas e os esforços da empresa em transmitir confiança e veracidade das informações divulgadas. A íntegra do documento pode ser acessada [aqui](#).