

FUNDAÇÃO DE ENSINO ‘EURÍPIDES SOARES DA ROCHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO EURÍPIDES DE MARÍLIA – UNIVEM
GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

**BRUNO KERNE DUARTE DA FONSECA
MÔNICA RIBEIRO PADUIM
RONALDO CESAR GONÇALVES**

**RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE GRI E SEU USO PELAS
EMPRESAS DE MARÍLIA E REGIÃO**

MARÍLIA
2015

BRUNO KERNE DUARTE DA FONSECA
MÔNICA RIBEIRO PADUIM
RONALDO CESAR GONÇALVES

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE GRI E SEU USO PELAS
EMPRESAS DE MARÍLIA E REGIÃO

Trabalho de Curso apresentado ao Curso de Administração da Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, com o objetivo de obtenção de nota na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso.

Orientador: Prof^o. Roberta Ferreira Brondani

MARÍLIA
2015

Fonseca, Bruno Kerne Duarte da.

O relatório de sustentabilidade GRI e seu uso pelas empresas de Marília e região / Bruno Kerne Duarte da Fonseca, Mônica Ribeiro Paduim, Ronaldo César Gonçalves – Marília, 2015.

87 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Administração) –
Fundação Eurípedes Soares da Rocha, 2015.

1. Sustentabilidade. 2. Indústrias (Marília). 3. Desenvolvimento sustentável. 4. Relatórios técnicos. 5. Responsabilidade social da empresa. I. Mônica Ribeiro Paduim. II. Ronaldo César Gonçalves. III. Título.

CDD 301.31



FUNDAÇÃO DE ENSINO "EURÍPIDES SOARES DA ROCHA"
Mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília - UNIVEM

Curso de Administração

Monica Ribeiro Paduim - 52114-0

Bruno Kerne Duarte da Fonseca - 51539-6


Ronaldo César Gonçalves - 34938-0

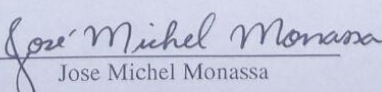
TÍTULO "Relatório de Sustentabilidade GRI e Seu Uso Pelas Empresas de Marília e Região. "

Banca examinadora do Trabalho de Curso apresentada ao Programa de Graduação em Administração da UNIVEM, F.E.E.S.R, para obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Nota: 9,0

ORIENTADOR: 
Roberta Ferreira Brondani

EXAMINADOR: 
José Ribeiro Leite

EXAMINADOR: 
Jose Michel Monassa

Marília, 03 de dezembro de 2015.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a prof. M^a. Roberta Ferreira Brondani, pelas orientações, dedicação e vasto conhecimento a respeito do assunto discutido, transmitidos para nós no desenvolvimento desta monografia, sem os quais não teríamos obtido o devido êxito nesta jornada.

RESUMO

A presente monografia tem como objeto de estudo o “Relatório de sustentabilidade GRI e seu uso pelas empresas de Marília e região”. Em 1997, o Global Reporting Initiative foi criado como um dos modelos de relatórios sustentáveis de adesão voluntária, com o objetivo de descrever os impactos socioambientais provocados pelas organizações. A partir daí, iniciou-se a preocupação de otimizar a qualidade e o rigor dos relatórios de sustentabilidade. A aplicação destes relatórios pelas empresas é uma ação voluntária e tem como principais objetivos: apoiar e facilitar a gestão das questões de sustentabilidade das empresas e divulgar os riscos e oportunidades, possibilitando, assim, que a organização tenha uma reputação mais transparente. Neste sentido, este trabalho tem por objetivo verificar se as grandes empresas instaladas em Marília utilizam o Relatório de sustentabilidade no modelo GRI (Global Reporting Initiative) apresentando os benefícios que este tipo de publicação pode proporcionar às empresas que o utilizam. Para isso, realizou-se uma pesquisa de campo quantitativa e qualitativa, onde foram selecionadas, de forma aleatória, uma amostra total de quinze empresas de grande porte, que possuem sua sede ou filial em Marília, onde cinco empresas pertencem ao setor da indústria, cinco ao setor do varejo e cinco ao setor de serviços, a fim de identificar a utilização do relatório de sustentabilidade nos citados setores. A partir desta análise foi possível observar que as empresas que aplicam este modelo de relatório conseguem agregar valor ao seu produto final, influenciando seus resultados financeiros e mercadológicos futuros. Esta pesquisa buscou contribuir com os estudos acerca dos Relatórios de Sustentabilidade no modelo GRI, não esgotando o assunto em questão e deixando o tema aberto para novas análises.

Palavras-chave: GRI – *Global Reporting Initiative*; Relatório de Sustentabilidade; Responsabilidade social.

ABSTRACT

This monograph has as study object the "Sustainability Report GRI and its use by companies of Marilia and region." In 1997, the Global Reporting Initiative was created as one of the sustainable reporting models voluntary, in order to describe the social and environmental impacts of organizations. From there began the concern to optimize the quality and rigor of sustainability reports. The application of these reports by companies is a voluntary action and its main objectives: to support and facilitate the management of sustainability issues of companies and disclose the risks and opportunities, enabling thus that the organization has a more transparent reputation. Thus, this study aims to verify that large companies located in Marilia using the Sustainability Report in GRI (Global Reporting Initiative) presenting the benefits that this type of publication can provide companies that use it. For this, we carried out a quantitative and qualitative field research, which were selected at random, a total sample of fifteen large companies that have their registered office or branch in Marilia, where five companies belonging to the industry sector, five to the retail sector and five to the service sector in order to identify the use of the sustainability report in those sectors. From this analysis it was observed that the companies applying this report template can add value to your end product, influencing their future financial and market results. This research aimed to contribute to the studies on the GRI Sustainability Reporting in the model, not exhausting the subject matter and leaving open topic for further analyzes.

Keywords: GRI - Global Reporting Initiative; Sustainability report; Social responsibility.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Pirâmide da Responsabilidade social de Carroll.....	18
Figura 2 - Modelo dos três domínios da Responsabilidade Social Empresarial	18
Figura 3 - As quatro estratégias de responsabilidade social.....	20
Figura 4 - Navio petroleiro Exxon Valdez, após acidente:.....	22
Figura 5 - Tripé da sustentabilidade	24
Figura 6 - Empresa cidadã	25
Figura 7 - Logotipo ISE.....	31
Figura 8 - “Ecological Footprint” – Pegada Ecológica	33
Figura 9 - Dashboard of Sustainability.....	34
Figura 10 - Mobile Performance Barometer - Brasil.....	35
Figura 11 - Indicadores de Sustentabilidade.....	36
Figura 12- Indicadores e os sub itens que os integram.....	47
Figura 13 - Análise das empresas do setor industrial	56
Figura 14 - Análise das empresas do setor de varejo	59
Figura 15 - Análise das empresas do setor de serviços	63
Figura 16 - Análise geral das empresas observadas	63
Figura 17 - Mensagem do presidente da Nestle	64
Figura 18 - Mensagem do Presidente das Lojas Americanas	65
Figura 19 - Mensagem do presidente das Lojas Renner.....	67
Figura 20 - Mensagem do presidente do Banco Bradesco	69
Figura 21 - Mensagem do presidente do Sicoob - Credicitrus	70
Figura 22 - Mensagem do presidente do Banco Itaú	71
Figura 23 - Definição de exigências de conteúdo padrão geral para o modelo Essencial e Abrangente.....	78
Figura 24 - Sumário de Conteúdo da GRI para a opção “de acordo” – Essencial	85
Figura 25 - Sumário de Conteúdo da GRI para a opção “de acordo” – Abrangente.....	86

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GRI: *Global Reporting Initiative*

RSE: Responsabilidade Social Empresarial

IBASE: Instituto Brasileiro de Análises Sociais Econômicas

CVM: Comissão de Valores Mobiliários

ISE: Índice de Sustentabilidade Empresarial

IFC: *International Finance Corporation*

SDI: Índice geral da sustentabilidade

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - População, PIB e Pegada Ecológica para os 5 países mais populosos e o mundo..33

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Análise setorial.....	72
-----------------------------------	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1. RESPONSABILIDADE SOCIAL E O CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE.....	17
1.1 Responsabilidade social empresarial (RSE) e desenvolvimento sustentável	17
1.2 Tripé da sustentabilidade nas organizações.....	24
1.3 Indicadores para medir e monitorar a sustentabilidade	27
1.3.1 Modelo do Balanço Social Ibase	28
1.3.2 Modelo do Instituto Ethos	29
1.3.3 Índice De Sustentabilidade Empresarial (ISE)	31
1.3.4 Relatório de sustentabilidade Dow Jones	32
2. RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE.....	38
2.1 Modelo de Relatório GRI	38
2.1.1 Níveis de Aplicação da GRI	41
2.1.2 Diretrizes	43
2.1.3 Indicadores	46
2.1.3.1. Econômico	49
2.1.3.2 Ambiental	49
2.1.3.3 Social.....	51
2.1.3.3.1 Práticas trabalhistas e trabalho decente	51
2.1.3.3.2 Direitos Humanos	52
2.1.3.3.3 Sociedade.....	53
2.1.3.3.4 Responsabilidade pelo produto.....	53
3. PESQUISA APLICADA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	54
3.1 Objetivo da pesquisa.....	54
3.2 Metodologia utilizada.....	54
3.3 Pesquisa Quantitativa	55
3.3.1 Setor industrial.....	55
3.3.1.1 Marilan.....	55
3.3.1.2 Bel Chocolates	55
3.3.1.3 Dori.....	55
3.3.1.4 Sasazaki.....	56
3.3.1.5 Nestle.....	56
3.3.1.6 Tabela do setor industrial	56

3.3.2 Setor de Varejo	57
3.3.2.1 Casas Bahia	57
3.3.2.2 Casas Pernambucanas	57
3.3.2.3 Lojas Americanas	58
3.3.2.4 Lojas Renner	58
3.3.2.5 Riachuelo	59
3.3.2.6 Tabela do setor de varejo	59
3.3.3 Setor de Serviços	60
3.3.3.1 Banco Bradesco	60
3.3.3.2 Sicoob- Credicitrus	60
3.3.3.3 Correios	61
3.3.3.4 Crefisa	62
3.3.3.5 Banco Itaú	62
3.3.3.6 Tabela do setor de serviços	63
3.3.4 Tabela Geral dos Setores	63
3.4 Pesquisa Qualitativa	64
3.4.1 Setor Industrial	64
3.4.1.1 Nestle	64
3.4.2 Setor Varejo	65
3.4.2.1 Lojas Americanas	65
3.4.2.2 Lojas Renner	67
3.4.3 Setor de Serviços	69
3.4.3.1 Banco Bradesco	69
3.4.3.2 Sicoob- Credicitrus	70
3.4.3.3 Banco Itaú	71
CONCLUSÃO	72
REFERÊNCIAS	74
ANEXO	78

INTRODUÇÃO

Como afirma Pereira (2003, p. 91) com a revolução industrial teve início a era da mecanização da produção tornando os processos produtivos mais rápidos e eficientes. Cutolo (2009, p. 13) explica que, com isso, houve um crescimento desenfreado da degradação da natureza por conta da extração de quantidades cada vez maiores de matéria prima para suprir as indústrias. Como aponta Dias (2009) as preocupações com os problemas ambientais surgiram a partir da década de 60 devido à escassez dessas matérias-primas, fato confirmado por Nash (1990) ao escrever que a firmação deu-se nas décadas posteriores onde o ambientalismo foi reconhecido como uma atividade profissional orientada de acordo com os ditames da ciência.

Rico (2004, p.73) indica que nas duas últimas décadas aumentou-se o interesse e o investimento das organizações na área de responsabilidade social, com isso, iniciaram-se debates acerca do desenvolvimento sustentável. Oliveira e Lima (2006, p.15) afirmam que tais debates tomaram força após a realização da ECO-92, no Rio de Janeiro, cujo tema principal foi a discussão acerca da oferta futura de bens e serviços indispensáveis à sobrevivência da humanidade e a responsabilidade das empresas a respeito desta causa.

Segundo Dias (2009) com a realização do evento Rio 92 e da elaboração da agenda 21 desenvolveu-se um plano de ação para realização do desenvolvimento sustentável no século XXI. A partir daí, as organizações vêm sendo cada vez mais pressionadas e cobradas das suas responsabilidades, pelos reparos dos impactos sociais e ambientais que suas respectivas atividades causam ao meio ambiente e para as futuras gerações. Lançado então o desafio para as organizações, de serem desenvolvidas tanto no aspecto econômico e sustentável, isto que outrora era visto com inalcançável ou motivo de despesas mais altas para as organizações, tornou-se com o passar do tempo economia de recursos e vantagem competitiva, o que levou os administradores a otimizarem seus recursos disponíveis evitando, assim, o desperdício de materiais, que antes não eram explorados pelas organizações. A partir daí, começaram os estudos mais aprofundados sobre a gestão sustentável, suas vantagens e benefícios e a criação dos relatórios de sustentabilidade.

De acordo com a GRI (2006, p. 3) em 1997 foi criado como um dos modelos de relatórios sustentáveis de adesão voluntária o *Global Reporting Initiative*(GRI), com o objetivo de descrever os impactos socioambientais provocados pelas organizações, e de acordo com Almeida (2007, p.138) a partir daí, iniciou-se a preocupação de otimizar a

qualidade e o rigor dos relatórios de sustentabilidade. A aplicação destes relatórios pelas empresas é uma ação voluntária e tem como principais objetivos: apoiar e facilitar a gestão das questões de sustentabilidade das empresas e divulgar os riscos e oportunidades, possibilitando, assim, que a organização tenha uma reputação mais transparente.

Para Campos et al. (2004, p.73) os motivos que inquietaram as organizações a publicarem relatórios sustentáveis e especificamente optar pelas diretrizes e indicadores GRI “[...] devem estar associados à divulgação de um balanço social que profere transparência ao modelo de gestão da organização. [...]”, pois este modelo em específico permite “a apresentação da performance econômica, social e ambiental de uma corporação, incluindo as ações efetuadas atinentes a temas relevantes para a sociedade no momento e para sua sustentabilidade futura”.

Segundo Ferreira et al. (2009, p.14) os “[...] relatórios elaborados sem parâmetros pré-estabelecidos podem apresentar informações equivocadas e inúteis, deixando de ser um informativo de desempenho para tornar-se objeto de marketing [...]”, por isso, existe a preocupação das organizações em utilizar um modelo completo e confiável como o GRI, que permite demonstrar o desempenho financeiro e o socioeconômico. Durante a sua verificação é possível ter uma imagem completa da organização, o que possibilita uma análise detalhada dos pontos ambientais salientes, que a empresa em questão tem e também possibilita à organização oportunidades de melhorias em seus processos internos e apurar sua gestão de recursos humanos.

Para Adissi et al. (2013, p.66) “[...] elaborar um relatório sócio ambiental consiste em um processo que propicia amadurecimento à gestão da organização [...]”. O autor argumenta ainda, que “a elaboração do relatório permite uma espécie de alerta acerca de problemas repetitivos e identifica oportunidades na cadeia produtiva e na comunidade em que a organização atua”, ou seja, tal relato quando elaborado e conduzido de forma transparente agrega valores interiores e exteriores à organização.

Neste sentido, este trabalho tem por objetivo verificar se as grandes empresas instaladas em Marília e região utilizam o Relatório de sustentabilidade no modelo GRI, apresentando os benefícios que este tipo de publicação pode proporcionar às empresas que o utilizam. Sendo assim, foi realizado um estudo investigativo acerca do relatório de sustentabilidade GRI e sua metodologia, pois o relatório de sustentabilidade é a maneira com que a empresa divulga os impactos sociais e ambientais, que são causados por suas atividades cotidianas e também suas ações para reduzir tais impactos. O trabalho justifica-se pela importância do assunto na atualidade sendo válida como forma de apresentação do referencial

teórico e de conceitos e acerca da sustentabilidade e dos relatórios de sustentabilidade. Como hipótese a ser respondida com a pesquisa supunha-se que somente as grandes empresas conhecem e utilizam o relatório GRI.

Em busca de embasamento teórico sobre o assunto foi realizado um levantamento bibliográfico em material impresso e on-line, com autores da respectiva área tratada; e uma pesquisa em sites de grandes empresas que possuem sua sede ou filiais em Marília.

O trabalho está estruturado em três capítulos. No primeiro capítulo são apresentados os conceitos do relatório GRI, seu histórico, o surgimento do conceito do tripé da sustentabilidade nas organizações, bem como o surgimento dos indicadores para medir e monitorar a sustentabilidade.

O segundo capítulo aborda de uma forma mais específica o relatório de sustentabilidade GRI bem como seus níveis de aplicação, diretrizes e indicadores

E no terceiro capítulo é apresentada a pesquisa quantitativa e qualitativa a respeito do referido tema com uma amostra de quinze empresas, sendo, cinco do setor industrial, cinco do setor de varejo e cinco do setor de serviços.

1. RESPONSABILIDADE SOCIAL E O CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE

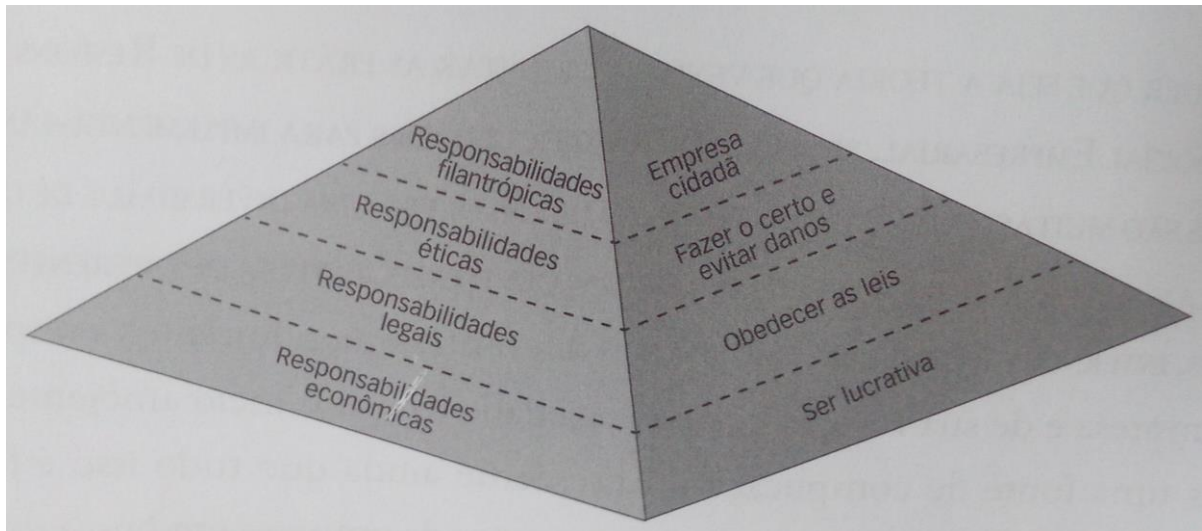
1.1 Responsabilidade social empresarial (RSE) e desenvolvimento sustentável

De acordo com Chiavenato (2005, p. 112), “Responsabilidade social é o grau de obrigações de uma organização em assumir ações que protejam e melhorem o bem estar da sociedade na medida em que ela procura atingir seus próprios interesses.”

Definição bastante similar à que Carroll (1979 apud BARBIERE; CAJAZEIRA, 2009, p. 54) utiliza de que a “[...] responsabilidade social das empresas compreende as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem em relação as organizações em dado período.”.

Tal definição é ilustrada na sua obra onde Carroll (1979 apud BARBIERE; CAJAZEIRA, 2009, p. 54), em uma pirâmide com quatro níveis de responsabilidade onde Barbieri e Cajazeira (2009, p.54) explicam esses níveis, onde a base são as responsabilidades econômicas, ou seja, ser lucrativa, produzindo e comercializando bens ou serviços necessários a sociedade a fim de obter ganhos financeiros e ser competitiva no mercado de capital; o segundo nível diz respeito às responsabilidades legais, que são as especificações impostas pela sociedade que é representada pelas leis regulamentadoras vigentes no país, evitando assim autuações que geram multas voluptuosas, que representam um risco para o caixa da organização; o terceiro degrau trata das responsabilidades éticas, que se refere a optar em fazer sempre o que represente o ideal para a sociedade em questão, mesmo que isso não seja exigido por coerção de lei; e por fim o quarto degrau, que trata das responsabilidades filantrópicas, que expressa a vontade que a sociedade tem que a empresa atue como cidadã responsável desenvolvendo assim projetos de cunho social para a comunidade. Desta forma Carroll (1979 apud BARBIERE; CAJAZEIRA, 2009, p. 55) ilustrou esses degraus e seus respectivos objetivos com a pirâmide apresentada na figura 1.

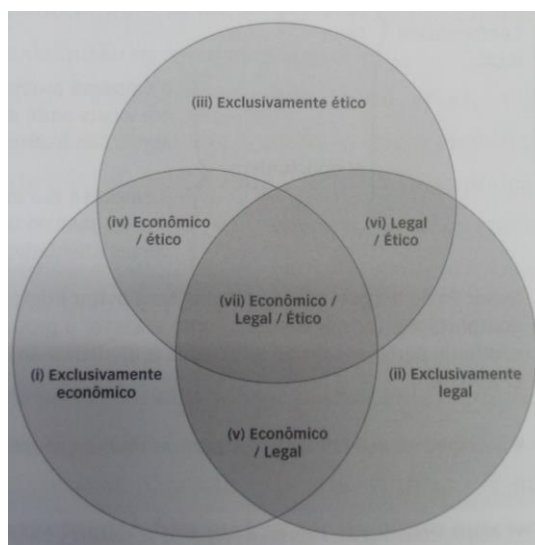
Figura 1 - Pirâmide da Responsabilidade social de Carroll.



Fonte: adaptado de Carroll apud BARBIERI; CAJAZEIRA (2009)

Modelo este que perdurou até meados de 2003 quando houve uma publicação de Schwartz e Carroll que propunham um modelo que segundo os autores se mostrava mais abrangente e explicativo, Barbieri e Cajazeira (2009, p.56) afirmam capturar por completo as interações entre as respectivas áreas, e assim inibir a interpretação hierarquizada que a pirâmide demonstraria.

Figura 2 - Modelo dos três domínios da Responsabilidade Social Empresarial



Fonte: adaptado de Schwartz e Carroll apud BARBIERI; CAJAZEIRA (2009)

Os autores Barbieri e Cajazeira (2009, prefácio) definem em sua obra que agir com responsabilidade social é “se preocupar com a qualidade do impacto das ações sobre as pessoas”, ou seja, ser socialmente responsável significa trabalhar com processos que tenham eficiência e eficácia produtiva, mercadológica e que tragam lucros para a empresa, mas que também estejam em consonância com os objetivos sociais e ambientais e legais da organização, de forma a submetê-los a análise com a fim de investigar se está de acordo com os princípios socioambientais da organização, e só após isso executa-lo.

Para ser uma empresa socialmente responsável Chiavenato (2005, p.112) cita que é preciso cumprir algumas obrigações, tais como:

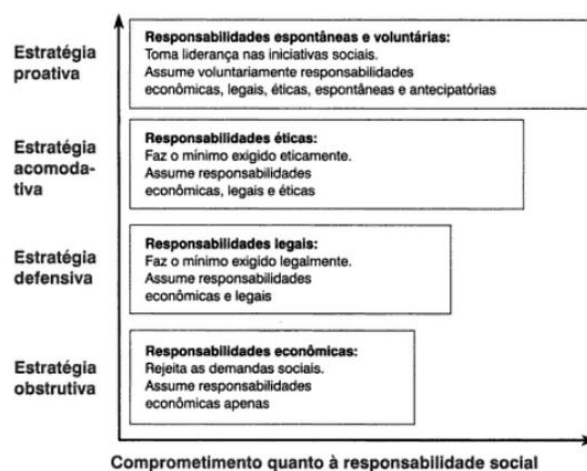
- 1- Incorpora objetivos sociais em seus processos de planejamento;
- 2- Aplica normas comparativas de outras organizações em seus programas sociais;
- 3- Apresenta relatórios aos membros organizacionais e aos parceiros sobre os progressos na sua responsabilidade social;
- 4- Experimenta diferentes abordagens para medir seu desempenho social;
- 5- Procura medir os custos dos programas sociais e o retorno dos investimentos em programas sociais.

Segundo Chiavenato (2005, p.113) é possível mensurar o grau de responsabilidade de uma organização observando quatro áreas destacadas pelo referido autor, são elas: área funcional econômica, área de qualidade de vida, área de investimentos sociais e área de solução de problemas. A área funcional econômica é responsável pela produção de bens necessários as pessoas, gerar novos postos de trabalho, com garantia de segurança e boa remuneração. A área de qualidade de vida é responsável por atitudes e posicionamentos que venham a melhorar a qualidade de vida da sociedade ou ainda reduzir os impactos ambientais e promover ações de preservação do meio ambiente, as relações com seus funcionários e *stakeholders*. A área de investimentos sociais fica responsável pela porcentagem de alocação de recursos organizacionais que serão dedicados a resolução de problemas sociais da comunidade tais como: educação, saúde, caridades, etc. A área de solução de problemas refere-se ao grau de envolvimento direto da organização com solução de problemas sociais, bem como planejamento a longo prazo de projetos sociais que venham beneficiar a sociedade. Ainda conforme escreve Chiavenato (2005, p. 115) existem dois pontos de vista da responsabilidade social um clássico e o sócio econômico, vejamos o cenário do ponto de vista clássico segundo escreve Vilela e Demajorovic (2006, p. 18), quando surgiram as multinacionais “a própria instalação de uma grande empresa numa determinada localidade já era considerada uma ação que trazia em seu bojo o cumprimento de uma responsabilidade

social”. Isto era justificado pela criação de novos e importantes postos de trabalho que iriam movimentar a economia local e, com isso, promover uma melhoria de vida aos habitantes locais. Mas, com os crescentes movimentos sindicalistas e trabalhistas que cada vez mais ganhavam força no século XX reivindicando benefícios trabalhistas, isto passou a ser visto como obrigação mínima esperada de uma empresa. Ainda de acordo com os autores Vilela e Demajorovic (2006, p. 18), com o avanço tecnológico e maquinário dos meios de produção mais fatores começaram a ser questionados como sendo parte da responsabilidade social da empresa, tais como, comprometimento da empresa com projetos de cunho educacional, social, na área da saúde a preocupação com o meio ambiente. Com isso, criou-se o termo responsabilidade social empresarial, em meados de 1950, e em 1960 surgiu com base em pesquisas uma das primeiras predefinições de Responsabilidade Social Empresarial (RSE). “Postura pública perante os recursos econômicos e humanos da sociedade e a vontade de ver esses recursos utilizados para fins sociais mais amplos e não simplesmente para os interesses privados dos indivíduos.”.

E com isso iniciava a visão socioeconômica da responsabilidade social que segundo Chiavenato (2005, p. 115) está mais voltada para o bem estar social e não apenas aos seus ganhos e com isso os seus *stakeholders* e seus clientes passam ter uma imagem de uma empresa responsável, responsabilidade esta que pode ser medida de acordo com as estratégias adotadas pela organização, Chiavenato (2005, p.116) nos mostra conforme expresso na figura 3, quatro tipos de estratégias e o seu comprometimento quanto a responsabilidade social.

Figura 3 - As quatro estratégias de responsabilidade social



Fonte: Adaptado de Chiavenato (2005, p. 116)

Em 1960, a questão meio ambiente começou a tomar um enfoque cada vez mais importante:

A temática do meio ambiente passou a ser preocupação alvo de questionamentos por parte de determinados grupos da sociedade a partir da década de 60, quando os danos causados ao meio ambiente, em função da utilização intensiva de recursos naturais por parte do setor produtivo, revelaram prognósticos científicos cada vez mais sombrios sobre o esgotamento de recursos naturais do planeta. (ALESSIO, 2004, p. 83)

Com base em Alessio (2004, p. 83) e enfatizando a necessidade do surgimento de uma política sustentável para integrar a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) pode-se observar uma forte ligação entre RSE e desenvolvimento sustentável, entendendo a sustentabilidade como a capacidade que uma geração tem de usufruir e renovar os recursos utilizados, afim de que as gerações futuras venham a desfrutar destes mesmos recursos. Pereira, Silva e Carbonari (2011, p.69) explicam que o termo sustentabilidade foi introduzido na pauta da ONU em meados de 1987, e tornou-se mais conhecido após os esforços da Comissão Brundtland, que foram publicados no relatório *Our Common Future* (Nosso Futuro Comum), que criticava o método de crescimento adotado pela sociedade global da época que tinha como base a exploração desenfreada de recursos.

Brundtland (1987) conceitua desenvolvimento sustentável como: “o equilíbrio que procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades.”.

Em meio a toda esta discussão, sobre o desenvolvimento sustentável integrar a responsabilidade social da empresa, surgiram muitas críticas e aversões dos céticos, o que Savitz e Weber (2007, p.96) demonstram em seu livro “A empresa sustentável” por meio da resposta de um gerente à pesquisa da *PricewaterhouseCooper*, de 2002, sobre sustentabilidade. Para o gerente entrevistado sustentabilidade seria “um modismo pernicioso”. Devido a este tipo de pensamento os autores dividem esse grupo, que apresenta uma reação oposta sobre o conceito de sustentabilidade, em dois subgrupos: os cínicos e os céticos, para poder assim estudá-los melhor. Para os cínicos “a sustentabilidade não passa de propaganda”. Por sua vez, os céticos são representados pela frase do famoso economista moderno Milton Friedman: “*The business of business is business*” (“o negócio do negócio é negócio”), para este grupo específico, a empresa nasceu para lucrar não importa como.

Os autores explicam ainda que mesmo a empresa não querendo participar de ações de responsabilidade social, a tem em sua cultura, ou seja, para os referidos autores negócios

são mais que negócios e a responsabilidade social está constantemente envolvida. Ainda para ilustrar a estreita relação entre negócios e responsabilidade socioambiental, os autores citam *Lee Raymond*, diretor executivo da *Exxon*, que arrogantemente apontava para o preço de negociação da sua ação no mercado, reflexo do ótimo desempenho financeiro de sua empresa, argumentando que “a sustentabilidade era perda de tempo”, e esquecendo-se do grande golpe financeiro que a sua empresa levou em meados de 1989, com o acidente do navio petroleiro, da empresa, que hoje é mais conhecida como ESSO. Este acidente lhe custou perdas financeiras tanto em relação à mercadoria, que alcançou 41 milhões de litros de petróleo in natura, de acordo com informações fornecidas pelo Greenpeace (2004), mas também, vultuosas multas e processos pelos danos socioambientais que causou à natureza e às pessoas.

Figura 4 - Navio petroleiro Exxon Valdez, após acidente:



Fonte: Fobes, Natalie B.

Outro acontecimento que merece ser mencionado foi o desastre de Bhopal, ocorrido em 1984, e que teve como responsável uma fábrica de pesticidas de onde vazou 40 toneladas gases químicos, extremamente tóxicos, na sua maioria isocianato de metilo. A imensa nuvem criada matou 20 mil pessoas. Após estes inúmeros escândalos ambientais envolvendo as organizações, Terreo (2013) afirma que os investidores e sócios das respectivas empresas, apesar de não ter legalmente culpa pelos incidentes acontecidos, se sentiam como cúmplices, pois aplicaram os recursos que sob má administração acabaram financiando estas catástrofes. Com isto, o mercado investidor começou a ser mais rigoroso em analisar os impactos socioambientais que determinada empresa causa com suas atividades e quais são as atitudes

para repará-los. Pois, como explica Térreo(2013), quando a organização atua legalmente não é necessário haver desembolso de caixa para cobrir multas e autuações, e ainda é possível a organização evitar desperdícios e economizar recursos, adotando medidas sustentáveis, otimizando, assim, a sua produção. Com isso, tem-se a maximização do lucro e é possível diminuir os riscos e atrair mais investidores, tanto pela eficiência financeira quanto pela capacidade da organização de demonstrar através de atitudes saudáveis e com uma boa gestão socioambiental sua responsabilidade e preocupação com o meio ambiente à sua volta. O que é confirmado por Oliveira e Gouvêa (2010) que apontam que uma organização que investe em ações sustentáveis torna-se mais atrativa, pois este quesito atualmente representa um diferencial competitivo.

Segundos dados do Departamento do Agronegócio da Fiesp (Deagro) publicados na reportagem Consumidor (2010) uma pesquisa realizada em conjunto com o IBOPE, no ano de 2010, revelou que 21% dos consumidores brasileiros levam em consideração fatores de sustentabilidade na hora da escolha de seus produtos alimentícios. A pesquisa demonstra ainda, que 27% desses consumidores tem conhecimento do que são produtos sustentáveis, e dentro deste grupo 80% dos consumidores entrevistados dizem estar dispostos a adquirir produtos que presam e seguem a prática sustentável, mesmo que seja necessário pagar um pouco a mais por isso.

Através das informações apresentadas é possível observar como o impacto ambiental está refletindo no perfil dos consumidores brasileiros em relação à responsabilidade social, pois eles muitas vezes sentem-se cúmplices das más práticas e da falta de responsabilidade das empresas. Por esta razão investir em ações de responsabilidade social é essencial para as organizações e uma maneira de começar a atuar de maneira socialmente responsável é por compreender e aplicar os conceitos da sustentabilidade, ou do tripé da sustentabilidade organizacional.

1.2 Tripé da sustentabilidade nas organizações

É com base nessa ideia que o inglês John Elkington criou o termo *triple bottom line* (também conhecido pela sigla TBL ou 3 BL) para se referir a três dimensões envolvidas na busca pela sustentabilidade econômica, ambiental e social: as Pessoas, o Planeta e o Lucro (que nos dá a sigla PPL, equivalente à usada em inglês, PPP- *People, Planet and Profit*). (CAMARGO; SILVA; CARBONARI, 2012, p. 77, grifo do autor).

Segundo Camargo, Silva e Carbonari (2012, p. 77) o tripé da sustentabilidade, também chamado de *triple bottom line*, corresponde aos resultados de uma organização na questão socioambiental e econômica. São relatórios corporativos que a empresa comprometida com meios de sustentabilidade tem que apresentar. São medidas onde as organizações possam avaliar seu sucesso tanto no seu desempenho como no financeiro e seu retorno sobre o investimento. Eles também enfatizam a necessidade da avaliação sobre o impacto no meio ambiente, na economia e na sociedade onde a empresa atua, podendo assim ser capazes de medir e documentar o seu retorno positivo nas três dimensões. Pode se relatar também que quando o tríplice é positivo, o valor da empresa, o seu reflexo, é aumentado, tanto nos termos de lucratividade e na contribuição dos seus acionistas, como também no aspecto humano, ambiental e socioeconômico. Relatam ainda que para que esse resultado seja positivo, é preciso que todas as dimensões recebam a mesma atenção, pois esse é o equilíbrio para que a organização possa ser vista claramente quando esses componentes forem analisados separadamente.

Figura 5 - Tripé da sustentabilidade



Fonte: Tripé da Sustentabilidade

A perspectiva social, nesse aspecto, enfatiza a presença do ser humano, onde a principal preocupação é o bem estar humano e a qualidade de vida. A sustentabilidade social é

um processo de desenvolvimento que acaba levando a um crescimento na distribuição igualitária de renda, ou seja, não haverá diminuição ou diferenças entre diversos níveis da sociedade, ao contrário, haverá melhoras nas condições de vida das populações, inclusive na questão cultural.

A perspectiva econômica como explica Camargo, Silva e Carbonari (2012, p. 77), está relacionada a duas dimensões: a alocação e a gestão mais eficiente, e o fluxo regular do investimento público e privado. A eficiência econômica, não deve ser avaliada somente com base na lucratividade das empresas, deve se avaliar o impacto do fluxo monetário entre governos, empresas e população. Todo esse aspecto de competitividade empresarial sustentável deve ser levado em conta, pois nada adianta uma organização correta socialmente, se não mantiver a sua competitividade no mercado.

Já com a perspectiva ambiental a preocupação é maior, pois inclui as atividades que o ser humano pratica sob o meio ambiente. Sem prejuízo ao sistema de sustentação da vida, a sustentabilidade ecológica pode ser ampliada nos diversos ecossistemas, para um propósito socialmente válido. Acredita-se que com redução da utilização de combustíveis fósseis e a emissão de substâncias poluentes, adotar políticas de redução e economia de energia, e a substituição de alguns produtos, será menos agredido.

A sustentabilidade geográfica é alcançada por melhor ocupação humana, ou seja melhor distribuição das comunidades e atividades econômicas, seja ela rural ou urbana, assim viabiliza uma proteção maior e uma melhor qualidade de vida.

O autor ainda relata que para ser considerada uma empresa cidadã, a organização dever ser lucrativa, cumprir as leis, ter responsabilidade e comprometimento, seguido dos aspectos morais na sociedade em que atua, engajando-se em atividades, atos ou programas ecologicamente corretos.

Figura 6 - Empresa cidadã



Fonte: *Sustainable Development*

A ideia de um mundo melhor para todas as gerações sem prejudicar o meio ambiente é um objetivo social desejado, o faz com que ela seja popular no mundo todo. Críticas ao desenvolvimento sustentável não faltam, desde as amigáveis que aceitam a ideia, mas que colocam dúvidas quanto a sua efetividade, até as mais duras, como as que entendem ser esse mais uma trapaça do capitalismo, razão pela qual muitas empresas aderiram ao movimento com uma celeridade até então nunca vista. (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2013, p. 64)

Segundo Barbieri e Cajazeira (2013, p. 64), há um calcanhar de Aquiles nesse movimento, ele só é válido se for globalizado, e assim começam a aparecer as dificuldades. O movimento do desenvolvimento sustentável baseia-se na percepção da capacidade terrestre de ocorrer catástrofes sociais e ambientais, isto porque, já existem sinais evidentes de muitos casos ambientais gravíssimos, exemplo disso é o aquecimento global, a destruição da camada de ozônio, poluição dos rios e mares, extinção de várias espécies, bem como problemas sociais, como a pobreza, assentamentos urbanos, violência, tráfico, epidemias, enfim, esses problemas podem ser resolvidos com a participação de todos, o que falta é conscientização das empresas, governos de todas as instancias e da sociedade civil. As empresas têm um papel fundamental nesse processo, pois muitos dos problemas são causados por suas atividades. Para contornar esses problemas, os autores relatam que foram criadas duas estratégias; pensar globalmente e agir localmente. Isso significa que não precisa ficar esperando por condições, planos, para depois começar agir, as empresas não precisam de uma convenção para começar a tratar melhor seus empregados, a outra estratégia foi desagregar o desenvolvimento sustentável em dimensões.

Uma organização sustentável seria, portanto, a que orienta as suas atividades segundo as dimensões da sustentabilidade que lhe são especificadas. Em outras palavras, é uma organização que busca alcançar seus objetivos atendendo, simultaneamente, os seguintes critérios: equidade social, prudência ecológica e eficiência econômica. Desse modo, os movimentos da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável, cada qual com suas características próprias e campos de estudos específicos, convergem para o conceito de empresa sustentável. (BARBIERI;CAJAZEIRA, 2013, p. 67)

1.3 Indicadores para medir e monitorar a sustentabilidade

De acordo com Guimarães (1998, p.120) a mensuração sistemática e rigorosa através dos indicadores data da primeira metade do século XX, mas a partir dos anos 70, com o surgimento da agenda ambiental e do conceito de desenvolvimento sustentável, é que se aprofundaram os esforços para desenvolver instrumentos que pudessem medir o progresso em direção à sustentabilidade. A globalização também contribuiu para a intensificação da tendência a parametrizar todas as questões socioambientais e devido à complexidade do assunto, simples indicadores não são suficientes para demonstrar de maneira efetiva e real, por isso é necessário agregar questões qualitativas, históricas e também institucionais. Outro aspecto a ser levado em conta, é que o meio ambiente não tem o mesmo tempo de resposta que os processos econômicos, culturais e sociais. É importante ter em mente, que todo e qualquer tipo de mensuração apresenta limites e não espelha a complexidade da sociedade.

Com a evolução do conceito de desenvolvimento criou-se a necessidade de adaptar as ferramentas existentes e/ou criar novas ferramentas capazes de avaliar todos os elementos constituintes do desenvolvimento sustentável. Também se fez necessário desenvolver uma fundamentação teórica para embasar a criação destas novas ferramentas.

De acordo com Quiroga (2001, p.59) com a publicação do relatório Brundtland a questão ambiental ganhou outra proporção, impulsionando pesquisas sobre indicadores de sustentabilidade. Canadá e países da Europa foram os pioneiros a tentar delinear indicadores de sustentabilidade, mas se intensificou depois da RIO 92, com iniciativas da Comissão de Desenvolvimento Sustentável e outras propostas que incentivaram o progresso na área. Na Declaração da Conferência do RIO 92, no capítulo 40, recomenda-se a implantação de indicadores de desenvolvimento sustentável.

Por esta razão, desde os anos 90 surgiram vários indicadores de sustentabilidade desenvolvidos para avaliar o progresso social para a sustentabilidade. Estes novos indicadores adicionaram as dimensões ambiental, cultural e espacial aos tradicionais indicadores econômicos e sociais, aumentando a capacidade dos agentes públicos de aferirem a evolução do desenvolvimento. Contudo, estes indicadores, só serão verdadeiramente úteis se sua construção e aplicação forem eficientes.

Conforme Quiroga (2001, p.26) há várias definições sobre o que é um indicador. Um indicador não é apenas uma estatística, ele representa uma variável que assume um valor em um tempo específico. Por sua vez, uma variável é uma representação de um atributo de um determinado sistema, incluindo qualidade, característica e propriedade.

De acordo com Babbie (1998, p.501) existem etapas específicas na construção de indicadores. Estas etapas são: seleção dos itens, avaliação de suas relações empíricas, combinação dos itens no indicador e a validação do indicador. Abaixo a descrição de cada etapa:

1-Seleção Dos Itens: Um indicador composto é sempre criado para medir uma variável. O primeiro critério na seleção dos itens é a validação lógica do item. Também é importante observar as características específicas das dimensões que se pretende mensurar. Ex: existem vários tipos diferentes de degradação ambiental (poluição do ar, derrubada de vegetação nativa, extinção de espécies). Se o indicador pretende medir aspectos específicos da degradação ambiental deve-se selecionar itens que mensurem estes aspectos específicos. A natureza dos itens irá determinar a especificidade ou não do indicador.

2- Relação Binária Entre Itens: Uma vez determinada a validade lógica do item sendo considerado para a inclusão no indicador, deve-se fazer uma análise das relações binárias entre os itens para determinar o tipo e a força da relação empírica os pares de itens têm entre si. Podem se utilizar tabelas de percentagem, ou coeficientes de correlações, ou ambos para conduzir esta análise.

3- Análise Multivariada: O objetivo principal da construção de um indicador é desenvolver um método de classificar o sujeito da pesquisa de acordo com alguma variável, como nível de degradação ambiental de uma localidade. O indicador deverá ser capaz de demonstrar diferentes níveis de degradação ambiental quando usado em diferentes localidades. Recomenda-se a utilização de tabelas multivariadas complexas para conduzir a análise das relações entre todos os itens do indicador.

4- Pontuação Do Indicador: Uma vez escolhidos os itens que irão compor o indicador, é necessário definir alguns pontos, como: intervalo de variação do indicador e o número de casos em cada ponto do índice. Outro ponto a definir é o valor de cada pontuação dos itens, deve-se decidir se cada item terá o mesmo valor ou se haverá um sistema de pesos para cada item (BABBIE, 1989, p.501).

Antes dos relatórios GRI serem criados, existiram outros indicadores que ajudaram na mensuração e captação de dados, como o: Balanço Social do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), Indicadores Ethos, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e o Relatório de Sustentabilidade Dow Jones.

1.3.1 Modelo do Balanço Social IBASE

De acordo com o IBASE (2015), o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas foi fundado em 1981, sem intuito político ou religioso e sem fins lucrativos. Buscando a padronização, o IBASE, em parceria com técnicos, pesquisadores e diversos representantes de instituições públicas e privadas, concebeu e concluiu em 1997, um modelo de Balanço Social que obteve o apoio da Comissão de Valores Mobiliários (CVM). O modelo

expõe, de maneira detalhada, os números associados à responsabilidade social da organização, reunindo informações sobre a folha de pagamento, os gastos com encargos sociais de funcionários, e a participação nos lucros. Também detalha as despesas com controle ambiental e os investimentos sociais externos nas diversas áreas, como educação, cultura, saúde etc. Esse modelo de Balanço Social contém informações divididas em sete grupos:

- 1 - Base de cálculo: Dados sobre geração de receitas, resultado operacional e folha de pagamento bruta;
 - 2 - Indicadores sociais internos: Gastos com alimentação, educação, capacitação e saúde, dentre outros relacionados aos empregados;
 - 3 - Indicadores sociais externos: Gastos da empresa na comunidade (saúde e saneamento, cultura, educação etc.) e os tributos;
 - 4 - Indicadores ambientais: Gastos com despoluição, educação ambiental, investimento em programas externos e outros, sejam com os empregados ou sociedade;
 - 5 - Indicadores do corpo funcional: Número de admissões, estagiários, mulheres, negros e portadores de deficiência física;
 - 6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial Aspectos referentes ao número de acidentes do trabalho, responsabilidade dos padrões de segurança e salubridade existentes;
 - 7 - Outras informações: Outras informações que a empresa julgar necessárias.
- (IBASE, 2015).

Vale ressaltar que nas “Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial” apresentam-se valores relativos ao valor adicionado total a distribuir e sua efetiva distribuição; e quanto às “Outras informações” apesar de este último ser considerado um indicador, ele não possui uma informação padrão. De forma geral, pode-se descrever que o relatório proposto pelo IBASE bastante objetivo, sugere uma estrutura padrão e organiza dados gerais da empresa (grupo 1), indicadores (grupos 2 a 5) e outras informações (grupos 6 e 7) na mesma estrutura, ou seja, todos os dados são apresentados num único relatório – uma planilha, conciso, facilitando a consulta e visualização dos dados, pelos interessados.

Este modelo de balanço social é uma ferramenta que, quando construída por múltiplos profissionais, tem a capacidade de explicitar e medir a preocupação da empresa com as pessoas e a vida no planeta.

1.3.2 Modelo do Instituto ETHOS

Baseado num relatório detalhado dos princípios e das ações da organização, incorpora a planilha proposta pelo IBASE e sugere um detalhamento maior do contexto da tomada de decisões, dos problemas encontrados e dos resultados obtidos. O Instituto Ethos

defende a necessidade de os Balanços Sociais adquirirem credibilidade e consistência em relação aos Balanços Financeiros, este apresenta indicadores que servem de ferramenta de uso essencialmente interno, que permitem a avaliação da gestão no que diz respeito à incorporação de práticas de responsabilidade social, além do planejamento de estratégias e do monitoramento do desempenho geral da empresa. A estrutura do modelo do Instituto Ethos conforme nos mostra Godoy (2007, p. 12) é a seguinte:

- Parte 1: Apresentação (missão, visão e governança, mensagem do Presidente, perfil do empreendimento e setor da economia);
 - Parte 2: A Empresa (histórico, princípios e valores, estrutura e funcionamento);
 - Parte 3: A Atividade Empresarial (diálogo com partes interessadas e os indicadores de desempenho);
 - Parte 4: Anexos (demonstrativo do Balanço Social - modelo IBASE -, iniciativas de interesse da sociedade - projetos sociais, e notas gerais).
- (GODOY, 2007, p. 12)

Em relação aos indicadores propostos (Parte 3), alguns são descritivos, representando resultados e práticas de gestão que representam indicadores de desempenho em responsabilidade social, outros são quantitativos, representando resultados mensuráveis e monitorados apresentados em números, e outros referem-se às informações referentes a indicadores, tanto descritivos como quantitativos.

Indicadores de Desempenho Econômico:

Aspectos descritivos – Impactos por meio da geração e distribuição de riqueza; resultados oriundos da produtividade; e procedimentos, critérios e retornos de investimentos realizados na própria empresa e na comunidade. Indicadores quantitativos: geração e distribuição de riqueza; produtividade; e investimentos.

2. Indicadores de Desempenho Social:

I – Público Interno.

Diálogo e participação: relação com sindicatos; gestão participativa; e relações com trabalhadores terceirizados.

Respeito ao indivíduo: trabalho infantil; trabalho forçado ou análogo ao escravo; e diversidade.

Trabalho decente: cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho; compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade; comportamento frente a demissões; e preparação para aposentadoria.

II – Meio Ambiente;

Responsabilidade frente às gerações futuras: comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade ambiental; e educação e conscientização ambiental. - Gerenciamento do impacto ambiental: gerenciamento do impacto no meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços; e minimização de entradas e saídas de materiais na empresa.

III – Fornecedores;

Seleção, avaliação e parceria com fornecedores: critérios de seleção e avaliação de fornecedores; e apoio ao desenvolvimento de fornecedores. IV - Consumidores e Clientes - Dimensão social do consumo: política de comunicação comercial; excelência do atendimento; e conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços.

IV – Consumidores e Clientes;

Dimensão social do consumo: política de comunicação comercial; excelência do atendimento; e conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços.

V – Comunidade;

Relações com a comunidade local: gerenciamento do impacto na comunidade de entorno e relacionamento com organizações locais.

Ação social: envolvimento e financiamento da ação social.

VI – Governo e Sociedade;

Transparência política: contribuições para campanhas políticas; e práticas anticorrupção e antipropina.

Liderança e influência social: liderança e influência social; e participação em projetos sociais governamentais.

(GODOY, 2007, p. 12)

Os dois modelos citados acima, apesar de terem nomenclaturas diferentes para os temas, se equiparam por tratar do mesmo assunto.

1.3.3 Índice De Sustentabilidade Empresarial (ISE)

Figura 7 - Logotipo ISE



Fonte: <http://www.bmfbovespa.com.br>

O Índice De Sustentabilidade Empresarial (ISE) é uma ferramenta para análise comparativa da *performance* das empresas listadas na BM&FBOVESPA sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Também amplia o entendimento sobre empresas e grupos comprometidos com a sustentabilidade, diferenciando-os em termos de qualidade, nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, equidade, transparência e prestação de contas, natureza do produto, além do desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e de mudanças climáticas.

Iniciativa pioneira na América Latina, o ISE busca criar um ambiente de investimento compatível com as demandas de desenvolvimento sustentável da sociedade e estimular a responsabilidade ética das corporações. Iniciado em 2005, 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). A Bolsa de Valores é responsável pelo cálculo e pela gestão técnica do índice.

O ISE é atualizado a partir de questionários que são distribuídos entre as empresas emissoras das ações mais líquidas da BM&FBovespa. A metodologia aplicada ao ISE está apresentada no questionário-base 2005, cuja versão mais recente é resultado de revisão conduzida pelo GVCes em workshops no ano de 2012.

Missão: Induzir as empresas a adotarem as melhores práticas de sustentabilidade empresarial e apoiar os investidores na tomada de decisão de investimentos socialmente responsáveis.

Pressupostos: Buscar constante alinhamento com os temas e desafios globais da sustentabilidade.

Promover a melhoria contínua das estratégias e práticas empresariais em sustentabilidade.

Objetivos estratégicos para o quinquênio 2011-2015:

1. Ampliar a abertura de informações ao mercado;
2. Aumentar a participação das empresas no processo de seleção;
3. Aumentar o volume de recursos investidos e produtos atrelados ao ISE e torná-lo um benchmark de investimentos;
4. Fortalecer os canais de comunicação e diálogo com as partes interessadas;
5. Trabalhar pelo aperfeiçoamento do escopo e processos de elaboração do questionário (refinamento e aperfeiçoamento da metodologia, processos de seleção das empresas, verificação e etc.).

(ISE, 2015)

1.3.4 Relatório de sustentabilidade Dow Jones

O índice Dow Jones de sustentabilidade foi lançado em 1999 como um dos primeiros índices globais de sustentabilidade. Os índices são elaborados em colaboração entre Robeco SAM & Dow Jones Índices, com ele é possível acompanhar o desempenho das ações das empresas líderes mundiais em termos de créditos econômicos, ambientais e sociais. Os índices servem como pontos de referência para os investidores que integram as considerações

de sustentabilidade nas suas carteiras e fornece uma plataforma de engajamento efetivo para as empresas que querem adotar as melhores práticas sustentáveis.

Figura 8 - “Ecological Footprint” – Pegada Ecológica



Fonte: <http://www.maiambiente.pt/>

O *Ecological Footprint* foi desenvolvido por Wackernagel e Rees (1996) no trabalho “*Our Ecological Footprint*”, que foi um trabalho pioneiro na elaboração de indicadores de sustentabilidade. O *Ecological Footprint* representa o espaço ecológico necessário para sustentar um sistema ou unidade, em outras palavras, é a capacidade de carga do sistema. Este sistema calcula a área necessária para manter uma determinada população ou sistema econômico baseado em: “a) Energia e recursos naturais; b) capacidade de absorção de resíduos ou dejetos do sistema.”, (LOURENÇO, 2012, p. 8).

O *Ecological Footprint* explora a relação entre a sociedade e o meio ambiente. O elo entre o indicador e a sustentabilidade é a capacidade de carga do sistema, ou seja, a utilização estratégica do capital natural. O indicador considera o tempo e a capacidade de regeneração dos ecossistemas. O *Ecological Footprint* tornou-se uma das principais ferramentas de avaliação da sustentabilidade de um sistema, utilizada em vários países e sob diversas circunstâncias.

Exemplos de relatórios:

Tabela 1 - População, PIB e Pegada Ecológica para os 5 países mais populosos e o mundo

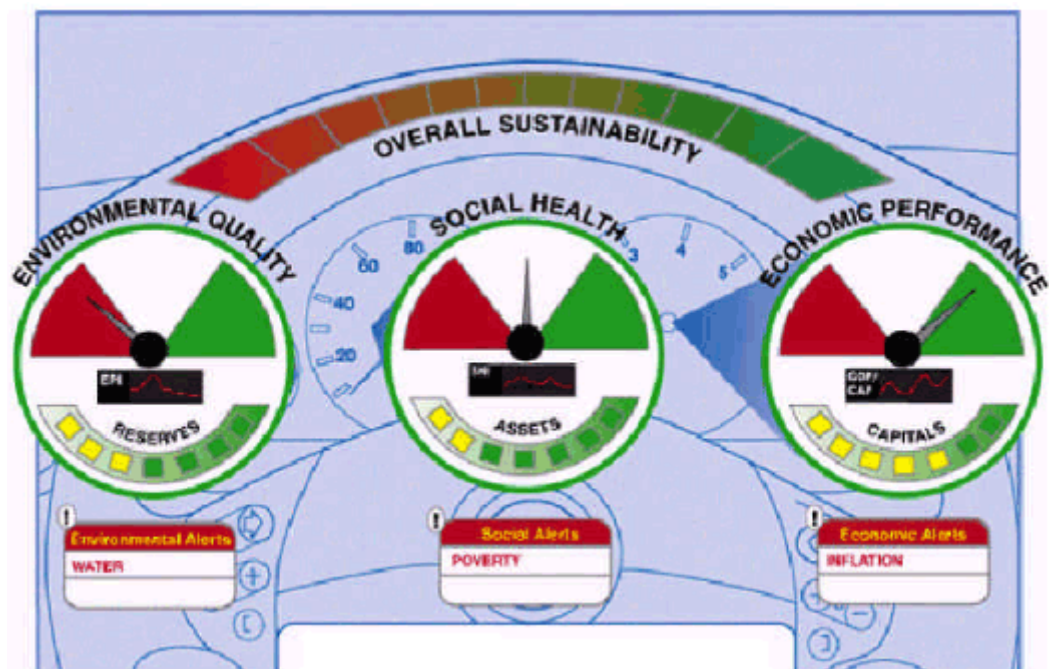
Países	População 2010 (em mil)	% mundial	PIB (ppp \$) 2010 (milhões)	% mundial	Pegada per capita 2007	Pegada total 2007 (gha)	% sobre 13,4 bilhões de gha
China	1.354.146.000	19,60	10.084.369	13,63	2,2	2.979.121.200	22,23
Índia	1.214.464.000	17,58	4.001.103	5,41	0,9	1.093.017.600	8,16
EUA	317.641.000	4,60	14.624.184	19,76	8,0	2.541.128.000	18,96
Indonésia	232.517.000	3,37	1.027.437	1,39	1,2	279.020.400	2,08
Brasil	190.733.000	2,76	2.181.677	2,95	2,9	553.125.700	4,13
Mundo	6.908.688.000	100,00	74.004.249	100,00	2,7	18.653.457.600	139,20

Fonte:

O *Dashboard of Sustainability* – Painel de Controle da Sustentabilidade evoluiu do trabalho em conjunto de dois importantes grupos ligado à sustentabilidade e indicadores no fim dos anos 1990, o *Consultative Group on Sustainable Development Indicators* e o *Bellagio Fórum for Sustainable Development*.

Este indicador é constituído de medidas agregadas em três dimensões da sustentabilidade: a economia, a social e a ambiental. Com este indicador é possível calcular o Índice de Desenvolvimento Sustentável (*Sustainable Development Index – SDI*). Como apresenta Van Bellen (2005, p. 256) o *Dashboard of Sustainability* “são unidades de informação que resumem as características de um sistema ou realçam algum ponto deste sistema.” O desempenho dos índices é representado por cores que variam do verde ao vermelho para cada dimensão. Todos os índices de cada dimensão possuem valores iguais e os três índices contribuem igualmente para o cálculo do índice geral da sustentabilidade (SDI) e foi desenvolvido para avaliar a sustentabilidade das empresas levando em consideração as interações entre as dimensões do desenvolvimento sustentável como um todo e não separadamente.

Figura 9- Dashboard of Sustainability



Fonte: <http://www.scielo.br/img/revistas/asoc/v7n1/23537f1.gif>

O *Barometer of Sustainability* foi desenvolvido para auxiliar agências governamentais e não governamentais tomadores de decisões e indivíduos atuando na área do

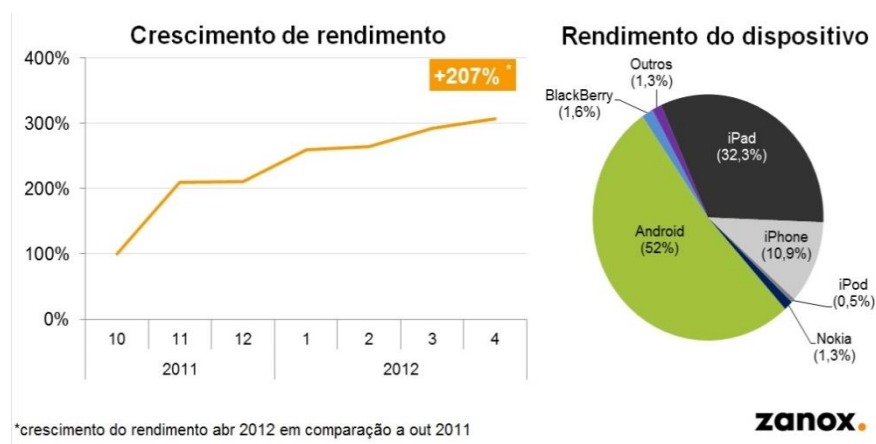
desenvolvimento sustentável em nível nacional, regional e/ou urbano. Esta ferramenta foi desenvolvida pelo *The World Conservation Unit* (IUCN) e o *The International Development Research Centre* (IDRC) visando principalmente a avaliação da sustentabilidade de um sistema econômico.

O *Barometer of Sustainability* é uma ferramenta que permite combinação de indicadores e chega a seus resultados por meio de índices. Sua principal característica é a capacidade de agregar indicadores, utilizando muitos dados, por vezes contraditórios. Uma escala de desempenho avalia a importância de cada índice para o indicador baseado nos outros índices existentes, desta forma, o *Barometer of Sustainability* mensura os aspectos mais representativos do sistema através de indicadores do meio ambiente e do bem estar da sociedade. O conceito de desenvolvimento sustentável pode ser estendido através de três etapas interligadas:

1. **Globalidade:** as pessoas fazem parte do ecossistema e tem importância igual ao ecossistema no modelo de sustentabilidade.
 2. **Questionamento:** devem-se levantar questões relevantes que possam esclarecer a natureza e a intensidade das interações, pessoas e ecossistema.
 3. **Foco Nas Pessoas:** ao elaborar o indicador, devem-se levar em conta que as pessoas são as fontes dos problemas quanto de suas soluções. O indicador deve possibilitar a motivação e influência das pessoas.
- (LOURENÇO, 2012, p. 12)

A principal vantagem deste indicador é sua abordagem holística, que integra o bem estar humano com o meio ambiente.

Figura 10 - *Mobile Performance Barometer* - Brasil



Fonte: <http://blog.zanox.com/br/zanox/wp-content/uploads/2012/07/Mobile-Performance-Barometer-Brazil.jpg>

Apesar das similaridades, cada indicador tem um enfoque específico que os distingue. No caso do “*Ecological Footprint*”, a ferramenta equaciona a sustentabilidade à capacidade de recuperação do ecossistema, criando os limites da sustentabilidade para uma determinada região. Já o “*Dashboard of Sustainability*” utiliza indicadores em três áreas consideradas críticas para a sustentabilidade: a economia, a social e a ambiental. Finalmente, o “*Barometer of Sustainability*” busca auxiliar na tomada de decisão por parte dos agentes de desenvolvimento baseado na composição de várias variáveis e fazendo uso de uma escala de desempenho que padroniza as medições de todos.

De acordo com Pereira, Silva e Carbonari (2011, p. 93-98) o Balanço Social Ibase, os Indicadores Ethos de Responsabilidade Empresarial, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), o Relatório de Sustentabilidade Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index World – DJSI) e os Relatórios de Sustentabilidade GRI, também são utilizados para medir os impactos das organizações nas áreas ambiental, social e econômica, como apresentado no quadro 1.

Figura 11 - Indicadores de Sustentabilidade

Indicador	Conceito
Balanço Social Ibase	Criado em 1997, pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), é um demonstrativo publicado anualmente que reúne informações sobre projetos, benefícios e ações sociais voltados para funcionários, investidores, analistas de mercado, acionistas e comunidade, ou seja, seus <i>stakeholders</i> .
Indicadores Ethos de Responsabilidade Empresarial	O Instituto Ethos criou, em 2000, indicadores que consistem em um sistema de avaliação do estágio em que se encontram as práticas de responsabilidade social em uma empresa, é um instrumento de autoavaliação. Esses indicadores são revisados periodicamente com base no diálogo com os <i>stakeholders</i> e está estruturado em forma de questionário abordando: Valores e Transparência, Público Interno, Meio Ambiente, Fornecedores, Consumidores e Clientes, Comunidade, Governo e Sociedade.
Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)	No Brasil, a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) lançou em 2005 o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), que reflete o retorno de uma carteira composta por ações de empresas reconhecidamente comprometidas com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial. Tem o objetivo de atuar como promotor de boas práticas no meio empresarial brasileiro.
Relatório de Sustentabilidade Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index World – DJSI)	Indicador de desempenho financeiro, lançado em 1999. Foi o primeiro na área entre as empresas globais líderes em sustentabilidade. As empresas que constam deste índice, indexado à bolsa de Nova York, são classificadas como as mais capazes de criar valor para os acionistas, no longo prazo, por meio de uma gestão de riscos associados tanto a fatores econômicos quanto ambientais e sociais.
Relatórios de Sustentabilidade GRI	Para mensurar e divulgar os impactos socioambientais de suas atividades, as empresas produzem relatórios de sustentabilidade. O modelo proposto pela Global Reporting Initiative (GRI) foi lançado em 2000 e é

	continuamente melhorado por meio do engajamento <i>multistakeholder</i> que envolve especialistas de mais de 500 organizações e mais de 50 países. Este modelo de relatório pode ser usado por qualquer tipo e tamanho de organização e busca compartilhar globalmente uma estrutura de conceitos, uma métrica e uma linguagem coerente.
--	--

Fonte: adaptado de PEREIRA; SILVA; CARBORNARI (2011, p. 93-98 apud BRONDANI, 2015).

2. RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

2.1 Modelo de Relatório GRI

Segundo *Global Reporting Initiative*, um Relatório de Sustentabilidade é um relatório que a organização pública sobre os impactos causados por suas atividades econômicas, sociais e ambientais. Ele apresenta também modelo e valores de governo da organização, que demonstra a sua estratégia e o seu compromisso diante a ligação com uma economia global sustentável.

Cada vez mais se houve falar em um número crescente de empresas que querem tornar suas operações mais sustentáveis e assim contribuir para um melhor desenvolvimento sustentável. Esse modelo pode ajudar melhor as empresas a medir, comunicar e compreender ainda mais seus direitos econômicos, desempenho social e uma governança ambiental. Sustentabilidade é a capacidade de algo durar por muito tempo, por isso esse relatório é baseado no desempenho em quatro áreas chaves (Estratégia obstrutiva – Estratégia defensiva – Estratégia acomodativa – Estratégia proativa (Fig. 3). Ele ajuda as empresas a medir seus impactos causados pelas suas experiências, e ajuda a definir metas e gerir mudanças. É a plataforma chave para a comunicação dos desempenhos de sustentabilidade e impactos, tanto positivos como negativos.

Para se elaborar um relatório periodicamente, a organização tem que configurar um ciclo de relatórios, é feita uma coleta de dados, comunicação e respostas, isso significa, que se seu desempenho sustentável é monitorado de uma forma contínua, esses dados podem ser fornecidos regularmente para os tomadores de decisões, para que essa estratégia e a política da organização possam ser moldadas para um melhor desempenho.

Portanto o Relatório de Sustentabilidade é um recurso vital para gestão da mudança para uma economia global sustentável, para que seja uma combinação de rentabilidade de longo prazo e um comportamento ético, justiça social e cuidada ambiental.

O Relatório de Sustentabilidade pode também ser considerado como um sinônimo de outros termos, como os relatórios não financeiros, relatórios *triple bottom line*, responsabilidade social (CSR), relatórios corporativos e outros, é um elemento intrínseco da comunicação integrada, é um desenvolvimento mais recente que combina a análise do não financeiro com o desempenho financeiro, e está aumentando cada vez mais entre empresas e organizações de todos os portes.

Foi na década de 60 segundo Amélia Gonzáles em uma de suas pesquisas feita através do livro de Luiz Fernando Souza Pinto “Gestão Cidadã” divulgada em seu blog em 11/09/2013, que se começou a ouvir falar nos Estados Unidos, em corporações que foram publicados junto com os demonstrativos econômicos uma espécie de relatório com suas ações filantrópicas. Na verdade isso foi uma reação ao boicote explica ela, aos seus bens e ações incitado por grupos civis internacionais contrários dos Estados Unidos na Guerra do Vietnã. O registro oficial do primeiro balanço social na história do mundo foi feito pela norte americana Singer, em 1972, foi o ano da Conferencia de Estocolmo, já aqui no Brasil, a primeira publicação foi feita pela baiana Nitrofértil, em 1984, antes disso, na França em 1977 passou-se uma lei a ser obrigatória a empresa a fazerem essa divulgação, mas ainda restrita a área trabalhista, pois no mundo todo os balanços sociais ou relatórios como hoje são chamados são publicações voluntárias.

A jornalista ainda relata que em 1997 com um texto publicado em um jornal que movimentou os empresários brasileiros da época, o sociólogo Herbert de Souza, mais conhecido como Betinho, fez com que os grandes empresários pensassem de ter não somente um balanço social financeiro, mas sim um conjunto social para que a sociedade tomasse conhecimento do quanto às empresas já tinham avançado e do quanto ainda teriam que melhorar nessa questão ambientalista. Esse texto divulgado gerou muita polemica, foi quando as ONGs lideradas por Betinho IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Social e Econômico) começou a campanha para divulgação de seus balanços social anuais, para que fosse passada uma mensagem de que esse seria o primeiro passo para uma empresa se tornasse realmente uma “Empresa cidadã”, quando foi em 1998, os empresários criaram o instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, para ajudar as empresas que fossem gerir seus negócios de uma maneira mais responsável, e assim incorporando a planilha proposta pelo Ibase, criaram outros modelos de relatório de sustentabilidade para que as empresas aqui no Brasil possam ter a sua disposição, que são os modelos Ibase, o modelo Ethos e o modelo GRI, lançado em 1997 pelo PNUMA, com o objetivo de lançar um modelo padrão de balanço internacional.

A GRI surgiu no Brasil como uma iniciativa após a Conferencia da Rio-92, segundo Almeida (2012, p. 22), no seu livro Desenvolvimento Sustentável 2012-2050, o autor relata que após essa conferencia, cuja Agenda 21 reconheceu a necessidade do setor privado divulgar anualmente seus registros ambientais, como uso de energia e recursos naturais, pois os padrões de relatórios existentes não permitiam que as empresas pudessem divulgar ou fornecer dados sobre suas ações econômicas, ambientais e sociais, por isso a criação da GRI,

em 1997, teve a necessidade do seu desenvolvimento, com o objetivo de proporcionar uma estrutura conceitual para relatórios de sustentabilidade, para que as organizações possam medir e relatar suas contribuições para o meio ambiente.

Reconhecendo essa importância, baseada nos *stakeholders*, a GRI incorporou tanto na sua filosofia quanto em seu modelo de governança. Essas diretrizes para elaboração de relatórios da GRI, que oferecem indicadores de desempenhos do tripé e orientações para relatórios, são desenvolvidas por um processo *multistakeholder*, tendo envolvimento de representantes das empresas, organizações de contabilidade, ONGs e instituições acadêmicas, mas isso será explicado mais a frente detalhadamente, pois a GRI é um centro de colaboração do PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente). Essa governança reflete essa diversidade e crença de que os *multistakeholders* proporcionam uma variedade de qualidade de informações necessárias para que esse material seja utilizado e respeitado amplamente.

Almeida (2012, p. 24), ainda relata que hoje a GRI é a mais abrangente estrutura conceitual do mundo para medir e fazer q divulgação de dados sobre os aspectos econômicos, ambientais e sócias, que antes eram ausentes, e hoje juntamente com *stakeholders* as empresas na maioria delas estão utilizando esse relatório para entenderem melhor quais os desafios e as oportunidades que as organizações têm diante de si e tomar medidas adequadas, assim podendo reagir cada vez melhor às pressões sofridas por parte de legisladores, investigadores, empregados e clientes.

Será mesmo possível que a nossa economia mude que venha se tornar uma economia verde? Com toda certeza, e a mudança está partindo das empresas que estão usando informações sobre sustentabilidade para elaborar seus planos de negócios para longo prazo. (ALMEIDA, 2012, p. 24).

Hoje as empresas passaram a ver nos balanços sociais, mais uma oportunidade para apresentar ao público suas ações, explica a jornalista Amélia Gonzalez, e também é uma forma de diferenciar a sua marca, assim as grandes corporações já internalizaram a tarefa de fazer os seus relatórios anualmente, e muita já tem seus setores exclusivos para isso. Foram lançados vários livros com muitas informações, para que cada empresa possa se adequar com um modelo de relatório, e em uma teleconferência a vice diretora da GRI, Nelmara Arbex, apresentou novos estudos para uma nova versão dos indicadores da GRI, e ainda disse que a empresa tem que mudar sua gestão com base em dois dados, sendo eles, os recursos naturais é finito e as questões sociais também podem colocar um limite em suas ações, podendo assim

continuar existindo e se transformando, disse ainda que elaborar relatórios seria uma parte da gestão e que já há uma forte tendência para nova versão, essas que serão explicadas ao longo dos capítulos.

Hoje existem mais de cinco mil empresas em todo o mundo que fazem seus relatórios seguindo o modelo GRI, mas de 10 a 15 mil fazem nos dois formatos, relata a vice presidente da GRI, e disse como conectar os relatórios com os impactos socioambientais, valores éticos e governança, é um movimento que só está começando, e que a necessidade é grande e o caminho é longo, o setor que mais precisa mostrar transparência é o de agronegócios, disse a vice-presidente. Com tudo o movimento avança, e a mensagem que a executiva passou foi a mais contundente com relação a extensão dos relatórios, o GRI , segundo ela, não quer saber daqueles relatórios enormes, conta Amélia, com muitas páginas, o novo relatório vai se basear na última versão, sendo mais concisos, mostrando exatamente o que a empresa está fazendo, quais seus impactos e quais medidas serão tomadas para evitar muito estrago, é preciso considerar que emissões e ações diminuídas em prol do desenvolvimento sustentável é mais importante, assim esse será o foco maior do relatório, com todos os detalhes que ajudam a promover essa mudança, conclui Nelmara, vice presidente da GRI.

2.1.1 Níveis de Aplicação da GRI

A *Global Reporting Initiative* – GRI apresentou um crescimento significativo nos últimos anos em número de empresas que utilizam essa metodologia. O conjunto de diretrizes e indicadores da GRI proporciona a comparabilidade, credibilidade, periodicidade e legitimidade da informação na comunicação do desempenho social, ambiental e econômico das organizações que utilizam a metodologia (LEITE FILHO; PRATES; GUIMARÃES, 2009).

A GRI tem suas bases de relatórios na terceira geração do modelo, GRI-G3, o que mostra um empenho na melhoria contínua dos indicadores e sua adoção por diferentes países.

Para indicar que um relatório é baseado na GRI, os relatores devem declarar o nível aplicado à estrutura de relatório. Os níveis fornecem um ponto de partida para organizações que elaboram o relatório pela primeira vez, incentivando e reforçando a importância de uma abordagem progressiva para a elaboração de relatórios que aumenta a exigibilidade ao longo do tempo. Podendo ocorrer de forma autodeclarado ou pela verificação externa. Os três níveis

de aplicação do relatório são intitulados A, B e C. Os critérios de relato encontrados em cada um dos níveis indicam a evolução da aplicação ou cobertura da estrutura de relatórios da GRI.

Uma organização poderá autodeclarar um ponto a mais (+) em cada nível (por exemplo, C+, B+, A+), caso tenha sido utilizada verificação externa do relatório.

Segundo Almeida (2005, p. 152) diz que:

Um dos mais consistentes esforços para consolidar diversas iniciativas e chegar a um consenso quanto à normatização das informações ambientais é o GRI (*Global Reporting Initiative*). Trata-se de um esforço internacional, iniciado em 1997 pela CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*), pelo programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente e por diversos *stakeholders*, para desenvolver e institucionalizar diretrizes e padrões para os relatórios de desempenho ambiental, econômico e social das companhias.

(ALMEIDA, 2005, p. 152)

Em 1999 foram elaboradas as Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative* (site GRI), lançado em 2001. Em 2002 sofreu a primeira atualização, publicada em 2004 no Brasil, e outra atualização em 2006, chamada de G3, referenciando a terceira geração de indicadores. O lançamento da GRI G3 representou uma grande evolução para os relatórios de sustentabilidade, pela forma que foi revisado, que envolveu mais de 4000 pessoas de todo o mundo para o seu aperfeiçoamento. Para assegurar alto grau de qualidade técnica, credibilidade e relevância, a estrutura de relatórios de sustentabilidade da GRI é desenvolvida e continuamente melhorada por meio do engajamento de diversos *stakeholder*, que envolve organizações relatoras e especialistas que, juntos, desenvolvem e revisam o conteúdo da estrutura do relatório.

As diretrizes apresentadas pelo relatório abordam a sustentabilidade, buscando um equilíbrio entre o desempenho econômico, social e ambiental, o chamado *triple bottom line*.

As Diretrizes devem ser usadas como base para todo o processo de elaboração do relatório, ela é o pilar em que se apoiam todas as outras orientações para a elaboração de relatórios e apresentam o conteúdo considerado relevante para organizações de qualquer porte, setor ou localidade. As Diretrizes contêm princípios de relatório e orientações, assim como um modelo de conteúdo do relatório – incluindo indicadores – que delinea uma estrutura de divulgação que as organizações podem adotar de forma voluntária, flexível e progressiva (site GRI).

A análise detalhada da estrutura da GRI mostra que o conjunto de diretrizes e indicadores proporciona a comparabilidade, credibilidade, periodicidade e legitimidade da

informação na comunicação do desempenho social, ambiental e econômico das organizações (RIBEIRO; GOMES; SOUZA, 2011).

Os relatórios baseados nas Diretrizes identificam informações relevantes e indispensáveis para a maioria das organizações e úteis para as partes interessadas.

A sua estrutura é, portanto, dividida em três áreas que se comunicam através de informações-padrão:

Perfil: informações que estabelecem o contexto geral para a compreensão do desempenho da organização, tais como a sua estratégia, perfil e governança.

Abordagem de Gestão: informações que indicam a forma como uma organização aborda um determinado conjunto de aspectos, clarificando o contexto para a compreensão do desempenho numa área específica.

Indicadores de Desempenho: produzem informações comparáveis sobre o desempenho econômico, ambiental e social da organização.

2.1.2 Diretrizes

Com base definição contida no manual divulgado em 2013 pela *Global Reporting Initiative* para implementação das diretrizes G4, que consistem nas mais recentes exigências da GRI para elaboração do relatório de sustentabilidade até o momento, as diretrizes são:

Uma referência internacional para todos os interessados na divulgação de informações sobre a forma de gestão das organizações, seu desempenho ambiental, social e econômico e impactos nessas áreas. As Diretrizes oferecem subsídios valiosos para a elaboração de qualquer tipo de documento que exija essa divulgação. (GRI, 2013, p. 5)

A partir de tal definição podemos observar que as diretrizes contribuem para haver um padrão que se segue em nível internacional, afim de facilitar as publicações fornecendo um modelo a ser seguido, como também a sua leitura e interpretação; vale ressaltar que tais normas estão sempre passando por mudanças, de acordo com o escrito em GRI (2013, p. 5) tais mudanças são “desenvolvidas por meio de um processo que envolve diversos *stakeholders*, entre os quais representantes de empresas, trabalhadores, sociedade civil e mercados financeiros, auditores e especialistas em diversas áreas”, trabalhando em conjunto, para que se mantenham atualizadas tais diretrizes, e desta forma alinhadas a realidade de um cenário competitivo mundial que a cada momento torna-se mais competitivo e exigente.

E atualmente tal exigência provem não só das organizações envolvidas no processo produtivo de determinado produto ou serviço mas também, por parte dos consumidores, que passam a cobrar cada vez mais das organizações a procedência de seus produtos e serviços, como podemos observar no artigo de Felipe Pontes publicado na revista Galileu onde expõe a extração de forma escrava que é controlada por grupos rebeldes, envolve inclusive mão de obra infantil e posterior comercialização de minérios (cujas rotas estão descritas na figura 13) como o tântalo, o tungstênio, o estanho e o ouro, para grandes empresas internacionais, a fim de angariar subsídios para manter em curso uma guerra civil que se segue na República Democrática do Congo.

E cumprindo o propósito de facilitar, as Diretrizes se dividem em duas partes, como mostra o manual GRI (2013, p. 7), que são “Princípios para Relato e Conteúdos Padrão” e “Manual de Implementação”, onde a primeira parte (Princípios para Relato e Conteúdos Padrão), contém os princípios e critérios que devem ser aplicados para que o relatório de sustentabilidade esteja de acordo com as diretrizes contendo até as definições de termos-chave; já a segunda parte (Manual de Implementação), explica como aplicar os princípios e critérios, e como estruturar as informações a serem publicadas.

Após isso, a organização poderá optar por dois tipos de relatórios: essencial e abrangente, e são escolhidos com base na gama de informações que a empresa possui para inserir no relatório de sustentabilidade, ou seja, se uma organização deseja publicar o seu relatório de sustentabilidade, mas por ser de pequeno porte dificilmente conseguirá ter todas as informações exigidas pelo modelo abrangente, por isso ela poderá optar pelo modelo essencial; Feito isto, de acordo com o escrito pela GRI (2013, p. 8), a organização terá que observar algumas particularidades do modelo escolhido, são elas:

- Identifique os conteúdos padrão gerais necessários para a opção “de acordo” escolhida.
- Verifique se há conteúdos padrões gerais que se aplicam ao setor no qual a organização atua. Os Conteúdos Setoriais da GRI podem ser encontrados em: www.globalreporting.org/reporting/sector-guidance/Pages/default.aspx.
- Leia os Princípios para Assegurar a Qualidade do Relatório.
- Planeje os processos para divulgar os conteúdos padrão gerais.
- Consulte as informações apresentadas no Manual de Implementação para saber como divulgar os conteúdos padrão gerais.
- Dedique tempo e atenção suficientes para abordar todos os elementos previstos para os conteúdos padrão gerais na seção “Aspectos Materiais Identificados e Limites”. Esses conteúdos gerais constituem um elemento central das duas opções “de acordo” e devem ser divulgados para ambas. Para esse fim:– Leia os Princípios para Definição do Conteúdo do Relatório; – Leia as três etapas para a definição de

Aspectos materiais e Limites, apresentadas no Manual de Implementação, e use o recurso visual oferecido para essas etapas. (GRI, 2013, p. 8)

Após cumprir todas as etapas mencionadas acima e observar as exigências específicas para seu setor de atuação disponíveis nas cartilhas orientativas do GRI, a organização terá em mãos todas as informações necessárias para a publicação de seu relatório de sustentabilidade, podendo até perceber que há informações suficientes para atender as exigências do modelo Abrangente de relatório, e posteriormente optar por ele.

Dissertando agora sobre as exigências dos modelos Essencial e Abrangente, que a princípio se subdividem em conteúdos padrões gerais e específicos, podemos acompanhar as figuras contidas em anexo afim de compreender a estrutura e gama de informações necessárias para cada modelo.

Nas figuras 24 e 25 exibidas no anexo, é possível observar a estrutura do relatório GRI, com a disposição de cada tópico listado anteriormente, de acordo com as diretrizes do modelo G4 de publicação, para o modelo Essencial e Abrangente, cada um de acordo com suas particularidades e exigências específicas, sem as quais o GRI não o considera um relatório válido.

O manual GRI (2013, p. 24 – 42) em consonância com as figuras 24 e 25 exibidas no anexo, nos mostram então a seguinte divisão: Conteúdo padrão geral (Estratégia e Análise; Perfil Organizacional; Aspectos Materiais Identificados e Limites; Engajamento de *Stakeholders*; Perfil do Relatório; Governança; Ética e Integridade), Conteúdos padrão específicos (Informações sobre a Forma de Gestão; Indicadores).

Onde estratégia e análise trata das informações fornecidas em outras partes do relatório com o fim de oferecer perspectivas sobre tópicos estratégicos de cunho estratégico.

Perfil organizacional aborda uma visão geral das características da empresa em questão, preparando o relatório para a inserção de informações mais detalhadas baseando-se nas outras seções.

Aspectos materiais identificados e Limites, refere-se aos conteúdos relativos aos processos adotados pela organização para definir o conteúdo do relatório.

Engajamento de *stakeholders* aborda o engajamento dos *stakeholders* da organização no período analisado pela comissão responsável pelo relatório.

Perfil do Relatório determina as informações básicas sobre o relatório, o Sumário e a abordagem adotada afim de possibilitar a verificação externa.

Governança irá discorrer a respeito do papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na definição do propósito, valores e estratégia da organização.

Ética e Integridade irá tratar dos valores, princípios, padrões e normas da organização.

Informações sobre a Forma de Gestão, permite à organização explicar como os impactos econômicos, ambientais e sociais relacionadas a aspectos materiais são geridos.

E por último mas não menos importante os Indicadores que serão abordados de forma mais específica adiante, mas princípio vale saber que fornecem informações sobre o desempenho ou impactos econômicos, ambientais e sociais da organização relacionados aos seus Aspectos materiais.

2.1.3 Indicadores

Assim como escrito anteriormente que os indicadores fornecem informações sobre o desempenho ou impactos econômicos, ambientais e sociais da organização relacionados aos seus Aspectos materiais.

Mas o que são os aspectos materiais? O manual GRI (2013, p. 47), nos mostra que os “aspectos materiais são aqueles que refletem impactos econômicos, ambientais e sociais significativos da organização ou influenciam substancialmente as avaliações e decisões de *stakeholders*”.

Figura 12- Indicadores e os sub itens que os integram

Categoria	Econômica	Ambiental		
Aspectos ^{IV}	<ul style="list-style-type: none"> • Desempenho Económico • Presença no Mercado • Impactos Económicos 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			
Sub-categorias	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente	Direitos Humanos	Sociedade	Responsabilidade pelo Produto
Aspectos ^{IV}	<ul style="list-style-type: none"> • Emprego • Relações entre Trabalhadores e Empregadores • Saúde e Segurança no Trabalho • Treinamento e Educação • Diversidade e Igualdade de Oportunidades • Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens • Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas • Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Práticas Trabalhistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Investimentos • 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 G4

Podemos observar na figura 17 os indicadores sendo divididos, primeiramente em dois grupos, os aspectos e as subcategorias dos aspectos, sendo assim temos na parte superior da ilustração os aspectos e na parte inferior da respectiva ilustração as subcategorias dos referidos aspectos; após isso podemos observar ainda a descrição de cada aspecto que compõe cada indicador. Por exemplo: o primeiro indicador a ser exibido é o indicador da categoria Econômica tomando ele como exemplo afim de explicar os demais, vemos que é composto por: Desempenho Económico; Presença no Mercado; Impactos Económicos Indiretos e Práticas de Compra, sendo de carácter obrigatório a apresentação de informações para todas as

subcategorias por parte das organizações, e se assim não acontecer de acordo com o órgão do GRI (2013, p. 47), “a organização deve relatar se as informações apresentadas para um indicador não abrangem o limite identificado para o Aspecto material nos conteúdos gerais G4-20 e G4-21.”.

Os indicadores essenciais foram desenvolvidos por meio dos processos *multistakeholders* da GRI, que visam identificar os indicadores geralmente aplicáveis e considerados relevantes para a maioria das organizações. A organização deverá relatar os indicadores essenciais, a menos que eles demonstrem não estar alinhados aos princípios de relatório da GRI. Os indicadores adicionais representam práticas emergentes ou tratam de temas que podem ser relevantes para algumas organizações, mas não para outras (GRI 2013).

Quando finalizado o relatório de sustentabilidade, deverá ser declarado pelos relatores o nível de aplicação da estrutura de relatório GRI. Essa declaração fornece aos relatores, uma visão ou possibilidades da aplicação da estrutura do relatório GRI, e passam ao longo do tempo e aos usuários transparência e clareza sobre até que ponto foi aplicado à estrutura do relatório na sua elaboração.

Declarar o nível de aplicação implica uma comunicação clara e transparentes de quais elementos da estrutura de relatórios da GRI foram aplicados na elaboração do relatório, os relatores iniciantes utilizam - nível C, os relatores intermediários – nível B, e os relatores avançados – nível A. Os critérios de relato encontrados em cada um dos níveis indicam a evolução da aplicação ou cobertura da estrutura de relatórios da GRI.

O relatório deverá possibilitar na sua elaboração: clareza, exatidão, periodicidade, comparabilidade e confiabilidade. A preparação das informações deverá ser coerente com esses princípios, que orientam a elaboração, para assegurar a qualidade das informações relatadas, incluindo sua apresentação. Todos eles são fundamentais para uma transparência efetiva (site GRI).

O Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE da Bovespa relaciona as empresas que atendem quesitos de sustentabilidade e podem divulgar seus relatórios de sustentabilidade de acordo com o modelo da GRI e que evidenciaram de forma transparente às partes interessadas seus projetos em ações socioambientais.

Observe que tais tópicos são de extrema importância para o GRI, sendo assim, vale os conhecer de forma mais específica.

2.1.3.1. Econômico

Os indicadores de Desempenho Econômico são apresentados por 9 indicadores estruturados para apresentar informações sobre:

Desempenho econômico da organização: Apresentam o valor econômico direto gerado e distribuído, os riscos de oportunidade, planos de benefícios oferecidos aos funcionários, e disponibiliza informações acerca do apoio significativo recebido do governo, quando houver.

Presença no mercado: Retrata as políticas e práticas que abranjam os fornecedores e comunidades impactadas pelas atividades da empresa, procedimentos para contratação local e proporção dos cargos de gestão, como também relação entre o salário mais baixo e o salário mínimo pagos aos empregados.

Impactos econômicos indiretos: Dispõe sobre o desenvolvimento dos impactos em infra-estrutura em gênero ou pro bono, como também a descrição dos impactos significativos econômicos provocados e sua extensão.

De acordo com GRI (2013, p. 48) “a dimensão econômica da sustentabilidade diz respeito aos impactos da organização sobre as condições econômicas de seus *stakeholders* e sobre sistemas econômicos em nível local, nacional e global.”.

- O fluxo de capital entre as diferentes partes interessadas;
- Os principais impactos econômicos da organização sobre toda a sociedade;
- O desempenho financeiro é fundamental para compreender uma organização e a sua própria sustentabilidade. No entanto, esta informação é habitualmente disponibilizada nas demonstrações financeiras. A informação que raramente surge nos relatórios, apesar de ser freqüentemente desejada pelos seus utilizadores, é a contribuição da organização para a sustentabilidade de um sistema econômico alargado.

Como nos mostra o GRI (2013, p. 9) tal indicador é responsável por mensurar: “Desempenho Econômico; Presença no Mercado; Impactos Econômicos Indiretos; Práticas de Compra.”.

2.1.3.2 Ambiental

Este indicador é composto por:

- **Materiais:** Materiais utilizados por peso e volume.

- Energia: Consumo direto e indireto de energia discriminado por fonte, estratégias para economizar energia e preservar as fontes, utilização de fontes de energia renováveis, e iniciativas para reduzir o consumo e economizar energia.
- Água: Consumo total de água, direto e indireto, discriminado por fonte, recursos hídricos significativamente afetados, porcentagem e volume de água reciclada ou reutilizada.
- Biodiversidade: Discriminação de áreas e terrenos protegidos, abrangidos pelas atividades da empresa, impactos significativos sobre áreas protegidas, habitats protegidos ou recuperados, gestão dos impactos na biodiversidade.
- Emissões, efluentes e resíduos: Emissão de gases que ocasionam o efeito estufa e destroem a camada de ozônio, iniciativas para reduzir tais efeitos; tratamento dos resíduos, número de derrames significativos, dimensão de habitats, recursos hídricos afetados pela descarga de água e escoamento.
- Produto e serviço: Iniciativas para mitigar os impactos ambientais provocados pelos produtos e serviços.
- Transporte: Impactos ambientais significativos, resultantes do transporte de produtos e outros bens ou matérias-primas utilizados nas operações da organização.
- Conformidade: Multas e sanções decorrentes de irregularidades.

De acordo com GRI (2013, p. 48) “diz respeito aos impactos da organização sobre ecossistemas, incluindo Aspectos bióticos e abióticos (ex.: solo, ar e água).”.

É válido afirmar também abrange, as interferências da organização relacionadas à flora e fauna, logística e a produtos e serviços.

Como podemos observar de acordo com o GRI (2013, p. 9) tal indicador responsabiliza-se por mensurar: “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.”.

A dimensão ambiental da sustentabilidade refere-se aos impactos da organização nos sistemas naturais vivos e não-vivos, incluindo ecossistemas, solos, ar e água. Os indicadores ambientais abrangem o desempenho relacionado com os consumos (por ex., matérias-primas, energia, água) e com a produção (por ex., emissões, efluentes, resíduos). Estes indicadores englobam ainda o desempenho relacionado com a biodiversidade, com a conformidade ambiental e com outras informações relevantes, tais como despesas com o meio ambiente e os

impactos de produtos e serviços. São apresentados por 30 indicadores apresentados de seguinte forma:

2.1.3.3 Social

Este indicador é composto por: Emprego; Relações Trabalhistas; Saúde e Segurança no Trabalho; Treinamento e Educação; Diversidade e Igualdade de Oportunidades; Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens.

De acordo com GRI (2013, p. 48) “A dimensão social da sustentabilidade diz respeito aos impactos da organização sobre os sistemas sociais em que ela atua.”.

Tal indicador se sub-divide em: “Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente; Direitos Humanos; Sociedade; Responsabilidade pelo Produto”, tais subdivisões serão abordadas nos tópicos seguintes.

2.1.3.3.1 Práticas trabalhistas e trabalho decente

Os aspectos específicos que surgem na categoria “Práticas Trabalhistas” alicerçam-se em normas universais e reconhecidas internacionalmente, como por exemplo:

- Declaração Universal dos Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas e respectivos Protocolos;
- Convenção das Nações Unidas: Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos;
- Convenção das Nações Unidas: Pacto Internacional sobre Direitos Econômicos, Sociais e Culturais;
- Declaração da OIT (Organização Internacional do Trabalho) relativa aos Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho de 1998 (em particular as oito principais convenções da OIT);
- Declaração e Programa de Ação de Viena.
(GRI, 2013, p. 65)

Os indicadores de Práticas Trabalhistas são apresentados por 8 indicadores estruturados da seguinte forma:

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.
(GRI, 2013, P. 6)

De acordo com GRI (2013, p. 64) “Os Aspectos abordados na Subcategoria relativa a Práticas Trabalhistas baseia-se em normas universais internacionalmente reconhecidas.”.

Tal indicador é responsável por mensurar o percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a práticas trabalhistas, impactos negativos significativos reais e potenciais para as práticas trabalhistas na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito, número de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal.

2.1.3.3.2 Direitos Humanos

Os indicadores de desempenho relativos aos direitos humanos requerem que as organizações incluam nos seus relatórios a importância dada aos impactos dos Direitos Humanos, através dos investimentos e das práticas de seleção de fornecedores/empresas contratadas. Adicionalmente, estes indicadores de desempenho incluem ainda a formação dos funcionários e do pessoal de segurança em direitos humanos, abrangendo também a não-discriminação, a liberdade de associação, o trabalho infantil, o trabalho forçado e escravo, e os direitos dos indígenas.

Este indicador é composto por:

Investimentos; 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 Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas; Mecanismos de Queixas e Reclamações Relacionadas a Práticas Trabalhistas.
(GRI, 2013, p. 6)

Os indicadores de Direitos Humanos estruturados da seguinte forma:

Práticas de investimento e de aquisições: Percentagem e número total de contratos de investimento significativos que incluam cláusulas referentes aos direitos humanos, fornecedores e empresas contratadas submetidas a avaliação relativa aos direitos humanos, funcionários e operações que receberam treinamento e orientação quanto aos procedimentos relativos aos aspectos dos direitos humanos.

De acordo com GRI (2013, p. 70) “aborda até que ponto processos foram implementados, casos de violações de direitos humanos e mudanças na capacidade de *stakeholders* de desfrutar e exercer seus direitos humanos.”.

2.1.3.3.3 Sociedade

Os indicadores de desempenho relativos à sociedade centram-se nos impactos que as organizações têm nas comunidades em que operam e na divulgação da forma como os riscos, resultantes de suas interações com outras instituições sociais são geridos e mediados. Procuram-se, em particular, informações sobre os riscos associados ao suborno e corrupção, à influência indevida na elaboração de políticas públicas e nas práticas de monopólio.

Este indicador é composto por: “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.”, (GRI, 2013, p. 6)

De acordo com GRI (2013, p. 76) “aborda os impactos gerados por uma organização na sociedade e em comunidades locais. Membros de comunidades têm direitos individuais.”.

2.1.3.3.4 Responsabilidade pelo produto

Os indicadores de desempenho referentes à responsabilidade pelo produto abordam os aspectos dos produtos e dos serviços da organização relatora que afetam diretamente os clientes: saúde e segurança, informações e rotulagem, marketing e privacidade. Estes aspectos são tratados, principalmente, através da divulgação dos regulamentos internos e o nível de cumprimento dos mesmos.

Este indicador é composto por: “Saúde e Segurança do Cliente; Rotulagem de Produtos e Serviços; Comunicações de Marketing; Privacidade do cliente; Conformidade.”.

De acordo com GRI (2013, p. 80) os aspectos abordados por este indicador”, se referem a produtos e serviços que afetam *stakeholders* diretamente e clientes em particular.”.

Cada categoria inclui informações sobre a forma de gestão e um conjunto correspondente de indicadores de desempenho essenciais e adicionais.

3. PESQUISA APLICADA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Objetivo da pesquisa

A presente pesquisa visa identificar se as grandes empresas de Marília e região que utilizam o relatório de sustentabilidade no modelo GRI e quais vantagens elas consideram ter por publicar um relatório de sustentabilidade.

3.2 Metodologia utilizada

Afim de embasar o presente trabalho e formar uma firme conclusão sobre a hipótese testada, será realizada uma pesquisa de campo quantitativa e qualitativa, onde tal termo de acordo com Creswell (2014, p.51) se caracteriza como, uma pesquisa que “é conduzida em um ambiente natural (o campo)” e por sua vez, “envolve o uso de múltiplos métodos” e “envolve raciocínio complexo que circula entre o indivíduo e o dedutivo” e também “é reflexiva e interpretativa (isto é, sensível às biografias/identidades sociais do autor)”.

Foi selecionada, de forma aleatória, uma amostra total de quinze empresas de grande porte, que possuem sua sede ou filial em Marília, onde cinco empresas pertencem ao setor da indústria, cinco ao setor do varejo e cinco ao setor de serviços, a fim de identificar a presença do relatório de sustentabilidade nos citados setores. De acordo com o SEBRAE (2015) o conceito de grande empresa se refere a empresas com “mais de 500 empregados” definição esta que também é adotada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em suas pesquisas de campo.

Após esta seleção foi realizada uma análise nos sites dessas organizações a fim de identificar se elas publicam e divulgam o relatório de sustentabilidade no modelo GRI. Para verificar as vantagens apresentadas por estas empresas ao publicar o relatório de sustentabilidade foi analisada a mensagem do Presidente, onde, normalmente, as organizações explicam as razões pelas quais optaram pelo modelo GRI.

3.3 Pesquisa Quantitativa

3.3.1 Setor industrial

3.3.1.1 Marilan

A empresa tem sua fábrica localizada em Marília – SP, e comercializa seus produtos no Brasil todo. Está neste ramo há 58 anos, fundada em 1956, pelo casal Maximiliano e Iracema Garla, hoje está classificada como a terceira maior fábrica de biscoitos do Brasil, com um parque fabril de 38 mil m² de área e possuindo 15 linhas de produção, as quais são responsáveis pela produção de 90 tipos de biscoitos, empregando 2300 funcionários.

A Marilan por sua vez não utiliza o relatório de sustentabilidade.

3.3.1.2 Bel Chocolates

Com sua unidade fabril estabelecida em Marília – SP, ocupando uma área de 11 mil m², criada em 1976, produzindo inicialmente apenas amendoim salgado, pé-de-moleque e pipoca, atualmente possui um variado mix de produtos exportando inclusive para vários países

Mas no tocante ao relatório de sustentabilidade a Bel chocolates, não possui.

3.3.1.3 Dori

Atualmente com os seus 40 anos de permanência no mercado, a Dori iniciou suas atividades em 1970 quando Augusto Spila se juntou à empresa que posteriormente ganhara o nome de Dori em homenagem a sua esposa Doraci, desde então a referida empresa vem aumentando seu porte produtivo e modernizando seu parque fabril chegando a capacidade produtiva em apenas um de suas fábricas de 9 mil toneladas por mês. Atualmente a Dori produz: confeitos, granulado, pastilhas, chocolates, balas de goma de amido, balas duras, mastigáveis, recheadas, pirulitos, balas, chicle, amendoim, chocolate.

A Dori possui várias estratégias sustentáveis das quais pode-se citar: participação no mercado de créditos de carbono, tendo acumulado já 80 mil créditos, e o sítio Ouro Verde, no qual a empresa investe de forma contínua para torna-lo cada vez mais uma referência de sustentabilidade de acordo com o Instituto Ambiental do Paraná.

Mas apesar de seus esforços sustentáveis a Dori não possui um modelo de relatório de sustentabilidade até o presente momento.

3.3.1.4 Sasazaki

Surgindo em 1943 está no mercado há 70 anos, conquistando a confiança dos consumidores pela qualidade de seus produtos, tem sua sede na cidade de Marília – SP. Iniciou sua história no mercado produzindo lamparinas artesanais com folhas de flandres recicladas. Após isso começou a fabricar equipamentos agrícolas, que possuíam a função de aumentar a eficiência dos agricultores, posteriormente iniciou no ramo de portas e janelas onde se mantem como umas das principais referências do mercado por sua qualidade.

A Sasazaki opta por manter processos que não danifiquem o meio ambiente, por sua vez não faz uso do relatório de sustentabilidade.

3.3.1.5 Nestle

Fundada por Henri Nestlé, instalou sua primeira fábrica no Brasil em 1921, em Araras – SP. Começou sua história no mercado nacional com a produção em 1925, de um dos seus produtos mais conhecidos hoje o leite condensado, sob a marca de Leite Moça. Conquistou o mercado nacional e atualmente a Nestle é detentora da maioria das marcas de sucesso do mercado, tais como Nescau, Passatempo, Molico.

A Nestle possui o relatório de sustentabilidade.

3.3.1.6 Tabela do setor industrial

Figura 13 - Análise das empresas do setor industrial

Empresas		Possui	Não Possui
Industria	3.3.1.1 Marilan		X
	3.3.1.2 Bel Chocolates		X
	3.3.1.3 Dori		X
	3.3.1.4 Sasazaki		X
	3.3.1.5 Nestle	X	

Fonte: Elaborada pelos autores

3.3.2 Setor de Varejo

3.3.2.1 Casas Bahia

O imigrante Samuel Klein havia chegado cinco anos antes ao Brasil e trabalhava como vendedor de porta em porta, até adquirir o estabelecimento comercial e iniciar sua promissora trajetória como comerciante. A primeira loja das Casas Bahia abriu suas portas em São Caetano do Sul, em 1957, e o nome foi escolhido como uma forma de homenagear e agradar o grande número de nordestinos que moravam na cidade. Em 1964, as lojas começaram a vender eletrodomésticos e, em 1970, já com sete filiais e a mascote “Baianinho”, foi criado o slogan “Dedicação total a você”. Começou o processo de expansão com abertura de unidades em São Paulo e Baixada Santista.

Com 60 anos de atuação no mercado nacional, tem atualmente cerca de 55 mil funcionários e estão em operação mais de 650 lojas Casas Bahia distribuídas em 18 Estados. É uma rede que comercializa eletrodomésticos, eletroeletrônicos, móveis e utilidades domésticas. A marca é administrada pela Via Varejo, companhia com ações negociadas na BMFBovespa e que se posiciona como uma das maiores varejistas de eletroeletrônicos do mundo. A sede administrativa está localizada em São Caetano do Sul, na Grande São Paulo.

Mesmo sendo uma das maiores varejistas a Casas Bahia não possui o relatório de sustentabilidade.

3.3.2.2 Casas Pernambucanas

Há mais de 100 anos a Pernambucanas está ao lado da família brasileira. Quando Herman Theodor Lundgren, o sueco radicado no Recife, adquiriu uma fábrica de tecidos localizada em um pequeno povoado no litoral do Estado de Pernambuco, no início do século 20, esse empreendimento prioritariamente atacadista anos depois se transformaria na principal referência do comércio de varejo de todo o país, após a inauguração da primeira Casas Pernambucanas, em 1908.

Em 2005, foi inaugurada a Universidade Corporativa Comendadeira Helena Lundgren, um centro de qualificação profissional que oferece treinamentos e capacitação para os mais de 15 mil colaboradores da rede.

A Casa Pernambucana não realiza o relatório de sustentabilidade.

3.3.2.3 Lojas Americanas

Também conhecida como Rede Americanas é uma empresa brasileira do segmento de varejo fundada em 1929 na cidade de Niterói, no Rio de Janeiro, pelo austríaco Max Landesmann e pelos norte-americanos John Lee, Glen Matson, James Marshall e Batson Borger. A empresa conta com mais de 960 estabelecimentos de vendas em todo o Brasil e também no Distrito Federal. É a quarta maior empresa varejista do país, segundo ranking do Ibevar de 2012. A Lojas Americanas tem sua sede na cidade do Rio de Janeiro.

É controlada por três empresários: Jorge Paulo Lemann, Marcel Herrmann Telles e Carlos Alberto Sicupira, o mesmo trio que comanda a Inbev (antiga AmBev), GP Investimentos, América Latina Logística e outros grupos. A rede comercializa mais de 80 mil itens de quatro mil empresas diferentes.

A Lojas Americanas realizam o relatório de sustentabilidade e este material faz parte de sua estratégia de negócio.

3.3.2.4 Lojas Renner

Foi como parte do grupo A. J. Renner, indústria fabril instalada no bairro Navegante, em Porto Alegre (RS) que a Lojas Renner inaugurou, em 1922, na capital gaúcha, seu primeiro ponto de venda para a comercialização de artigos têxteis. Em 1940, o mix de produtos foi ampliado e passou a operar como uma loja de departamentos. Em 1965, o grupo A. J. Renner optou por tornar independentes as diferentes empresas que o formavam, ocasião em que foi então constituída a companhia Lojas Renner S.A e marca o nascimento da rede como é conhecida atualmente. Dois anos depois, em 1967, a Companhia transformou-se em uma empresa de capital aberto.

Em dezembro de 1998, a J. C. Penney Brazil, Inc. subsidiária de uma das maiores redes de lojas de departamentos dos EUA, adquiriu o controle acionário da Companhia, que já contava com 21 lojas da Renner. Isso contribuiu para um crescimento substancial da Companhia a partir de dezembro de 1998.

Em 2002, nasceu o slogan **“Você tem seu estilo. A Renner tem todos.”**. As coleções passaram a ser desenvolvidas a partir de cinco estilos de vida, com base em atitudes, interesses, valores, personalidades e hábitos dos clientes. Assim agrupando roupas, calçados e acessórios em seis marcas próprias que refletem os *lifestyles*, facilitando a escolha do cliente e otimizando o seu tempo de compras.

Em junho de 2005, a J.C. Penney, em conjunto com os administradores da Lojas Renner, optou pela venda do controle da Companhia através de oferta pública de ações na Bolsa de Valores de São Paulo.

A primeira loja dentro do projeto **Renner Sustentável** teve sua abertura em 2014, no Riomar Shopping Fortaleza. Para fechar o ano com motivo de sobra para comemorar, a Lojas Renner S.A. foi selecionada para compor a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBOVESPA de 2015.

A lojas Renner realizam o relatório de sustentabilidade.

3.3.2.5 Riachuelo

Iniciaram as atividades em 1947, com pequenas lojas de rua, vendendo tecidos a preços baixos. Em 1979, a rede de lojas de tecidos foi comprada pelo grupo Guararapes que passou a vender roupas prontas para serem usadas e a partir de 1983 o foco passou a ser a moda. A empresa é uma das três maiores redes de varejo de moda do país e conta com 273 lojas distribuídas por todo o Brasil. Adota o conceito de "fast fashion" - agilidade na produção e na distribuição das coleções. A Riachuelo é o canal direto de distribuição dos produtos do Grupo Guararapes, que é o maior grupo de confecção de roupas da América Latina.

Com foco no segmento de "moda ao alcance de todos", as lojas são divididas em cinco seções: moda feminina, moda masculina, moda infantil, moda casa e calçados. É dessa forma que a Riachuelo oferece produtos a preços baixos e qualidade, que se encaixam no estilo de vida de cada um.

A Riachuelo não faz o relatório de sustentabilidade.

3.3.2.6 Tabela do setor de varejo

Figura 14 - Análise das empresas do setor de varejo

Empresas		Possui	Não Possui
Varejo	3.3.2.1	Casas Bahia	X
	3.3.2.2	Casa Pernambucanas	X
	3.3.2.3	Lojas Americanas	X
	3.3.2.4	Lojas Renner	X
	3.3.2.5	Riachuelo	X

Fonte: Elaborada pelos autores

3.3.3 Setor de Serviços

3.3.3.1 Banco Bradesco

Ao alcançar, em 10 de março de 2013, a marca de 70 anos de atividade, o Bradesco tem justificados motivos para comemoração. Em 2013 o valor de mercado do Bradesco somou R\$ 128,085 bilhões, mais de 1,8 vezes o patrimônio líquido contábil de R\$ 70.940 bilhões.

No tocante à responsabilidade social a empresa prioritariamente atua em regiões de acentuada carência educacional e assistencial do País, contando com uma rede de 40 escolas mantidas pela Fundação Bradesco, braço social da Organização, que beneficiou, em 2013, com ensino formal, gratuito e de qualidade, mais de 100 mil alunos.

O Bradesco foi escolhido, pelo 8º ano seguido, para integrar a carteira do seletor grupo de empresas que compõem o Dow Jones Sustainability Indexes, e pelo 9º ano consecutivo, incluído na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&Fbovespa. Além disso, os projetos e as atividades e iniciativas cotidianas estão totalmente alinhados aos princípios do Pacto Global, compromisso do qual o Bradesco é signatário desde 2005.

O Banco Bradesco publica o Relatório de Sustentabilidade no modelo GRI.

3.3.3.2 Sicoob- Credicitrus

O ano de 2012 foi mais um período de avanços para a Sicoob Credicitrus, que completará 30 anos de fundação em 14 de setembro de 2013. Foi também marcado por uma nota triste: o falecimento de Moacyr Pegoraro, fundador e, desde 2002, diretor operacional de nossa cooperativa, à qual emprestou sua vasta experiência bancária, influenciando positivamente, com seu conhecimento, todos que com ele tiveram a felicidade de conviver. É vale ressaltar que os resultados de 2012 foram positivos, embora o mercado internacional tenha mantido níveis baixos de demanda, com problemas econômicos afligindo todos os países desenvolvidos, e a agropecuária tenha revelado dificuldades principalmente na citricultura e nas atividades relacionadas à cana-de-açúcar, segmentos que reúnem grande número de cooperados.

Vários fatos, descritos com mais detalhes ao longo deste relatório, contribuíram para a evolução de nossa cooperativa.

Quanto à expansão de nossa rede física de atendimento, o destaque do ano foi a incorporação da Cooperativa de Crédito Rural do Planalto Paulista (Credisolo), com sede em Garça, região em que ainda não atuávamos e que permitiu ampliarmos com qualidade nossa área de atuação.

A Sicoob-credicitrus pratica a GRI.

3.3.3.3 Correios

Os Correios tiveram sua origem no Brasil em 25 de janeiro de 1663 e, desde então, vêm se modernizando, criando e disponibilizando serviços de qualidade que correspondam às expectativas dos seus clientes.

A empresa realiza importante função de integração e de inclusão social, papel indispensável para o desenvolvimento nacional. Os Correios oferecem soluções, com tecnologia de ponta, para atender às necessidades de comunicação das empresas e instituições em um mercado cada vez mais competitivo. É o caso do Sedex, que lidera o setor de encomendas expressas no Brasil. Nos últimos anos, o serviço passou a contar com outras modalidades, como o e-Sedex, Sedex 10, Sedex 12, Sedex Hoje e Sedex Mundi, agilizando ainda mais a entrega de encomendas.

Impulsionados pelas mudanças tecnológicas, econômicas e sociais, os Correios iniciaram em 2011 um profundo processo de modernização. Com a sanção da Lei 12.490/11, a empresa teve seu campo de atuação ampliado e foi dotada de ferramentas modernas de gestão corporativa para enfrentar a concorrência com a prestação de serviços mais ágeis e eficientes para toda a sociedade. Devido a essa nova lei os Correios podem atuar no exterior e nos segmentos postais de serviços eletrônicos, financeiros e de logística integrada; constituir subsidiárias, adquirir controle ou participação acionária em empresas já estabelecidas e firmar parcerias comerciais que agreguem valor à sua marca e à sua rede de atendimento.

Essa nova postura contribuirá para que a ECT se torne uma empresa de “classe mundial”, destacada por suas práticas e resultados, à altura da confiança que o cidadão brasileiro sempre depositou nos Correios.

Os Correios não possuem o referido relatório de sustentabilidade.

3.3.3.4 Crefisa

Há 50 anos, quem pensa em crédito, vai correndo para a Crefisa. Nesses 50 anos, a Crefisa se orgulha em ter sempre crédito para o Servidor Público, Aposentado ou Pensionista. E também para quem recebe por Cartão Magnético. A Crefisa é uma empresa que durante todos esses anos ajudou mais de 3 milhões de clientes a saldarem seus compromissos com tranquilidade, possibilitando a realização de seus sonhos.

A Crefisa não publica Relatório de Sustentabilidade.

3.3.3.5 Banco Itaú

A trajetória da antiga Casa Moreira Salles, fundada em 1924, e do antigo prédio de escritórios do Banco Central de Crédito na cidade de São Paulo são inseparáveis da história do desenvolvimento brasileiro. Com a ampliação de seu negócio financeiro, a operação atingiu o status de Banco Moreira Salles, após sua primeira operação de fusão em 4 de 90 Anos do Itaú Unibanco Holding maio de 1940, com o antigo Banco Machadense.

Em 15 de julho de 1940, a Casa de Comércio Moreira Salles encerrou suas atividades de varejo para se concentrar nas atividades empreendedoras da família que envolviam somente o Banco Moreira Salles. Enquanto o Banco Moreira Salles crescia no interior de Minas Gerais e expandia seus domínios para o Mato Grosso até a fronteira com a Bolívia, em São Paulo, Alfredo Egydio de Souza Aranha fundava o Banco Central de Crédito em 1945. Durante a segunda metade daquela década, o Banco Central de Crédito experimentou uma rápida valorização de suas ações, que oferecia aos acionistas dividendos entre 10% e 12%, níveis equivalentes aos bancos líderes de São Paulo. Durante a década de 1940, com o crescimento da importância do Banco Moreira Salles no cenário nacional, o banco descentralizou suas atividades da região sul do Estado de Minas Gerais, estabelecendo sua presença até mesmo na cidade de Santos, onde experimentaria grande crescimento em suas operações. Os anos seguintes seriam testemunhas de um processo de adaptação e consolidação, tanto para o Banco Moreira Salles quanto para o Banco Central de Crédito, paralelamente à maior complexidade do sistema bancário e na economia do País. Com o passar do tempo, a estrutura bancária tornou-se mais enxuta, desencadeando uma grande tendência em direção a fusões e aquisições, levando à formação do Banco Federal Itaú e do Unibanco – União de Bancos Brasileiros. Desde o estabelecimento da primeira agência no Estado de Minas Gerais, onde foi fundada a mais antiga instituição que forma o Grupo Itaú

Unibanco, até a associação entre a Itaú Holding Financeira e o Unibanco – União de Bancos Brasileiros em 2008, nove décadas de crescimento e desenvolvimento produziram uma das maiores instituições financeiras da América Latina em termos de valor de mercado e a marca mais valiosa do Brasil. A associação resultou no maior banco privado do Brasil, sua história, e caracterizada por ideais de empreendedorismo e espírito visionário.

O Banco Itaú pratica o relatório GRI.

3.3.3.6 Tabela do setor de serviços

Figura 15 - Análise das empresas do setor de serviços

Empresas		Possui	Não Possui	
Serviços	3.3.3.1	Banco Bradesco	X	
	3.3.3.2	Sicoob – Credicitrus	X	
	3.3.3.3	Correios		X
	3.3.3.4	Crefisa		X
	3.3.3.5	Banco Itaú	X	

Fonte: Elaborada pelos autores

3.3.4 Tabela Geral dos Setores

Figura 16 - Análise geral das empresas observadas

Empresas		Possui	Não Possui	
Industria	3.3.1.1	Marilan		X
	3.3.1.2	Bel Chocolates		X
	3.3.1.3	Dori		X
	3.3.1.4	Sasazaki		X
	3.3.1.5	Nestle	X	
Varejo	3.3.2.1	Casas Bahia		X
	3.3.2.2	Casa Pernambucanas		X
	3.3.2.3	Lojas Americanas	X	
	3.3.2.4	Lojas Renner	X	
	3.3.2.5	Riachuelo		X
Serviços	3.3.3.1	Banco Bradesco	X	
	3.3.3.2	Sicoob – Credicitrus	X	
	3.3.3.3	Correios		X
	3.3.3.4	Crefisa		X
	3.3.3.5	Banco Itaú	X	

Fonte: Elaborada pelos autores

A partir da tabela acima demonstramos a análise setorial quantitativa, que foi utilizada como ferramenta investigativa afim de obter uma compreensão da aplicabilidade e importância em relação ao relatório de sustentabilidade GRI (*Global Reporting Initiative*) para os respectivos setores analisados.

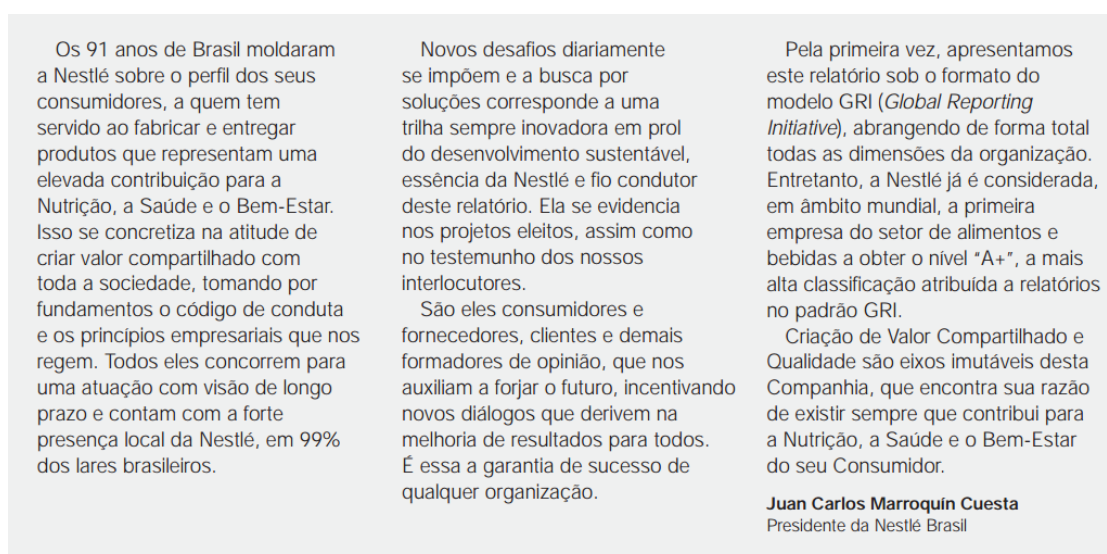
3.4 Pesquisa Qualitativa

Em nossa pesquisa qualitativa iremos abordar as empresas que aplicam o relatório de sustentabilidade GRI (*global reporting initiative*), e trazer as palavras do presidente anexadas no relatório de sustentabilidade de cada empresa, ressaltando a importância do mesmo para a organização.

3.4.1 Setor Industrial

3.4.1.1 Nestle

Figura 17 - Mensagem do presidente da Nestle



Fonte: <http://cebds.org/wp-content/uploads/2014/02/Relat%C3%B3rio-Nestl%C3%A9-2011.pdf>

A Nestle identificou no relatório de sustentabilidade GRI a oportunidade de gerar valor para seus clientes e demonstrar suas ações sustentáveis para a contribuição de saúde e bem estar da sociedade, o presidente Juan Carlos Marroquin Cuesta, resalta que a empresa foi a primeira do ramo de alimentos e bebidas a obter a qualificação "A+", que por sua vez é a mais alta na publicação de um relatório de sustentabilidade.

3.4.2 Setor Varejo

3.4.2.1 Lojas Americanas

Figura 18 - Mensagem do Presidente das Lojas Americanas

Mensagem da Administração

Nosso objetivo é engajar todas as áreas em prol da sustentabilidade

Há 84 anos Lojas Americanas faz parte da vida dos brasileiros. Trazer mais conveniência para os nossos clientes sempre foi nosso principal objetivo. Muita coisa mudou ao longo dessas décadas e a Companhia continua inovando, visando atender as necessidades dos clientes em qualquer hora e em qualquer lugar, superando as expectativas e oferecendo a melhor experiência de compra.

Os resultados alcançados em 2012 demonstram que a Lojas Americanas conseguiu crescer com rentabilidade. Conquistamos grandes avanços em nossa estratégia multicanal. A evolução dos últimos anos se traduz no desempenho dos nossos principais indicadores financeiros e operacionais.

Criamos a Companhia Verde em 2007, com o objetivo de preparar nossa organização para um desenvolvimento sustentável, bem como engajar todas as áreas da Companhia em prol da sustentabilidade. Mantemos ainda um Comitê de Sustentabilidade, que é multidisciplinar e atua nos âmbitos social, ambiental e econômico, permitindo melhorar cada vez mais o diálogo com nossos *stakeholders* – acionistas, clientes, fornecedores, associados e sociedade.

Portanto, a sustentabilidade faz parte da estratégia de atuação do nosso negócio, bem alinhada à nossa visão de ser uma Companhia social e ecologicamente responsável. Em 2010, o Comitê de Sustentabilidade foi formalizado pelo Conselho de Administração, ganhando ainda mais destaque dentro da Companhia. No ano seguinte, incluímos atribuições ambientais nas descrições formais das funções (*job description*) de todos os cargos da organização.

Estabelecemos, nos últimos anos, parcerias importantes com o Programa Brasileiro GHG Protocol e a Fundação Getulio Vargas e fomos capacitados na metodologia de contabilização de emissões desenvolvida pelo World Resources Institute (WRI) e pelo World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Dessa forma, mensuramos as emissões de gases de efeito estufa de todas as nossas unidades de negócio e as reportamos, anualmente, no inventário de gases de efeito estufa, disponível no site de Relações com Investidores da Companhia.

Para a elaboração do inventário e o cálculo das emissões, utilizamos a metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol, do qual somos membros desde 2009. Essa metodologia é a mais usada e reconhecida internacionalmente pelas empresas e pelos governos.

A partir das informações levantadas para a elaboração do nosso inventário de emissões de GEE, participamos também do Carbon Disclosure Project (CDP), uma organização sem fins lucrativos, com relevância internacional, cujo objetivo é criar uma relação entre acionistas e empresas.

necessidades dos clientes em qualquer hora e em qualquer lugar, superando as expectativas e oferecendo a melhor experiência de compra.

Os resultados alcançados em 2012 demonstram que a Lojas Americanas conseguiu crescer com rentabilidade. Conquistamos grandes avanços em nossa estratégia multicanal. A evolução dos últimos anos se traduz no desempenho dos nossos principais indicadores financeiros e operacionais.

Criamos a Companhia Verde em 2007, com o objetivo de preparar nossa organização para um desenvolvimento sustentável, bem como engajar todas as áreas da Companhia em prol da sustentabilidade. Mantemos ainda um Comitê de Sustentabilidade, que é multidisciplinar e atua nos âmbitos social, ambiental e econômico, permitindo melhorar cada vez mais o diálogo com nossos stakeholders – acionistas, clientes, fornecedores, associados e sociedade.

Portanto, a sustentabilidade faz parte da estratégia de atuação do nosso negócio, bem alinhada à nossa visão de ser uma Companhia social e ecologicamente responsável. Em 2010, o Comitê de Sustentabilidade foi formalizado pelo Conselho de Administração, ganhando ainda mais destaque dentro da Companhia. No ano seguinte, incluímos atribuições ambientais nas descrições formais das funções (*job description*) de todos os cargos da organização.

Estabelecemos, nos últimos anos, parcerias importantes com o Programa Brasileiro GHG Protocol e a Fundação Getúlio Vargas e fomos capacitados na metodologia de contabilização de emissões desenvolvida pelo World Resources Institute (WRI) e pelo World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Dessa forma, mensuramos as emissões de gases de efeito estufa de todas as nossas unidades de negócio e as reportamos, anualmente, no inventário de gases de efeito estufa, disponível no site de Relações com Investidores da Companhia.

Dentro da nossa visão de “ser a melhor empresa de varejo no Brasil”, é importante destacar os nossos esforços para sermos considerados pela sociedade uma Companhia social e ecologicamente responsável.

A ADMINISTRAÇÃO

Fonte: http://relatorioweb.com.br/lasa/12/sites/default/files/LASA_PDF_pt.pdf.

Para as lojas Americanas, dentro de sua visão, é importante publicar o Relatório de Sustentabilidade GRI, pois ela já faz parte de sua estratégia, traz transparência e mostra os esforços que a empresa faz pela sustentabilidade, fazendo crescer sua marca e ajudando a preservar o meio ambiente com campanhas e trabalhos de conscientização dos associados e fazendo parcerias com outras instituições. O conselho administrativo criou também um comitê de sustentabilidade com o intuito de estabelecer práticas sustentáveis com base no

triple *bottomline de sustentabilidade* (econômico, ambiental e social) e garantir o envolvimento de toda a companhia com as questões de sustentabilidade.

3.4.2.2 Lojas Renner

Figura 19 - Mensagem do presidente das Lojas Renner

Mensagem da Administração GRI 1.11.12

Concluimos o ano de 2012 com inúmeras conquistas a celebrar e compartilhar. A economia brasileira, ainda que não tenha crescido significativamente, foi muito incentivada pelo consumo durante o ano, favorecendo o nosso desempenho. A Lojas Renner conseguiu impulsionar ainda mais o seu crescimento no setor graças às sólidas bases já construídas – e em constante evolução.

Um aspecto fundamental para isso é o nosso jeito de ser, que, por meio da Filosofia do Encantamento, é praticado diariamente pelos colaboradores. Ter as pessoas certas nos lugares certos, dispostas a fazer sempre mais, superar desafios e buscar a excelência, encantando a todos que fazem parte do nosso mundo, é essencial. Isso nos define, indo muito além de nos diferenciar dos concorrentes, tornando-nos uma companhia única.

Temos ainda a força da marca Lojas Renner, considerada a mais valiosa do varejo e a 11ª do Brasil pela Interbrand. Uma marca reconhecida por ser cúmplice da mulher moderna, oferecendo qualidade e estilo a preços competitivos. E que, cada vez mais, deve ser conhecida e admirada pelos nossos clientes, com a contínua expansão da Companhia. Só em 2012, abrimos 35 novas lojas, entre Renner, Blue Steel e Camicado, a maioria delas em *shopping centers*.

Essa ampliação, que faz parte da estratégia de crescimento da Companhia, tem o suporte de outras importantes iniciativas internas. Entre elas, merece destaque o novo centro de distribuição que inauguramos no Rio de Janeiro em 2012, totalmente automatizado. Essa unidade é a pri-

meira grande obra para suportar nosso crescimento, e já temos planejado para os próximos anos a construção de mais dois novos centros de distribuição.

Outro projeto de destaque que facilitará o nosso crescimento é a estruturação do Centro de Serviços Compartilhados (CSC). Iniciada em 2012, a implantação ocorrerá ao longo dos próximos dois anos e, uma vez concluída, nos trará ganhos em eficiência e mais foco estratégico. Com as atividades de suporte concentradas em uma área única, as equipes poderão direcionar todos os esforços para o negócio, os planos estratégicos e as atividades previstas.

Preparar-se para o futuro já faz parte do nosso jeito e é por isso que vemos bons frutos do nosso trabalho ano após ano. Em 2012, alcançamos crescimento de 19,3% nas vendas e de 20,6% na geração de caixa operacional. Já os investimentos que garantem a manutenção dessa sólida operação chegaram a R\$ 382,3 milhões no ano. Nos serviços financeiros, tivemos um crescimento de 19,0%, obtivemos os menores índices históricos de perdas e ampliamos a base de cartões Private Label e Meu Cartão.

Ainda entre os destaques do ano, é importante mencionarmos os esforços de integração da Camicado, adquirida em 2011. Bem alinhada ao jeito Renner de ser, apresentava diferenciais importantes em seu setor, com atendimento personalizado e uma filosofia de excelência nos produtos, sendo líder em listas de casamento no país. Todos esses fatores motivaram a aquisição da Camicado pela Lojas Renner e facilitaram o processo de

integração que estamos conduzindo. As lacunas ainda existentes foram identificadas e estão sendo trabalhadas com muito empenho das equipes. Esperamos poder ver concretamente os resultados em sinergia e eficiência dessa operação no segundo semestre de 2013.

Todos esses avanços e conquistas estão amparados pela governança corporativa da Lojas Renner. Essa gestão responsável e transparente dos negócios é um de nossos compromissos e, por isso, adotamos os mais altos níveis de governança do país, integrando o Novo Mercado da BM&FBovespa desde 2005. Motivados a fazer cada vez mais e melhor, aprimoramos essa estrutura e nossas práticas de forma sistemática e contínua. Nesse aspecto, podemos destacar em 2012 a formação do Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos, que junto com os já implantados Comitês de Sustentabilidade e de Pessoas, assessoram o Conselho de Administração. Os comitês são de suma importância, pois nos permitem aprofundar as discussões de temas relevantes para a Companhia e facilitar o alinhamento entre assuntos estratégicos e operacionais.

No relacionamento com nossos públicos, o nosso jeito de ser é traduzido pela Filosofia do Encantamento. É por meio dela que transformamos nossos clientes, fornecedores e colaboradores em verdadeiros protagonistas da história da Lojas Renner. A Filosofia transborda nossos relacionamentos e dissemina entre nossos públicos os nossos Valores e compromissos da Companhia.

Nesse aspecto, temos importante foco na qualificação e gestão de nossos fornecedores, para garantir que nossa visão em sustentabilidade e nossa defesa dos direitos humanos sejam também adotados pela cadeia de valor da Lojas Renner. Entre as iniciativas que desenvolvemos para assegurar esse alinhamento estão a Política de Relação com Fornecedores, o Programa de Qualificação de Fornecedores da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) e a reestruturação da área de Gestão de Fornecedores Administrativos, iniciada em 2011 e concluída em 2012.

“ Preparar-se para o futuro faz parte do nosso jeito e é por isso que vemos bons frutos do nosso trabalho ano após ano. ”

Acreditamos que nosso mercado cresça rapidamente nos próximos anos, não só pela atividade econômica no país e o aumento de renda da população, mas também pela consolidação do setor. Esse movimento no varejo de moda envolve, principalmente, a redução da informalidade e da fragmentação. Temos adiante uma janela de oportunidade muito importante para a expansão dos negócios, com o consumo de roupas em 2013 estimado pelo Ibope em R\$ 129 bilhões.

Continuaremos resilientes e comprometidos com nossa estratégia de crescimento, pois temos certeza de que está nos guiando na direção certa e vislumbramos inclusive a possível liderança do setor em um futuro breve. Cada um de nossos colaboradores, clientes e parceiros é fundamental para atingirmos os objetivos a que nos propomos – e confiamos que chegaremos lá, com a mesma determinação que já nos fez chegar tão longe.

José Galló
Diretor-Presidente

Claudio Thomaz Lobo Sonder
Presidente do Conselho de Administração

Fonte: http://portal.lojasrenner.com.br/hotsite/Lojas_Renner_Relatorio_Sustentabilidade_2011.pdf

A filosofia das Lojas Renner é crescer com estrutura e com bases fortes desde sua fábrica até seus centros de distribuições e sem se esquecer de seus colaboradores, fornecedores e clientes. Como outras empresas criaram comitês que garantam uma gestão de transparência e com foco nos resultados. A filosofia implantada pelas lojas Renner da sustentabilidade e direitos humanos começa ainda nos fornecedores. A Filosofia do Encantamento foi criada com a finalidade de transbordar e disseminar o relacionamento entre as Lojas Renner, fornecedores, colaboradores e os clientes mostrando os valores e o compromisso da companhia. Todos os pilares da governança corporativa são de suma importância para os bons resultados alcançados até hoje e as Lojas Renner vislumbram ganhos ainda maiores.

3.4.3 Setor de Serviços

3.4.3.1 Banco Bradesco

Figura 20 - Mensagem do presidente do Banco

O Brasil vivenciou, em 2014, mais um momento de sua bem consolidada democracia, ao promover eleições de grande repercussão na opinião pública - envolvida pelo vigor das campanhas e acirrada disputa nas urnas. Cabe agora, aos agentes econômicos, revisitar projeções e estratégias, emoldurando mudanças que possam conduzir o País a um salto de desenvolvimento.

Para a Organização Bradesco, há razões de otimismo quanto ao Brasil de amanhã e, nesse contexto, espera que as sinalizações sobre a política econômica doméstica e fatores externos, tais como a recuperação da economia norte-americana e os esforços de retomada das economias vinculadas ao euro, possam criar oportunidades de crescimento no País.

No Bradesco, dentre os eventos mais significativos do exercício, cabe destacar a sua permanência no seleto grupo de participantes do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&FBovespa, e no Índice *Dow Jones* de Sustentabilidade, da Bolsa de Nova York, que integra pelo nono ano consecutivo; e o lançamento da Stelo S.A. - empresa de meios de pagamento -, bem como da Livel S.A., que cuidará de negócios ligados a programa de fidelidade por coalizão, ambos em conjunto com o Banco do Brasil. Também dignas de registro foram a inauguração do segundo Posto de Atendimento Fluvial no Rio Solimões, alcançando 11 cidades ribeirinhas, numa extensão de 1.600 km, e a criação da primeira agência na comunidade Vila Kennedy, na zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, voltada para a inclusão financeira de cerca de 130 mil habitantes.

Com relação aos números do exercício, registramos que o Lucro Líquido Contábil alcançou R\$ 15,089 bilhões, 25,6% superior ao obtido no exercício anterior; em sua composição, R\$ 10,683 bilhões provêm de atividades financeiras (70,8% do total) e R\$ 4,406 bilhões foram gerados na atividade de seguros, previdência e capitalização (29,2%). A despeito da excepcional volatilidade que caracterizou os negócios de bolsa no último trimestre do ano, o valor de mercado do Banco atingiu o patamar de R\$ 145,536 bilhões, representando 1,8 vez o Patrimônio Líquido Contábil em 31 de dezembro de 2014. Aos acionistas, a título de Dividendos e Juros sobre o Capital Próprio, foram destinados 31,5% do Lucro Líquido Ajustado, correspondente a R\$ 5,055 bilhões.

Ao completar 71 anos de sua fundação, o Bradesco ostenta uma sólida posição de balanço, que ratifica o acerto das estratégias aplicadas, coerentes com a opção pelo varejo como linha mestra para as metas de democratização do crédito e de inclusão bancária. Sua atuação no mercado se faz pela instrumentalidade de uma extensa e bem distribuída Rede de Atendimento e pelos Canais Digitais. Essa diversidade de opções é resultado de um constante e robusto investimento realizado em infraestrutura e, principalmente, em tecnologia, o que posiciona o Bradesco na vanguarda da tecnologia bancária.

A Organização Bradesco mantém o compromisso com a sustentabilidade empresarial, procurando integrar seus princípios básicos ao seu planejamento estratégico global. No âmbito social, cabe pôr em relevo a ação que desenvolve por meio da Fundação Bradesco, que oferece ensino formal, gratuito e de qualidade, cuja atuação privilegia as regiões de maior carência educacional e assistencial do País, com uma rede de 40 escolas que configuram um dos maiores programas socioeducacionais promovidos pelo setor privado em escala mundial.

A força da marca Bradesco será sempre uma grande aliada no contínuo esforço de conquista e de preservação de mercados, potencializada pela dedicação competente e fiel do seu quadro de diretores, funcionários e demais colaboradores, aos quais endereçamos nosso reconhecimento, extensivo aos nossos clientes e acionistas, pela confiança com que nos têm distinguido.

O Banco Bradesco acredita que sua organização sempre manterá o compromisso com a sustentabilidade empresarial, claro que sempre procurando integrar os principais objetivos ao seu planejamento, já que ela é uma empresa altamente a favor da sustentabilidade.

3.4.3.2 Sicoob- Credicitrus

Figura 21 - Mensagem do presidente do Sicoob - Credicitrus



Fonte: http://www.credicitrus.com.br/relatorios/relatorio_bx_2012.pdf.

A Credicitrus acredita que a participação de cada colaborador ajuda a conquistar os seus benefícios. Conforme diz a mensagem da diretoria é uma forma lógica de modelo cooperativista, ou seja, trabalhar em equipe para melhoria de todos e em função ao meio ambiente. A cooperativa acredita que informando tudo sobre a suas responsabilidades, ela consegue alcançar ainda mais os seus objetivos com a sociedade e ainda ajuda a preservar o planeta.

3.4.3.3 Banco Itaú

Figura 22 - Mensagem do presidente do Banco Itaú



Pedro Moreira Salles
Presidente do
Conselho de
Administração

Caro acionista,

Celebramos, em 2014, nove décadas desde a fundação da casa bancária Moreira Salles, primeira empresa brasileira que deu origem ao Itaú Unibanco. A análise da história nos mostra o quanto estamos ligados ao desenvolvimento do Brasil e como a nossa permanente desejo de crescer sem a paleta nos transformou numa instituição que se tornou a referência nacional financeira. Desde a unidade correspondente bancária em Poços de Caldas, cujo departamento contava com pouco mais de 200 clientes no início da década de 1920, o constante investimento no crescimento orgânico das nossas operações e a realização de dezenas de fusões e aquisições criaram a formativa organização que somos hoje. Em 2014, nossos ativos alcançamos R\$ 1,7 trilhões.

Atualmente somos o maior banco privado do Brasil e do América Latina, estamos presentes em mais de 38 países e continuamos a expandir nossas operações no exterior. A unidade do nosso banco no Chile com o Corpbanca, que ainda está aguardando aprovação, nos eleva à sétima para a quarta posição no ranking dos maiores bancos daquele país, criando uma plataforma para crescimento e busca de novas oportunidades de negócios no atual momento no Chile, na Colômbia e na América Central. [Saiba mais](#)

Para suportar nossas operações inauguramos, no início de março, nosso novo data center, um dos maiores e mais modernos do mundo.

Avançamos a adoção, a partir de 2013, de um modelo de carteira de crédito com operações de menor risco, focado em seguros e serviços e sustentado em tecnologia, buscando a redução de custos e a melhoria da eficiência.

Temos acrescentado resultados sólidos e fundamentos que asseguram nossa sustentabilidade. Nosso lucro líquido, em 2014, atingiu R\$ 21,3 bilhões, com retorno sobre o patrimônio líquido de 24,9%. [Saiba mais](#)

Nossa disciplina de provisão com critérios de liquidação diversificada caiu em 2014, apesar da criação de mais de 5,7% de novas cartéis de crédito. Os produtos de crédito são seguros e imobiliários, que oferecem menor incertezas e mais garantias para a nossa carteira, foram os que mais se expandiram no ano, crescendo 79,5% e 18,8%, respectivamente. Nosso índice de inadimplência acima de 90 dias atingiu, em dezembro, 3,7%, sendo o menor desde a fusão entre Itaú e Unibanco.

Aumentamos nossas receitas advindas das operações de seguros e serviços. Esses produtos são seguros de longo prazo para nossa instituição, contribuindo para uma maior sustentabilidade de nossas operações, uma vez que são menos impactados pelas crises econômicas do que as atividades de crédito. Nossa operação de seguros é baseada no modelo de bancassurance, priorizando os produtos que podem ser oferecidos através de nossos diversos canais bancários. Em linha com essa estratégia, alteramos, em outubro de 2014, nossa operação de grandes riscos, cujos clientes são médias e grandes empresas com apólices de valores superiores a R\$ 10 milhões. O efeito dessa operação foi refletido nos resultados do 4º trimestre de 2014.

O crescimento de nossas receitas de seguros e serviços e o aumento controlado de nossas despesas foram com que nosso índice de eficiência melhorasse 1,5 ponto percentual em 2014. Estamos constantemente avaliando nossos processos e buscando oportunidades para fazer mais com menos.

Mesmo após 90 anos, temos grande orgulho de sermos uma empresa contemporânea, ágil, com uma cultura forte, com propósitos engajados e um cuidado permanente com nossa reputação. Por último, há onze anos, a marca mais valiosa do Brasil e nossas ações estão incluídas nas cotações dos principais índices de sustentabilidade do mundo. E o que queremos hoje? Continuar crescendo, como resultado de uma visão muito clara: satisfazer nossos clientes e obter performance sustentável em nossos negócios.

Em linha com essa visão, implantamos, em fevereiro deste ano, uma nova estrutura organizacional para nossa administração. As mudanças têm por objetivo garantir uma preparação suave e segura para o processo sucessório de nosso CEO, Roberto Setubal, que atingirá a idade limite para ocupar seu cargo atual em 2017, e enfrentar desafios mais relevantes relacionados à conjuntura econômica atual. Desde então, nossa nova estrutura possui o seguinte organograma, liderado pelo Presidente Executivo, três Diretores Gerais e dois Vice-Presidentes: Diretor Geral de Varejo, Diretor Geral de Atividade, Diretor Geral de Tecnologia e Operações, Vice-Presidente das áreas Finanças e Risco e Vice-Presidente das áreas Jurídico e Pessoas. Uma estrutura mais enxuta e ágil, que dará foco aos temas prioritários do banco: eficiência, simplificação e satisfação do cliente.

Cordiais saúdas.

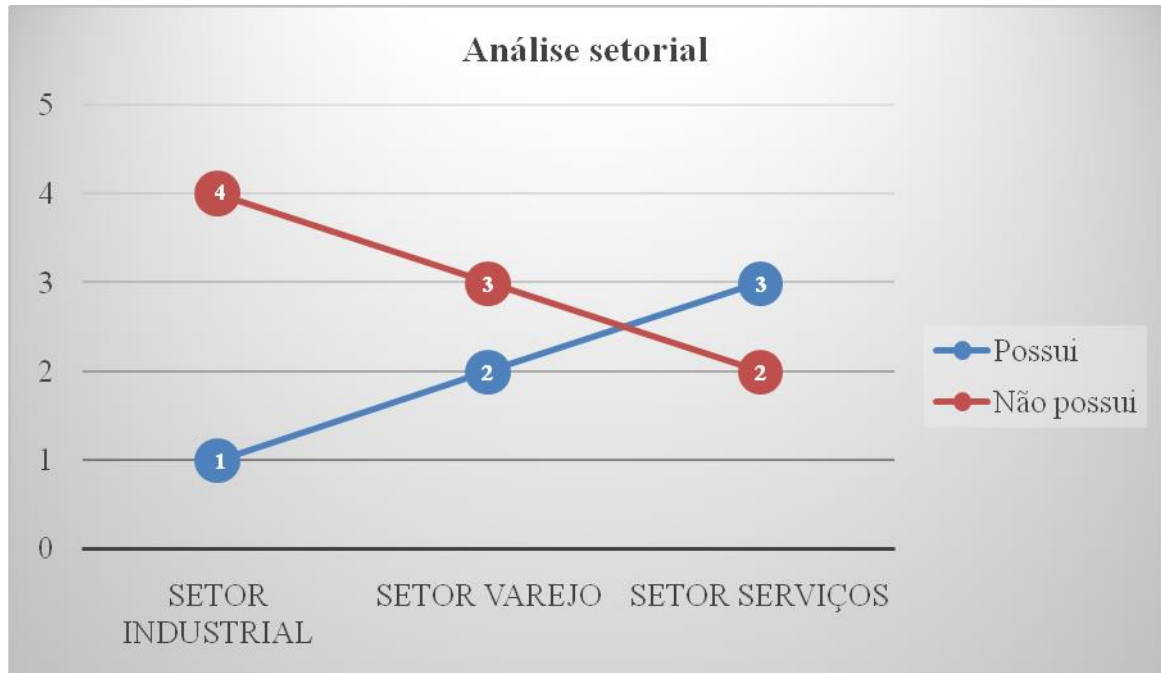
Fonte: https://www.itaubank.com.br/_arquivosstaticos/RI/pdf/2014RAO_port.pdf

O Banco Itaú acredita que está ligado ao desenvolvimento do Brasil e no seu crescimento, essa mensagem do Presidente do Conselho Administrativo fala um pouco sobre o quanto o banco acredita que ser sustentável é, sim, uma maneira de ajudar o meio ambiente e seu desenvolvimento, de fazer mais com o menos. E ainda afirma que mesmo após 90 anos ele tem o orgulho de ser uma empresa contemporânea e ágil com a sua cultura forte, que vai continuar crescendo com uma visão clara para satisfazer os seus clientes e continuar obtendo uma performance sustentável.

CONCLUSÃO

Ante a pesquisa de campo e literária realizada buscando responder ao objetivo do trabalho obteve-se os seguintes resultados:

Gráfico 1 - Análise setorial



Fonte: Elaborado pelos autores

Observando a figura acima é possível observar primeiramente a frequência da publicação do relatório de sustentabilidade GRI para as empresas dos setores analisados verifica-se que o relatório de sustentabilidade tem pouca aplicabilidade no setor industrial, já em contraste pode-se observar que para o setor de serviços ele se mostra mais aplicável, e possui ponderada atenção pelas empresas do setor de varejo.

Para o setor industrial observou-se a grande preocupação das empresas com a sustentabilidade em suas ações, e isto prova-se pelas iniciativas sustentáveis tomadas pelas empresas sem a necessidade de um relatório de sustentabilidade, pois muitas delas ainda encontram dificuldade em atender todos os requisitos da legislação ambiental vigente, criando assim uma barreira para adesão do relatório de sustentabilidade GRI pelas mesmas.

Para o setor de varejo observa-se que as dificuldades não são tão grandes quando se tratam de empresas com sede no exterior, pois por determinação da sede para a rede isso já tornou-se um padrão a ser seguido e mantido, mas para as lojas com sede e direção brasileira

o relatório ainda se mostra um desafio a ser alcançado, pois o mesmo exige a padronização de todas as lojas da rede, o que representa um aporte de capital ainda muito alto para as empresas brasileiras. Contudo, seguindo o exemplo do setor indústria, estas empresas desenvolvem ações sustentáveis e buscam otimizar a sua cadeia de processos em função da sustentabilidade.

Já o setor de serviços está indo na contra mão dos outros setores analisados, visto que o relatório de sustentabilidade apresenta um maior valor agregado para os clientes deste setor, que através das atitudes praticadas por estas empresas sentem-se parte das ações sustentáveis em prol de sua região. Para este setor atender às exigências do relatório GRI torna-se mais fácil, pois trata-se de reestruturar processos e muito pouco é despendido com maquinário e cadeia de suprimentos, sendo então muito menos oneroso para este setor.

A partir desta análise foi possível observar as dificuldades enfrentadas em cada setor para atuar e publicar relatórios de sustentabilidade. Cada um deles têm desafios diferentes a enfrentar como, por exemplo, o setor industrial que tem a rigorosa legislação brasileira, por se tratar de bens de consumo produzidos em grande escala gerando possíveis danos ao ambiente. Já no setor de varejo existe a barreira do restrito capital das empresas brasileiras o que dificulta despende recursos para esta finalidade. Contudo, no setor de serviços percebe-se uma maior adesão à publicação do relatório de sustentabilidade, pois este representa um grande valor agregado para seus clientes.

Em relação aos motivos apresentados pelas empresas que publicam os relatórios, as principais vantagens foram proporcionar o bem estar entre sociedade e meio ambiente, aumentar a participação de mercado da empresa, conquistando também os clientes que se preocupam com a sustentabilidade e responsabilidade social e com isso agregar valor ao seu produto final, resultando assim num aumento do público alvo atingido pela empresa o que influenciará em seus resultados financeiros e mercadológicos futuros.

Este trabalho buscou contribuir com a pesquisa acerca do uso dos Relatórios de Sustentabilidade, não esgotando o assunto em questão e deixando o tema aberto para novas análises.

REFERÊNCIAS

ADISSI, P.; NETO, J. A.; ALMEIDA, T. **Gestão ambiental de unidades produtivas**. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2013.

ALESSIO, R. **Responsabilidade social das empresas no Brasil: reprodução de postura ou novos rumos**. Rio Grande do Sul: EDIPUCRS, 2004.

ALMEIDA, F. **Os Desafios da Sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2007.

ALMEIDA, P. A. (Org.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BABBIE, E. **The practice of social research**. 5. ed. Califórnia: Wadsworth, 1989.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

CAMPOS, L. M. S. et al. Relatório de sustentabilidade: perfil das organizações brasileiras e estrangeiras segundo o padrão da Global Reporting Initiative. **Gestão & Produção**, cidade, v. 20, n.4, p. 100-103, nov. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-530X2013000400011&script=sci_arttext>. Acesso em: 4 nov. 2015.

CHIAVENATO, I. **Administração Nos Novos Tempos**. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2005.

CONSUMDOR está mais preocupado com questões socioambientais, apontam pesquisas. 2010. Disponível em: <http://www.ecodesenvolvimento.org/noticias/consumidor-esta-mais-São_Carlos_preocupado-com-questoes>. Acesso em: 15 out. 2014.

CUTOLO, Silvana Audrá. **Reúso de águas residuárias e saúde pública**. São Paulo: Annablume, 2009.

CRESWELL J. W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2014.

DIAS, Reinaldo. **Marketing Ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**. São Paulo: Atlas, 2009.

DRUCKER, P. **Melhor de Peter Drucker: homem, sociedade, administração**. São Paulo: Nobel, 2002.

ETHOS. **Indicadores de desempenho**. 2012. Disponível em: <<https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/3Protocolo-Indicadores-Ambientais.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

FERREIRA et al. **Indicadores de Sustentabilidade Empresarial: uma comparação entre os indicadores do balanço social IBASE e relatório de sustentabilidade segundo as diretrizes da global reporting initiative GRI**. 2009. Disponível em: <[http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/445_445_Contabilidade_social_REV.seget\[2\].pdf](http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/445_445_Contabilidade_social_REV.seget[2].pdf)>. Acesso em: 10 set. 2015.

GODOY, M. et al. Balanço Social: Convergências e divergências entre os modelos do IBASE, GRI e Instituto ETHOS. In: I Congresso UFSC de Controladoria e Finanças, 2007, Florianópolis: UFSC. Disponível em <http://www.nemac.ufsc.br/visualizar/balancoibase.pdf>. Acesso em: 26 abril. 2015.

GUIMARÃES, R. P. Aterrizando uma cometa: indicadores territoriales de sustentabilidade. **ILPES**, Santiago do Chile: CEPAL/ILPES, n. 18, p. 25-50, 1998. Disponível em: <http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/7435/S9880608_es.pdf?sequence=1>. Acesso em: 20 set. 2015.

GRI. Global reporting initiative. **Diretrizes para relatório de sustentabilidade**. São Paulo: Instituto Ethos: ABERJE: FGV-CES; 2006. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Brazil-Portuguese-G3-Reporting-Zuidelines.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2014.

GRI. **Diretrizes G3**. 2000. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Portuguese-G3-Reporting-Guidelines.pdf>> Acesso em: 18 de jun. de 2015.

GRI, Global Reporting Initiative. **Diretrizes G4**. 2013. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Brazilian-Portuguese-G4-Part-One.pdf>> Acesso em: 18 de junho de 2015.

ISE. **O que é o ISE**. 2015. Disponível em: <<http://isebvmf.com.br/?r=site/conteudo&id=1>>. Acesso em: 5 mai. 2015.

LEITE FILHO, G. A.; PRATES, L. A.; GUIMARÃES T. N. Níveis de evidenciação dos relatórios de sustentabilidade das empresas brasileiras a+ do global reporting initiative (GRI) no ano de 2007. In: **Associação nacional de pós-graduação e pesquisa em administração**, 33., 2009, Rio de Janeiro. Anais Eletrônicos... Rio de Janeiro: ANPAD, 2009. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/>>. Acesso em: 18 jun. 2015.

LOURENÇO S. M. **Sustentabilidade e Responsabilidade Social**. 2012. Disponível em: <<http://sindlav.com.br/wp-content/uploads/2012/10/Sustentabilidade-e-Responsabilidade-Social.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

Fobes, Natalie B. **Ship formerly known as Exxon Valdez to be scrapped**. Disponível em: <<https://www.newscientist.com/blogs/shortsharpscience/2012/03/22/73184483.jpg>>. Acesso em: 15 out. 2014.

NASH, Roderick. **American Environmentalism**. New York, McGraw-Hill, 1990.

OLIVEIRA, Gilson Batista; LIMA, José Edmilson de Souza. **O desenvolvimento sustentável em foco: uma contribuição multidisciplinar**. Annablume, 2006.

OLIVEIRA, Braulio; GOUVÊA, Maria Aparecida. A importância das ações sociais empresariais nas decisões de compra dos consumidores. **Gestão & Produção**, São Carlos, v.17, n. 4, p. 791-800 out./dez. 2010.

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. **Desenvolvimento e crise no Brasil: história, economia e política de Getúlio Vargas a Lula**. Ed.34, 2003.

PEREIRA, Adriana Camargo; SILVA, Gibson Zucca; CARBONARI, Maria Elisa Ehrhardt. **Sustentabilidade, Responsabilidade Social e Meio Ambiente**. São Paulo: Saraiva, 2011.

QUIROGA, JR. **Indicadores de sustentabilidad y desarrollosostenible: estado del arte y perspectivas**. Santiago do Chile: División de Medio Ambiente y Asentamientos Humanos, 2001.

RIBEIRO, H. C. M.; GOMES, N. B.; SOUZA. Evidenciação das Informações sobre Emissões de GEE das Empresas Listadas no ISE Bovespa. In: **Simpósio de administração da produção, logística e operações internacionais**. XIV SIMPÓI. Anais Eletrônicos...São

Paulo: EAESP/FGV, 2011. Disponível em: <<http://www.simpoi.fgvsp.br/>>. Acesso em: 18 de junho de 2015.

RICO, Elizabeth de Melo. **A responsabilidade social empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável.** Vol. 18, no.4, São Paulo Perspec, 2004.

RODRIGUES, Adriana Paula Favaro. **Análise do Grau de Atendimento do Relatório Natura 2012 à Proposta de Estrutura Conceitual para Relatórios Integrados.** São Paulo: USP, 2014.

SAVITZ, Andrew.; WEBER, Karl. **A Empresa Sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SEBRAE. **Critérios de classificação de empresas: mei - me – epp.** 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em: 12 jun. 2015.

SUSTAINABLE Development. 2012. Disponível em: <<http://thaipublica.org/investigations/sustainable-development/sustainable-biz/>>. Acesso em 3 mar. 2015.

TRIPÉ da sustentabilidade. 2012. Disponível em: <<https://pedrotavars.wordpress.com/2012/12/10/o-tripe-da-sustentabilidade/>>. Acesso em: 3 mar. 2015.

VAN BELLEN, Hans Michael. **Indicadores de sustentabilidade: Uma análise comparative.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2005.

VILELA JÚNIOR, Alcir; DEMAJOROVIC, Jacques. **Modelos e ferramentas de gestão ambiental: desafios e perspectivas para as organizações.** São Paulo: Editora Senac, 2006.

WACKERNAGEL, M. e REES, W. **Our ecological footprint.** British Columbia, Canadá: New Society Publishers, 1996.

ANEXO

Figura 23 - Definição de exigências de conteúdo padrão geral para o modelo Essencial e Abrangente

Conteúdos Padrão Gerais	"De acordo" – Essencial (Essas informações devem ser divulgadas em todos os casos)	"De acordo" – Abrangente (Essas informações devem ser divulgadas em todos os casos)
Estratégia e Análise	G4-1	G4-1, G4-2
Perfil Organizacional	G4-3 a G4-16	G4-3 a G4-16
Aspectos Materiais Identificados e Limites	G4-17 a G4-23	G4-17 a G4-23
Engajamento de Stakeholders	G4-24 a G4-27	G4-24 a G4-27
Perfil do Relatório	G4-28 a G4-33	G4-28 a G4-33
Governança	G4-34	G4-34 G4-35 a G4-55(*)
Ética e Integridade	G4-56	G4-56 G4-57 a G4-58(*)
Conteúdos Setoriais Gerais	<i>Devem ser incluídos, se disponíveis para o setor no qual a organização atua (*)</i>	<i>Devem ser incluídos, se disponíveis para o setor no qual a organização atua (*)</i>

Fonte: GRI G4

Podemos acompanhar na figura 23, as exigências para o modelo essencial e abrangente para os conteúdos padrões gerais, onde de acordo com o GRI (2013, p. 24-42):

G4-1: Apresente uma declaração do principal tomador de decisão da organização (p. ex.: diretor-presidente, presidente do conselho de administração ou cargo equivalente) sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia de sustentabilidade.

A declaração deve apresentar a visão global e estratégia de curto, médio e longo prazo, particularmente para a gestão de impactos econômicos, ambientais e sociais significativos gerados pela organização ou para os quais ela contribui ou de impactos que podem estar relacionados às suas operações em decorrência de relações com outros (p. ex.: fornecedores, pessoas ou organizações de comunidades locais). A declaração deve incluir:

- Prioridades estratégicas e tópicos fundamentais de curto e médio prazo relacionados à sustentabilidade, inclusive a observância de normas internacionalmente reconhecidas e como essas normas estão ligadas à estratégia e ao sucesso da empresa no longo prazo;
- Tendências mais amplas (p. ex.: macroeconômicas ou políticas) que afetam a organização e influenciam prioridades de sustentabilidade;
- Principais eventos, realizações e fracassos ocorridos no período coberto pelo relatório;
- Opiniões sobre o desempenho em relação à consecução de metas;
- Perspectivas para os principais desafios e metas da organização para o ano seguinte e objetivos para os próximos três a cinco anos;
- Outros elementos relativos à abordagem estratégica da organização.

G4-2: Apresente uma descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.

A organização deve apresentar duas seções narrativas concisas sobre os principais impactos, riscos e oportunidades.

A primeira seção deve focar os principais impactos da organização sobre a sustentabilidade e seus efeitos para *stakeholders*, inclusive sobre direitos previstos na legislação nacional e normas internacionalmente reconhecidas relevantes. Nesse processo, toda a gama de expectativas e interesses

razoáveis dos *stakeholders* da organização deve ser levada em conta. Essa seção deve incluir:

- Uma descrição dos impactos econômicos, ambientais e sociais significativos da organização, bem como desafios e oportunidades associados. Isso inclui efeitos sobre direitos de *stakeholders* previstos na legislação nacional e expectativas de normas e padrões internacionalmente reconhecidos.
- Uma explicação da abordagem adotada para priorizar esses desafios e oportunidades.
- Principais conclusões sobre o progresso obtido nesses tópicos e o desempenho relacionado no período coberto pelo relatório. Isso inclui uma avaliação das razões de um eventual desempenho abaixo ou acima da média.
- Uma descrição dos principais processos estabelecidos para abordar questões relacionadas ao desempenho e mudanças relevantes.

A segunda seção deve se concentrar no impacto de tendências, riscos e oportunidades de sustentabilidade sobre as perspectivas de longo prazo e desempenho financeiro da organização. Aqui, é preciso concentrar-se especificamente em informações relevantes ou que podem se tornar relevantes para *stakeholders* financeiros no futuro. A segunda seção deve incluir o seguinte:

- Uma descrição dos riscos e oportunidades mais importantes para a organização decorrentes de tendências de sustentabilidade.
- Priorização dos principais tópicos relacionados à sustentabilidade, como riscos e oportunidades, segundo a sua relevância para a estratégia organizacional, vantagem competitiva e indicadores qualitativos e (se possível) quantitativos no longo prazo.

Tabela(s) com um resumo dos seguintes elementos:

- Metas, desempenho em relação às metas e lições aprendidas no período coberto pelo relatório;
- Metas para o próximo período do relatório e objetivos e metas de médio prazo (ou seja, para os próximos três a cinco anos) com relação aos principais riscos e oportunidades;
- Descrição concisa dos mecanismos de governança adotados especificamente para gerir esses riscos e oportunidades e identificação de outros riscos e oportunidades relacionados.

G4-3: Relate o nome da organização.

G4-4: Relate as principais marcas, produtos e serviços.

G4-5: Relate a localização da sede da organização.

G4-6: Relate o número de países nos quais a organização opera e nome dos países nos quais as suas principais operações estão localizadas ou que são especialmente relevantes para os tópicos de sustentabilidade abordados no relatório.

G4-7: Relate a natureza da propriedade e forma jurídica da organização.

G4-8: Relate os mercados em que a organização atua (com discriminação geografia, setores abrangidos e tipos de clientes e beneficiários).

G4-9: Relate o porte da organização, incluindo:

- Número total de empregados;
- Número total de operações;
- Vendas líquidas (para organizações do setor privado) ou receita líquida (para organizações do setor público);
- Capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido (para organizações do setor privado);
- Quantidade de produtos ou serviços prestados.

G4-10: Relate o número total de empregados, discriminados por contrato de trabalho e gênero.

Relate o número total de empregados próprios, discriminados por tipo de emprego e gênero.

Relate a força de trabalho total, discriminada por trabalhadores próprios e terceirizados e por gênero.

Relate a força de trabalho total, discriminada por região e gênero.

Relate se uma parte substancial do trabalho da organização é realizada por trabalhadores legalmente reconhecidos como autônomos ou por indivíduos que não sejam empregados próprios ou terceirizados, inclusive funcionários e empregados contratados de empresas terceirizadas.

Relate quaisquer variações significativas no número de empregados (p. ex.: variações sazonais no número de empregados nos setores de turismo ou agrícola)

G4-11: Relate o percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva.

G4-12: Descreva a cadeia de fornecedores da organização.

G4-13: Relate quaisquer mudanças significativas ocorridas no decorrer do período coberto pelo relatório em relação ao porte, estrutura, participação acionária ou cadeia de fornecedores da organização, inclusive:

- Mudanças na localização ou nas operações da organização, como abertura, fechamento ou ampliação de instalações;
- Mudanças na estrutura do capital social e de outras atividades de formação, manutenção ou alteração de capital (para organizações do setor privado);
- Mudanças na localização de fornecedores, na estrutura da cadeia de fornecedores ou nas relações com fornecedores, inclusive no seu processo de seleção e exclusão.

G4-14: Relate se e como a organização adota a abordagem ou princípio da precaução.

G4-15: Liste as cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa.

G4-16: Liste a participação em associações (p. ex.: associações setoriais) e organizações nacionais ou internacionais de defesa em que a organização:

- Tem assento no conselho de governança;
- Participa de projetos ou comissões;
- Contribui com recursos financeiros além da taxa básica como organização associada;
- Considera estratégica a sua participação.

Isso se refere principalmente à participação como associada do ponto de vista da organização.

G4-17: Liste todas as entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização.

Relate se qualquer entidade incluída nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização não foi coberta pelo relatório.

A organização pode incluir esse conteúdo no relatório fazendo referência a informações contidas nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes publicamente disponíveis.

G4-18: Explique o processo adotado para definir o conteúdo do relatório e os limites dos Aspectos.

Explique como a organização implementou os Princípios para Definição do Conteúdo do Relatório.

G4-19: Liste todos os Aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório.

G4-20: Para cada Aspecto material, relate o Limite do Aspecto dentro da organização, da seguinte maneira:

- Relate se o Aspecto é material dentro da organização;
- Se o Aspecto não for material para todas as entidades dentro da organização (como descrito no ponto G4-17), selecione uma das duas seguintes abordagens e apresente:
 - A lista de entidades ou grupos de entidades incluídos no ponto **G4-17** para os quais o Aspecto não é material;
 - A lista de entidades ou grupos de entidades incluídos no ponto **G4-17** para os quais o Aspecto é material.
- Relate qualquer limitação específica relacionada ao Limite do Aspecto dentro da organização.

G4-21: Para cada Aspecto material, relate seu limite fora da organização, da seguinte maneira:

- Relate se o Aspecto é material fora da organização.
- Se o Aspecto for material fora da organização, identifique as entidades, grupos de entidades ou elementos para os quais o Aspecto é material. Além disso, descreva a localização geografia na qual o Aspecto é material para as entidades identificadas.
- Relate qualquer limitação específica relacionada ao Limite do Aspecto fora da organização.

G4-22: Relate o efeito de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para essas reformulações.

G4-23: Relate alterações significativas em relação a períodos cobertos por relatórios anteriores em Escopo e Limites do Aspecto.

G4-24: Apresente uma lista de grupos de *stakeholders* engajados pela organização.

G4-25: Relate a base usada para a identificação e seleção de *stakeholders* para engajamento.

G4-26: Relate a abordagem adotada pela organização para engajar *stakeholders*, inclusive a frequência do seu engajamento discriminada por tipo e grupo, com uma indicação de que algum engajamento foi especificamente promovido como parte do processo de preparação do relatório.

G4-27: Relate os principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento de *stakeholders* e as medidas adotadas pela organização para abordar esses tópicos e preocupações, inclusive no processo de relatá-las.

Relate os grupos de *stakeholders* que levantaram cada uma das questões e preocupações mencionadas.

G4-28: Período coberto pelo relatório (p. ex.: ano fiscal ou civil) para as informações apresentadas.

G4-29: Data do relatório anterior mais recente (se houver).

G4-30: Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal, etc.).

G4-31: Informe o ponto de contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo.

G4-32: Relate a opção “de acordo” escolhida pela organização.

Relate o Sumário de Conteúdo da GRI para a opção escolhida (veja as tabelas abaixo).

Apresente a referência ao Relatório de Verificação Externa, caso o relatório tenha sido submetido a essa verificação. Embora a GRI recomende o uso de

verificação externa, essa recomendação não constitui um requisito para que o relatório esteja “de acordo” com as Diretrizes.

G4-33: Relate a política e prática corrente adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa.

Se essa informação não for incluída no relatório de verificação que acompanha o relatório de sustentabilidade, relate o escopo e a base de qualquer verificação externa realizada.

Relate a relação entre a organização e a parte responsável pela verificação externa.

Relate se o mais alto órgão de governança ou altos executivos estão envolvidos na busca de verificação externa para o relatório de sustentabilidade da organização.

G4-34: Relate a estrutura de governança da organização, incluindo os comitês do mais alto órgão de governança.

Identifique quaisquer comitês responsáveis pelo assessoramento do conselho na tomada de decisões que possuam impactos econômicos, ambientais e sociais

G4-35: Relate o processo usado para a delegação de autoridade sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais pelo mais alto órgão de governança para executivos seniores e outros empregados.

G4-36: Relate se a organização designou um ou mais cargos e funções de nível executivo como responsável pelos tópicos econômicos, ambientais e sociais e se esses responsáveis se reportam diretamente ao mais alto órgão de governança.

G4-37: Relate os processos de consulta usados entre os *stakeholders* e o mais alto órgão de governança em relação aos tópicos econômicos, ambientais e sociais. Se a consulta for delegada a outras estruturas, órgãos ou pessoas, indique a quem e quaisquer processos existentes de feedback para o mais alto órgão de governança.

G4-38: Relate a composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês por:

- Função executiva ou não executiva;
- Independência;
- Mandato dos membros do mais alto órgão de governança;
- Número de outras funções e compromissos importantes de cada indivíduo, bem como a natureza desses compromissos (ex: participação em outros conselhos, comitês, comissões, grupos de trabalho etc.);
- Gênero;
- Participação de grupos sociais sub-representados;
- Competências relacionadas a impactos econômicos, ambientais e sociais;
- Participação de *stakeholders*.

G4-39: Relate se o presidente do mais alto órgão de governança é também um diretor executivo (e, nesse caso, sua função na gestão da organização e as razões para esse acúmulo).

G4-40: Relate os processos de seleção e nomeação para o mais alto órgão de governança e seus comitês, bem como os critérios adotados para selecionar e nomear os membros do mais alto órgão de governança, incluindo:

- Se e como a questão da diversidade é considerada;
- Se e como a questão da independência é considerada;
- Se e como conhecimentos e experiências relacionados a tópicos econômicos, ambientais e sociais são considerados;
- Se e como *stakeholders* (inclusive acionistas) são envolvidos.

G4-41: Relate os processos usados pelo mais alto órgão de governança para garantir a prevenção e administração de conflitos de interesse. Relate se conflitos de interesse são divulgados aos *stakeholders*, incluindo ao menos:

- Participação cruzada em outros órgãos de administração (participação em outros conselhos, acumulação de cargos de diretoria e conselho, etc.);
- Participação acionária relevante cruzada com fornecedores e outros *stakeholders*;
- Existência de acionista majoritário e/ou acordo de acionistas;
- Divulgação de informações sobre partes relacionadas.

G4-42: Relate os papéis desempenhados pelo mais alto órgão de governança e pelos executivos seniores no desenvolvimento, aprovação e atualização do propósito, declaração de missão, visão e valores, e definição de estratégias, políticas e metas relacionadas a impactos econômicos, ambientais e sociais da organização.

G4-43: Relate as medidas tomadas para desenvolver e aprimorar o conhecimento do mais alto órgão de governança sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais.

G4-44: Relate os processos de avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança no que diz respeito à governança de tópicos econômicos, ambientais e sociais. Relate se essa avaliação é independente ou não e com que frequência ela é realizada. Relate se essa avaliação é uma autoavaliação. Relate as medidas tomadas em resposta à avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança no que diz respeito à governança de tópicos econômicos, ambientais e sociais, incluindo, no mínimo, mudanças em sua composição e em práticas organizacionais.

G4-45: Relate o papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na identificação e gestão de impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais. Mencione o papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na implementação de processos de *due diligence*.

Relate se processos de consulta e relacionamento com *stakeholders* são usados para apoiar o mais alto órgão de governança na identificação e gestão de impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais.

G4-46: Relate o papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na análise da eficácia dos processos de gestão de risco da organização para tópicos econômicos, ambientais e sociais.

G4-47: Relate com que frequência o mais alto órgão de governança analisa impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais.

G4-48: Relate o órgão ou o cargo de mais alto nível que analisa e aprova formalmente o relatório de sustentabilidade da organização e garante que todos os Aspectos materiais sejam abordados.

G4-49: Relate o processo adotado para comunicar preocupações críticas ao mais alto órgão de governança.

G4-50: Relate a natureza e número total de preocupações críticas comunicadas ao mais alto órgão de governança e o(s) mecanismo(s) adotado(s) para abordá-las e resolvê-las.

G4-51: Relate as políticas de remuneração aplicadas ao mais alto órgão de governança e a executivos seniores para os seguintes tipos de remuneração:

- Salário fixo e remuneração variável:
 - Remuneração baseada no desempenho
 - Remuneração baseada em ações (ações ou opções de ações)
 - Bônus

- Ações exercíveis ou diferidas

- Bônus de atração ou pagamentos de incentivos ao recrutamento
- Pagamentos de rescisão
- *Clawbacks*

Benefícios de aposentadoria, inclusive a diferença entre plano de benefícios e taxas de contribuições para o mais alto órgão de governança, altos executivos e todos os demais empregados.

Relate como os critérios de desempenho da política de remuneração aplicam-se aos objetivos econômicos, ambientais e sociais do mais alto órgão de governança e executivos seniores.

G4-52: Relate o processo adotado para a determinação da remuneração. Relate se consultores de remuneração são envolvidos na determinação de remunerações e se eles são independentes da administração. Relate quaisquer outras relações entre os consultores de remuneração e a organização.

G4-53: Relate como opiniões dos *stakeholders* são solicitadas e levadas em conta em relação à questão da remuneração, incluindo os resultados de votações sobre políticas e propostas de remuneração, se aplicável.

G4-54: Relate a proporção entre a remuneração anual total do indivíduo mais bem pago da organização em cada país em que a organização possua operações significativas e a remuneração média anual total de todos os empregados (excluindo o mais bem pago) no mesmo país.

G4-55: Relate a proporção entre o aumento percentual da remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização em cada país em que possua operações significativas e o aumento percentual médio da remuneração anual total de todos os empregados (excluindo o mais bem pago) no mesmo país.

G4-56: Descreva os valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética.

G4-57: Relate os mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação, como canais de relacionamento (ex.: ouvidoria).

G4-58: Relate os mecanismos internos e externos adotados pela organização para comunicar preocupações em torno de comportamentos não éticos ou incompatíveis com a legislação e questões relacionadas à integridade organizacional, como encaminhamento de preocupações pelas vias hierárquicas, mecanismos para denúncias de irregularidades ou canais de denúncias.

Figura 24 - Sumário de Conteúdo da GRI para a opção “de acordo” – Essencial

Conteúdos Padrão Gerais	Página	Verificação externa	
Indique se o Item do conteúdo padrão foi submetido à verificação externa. Em caso afirmativo, indique a página na qual a Declaração de Verificação Externa pode ser encontrada no relatório.			
ESTRATÉGIA E ANÁLISE			
G4-1			
PERFIL ORGANIZACIONAL			
G4-3			
G4-4			
G4-5			
G4-6			
G4-7			
G4-8			
G4-9			
G4-10			
G4-11			
G4-12			
G4-13			
G4-14			
G4-15			
G4-16			
ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES			
G4-17			
G4-18			
G4-19			
G4-20			
G4-21			
G4-22			
G4-23			
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS			
G4-24			
G4-25			
G4-26			
G4-27			
PERFIL DO RELATÓRIO			
G4-28			
G4-29			
G4-30			
G4-31			
G4-32			
G4-33			
GOVERNANÇA			
G4-34			
ÉTICA E INTEGRIDADE			
G4-56			
CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS			
Aspectos Materiais (Como no ponto G4-19) Liste os Aspectos materiais identificados.	Informações sobre a Forma de Gestão e Indicadores Liste conteúdos padrão específicos relacionados a cada Aspecto material identificado, com o número de página (ou <i>link</i>).	Omissões Em casos excepcionais, se não for possível relatar alguma informação requerida, mencione a razão para a sua omissão (como definido na pág. 13).	Verificação externa Indique se o conteúdo padrão foi submetido à verificação externa. Em caso afirmativo, indique a página na qual a Declaração de Verificação Externa pode ser encontrada no relatório.

Fonte: GRI G4

Figura 25 - Sumário de Conteúdo da GRI para a opção “de acordo” – Abrangente

CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS			
Conteúdos Padrão Gerais	Página	Omissões Em casos excepcionais, se não for possível relatar alguma informação requerida, mencione a razão para a sua omissão (como definido na pág. 13).	Verificação externa Indique se o item do conteúdo padrão foi submetido à verificação externa. Em caso afirmativo, indique a página na qual a Declaração de Verificação Externa pode ser encontrada no relatório.
ESTRATÉGIA E ANÁLISE			
G4-1		Não aplicável	
G4-2		Não aplicável	
PERFIL ORGANIZACIONAL			
G4-3		Não aplicável	
G4-4		Não aplicável	
G4-5		Não aplicável	
G4-6		Não aplicável	
G4-7		Não aplicável	
G4-8		Não aplicável	
G4-9		Não aplicável	
G4-10		Não aplicável	
G4-11		Não aplicável	
G4-12		Não aplicável	
G4-13		Não aplicável	
G4-14		Não aplicável	
G4-15		Não aplicável	
G4-16		Não aplicável	
ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES			
G4-17		Não aplicável	
G4-18		Não aplicável	
G4-19		Não aplicável	
G4-20		Não aplicável	
G4-21		Não aplicável	
G4-22		Não aplicável	
G4-23		Não aplicável	
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS			
G4-24		Não aplicável	
G4-25		Não aplicável	
G4-26		Não aplicável	
G4-27		Não aplicável	

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS			
Conteúdos Padrão Gerais	Página	Omissões Em casos excepcionais, se não for possível relatar alguma informação requerida, mencione a razão para a sua omissão (como definido na pág. 13).	Verificação externa Indique se o item do conteúdo padrão foi submetido à verificação externa. Em caso afirmativo, indique a página na qual a Declaração de Verificação Externa pode ser encontrada no relatório.
PERFIL DO RELATÓRIO			
G4-28		Não aplicável	
G4-29		Não aplicável	
G4-30		Não aplicável	
G4-31		Não aplicável	
G4-32		Não aplicável	
G4-33		Não aplicável	
GOVERNANÇA			
G4-34		Não aplicável	
G4-35			
G4-36			
G4-37			
G4-38			
G4-39			
G4-40			
G4-41			
G4-42			
G4-43			
G4-44			
G4-45			
G4-46			
G4-47			
G4-48			
G4-49			
G4-50			
G4-51			
G4-52			
G4-53			
G4-54			
G4-55			
ÉTICA E INTEGRIDADE			
G4-56		Não aplicável	
G4-57			
G4-58			
Aspectos Materiais (Como no ponto G4-19) Liste os Aspectos materiais identificados.	Informações sobre a Forma de Gestão e Indicadores Liste os conteúdos padrão específicos relacionados a cada Aspecto material identificado, com o número de página (ou <i>link</i>).	Omissões Em casos excepcionais, se não for possível relatar alguma informação requerida, mencione a razão para a sua omissão (como definido na pág. 13).	Verificação externa Indique se o conteúdo padrão foi submetido à verificação externa. Em caso afirmativo, indique a página na qual a Declaração de Verificação Externa pode ser encontrada no relatório.

Fonte: GRI G4