

# Desempenho financeiro vs Responsabilidade sócio-ambiental. Quem ganha?



Já falamos sobre como a **Governança Corporativa**, inicialmente criada para proteger as finanças de uma empresa, ao gerar **transparência** acaba obrigando as empresas a reverem suas ações e ampliarem o pensamento coletivo e sustentável.

Agora a questão que surge é: ações de Responsabilidade Sócio-Ambiental (**RSA**) costumam demandar **recursos financeiros e humanos**, então é provável que apenas empresas gigantes, onde “dinheiro não é problema”, as apliquem, e só para usar em propagandas. Será?

O antagonismo entre finanças e RSA não existe. Segundo diversos estudos são justamente as empresas de melhor desempenho financeiro as que **mais fazem pelo ambiente e pela sociedade**. É o que concluiu, por

exemplo, José Renato Kitahara em sua a Dissertação de Mestrado (FEA/USP – 2007) ao cruzar o Balanço Social do IBASE e as finanças das empresas.

Precisamos então entender como isso é possível. Dois grandes fatores devem ser considerados: **(1)** os custos e economias das ações de RSA; **(2)** o reflexo na “imagem” da empresa.

## Custos são imediatos, economias são duradouras

É interessante notar como, geralmente, as organizações entendem que a atenção ao meio ambiente e à sociedade **gera apenas custos**, que, afinal, não colaboram para seu produto final ou para a *linha azul no final do balanço*.

Na prática o que se nota é uma relação **diametralmente oposta**. Vamos lembrar de alguns exemplos simples:

- fomentar o uso de **papel reciclado**, frente e verso, com margens menores, em impressão “econômica”, reaproveitando as folhas que não precisarem ser arquivadas como papel de rascunho;
- incentivar o uso do **computador para anotações** e arquivamento de documentos digitalizados, sem a necessidade de impressão;
- trocar os copos plásticos descartáveis por **canecas duráveis**;
- substituir as descargas comuns por **descargas de 2 níveis**;
- instalar torneiras com **sensor de movimento**;
- utilizar **sensores também para luzes** de ambientes de passagem e sem pessoal fixo como corredores e depósitos;

Note que são todas práticas fáceis e que geram custos no primeiro momento. O que é preciso perceber, entretanto, é quantas vezes maior será a economia em **médio e longo prazo**.

Se pensarmos em **elementos maiores**, ainda dentro da área de preservação ambiental, podemos imaginar o uso de matérias primas menos poluentes em seu processo de extração/transformação/uso/reciclagem. A mudança poderá exigir pesquisa e até o redesenho da linha de montagem, mas pode resultar em uso de materiais mais baratos, leves e duráveis.

A instalação de tratamento e reaproveitamento de água e resíduos em indústrias, que igualmente provocam investimento inicial, **se pagam ao longo do tempo**. Painéis solares, turbinas eólicas e outras formas de geração de energia, também gerarão redução de custos no longo prazo. Iluminação incandescente ou por LEDs, idem.



A mesma regra é válida para as ações sociais: oferecer cursos de formação, contratar moradores locais, incentivar a mistura de etnias e credos nos grupos de trabalho, são algumas ações em princípio custosas, mas que gerarão funcionários mais bem treinados e especializados, com maior ânimo, gerando **ideias diferentes e criativas**.

# Ganhos na imagem

Se os custos de ações sócio-ambientalmente responsáveis já costumam se pagar em médio ou longo prazo pelos resultados diretos, **é incalculável o reflexo** que elas podem gerar na imagem da empresa frente aos clientes, acionistas, fornecedores, instituições governamentais e sociedade em geral.

Seja na hora de realizar uma venda, lançar papéis no mercado, atrelar o nome aos demais componentes da cadeia produtiva, solicitar subsídios ou empréstimos, todos, em menor ou maior escala, estão de olho no que aquela **marca representa**, positiva ou negativamente.

Como costumo ressaltar, acredito que veicular as ações de sustentabilidade como vantagem de uma empresa **é sim positivo**.

Se, por exemplo, duas companhias fabricam refrigerantes, mas uma delas tem logística reversa para reciclagem das garrafas, que mal há em divulgar a ação ambientalmente correta? A empresa pode ter iniciado a campanha com o único propósito de economizar com matéria prima, mas se o reflexo é positivo para a Natureza ou para a sociedade, ótimo, **todos ganham**.

É certo que há empresas com uma ação positiva muito bem divulgada para cada 30 negativas **bastante escondidas**, por isso cabe aos órgãos governamentais regulamentarem, às ONGs apontarem, **à sociedade denunciar**.

Sinceramente, prefiro um mundo em que todas as empresas tenham **pelo menos uma ação sustentável** do que um onde isso é tão raro que serve de diferencial competitivo, mas... ei! isso é o que acontece hoje.

[Fotos via [Forgetthebox](#) e [Bank of Natural Capital](#)]