

GESTÃO FINANCEIRA E SUSTENTABILIDADE

PEDRO SALANEK FILHO

Administrador de Empresas

Pós-Graduado em Finanças

MBA em Gestão Executiva

Mestre em Organização e Desenvolvimento

Educador e Diretor Executivo da Revista GERAÇÃO SUSTENTÁVEL

Coordenador do MBA de Gestão em Sustentabilidade Corporativa da FESP

PAPO INICIAL

PROVOCAR UMA REFLEXÃO!

Formar um **PENSAMENTO SISTÊMICO** para compreender o todo!



Fonte: supplychainonline.com.br



Como o tema sustentabilidade é **(realmente)** tratado nos bastidores das empresas?

Qual a finalidade (essência) de um negócio?





Remunerar seus investidores!!!

Como manter a continuidade de um negócio?

Gerando “Fluxo de Caixa” para
remunerar seus investidores



O que é LUCRO?
O que é VALOR?

PREÇO É O QUE VOCÊ PAGA,
VALOR É O QUE VOCÊ LEVA.



**Warren
Buffet**



A missão de uma empresa é criar valor para a sociedade. Só com essa visão ela tem chance de se perpetuar e remunerar melhor seus **acionistas.**

Guilherme Leal – Natura
(Fonte: Artigo “ O estigma do Lucro”)



Qual porta devemos abrir para que os projetos sustentáveis “efetivamente” aconteçam nas empresas?

Uma pesquisa (Instituto Vox Populi) revelou uma contradição no ambiente de negócios no Brasil. Trata-se de diferentes percepções entre as expectativas que a população, de um lado, e os empresários e executivos, do outro, alimentam em relação aos negócios.

Questionados sobre qual a missão de uma companhia privada, **93% dos brasileiros mencionaram a geração de empregos.**

O item menos citado, por apenas 10%, foi o lucro. **Já os presidentes de empresas citaram o lucro em primeiro lugar, com 82% das menções.** E agora???

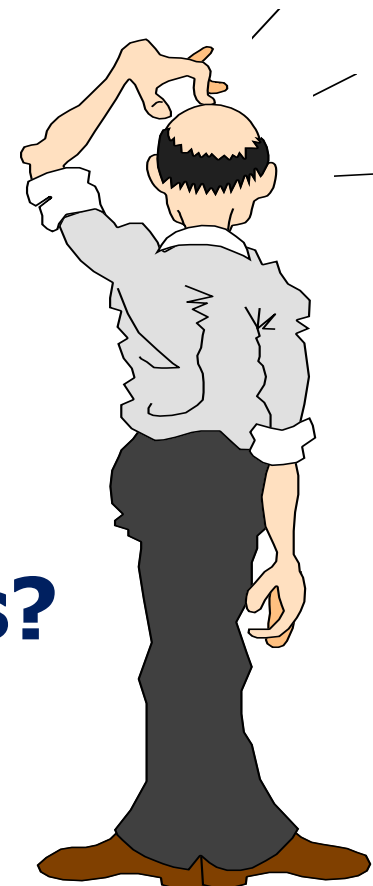
Entre economistas e acadêmicos, ninguém tem dúvida de que a maior missão de uma empresa é ser lucrativa.

Mas... Por que o lucro está tão estigmatizado e tão “satanizado” na sociedade brasileira?

Aqui (Brasil) quem “festeja o lucro” corre de receber uma visita inesperada da Receita Federal ou ficar com a imagem arranhada...

Quais indicadores nossas empresas preferem divulgar ?

- **Resultados econômicos?**
- **Resultados socioambientais?**



ARTIGO

"SUSTENTABILIDADE: UM ASSALTO À CIÊNCIA ECONÔMICA"



O sistema de preços age como uma "mão invisível" que guia as pessoas - consumidores e produtores - em suas ações econômicas.

O sistema de preços, através da oferta/demanda, cria sua própria forma de viabilizar (ou não) um produto.

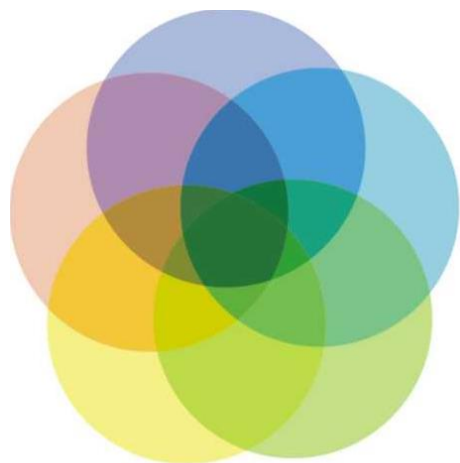


1972	1987	1992	2002	2012
Conferência da ONU – Meio Ambiente Humano	Brundtland: “Nosso Futuro Comum”	ECO -92 “Cúpula da Terra”	Rio + 10 Revisão dos projetos	Rio + 20 Revisão Projetos Nova Economia



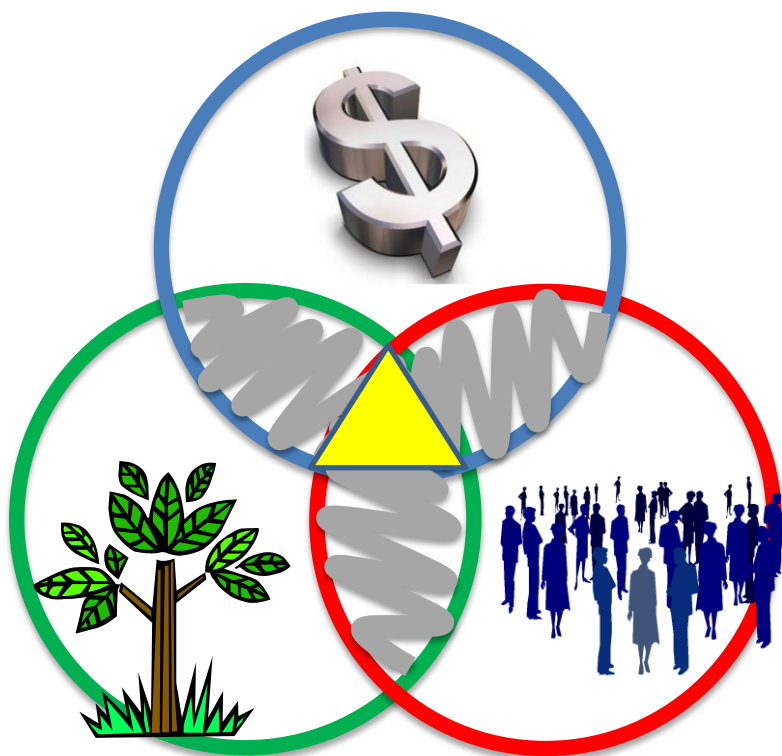
- ✓ **A empresa sustentável (setores)**
- ✓ **Uso constante da palavra sustentável**
- ✓ **Termo: Desenvolvimento sustentável**
- ✓ **“Tudo é sustentável?”**

O conceito de sustentabilidade está embasado em cinco grandes dimensões:



- **Econômica (economicamente viável)**
- **Social (socialmente justo)**
- **Ambiental (ambientalmente correto)**
- Cultural (culturalmente aceito)
- Espacial (delimitação espacial – local)

EQUILÍBRIO



BASE CULTURAL LOCAL

HARMONIA



BASE CULTURAL LOCAL



A sustentabilidade empresarial é um ser bípede, onde o corpo é o econômico... Tendo uma perna ambiental e a outra social.

Se caminharem no tempo, espaço e velocidade correta o corpo deste ser (que é o econômico) evolui junto.

São as pernas (ambiental e social) que propiciam que o econômico se equilibre.

Profª Rosimery Oliveira

**MODELO
CARTESIANO**
Olhar no espelho

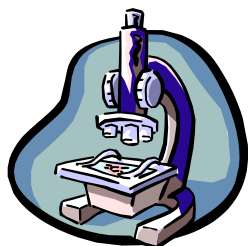
(visão míope)



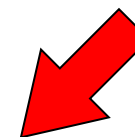
**MODELO
SISTÊMICO**
Olhar pela janela

(visão holística)

Visão míope - voltada ao produto



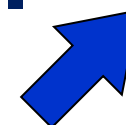
**** O produto acaba ...**



Visão sistêmica - voltada a necessidade



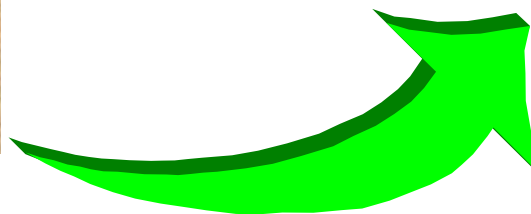
**** A necessidade evolui ...**

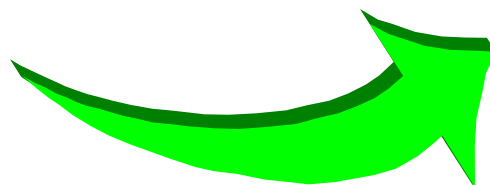




TIBURCIO ILLUSTRATOR -2008





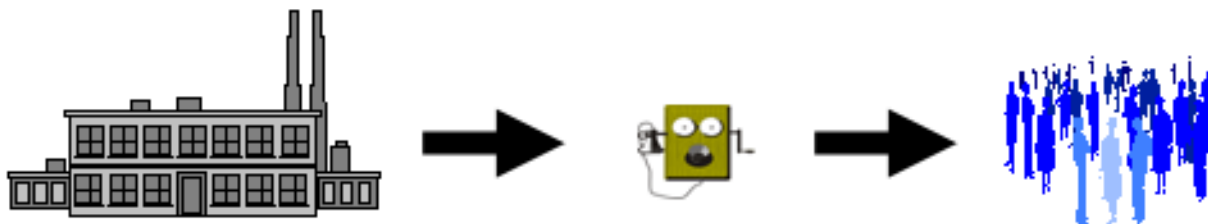


organização

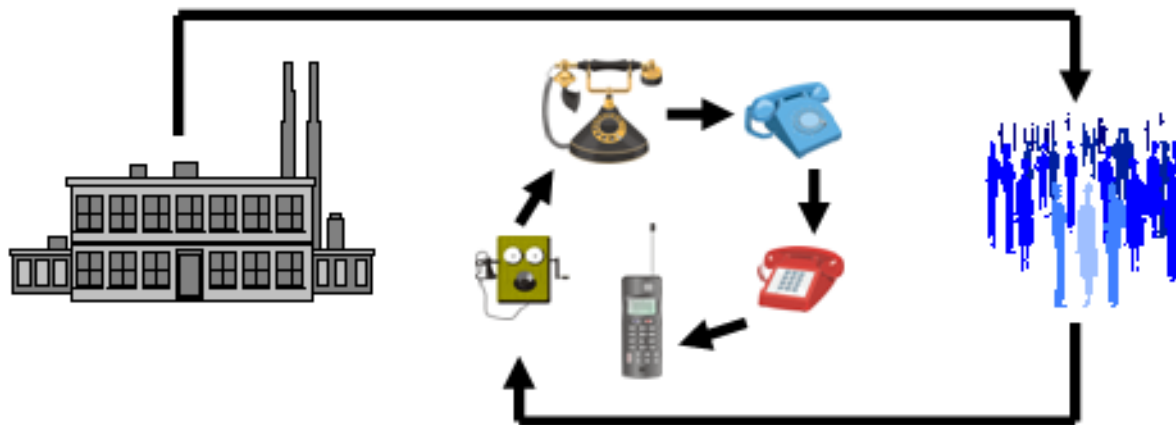
produto

consumidor

Visão Míope



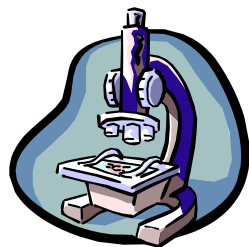
Visão Estratégica



GESTÃO SUSTENTÁVEL



Conselho Paranaense
de Cidadania Empresarial



Empresa

Míope

Estratégica

Sustentável

AVON

Cosméticos

Beleza

Orgânica

COCA-COLA

Refrigerantes

Bebidas

Saudável

GM

Carros

Transporte

Mobilidade

PETROBRAS

Combustível

Energia

Limpa

INDICADORES

**Como medir a eficiência
(socioambiental) da empresa?**

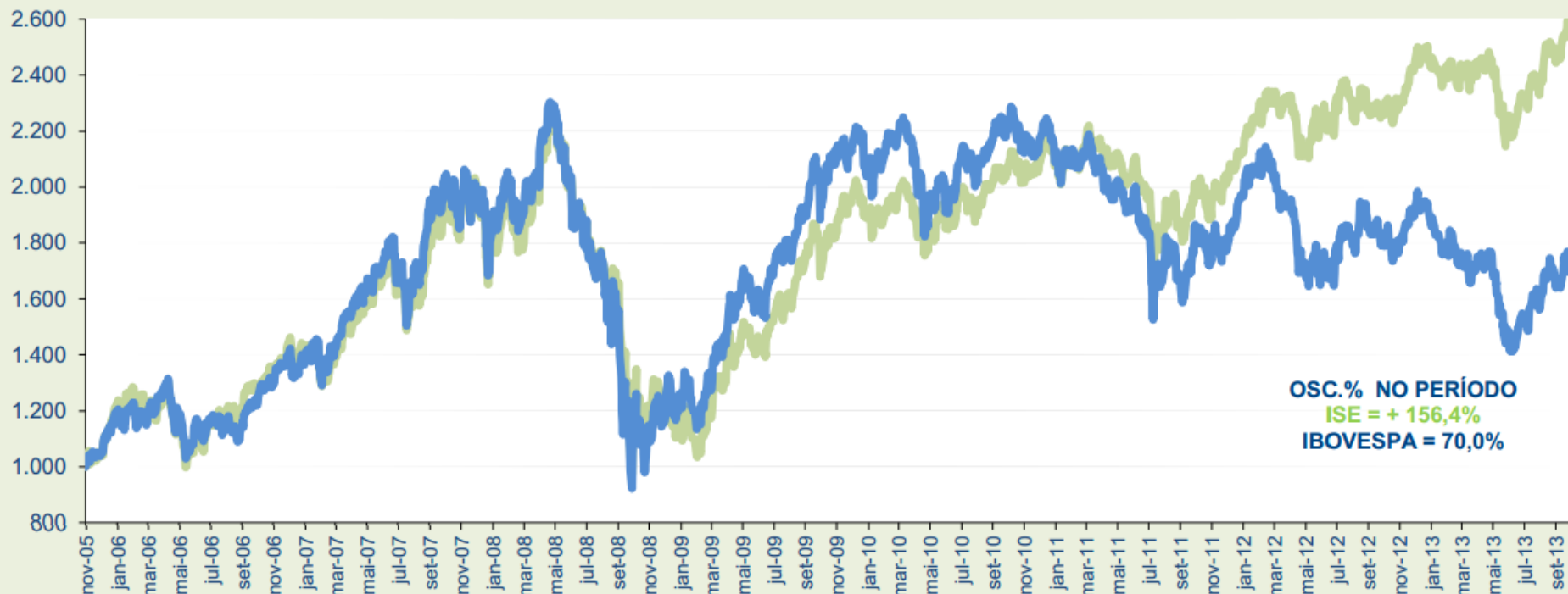
O que representa divulgar o volume de valores investidos em projetos sociais e/ou ambientais ?



R\$?



ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL



LUCRATIVIDADE MÉDIA % POR SETOR (NO MÊS)

Água e Saneamento	6,54
Alimentos	-2,59
Construção e Engenharia	-1,07
Energia Elétrica	4,60
Holdings Divers	9,22
Intermediários Financeiros	13,22
Madeira e Papel	7,91
Máquinas e Equipamentos	7,78
Mineração	6,88
Previdência e Seguros	2,91
Prods. de Uso Pessoal e de Limpeza	-9,49
Químicos	14,75
Siderurgia e Metalurgia	8,13
Telefonia Fixa	-4,82
Telefonia Movel	11,09
Transporte	3,82

EMPRESA	EM R\$	EM US\$
VALE	185.673.654.887	84.297.491.549
ITAUUNIBANCO	169.034.126.488	76.742.997.588
BRDESCO	143.447.008.757	65.126.218.450
BRASIL	85.246.156.345	38.702.513.550
SANTANDER BR	59.856.617.536	27.175.437.000
ITAUSA	54.329.484.562	24.666.069.446
TELEF BRASIL	53.575.266.694	24.323.647.822
BRF SA	45.892.092.740	20.835.418.478
CCR SA	32.892.889.536	14.933.664.549
ULTRAPAR	32.499.724.561	14.755.164.152
GERDAU	28.768.740.222	13.061.264.061
TIM PART S/A	27.609.364.829	12.534.897.316
TRACTEBEL	24.869.477.515	11.290.964.095
NATURA	19.319.519.027	8.771.233.555
CEMIG	19.143.984.162	8.691.539.164
CPFL ENERGIA	18.417.929.336	8.361.903.812
WEG	18.068.336.344	8.203.185.483
SABESP	16.226.524.290	7.366.986.421
FIBRIA	16.091.801.466	7.305.821.060
BRASKEM	13.626.134.497	6.186.386.315
ELETOBRAS	10.882.791.014	4.940.883.962
SUZANO PAPEL	10.051.150.034	4.563.311.556
GERDAU MET	8.844.883.647	4.015.655.882
ECORODOVIAS	8.492.226.016	3.855.546.180
DURATEX	8.452.681.061	3.837.592.419
AES TIETE	7.932.808.341	3.601.565.578
COPEL	7.323.007.979	3.324.710.787
CESP	7.216.804.481	3.276.493.454
OI	6.912.787.123	3.138.466.868
ENERGIAS BR	6.098.119.834	2.768.600.669
SUL AMERICA	5.588.056.729	2.537.027.481
COPASA	4.330.182.677	1.965.941.468
LIGHT S/A	4.025.658.344	1.827.684.711
COELCE	3.146.126.984	1.428.369.647
EVEN	1.947.999.957	884.409.315
BICBANCO	1.877.551.948	852.425.292
ELETROPAULO	1.792.661.492	813.884.270
TOTAL = 37	1.169.504.331.454	530.965.373.402

Indicadores financeiros

EBITDA

Limitação:

Indicador de resultado (curto prazo)

Desafio:

Continuar ampliando (ou mantendo)
o % do EBITDA no longo do tempo



Indicadores financeiros

GRAU DE ALAVANCAGEM

Mede o volume de recursos de terceiros em relação ao volume de recursos próprios



Indicadores financeiros

EVA

Valor econômico agregado
Mede a relação entre resultado
gerado e expectativa de remuneração
do capital investido
(próprio e de terceiros)



Há três modelos-padrão de balanço social, ou relatório de sustentabilidade, disponíveis no Brasil:

- a) Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase)***
- b) Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social***
- c) Global Reporting Initiative (GRI).***





Modelo IBASE

Lançado em 1997, o Balanço Social Modelo Ibase inspira-se no formato dos balanços financeiros. Expõe, de maneira detalhada, os números associados à responsabilidade social da organização.

Em forma de planilha, reúne informações sobre a folha de pagamentos, os gastos com encargos sociais de funcionários e a participação nos lucros.

Além disso, detalha as despesas com controle ambiental e os investimentos sociais externos nas diversas áreas — educação, cultura, saúde etc

Guia de Elaboração de Balanço Social do Instituto Ethos

Baseado num relato detalhado dos princípios e das ações da organização, este guia incorpora os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial e a planilha proposta pelo Ibase, sugerindo um detalhamento maior do contexto das tomadas de decisão em relação aos problemas encontrados e aos resultados obtidos.

Relatório de Sustentabilidade GRI

O relatório de sustentabilidade é a principal ferramenta de comunicação do desempenho social, ambiental e econômico das organizações. O modelo de relatório da Global Reporting Initiative (GRI) é atualmente o mais completo e mundialmente difundido.

Seu processo de elaboração contribui para o engajamento das partes interessadas da organização, a reflexão dos principais impactos, a definição dos indicadores e a comunicação com os públicos de interesse.

A GRI foi criada com o objetivo de elevar as práticas de relatórios de sustentabilidade a um nível de qualidade equivalente ao dos relatórios financeiros.

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.

A GRI empenha-se na melhoria constante das diretrizes e na sua adoção por diferentes países. Atualmente, mais de 1000 empresas produzem seus relatórios com base na terceira geração do modelo GRI-G3, sendo 60 delas brasileiras.

Sugestões:



Econômico | Socioambiental

- ✓ Mistura heterogênea
- ✓ Propriedades distintas

- ✓ Líder com visão de solubilidade
- ✓ Empresa Orgânica/Sistêmica

O grande avanço... É que essa mistura já está acontecendo no mesmo recipiente: a empresa!

**Sustentabilidade é algo que
buscamos além do horizonte!**





Sustentabilidade ainda é um grande canteiro de obra!

Obrigado!

www.geracaosustentavel.com.br
pedro@geracaosustentavel.com.br

