

INVESTIMENTO DAS PEQUENAS EMPRESAS NO TRIPLE BOTTOM LINE.

Willian Azevedo Ferraz dos Santos
Faculdade de Tecnologia da Zona Leste
willianferraz@hotmail.com

José Abel de Andrade Baptista
Mestrado em Administração
Faculdade de Tecnologia da Zona Leste
abel_baptista@yahoo.com.br

RESUMO

Este trabalho tem por finalidade analisar a importância e os principais pontos que empresas de pequeno porte adotam para investirem no *Triple Bottom Line* diferenciando-as das demais pequenas empresas do estado de São Paulo. Desenvolveu-se para tal uma pesquisa de avaliação, aplicando-se um formulário, realizando entrevistas com quadros relacionados a relações-públicas e com empresários que permitiu identificar o perfil da empresa considerando, respectivamente, sua grandeza e ramo de atuação. Portanto, fundamentado na pesquisa realizada, e no conceito de estratégias competitivas de mercado, esse trabalho mostrou as vantagens e os motivos que fazem as pequenas empresas optarem pelo conceito do *Triple Bottom Line* para o desenvolvimento.

PALAVRAS-CHAVE: Sustentabilidade, Meio Social, Meio Econômico, Vantagem Competitiva e *Triple Bottom Line*.

Data do recebimento do artigo: 24/05/2016

Data do aceite de publicação: 21/06/2016

INTRODUÇÃO

A escassez de diversos elementos naturais e os excessos causados pelas grandes e médias empresas fizeram com que a visão de sustentabilidade fosse redesenhada gerando o *Triple Bottom Line* que exigiu mais responsabilidade de todos e ações sustentáveis urgentes. Essa alteração obrigou as empresas se tornassem mais flexíveis e se adaptassem às mudanças de mercado.

O *Triple Bottom Line* aborda três temas, como: ambiental, social e econômico, deixando para trás somente a preocupação com o meio ambiente. Além de ser usada de forma estratégica demonstrando competência operacional. Essa ferramenta estimula a criação de ideias sustentáveis, melhorias em suas operações e o crescimento do negócio gerando vantagem competitiva e conscientização da sociedade que resulta em padrões elevados.

O que começou como uma obrigação para frear os danos causados ao meio ambiente tornou-se um modo de crescimento empresarial, pessoal e ambiental mesmo que ainda haja muitos obstáculos a serem ultrapassados.

O presente artigo pesquisou o *Triple Bottom Line*, baseado na grande dificuldade que as pequenas empresas têm de encontrar opções que agradem e atendam suas necessidades no setor ambiental, social e econômico e que também apresente uma condição financeira viável, e procurou entender quais variáveis são responsáveis por motivar os pequenos empresários a optar pelo modelo sustentável moderno, em detrimento aos demais conceitos sustentáveis.

Além de entender a percepção e necessidade mercadológica, o artigo também identificou que o modelo de negócios em questão, apresenta vantagens econômicas e competitivas, não somente aos fornecedores e parceiros, mas também para as empresas que optam por seguir essa estratégia de negócio.

Este trabalho objetivou identificar as vantagens competitivas apresentadas pelo *Triple Bottom Line*, e verificar como sua inserção no mercado pode trazer benefícios, não somente as empresas.

1. TRIPLE BOTTOM LINE

Segundo Savitz (2006), Triple Bottom Line significa que a gestão da empresa considera não somente questões econômicas, mas também sociais e de meio-ambiente. Mas ainda, o autor pressupõe que o sucesso dos negócios no longo prazo depende do que chamam “sweet spot”, ou seja, a área estratégica onde os interesses dos stakeholders coincidem com os interesses da empresa. Barbieri (2010), afirmou que esta gestão sustentável tem como objetivo reduzir os impactos ambientais, gerar riqueza, valor e atender aos anseios sociais que compõem o TBL (Triple Bottom Line) ou o tripé da sustentabilidade.

De acordo com Daniel Domeneghetti (2009), a expressão Triple Bottom Line reúne, simultaneamente, o resultado econômico-financeiro, o resultado social e o resultado ambiental – cada vez mais valorizado por acionistas e clientes –, tornando-se um imperativo para o sucesso das corporações”.

Com foco no pilar econômico, ser sustentável, pode gerar novos dispêndios de capital, de modo a gerar resultados inéditos. Ou seja, nos acontecimentos co-ligados com a preservação do meio ambiente, gastos são incorridos pelas empresas em atividades cuja finalidade é manter a sustentabilidade presente e em conformidade com os sistemas, por meio de uma relação intrínseca e equilibrada entre o sistema-empresa e os ecossistemas ao seu redor.

Para Williams e Phillips (1994), uma das maiores dificuldades para o do setor de meio ambiente é estimar o passivo ambiental. Para estimá-lo é necessário conhecer o fato gerador dos gastos ambientais. Também para Wood (1998), a mensuração do passivo ambiental depende da mensuração dos gastos ambientais. Em muitos casos, gastos com serviços de manutenção de ambientes corporativos são lançados de forma incorreta gerando aumento no custo ecológico da empresa. Desta forma, com um custo muito alto, o projeto de aderência ao TBL fica prejudicado, dificultando o crescimento do número de pequenas empresas sustentáveis no Brasil.

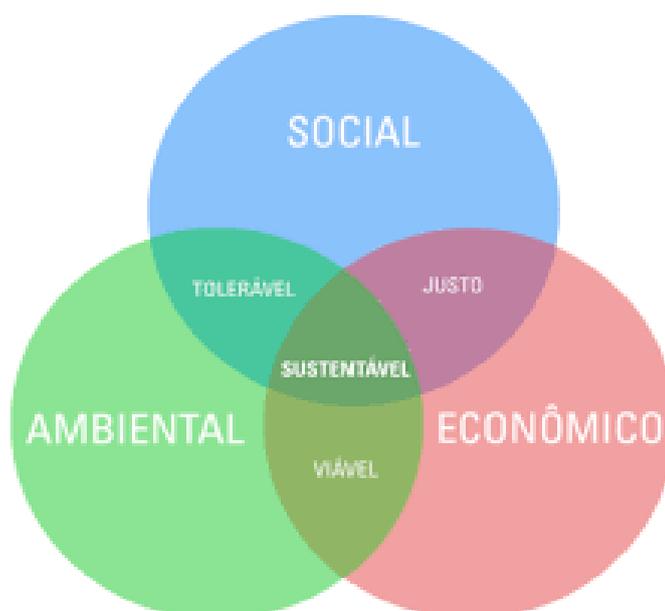
Para que uma empresa seja considerada sustentável, é necessário também que haja um planejamento para redução de insumos e não somente preocupações e ações com a fauna e a flora, as quais são denominadas como ação social e não custo ecológico.

Por definição, para que o TBL atue de fato, não é suficiente somente respeitar o meio ambiente. Os aspectos sociais são imprescindíveis e responsáveis por criar e promover

política interna e externa justas, com ética e transparência, englobando crescimento profissional, além de desenvolver ações que incentivem o convívio harmonioso entre os funcionários, fornecedores, clientes e outros membros da comunidade interna ou externa (SANTOS, 2015).

Portanto, dentre as principais variáveis necessárias para o comprometimento das pequenas empresas em relação ao novo modelo sustentável, é importante ressaltar a obtenção superioridade competitiva, políticas sociais e melhorias na imagem para manter-se no mercado.

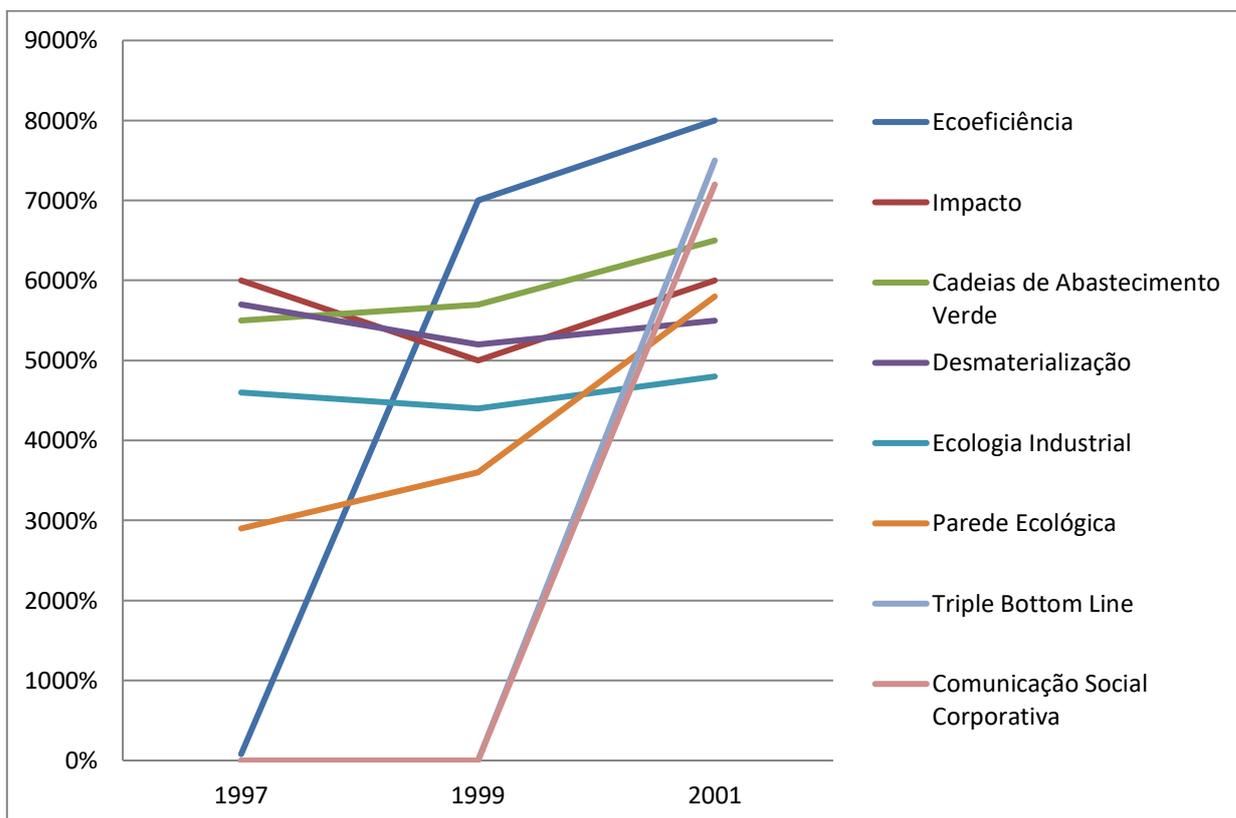
Figura 1 – Triple Bottom Line



Fonte: (Convibra 2009)

Para John Elkington (1994), conforme na figura 1, para ser sustentável uma organização ou negócio deve ser financeiramente viável, socialmente justo e ambientalmente responsável. Este conceito pode ser evidenciado pelos Gráficos 1 e 2, abaixo, no qual, desde o ano de 1999 o Triple Bottom Line está em ascensão no mercado, em conjunto com diversos fatores ambientais.

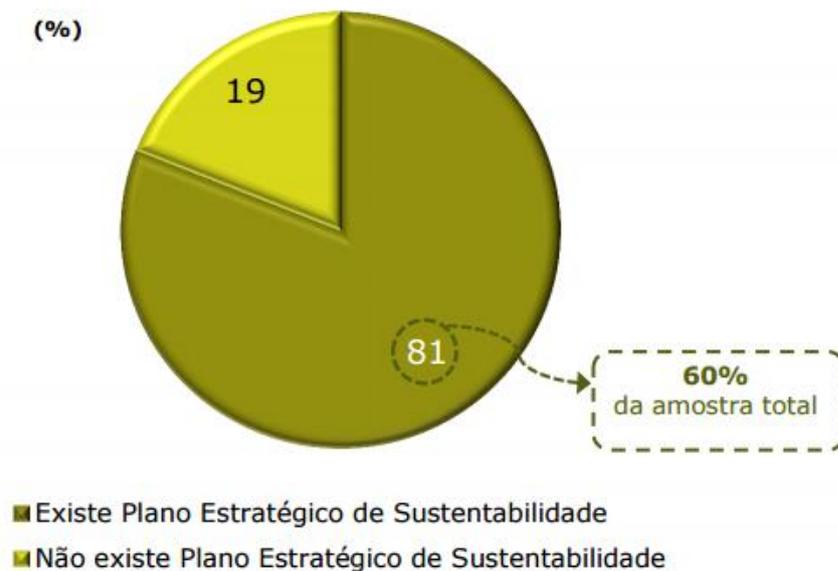
Gráfico 01 – Crescimento do Triple Bottom Line



Fonte: (Elkington, 2004)

Para Amaro, Ana; Silvestre, Winston Jerónimo (2014), a adoção de planos de gestão, como o TBL, é considerada como parte de um esforço ampliado pelas organizações para monitorizar, controlar e reduzir os impactos causados, constituindo-se como elemento importante da sustentabilidade corporativa, conforme aponta dados do gráfico 2:

Gráfico 02 – 8 em cada 10 empresas, que praticam ações sustentáveis, possuem um plano estratégico de sustentabilidade.



Base: Empresas que praticam ações sustentáveis (371)

Fonte: (IBOPE, 2011)

O gráfico 2 revela que há um crescimento considerável em relação ao uso do Triple Bottom Line nas empresas de modo geral, ou seja, de Planos Estratégicos de Sustentabilidade. Deste modo, entende-se que os motivos mais contundentes para esse aumento são exemplificados pela mentalidade das organizações em anteciparem-se às mudanças e tendências do mercado, diminuição do impacto direto das atividades da empresa no meio ambiente, e o intuito de agregar valor à corporação e atender as expectativas dos meios de comunicação e formadores de opinião.

2. GREEN COMPANY GESTÃO AMBIENTAL

Ao integrar os conceitos de gestão empresarial, responsabilidade social e sustentabilidade, abordando questões sobre planejamento, que definidos pela missão, visão e valores da empresa, os planos são traçados para alcançar os objetivos, fator este, que é importante para segregar tarefas, designar atividades em cargos, alocar recursos, definir autoridades e responsabilidades, liderar a equipe para que se sintam sempre seguras.

Cria-se então, um conjunto eficiente de mecanismos, tanto de incentivos quanto de monitoramento, a fim de assegurar que o comportamento dos executivos esteja sempre alinhado com o interesse dos acionistas, ou seja, o Triple Bottom Line, que engloba a sustentabilidade corporativa baseada na ideia de que um bom desempenho nas esferas ambientais e sociais agrega valor à companhia e, por isso, devem ser tratados com importância equivalente ao desempenho econômico. Tal visão de negócios nem sempre se torna eficaz, devido a pequenas empresas não possuírem capital aberto, em razão do seu porte e tampouco, investidores a ponto de inseri-las ao novo modelo sustentável adotado por grandes sociedades. Este modelo pressupõe mapeamento adequado de riscos e oportunidades, nas diversas áreas de interferência da corporação sobre a sociedade e seus agentes, fato este que ocorreu com a estudada Green Company Gestão Ambiental LTDA.

Com a expansão do mercado sustentável e a consciência de que seus clientes buscam um melhor atendimento, com práticas voltadas para a gestão empresarial, a responsabilidade social e a sustentabilidade, a Green Company, optou por verificar a viabilidade de incorporar-se ao Triple Bottom Line. Empresa de pequeno porte, localizada na zona sul da cidade de São Paulo, com menos de 15 funcionários efetivos, atuando no ramo de descarte de resíduos sólidos desde o ano de 2009, sob gestão do empresário Rodolfo Ferraz.

Desde então, ao analisar todo o processo de implantação, foi possível constatar a necessidade de um número maior de colaboradores, a fim de colocar em prática todas as exigências do novo modelo sustentável, tendo em vista que acarretaria em um alto custo para tal, causando grandes impactos financeiros ao seu negócio. Além do investimento inicial requerido para que a implantação ocorresse com êxito, foi necessário; contratação de novos profissionais, aumento considerável na folha de pagamento, treinamento dos novos colaboradores, uma gestão melhor ramificada e divulgação dos resultados do novo projeto.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

O desdobramento deste trabalho deu-se através da tática de uma pesquisa por meio de questionários aplicados a alta gerência da estudada, pesquisa metodológica e quantitativa baseada em pesquisas bibliográficas, artigos científicos, livros, publicações em sites e matérias relacionadas sobre a viabilidade do tripé da sustentabilidade nas pequenas

organizações, que incluiu abundantes assuntos e diferentes níveis de aprofundamento em relação ao Triple Bottom Line.

Considerando a finalidade de desfrutar do enfoque sistemático como procedimento de interpelação adotado para a clareza e discussão dos fenômenos aqui desenvolvidos é de suma relevância uma fixação lógica da pesquisa bibliográfica.

Foram examinadas bibliografias nacionais e internacionais sobre as teses relacionadas aos princípios de Sustentabilidade, Triple Bottom Line e Gestão Socioambiental. Após a documentação teórica apresentada, é notório que esta pesquisa averigua criticamente os temas que foram abrangidos através de um estudo de caso.

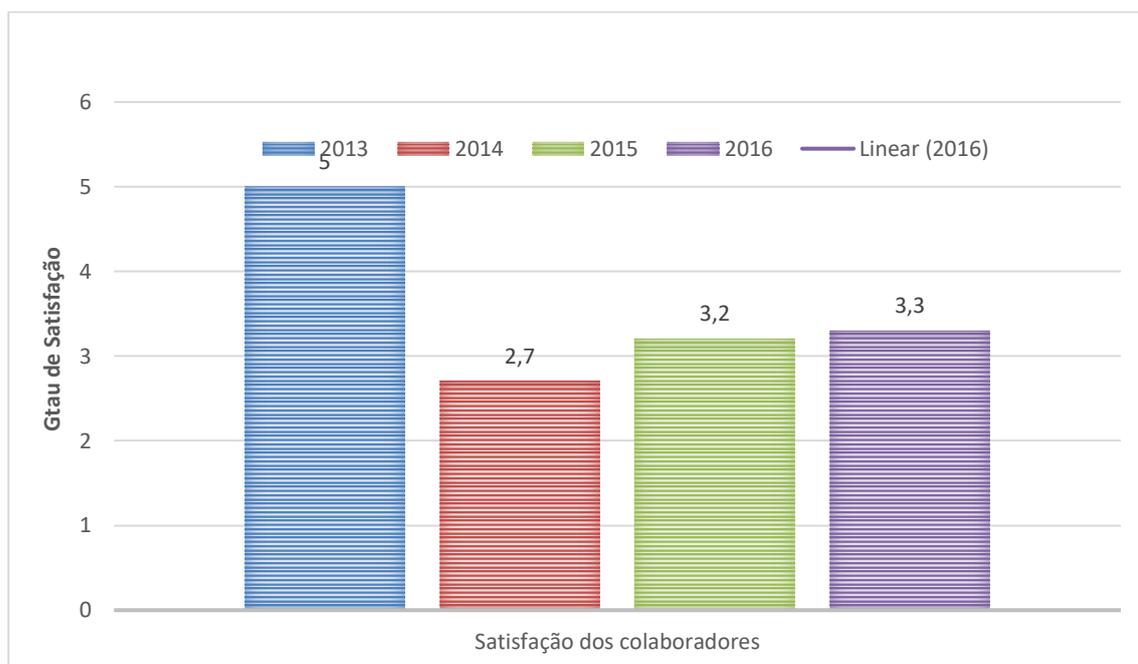
4. RESULTADOS PARCIAIS

Baseando-se nas respostas obtidas através de entrevista com empresários da estudada Green Company Gestão Ambiental, obteve-se as respostas que possibilitaram identificar e analisar qual o impacto do Triple Bottom Line na organização.

Esta estratégia serve como alicerce para gestão de negócios da Green Company, mede, a obtenção de índices de desempenho nos três âmbitos da sustentabilidade, sendo eles: financeiro, social e ambiental. Ela se desdobra na busca de ações principalmente na área social voltada a sustentabilidade da Empresa, de modo que, cada vez mais os stakeholders exigirão às pequenas empresas a responsabilidade de suas ações. O obstáculo que se destaca na estudada é a decisão de quais ações e iniciativas minimizam os desafios da inserção do TBL, e, em contrapeso, depois de implementado, a forma de mensurar e avaliar o seu impacto.

Observa-se no Gráfico 3, o impacto sociocultural que o conceito exerce na fase de implantação (2013), movidos pela decisão da alta gerência, que reconheceu as vantagens competitivas oferecidas pelo modelo sustentável.

Gráfico 03 – Grau de impacto na organização



Fonte: (Autores, 2016)

Em contrapartida, foi possível observar desde a implantação do modelo sustentável houve uma considerável resistência dos colaboradores perante às mudanças, fator que, gerou impacto negativo na obtenção de resultados e queda no faturamento mensal, justificado pela infelicidade dos mesmos na organização. Deste modo, se faz necessário o treinamento e a capacitação organizacional para reduzir gargalos e aumentar a produtividade mantendo o foco na essência nos três pilares da sustentabilidade.

CONCLUSÕES

Conforme o objetivo proposto, é notório que pequenas empresas optam pela implantação do Triple Bottom Line com o intuito de se sobressaírem as demais organizações de pequeno porte e se destacarem no ramo que atuam perante ao mercado global por meio do Triple Bottom Line, impulsionados pela ferramenta inovadora e que abrange fatores que interessam as empresas e aos Stakeholders. Porém, há diversas variáveis que influenciam negativamente o projeto de implantação. Conforme apresentado em estudo, a Green Company Gestão Ambiental despendeu capital relevante e acima do mensurado para o desenvolvimento do projeto, motivado pelo aumento na equipe de colaboradores, impostos, treinamento e capacitação, além da gestão organizacional melhor ramificada para comportar as mudanças da implantação e do capital de investimento para gerenciar todo o processo.

Podemos perceber também que houve um grande impacto sociocultural no início do projeto TBL, devido à resistência dos colaboradores em relação as mudanças, o que resultou na queda do grau de satisfação, além da inviabilidade financeira, onde as pequenas empresas não recebem incentivos tributários e/ou fiscais para investirem na sustentabilidade. De acordo com Santos (2015) a empresa ao ser criada, já deve ter essa concepção e se estruturar de forma sustentável, pois realizar correções posteriores é mais difícil, além de que, desde a sua criação, já pode trazer consequências negativas para a sociedade, conforme evidenciado na estudada Green Company.

Conclui-se então que no Brasil, as pequenas empresas, assim como a estudada, tendem a enfrentar diversos desafios quanto a implementação do tripé da sustentabilidade, causando maior aversão ao comprometimento com âmbito social, econômico e ambiental. Deste modo, grandes e médias organizações possuem maiores condições de superar os obstáculos impostos pelo novo modelo sustentável.

REFERÊNCIAS

AMARO, Ana; SILVESTRE, Winston Jerónimo. **Sustentabilidade corporativa Avaliação híbrida do Triple Bottom Line**. Portugal: Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, p. 19-29, Dez, 2014.

BARBIERI, J. C.; VASCONCELOS, I. F.G.; ANDREASSI, T.; VASCONCELOS, F.C. **Inovação e**

sustentabilidade: novos modelos e proposições. RAE- Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 50, n. 2, p. 146-154, abr./jun. 2010.

BENITES, Lira; POLO, Edison. **A sustentabilidade como ferramenta estratégica empresarial: governança corporativa e aplicação do Triple Bottom Line na Masisa.** Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria, 2013.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA INDÚSTRIA. **Estratégias Corporativas de Baixo Carbono: Gestão de Riscos e Oportunidades.** Brasília, 2011.

DOMENEGHETTI, Daniel. **Ativos intangíveis: como sair do deserto competitivo dos mercados e encontrar um oásis de valor e resultados para sua empresa.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

ELKINGTON, John. **Triple Bottom Line a history-ES_TBL.** Londres: 2004.

_____. **Sustentabilidade – Canibais com Garfo e Faca.** São Paulo: Editora M. Books, 1997.

HART & MILSTEIN. **Criando valor sustentável.** Estados Unidos da América: Revista RAE Executivo, vol. 3, nº 2, maio/jul. 2004.

IBOPE. **Pesquisa IBOPE Ambiental.** São Paulo: p.06, Set.2011.

MARCHI, Maria; MARCHI, Roberto. **Convibra.** São Paulo: 2009.

SANTOS, Fernando. **Ética Empresarial: Políticas de Responsabilidade Social em cinco dimensões: Sustentabilidade, Respeito à Multicultura, Aprendizado contínuo, Inovação e Governança Corporativa.** São Paulo: Editora GEN/Atlas, 2015.

SAVITZ, Aw. **The Triple Bottom Line.** San Francisco: Editora CA Jossey Bass, 2006

WINN, M. **Building Stakeholder Theory with a Decision Modeling Methodology.** Canada: Business & Society, 40 (2), p. 133-166, Jun, 2001.

WILLIAMS, Georgina; PHILLIPS, Thomas J. Jr. **Cleaning up our act: accounting for environmental liabilities.** Business Credit. Jul/Ago. 1994; 96, 7.

WOOD, Dorothy. **Environmental liabilities: is a standard needed?** Australian CPA; ABI/INFORM Global p. 53, 1998.

INVESTMENT OF SMALL BUSINESSES IN TRIPLE BOTTOM LINE

Willian Azevedo Ferraz dos Santos
Faculdade de Tecnologia da Zona Leste
willianferraz@hotmail.com

José Abel de Andrade Baptista
Mestrado em Administração
Faculdade de Tecnologia da Zona Leste
abel_baptista@yahoo.com.br

ABSTRACT

This work aims to analyze the importance and the main points that small businesses adopt to invest in Triple Bottom Line differentiating them from other small businesses in the state of São Paulo. He developed to such an evaluation research, applying a form, conducting interviews with pictures related to public relations and entrepreneurs who identified the company profile considering, respectively, its grandeur and line of business. Therefore, based on the research conducted, and the concept of competitive strategies of market, this study showed the advantages and reasons that make small businesses opt for the Triple Bottom Line concept for development.

KEYBOARDS: People, Planet, Competitive Advantage, Triple Bottom Line and Profit.