



VIII SINGEP

Simposio Internacional de Gestao de Projetos, Inovacao e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



ANÁLISE DOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE COM RELAÇÃO A ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO

ANALYSIS OF SUSTAINABILITY REPORTS ON THE INNOVATION STRATEGY

MACÁRIO NERI FERREIRA NETO
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA

SÉRGIO HENRIQUE ARRUDA CAVALCANTE FORTE
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA

Nota de esclarecimento:

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o VIII SINGEP e a 8ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **01, 02 e 03 de outubro de 2020**.



VIII SINGEP

Simposio Internacional de Gestao de Projetos, Inovacao e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



ANÁLISE DOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE COM RELAÇÃO A ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO

Objetivo do estudo

Verificar se as demonstrações dos indicadores de inovação estão alinhadas as dimensões econômica, social e ambiental.

Relevância/originalidade

A necessidade de inovação aliada a sustentabilidade tem despertado interesse na academia e nas empresas, considerando as restrições impostas por pressões sociais e ambientais que tem provocado mudanças nas estratégias de inovação das organizações.

Metodologia/abordagem

Foram analisados os relatórios das dez empresas com maior participação na carteira teórica do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). Utilizou-se do método de análise de conteúdo, que representa um grupo de técnicas visando obter indicadores que possibilitam a inferência de conhecimentos na produção e recepção das mensagens. Foram efetuadas análises exploratórias, sobre o tema “inovação”, nos relatórios de sustentabilidade do ano de 2018, das empresas deste estudo.

Principais resultados

O maior impacto dos resultados é a ausência de dados sobre a inovação na maioria dos relatórios, onde as empresas se limitam apenas a apresentar seus projetos inovadores sem informações quantitativas que levem a comparabilidade entre as organizações.

Contribuições teóricas/metodológicas

O artigo se propõe a discutir as estratégias inovadoras sob o viés da sustentabilidade, o quanto os relatórios de sustentabilidade informam sobre os impactos sociais e ambientais provados pelas inovação de produtos, serviços ou processos.

Contribuições sociais/para a gestão

Preocupa a ausência de informações mensuráveis sobre os impactos que a inovação pode trazer, notadamente nos aspectos econômicos, sociais e ambientais. O estudo contribui para o debate no qual as empresas devem demonstrar suas reais intenções quando inovam seus produtos.

Palavras-chave: Estratégia, Inovação, Sustentabilidade, Relatórios de Sustentabilidade



VIII SINGEP

Simposio Internacional de Gestao de Projetos, Inovacao e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



ANALYSIS OF SUSTAINABILITY REPORTS ON THE INNOVATION STRATEGY

Study purpose

Check if the statements of the innovation indicators are aligned with the economic, social and environmental dimensions.

Relevance / originality

The need for innovation combined with sustainability has aroused interest in academia and companies, considering the restrictions imposed by social and environmental pressures that have caused changes in the innovation strategies of organizations.

Methodology / approach

The reports of the ten companies with the largest participation in the theoretical portfolio of the Corporate Sustainability Index (ISE) were analyzed. We used the content analysis method, which represents a group of techniques aimed at obtaining indicators that allow the inference of knowledge in the production and reception of messages. Exploratory analyzes were carried out on the theme "innovation" in the sustainability reports for 2018 of the companies in this study.

Main results

The greatest impact of the results is the lack of data on innovation in most reports, where companies are limited to presenting their innovative projects without quantitative information that leads to comparability between organizations.

Theoretical / methodological contributions

The article proposes to discuss innovative strategies from the point of view of sustainability, how much the sustainability reports inform about the social and environmental impacts proved by the innovation of products, services or processes.

Social / management contributions

It concerns the absence of measurable information about the impacts that innovation can bring, notably in economic, social and environmental aspects. The study contributes to the debate in which companies must demonstrate their real intentions when innovating their products.

Keywords: Strategy, Innovation, Sustainability, Sustainability Reports



1. Introdução

A evolução tecnológica aliada à competitividade que ultrapassa as fronteiras dos países, instigam as organizações a inovarem constantemente, com foco na sustentabilidade na oferta de seus produtos e serviços. A relevância do desenvolvimento sustentável tem guiado as empresas a incorporarem nas suas estratégias de negócios, indicadores e metas conciliáveis com a exigência da sustentabilidade por parte das partes interessadas e seus consumidores (Pinsky, Dias, & Kruglianskas, 2013). No entendimento de Cantarino, Barata e La Rovere (2007, p. 89), “a nova visão de sustentabilidade empresarial é a da integração do desempenho econômico, social, ambiental, de segurança e de saúde do trabalhador, que são indissociáveis, na nova visão de negócios”. Neste sentido, as inovações deveriam produzir retornos financeiros e econômicos, ao mesmo tempo gerar resultados sociais e ambientais esperados pela sociedade, desfecho difícil de prever, dadas as incertezas causadas pelas inovações que nem sempre atingem os objetivos esperados (Barbieri, Vasconcelos, Andreassi, & Vasconcelos, 2010).

Portanto, a capacidade da empresa em inovar, trazendo novos produtos, processos, métodos de negócios, depende de como o processo é empreendido. Nos últimos anos, as empresas tornaram-se cada vez mais conscientes das pressões sociais e ambientais que os negócios enfrentam, e a inovação é um dos principais meios pelos quais as empresas podem alcançar um crescimento sustentável (Hall & Vredenburg, 2003).

Considerando o que foi exposto, surge a seguinte questão: os relatórios de sustentabilidade demonstram os indicadores de inovação sob as perspectivas ambientais, sociais e econômicas?

Para responder a problemática, tem-se o objetivo de verificar se as demonstrações dos indicadores de inovação estão alinhadas as dimensões econômica, social e ambiental. Para isso foram analisados os relatórios de sustentabilidade de dez empresas listadas na bolsa de valores B3 Brasil.

Para Barbieri *et al.* (2010, p. 153), “O modelo de organização inovadora sustentável é uma resposta às pressões institucionais por uma organização que seja capaz de inovar com eficiência em termos econômicos, mas com responsabilidade social e ambiental”, o que torna o estudo do tema relevante e, pretende-se com este trabalho, diminuir a lacuna existente sobre o tema.

2. Sustentabilidade e inovação

As expressões: sustentável, sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, apesar de serem muitos citados na literatura científica, nas empresas e pelos governos em suas políticas públicas, ainda não exibem um conceito que seja consenso entre as partes envolvidas. O termo “sustentabilidade” advém da ideia dos recursos renováveis, tendo sua origem na ciência ecológica, sendo adotado pelo movimento ambientalista para expressar as circunstâncias que sustentam os ecossistemas a longo prazo (Holden, Linnerud, & Banister, 2014; Sartori, Latrônico, & Campos, 2014). Porém, se tornou tão abrangente e complexo, podendo seu conceito inicial se tornar irrelevante, ademais a sustentabilidade deve ser abordada globalmente, pois os seres humanos fazem parte de um único sistema natural (global) cujas partes interagem de formas complexas (Holden *et al.*, 2014).

Entende-se “sustentável” como a preocupação pelos recursos naturais como fim de manutenção da vida humana, o termo “sustentabilidade” se refere a qualidade de um sistema onde integra meio ambiente e pessoas; já o “desenvolvimento sustentável” como uma estratégia de longo prazo para equilibrar e melhorar a qualidade de vida das (Feil & Schreiber, 2017).



Em termos gerais, o conceito de desenvolvimento sustentável é uma tentativa de combinar preocupações crescentes sobre uma série de questões ambientais com questões socioeconômicas, neste sentido, o desenvolvimento sustentável adquiriu grande aceitação por abranger principalmente as questões fundamentais para a humanidade, como garantir vidas que valem a pena viver e nossa relação com o planeta e as nossas relações uns com os outros (Hopwood, Mellor, & O'Brien, 2005).

Neste sentido, as organizações têm incorporados esses termos em suas estratégias, embora, várias empresas têm dificuldade em associar seus discursos e práticas gerenciais a uma definição completa de sustentabilidade, de tal maneira, que no meio empresarial, tornou-se mais conveniente pensar na sustentabilidade como um “*Triple Bottom Line*” (Claro, Claro, & Amâncio, 2008).

O *triple bottom line*, ou o tripé da sustentabilidade, se divide em ambiental, econômica e social. A sustentabilidade ambiental ou ecológica onde as empresas são estimuladas a considerarem seus impactos sobre o meio ambiente, é a desmaterialização da atividade econômica; a sustentabilidade econômica, onde se inclui as empresas formais e informais, e a manutenção de capital natural; e a sustentabilidade social, onde se relaciona com as qualidades das pessoas e a homogeneidade social (Claro *et al.*, 2008; Sartori *et al.*, 2014).

Portanto, as empresas buscam alinhar-se aos princípios da sustentabilidade como forma de se tornar mais competitiva e com consciência ambiental e social. Neste ambiente de sustentabilidade, para manter a sua competitividade as empresas precisam sempre inovar, porém para que aconteça essa inovação, as organizações devem utilizar os recursos naturais, sociais e econômicos de forma eficiente, para que esses produtos ou serviços inovados tragam benefícios para as empresas, tanto quanto para a sociedade (Barbieri *et al.*, 2010; Pinsky *et al.*, 2013; Froehlich & Bitencourt, 2015).

Ademais, é necessária uma estratégia que integre os objetivos de inovação e desenvolvimento sustentável. Ao contrário da inovação convencional orientada para o mercado, a inovação do desenvolvimento sustentável deve incorporar as restrições adicionais das pressões sociais e ambientais, bem como considerar as gerações futuras (Hall & Vredenburg, 2003). Neste sentido, para Barbieri *et al.* (2010), para as empresas inovarem, devem considerar três dimensões: a) dimensão social, refere-se ao impacto das inovações nas comunidades; b) dimensão ambiental, aos impactos ambientais pelo uso de recursos naturais e emissão de poluentes; e, c) dimensão econômica, que demonstra a preocupação com a geração de lucro e vantagem competitiva.

Desta maneira, a capacidade de inovar transforma conhecimentos em novos produtos e serviços, trazendo para o mercado inovações que apresentem benefícios não somente econômicos, mas ambientais e sociais (Froehlich & Bitencourt, 2015).

Neste contexto, uma inovação é a implementação de um produto novo ou significativamente melhorado (bom ou serviço), ou processo, um novo método de marketing ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, organização do local de trabalho ou relações externas (Gault, 2018). Ademais, as organizações são, cada vez mais, chamadas a colaborar no desenho e fornecimento de soluções inovadoras para problemas profundos da sociedade (Oliveira, Ferreira & Lima, 2015).

Gault (2018) classifica a inovação em quatro tipos: a) do produto, quando um produto é novo ou modificado significativamente em relação a suas características ou usos pretendidos e são disponibilizados para usuários em potencial; b) de produção ou entrega, é a implementação de um processo de produção ou entrega novo ou significativamente alterado, incluindo mudanças significativas em insumos, infraestrutura dentro da unidade institucional e técnicas; c) organizacional, quando ocorre a implementação de um método organizacional novo ou significativamente alterado na prática comercial, organização do local de trabalho ou relações



externas da unidade institucional; e, d) de marketing, com a implementação de um método novo ou significativamente alterado de promoção de produtos da unidade institucional.

Tipo de inovação	Descrição
Inovação em tecnologia de produtos	Reduções nas quantidades de vários recursos renováveis e não renováveis usados durante as diferentes etapas do ciclo de vida do produto.
Inovação em miniaturização de produtos	Nova tecnologia mais eficiente em termos de recursos (por exemplo, da tecnologia analógica para a digital) e / ou grandes melhorias na tecnologia atual.
Inovação de convergência de produtos	Um novo produto que inclui em um único produto vários produtos independentes distintos.
Inovação em versatilidade de produtos	Um novo produto com maior versatilidade que elimina a necessidade de usar diferentes produtos autônomos para diferentes situações de uso.
Inovação de redução de quantidade de uso de produto complementar	Um novo produto que reduz a quantidade de produto complementar usado durante o estágio de uso do ciclo de vida do produto.
Inovação em quantidade de uso variável	<i>Redesign</i> do produto para quantidade variável de uso durante o estágio de uso do ciclo de vida, no lugar de uma quantidade fixa e pré-determinada.
Inovação em substituição de produtos	A videoconferência substitui as viagens de avião, trem ou carro para reuniões de negócios cara a cara.
Atualização do produto através da substituição do módulo versus substituição completa	Redução nas quantidades de vários recursos utilizados durante o estágio de produção do ciclo de vida, substituindo apenas determinados componentes e / ou subconjuntos para atualizar um produto em oposição a todo o produto.
Inovação Reversa	Comparados aos produtos desenvolvidos e direcionados a clientes em mercados desenvolvidos, os produtos desenvolvidos e direcionados a clientes em mercados emergentes a um preço acessível pela grande maioria dos clientes nesses mercados tendem a usar quantidades substancialmente menores de vários materiais usados durante a produção e usar estágios.
Inovação em embalagens	Redução na quantidade de materiais utilizados nas embalagens.
Inovação na eliminação de ingredientes	Eliminação de produtos de ingredientes específicos durante a fase de produção do ciclo de vida do produto
Inovação de eliminação de produtos complementares	Eliminação da necessidade de usar um produto complementar durante o estágio de uso do ciclo de vida de um produto.
Inovação complementar de transporte de produtos	Eliminação de recursos gastos em produtos complementares ao atualizar para um produto principal mais recente.
Substituição de: (a) Ingredientes não renováveis para recursos com ingredientes de recursos renováveis	Substituição de guardanapos de papel feitos com polpa de madeira por guardanapos de papel feitos com papel reciclado ou uma mistura de polpa de madeira e papel reciclado.
Inovação em digitalização de produtos	Inovações que permitem acessibilidade e consumo de produtos de informação em formato digital no lugar dos produtos em formato analógico.

Figura 1 - Inovações de produtos sustentáveis

Fonte: Varadarajan (2017).



Já a inovação sustentável de produtos é a introdução de uma empresa de um novo produto ou a modificação de um produto existente cujo impacto ambiental durante o ciclo de vida do produto, abrangendo a extração, produção, distribuição, uso e descarte pós-uso de recursos, é significativamente menor do que produtos existentes pelos quais é um substituto (Varadarajan, 2017). Na figura 1, tem-se uma exposição da estrutura de inovações sustentáveis em referência específica a inovações de produtos sustentáveis.

Por conseguinte, a orientação para inovações sustentáveis é definida como a extensão relativa do envolvimento da empresa em atividades intraorganizacionais e interorganizacionais dentro de funções organizacionais específicas e abrangendo várias funções organizacionais em direção ao desenvolvimento de novos produtos, processos e práticas e modificações de produtos existentes, processos e práticas, com o objetivo de reduzir significativamente o impacto de suas atividades no ambiente natural (Varadarajan, 2017)

4. Relatórios de sustentabilidade

A teoria da legitimidade sugere que nenhuma organização tem o direito inerente de existir, mas que qualquer operação comercial está sujeita a uma maior aceitação da sociedade. Tal legitimidade, no entanto, é potencialmente ameaçada se a sociedade perceber que uma empresa não está operando de maneira aceitável (Hahn & Kühnen, 2013). Neste sentido, as empresas têm buscado demonstrar para a sociedade e para seus *stakeholders*, informações que apresentem suas ações e compromissos para com a sustentabilidade. Assim, tem-se utilizado dos relatórios de sustentabilidade como veículo que demonstrem, além dos resultados econômicos e financeiros, as contribuições das empresas para o desenvolvimento econômico, social e ambiental da sociedade em que estar inserida (Cantarino *et al*, 2007). Assim sendo, os relatórios de sustentabilidade tornam-se um canal para atender às necessidades de informações de diferentes grupos de partes interessadas, explicando como a empresa atende às suas expectativas (Font, Guix, & Bonilla-Priego, 2016).

Os relatórios de responsabilidade social empresarial (RSE) parecem consideravelmente diferentes quando vistos de uma perspectiva de materialidade. Em vez de contabilizar todas as ações de RSE empreendidas (relevantes e não), os relatórios se tornam um relato do estado da arte em todos os impactos materiais (se a empresa optou por agir em relação a eles ou não) (Font *et al*, 2016).

Neste contexto, os relatórios de sustentabilidade contemplam indicadores de performance financeira e de responsabilidade social. Para Van Bellen (2003), a característica principal dos indicadores é a possibilidade de quantificar informações para que se tornem relevantes, simplificando e melhorando a apresentação dos resultados da empresa. Portanto, elaborar relatórios de sustentabilidade consiste na prática de medir, divulgar e prestar contas, às várias partes interessadas, sobre o desempenho da organização, visando atingir o objetivo do desenvolvimento (Oliveira *et al*, 2015).

Porém, a ausência de uniformidade dos relatórios de sustentabilidade dificulta suas interpretações e comparabilidade com outros relatórios, e, portanto, a definição dos indicadores deve refletir a realidade do negócio, sendo compreensível e que possuam utilidade tanto para a empresa, como para as partes interessadas (Cantarino *et al*, 2007). Os indicadores podem ser divididos em financeiros, quando demonstram dados como receita, lucro, rentabilidade, dentre outros e, não financeiros, que identificam de forma mais clara os objetivos em longo prazo da empresa, com informações sobre pessoas, satisfação dos clientes etc. (Marquezan, Diehl, & Alberton, 2013).

Entretanto, para uma demonstração mais significativas, há necessidade de uma legislação pertinente capaz de promover uma sofisticação dos relatórios, buscando um aumento



no nível de transparência, tornando as informações mais completas, relevantes e comparáveis, semelhantes aos relatórios financeiros obrigatórios (Hahn & Kühnen, 2013), considerando que a avaliação da sustentabilidade requer uma definição clara de sustentabilidade e critérios correspondentes contra os quais a avaliação pode ser realizada (Pope, Annandale, & Morrison-Saunders, 2004).

De acordo com Van Bellen (2004), há a necessidade de se desenvolver uma base comum de indicadores de sustentabilidade, consolidando padrões que possam mensurar o progresso da sociedade e avaliar o grau de sustentabilidade, considerando que a maioria dos indicadores não estão adequados para isso. Tendo em vista que a avaliação de desempenho tem a finalidade de verificar se os objetivos propostos pela organização estão sendo cumprido, sendo realizada com base em indicadores previamente ajustados e padronizados (Marquezan *et al*, 2013). Já, a avaliação da sustentabilidade pode ser definida como um processo para determinar se uma proposta, iniciativa ou atividade específica é ou não sustentável (Pope *et al*, 2004).

5. Métodos

A pesquisa se caracteriza pela abordagem qualitativa e quanto aos objetivos, exploratória com a finalidade de proporcionar maior familiaridade com o problema com a intenção de torná-lo mais compreensível (Gerhardt & Silveira, 2009).

Para fins de amostra, do tipo não probabilística, foram escolhidas as dez empresas com maior participação na carteira teórica do dia 01/10/2019, do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). As empresas são Telefônica Brasil, Lojas Renner, CCR, Weg, Natura, Itaú, Klabin, Tim, Bradesco e Cielo. A amostra é relevante se for representativa do universo inicial (Bardin, 2016). Neste caso, as empresas representam cerca de 62% da participação na carteira teórica do ISE.

Para atender ao propósito deste trabalho de verificar os indicadores de inovação, utilizou-se do método de análise de conteúdo, que representa um grupo de técnicas visando obter indicadores que possibilitam a inferência de conhecimentos na produção e recepção das mensagens. Foram efetuadas análises exploratórias, sobre o tema “inovação”, nos relatórios de sustentabilidade do ano de 2018, das empresas deste estudo. Dos quais se extraíram seis categorias, que foram divididas em subcategorias, a categorização serve para classificar os elementos com características em comum (Bardin, 2016).

Categorias	Subcategorias	Descrição
Social	Pessoal	Quantidade de funcionários que atuam diretamente com P & D.
Social	Projetos	Programas que levam à inovação de produtos, processos e serviços por parte dos colaboradores ou da sociedade.
Ambiental	Impactos	Estudos sobre o impacto nos novos produtos/serviços e/ou processo.
Econômica	Inovação	Produtos/Serviços/Processos inovadores
Econômica	Investimentos	Valores investidos com inovação de produtos
Econômica	Índice	Índice de inovação, representado pelo percentual do faturamento com produtos, serviços ou processos inovadores

Figura 2 – Categorias observáveis

Fonte: Os autores (2019), adaptado de Barbieri *et al.* (2010).



A figura 2 demonstra a classificação conforme as categorias encontradas nos relatórios de sustentabilidade das empresas. As empresas necessitam efetivamente de instrumentos que demonstrem sua confiabilidade e a eficiência operacional, e que esses instrumentos sejam claros, objetivos e abrangentes (Marquezan *et al*, 2013).

6. Análise de discussão

Para a Telefônica Brasil, a inovação sustentável é a principal ferramenta para entregar aos clientes as conexões que eles precisam para transformar a sua vida, seus negócios e suas comunidades. Com esse objetivo, a empresa desenvolveu uma estratégia global estruturada para promover a Digitalização End-to-End, assim chamada porque atinge toda operação da empresa, desde os processos internos até o contato com o cliente.

O relatório de sustentabilidade das Lojas Renner cita a palavra inovação 13 vezes, desde a mensagem do presidente, como modelo de geração de valor, na cultura organizacional e na área de sustentabilidade. A construção e disseminação de uma cultura de inovação permite que a empresa crie diferentes ferramentas para que a inovação esteja cada vez mais intrinsecamente presente no dia a dia de todos, estimulando a criatividade, a agilidade e a autonomia para que novas ideias possam ser criadas, aplicadas e aprimoradas. Parceria com a PUC-RS para identificação de startups que possam contribuir com inovação de ponta para acelerar a transformação digital da empresa. O relatório não apresenta dados quantitativos como valores investidos em inovações, retorno financeiro, social e ambiental dessas inovações. Para Van Bellen (2004), é importante que os indicadores sejam quantificáveis e comunicado as ações relevantes.

Para o grupo CCR, a governança de qualquer organização, deve considerar os pilares sustentabilidade, inovação e *compliance*. Para a empresa inovar é mudar e aprimorar processos, com formas de fazer diferente suas atividades diárias, com mais eficiência, agilidade e qualidade. Buscando com a inovação, tecnologias que melhorem as condições e a qualidade de vida das pessoas. A automação e a robotização de tarefas de *back office*, por exemplo, vêm sendo implementadas em diferentes tipos de atividades, permitindo a redução de custos e o ganho de eficiência. Na CCR, a busca por inovação tem instigado os funcionários a identificar soluções inovadoras para os investimentos em engenharia. A interação com universidades e *startups*, por sua vez, alavanca a capacidade do Grupo CCR de identificar tendências e oportunidades de aprimoramento em seus negócios. Não foram encontrados dados quantitativos no relatório de sustentabilidade.

Com relação à empresa Weg, seu relatório demonstra que a organização apresenta um índice de 53,4% de inovação, ou seja, percentual de faturamento sobre os produtos lançados nos últimos cinco anos. A Weg conta com 1.561 funcionários dedicados em tempo integral à inovação. Para um melhor aproveitamento energético, a WEG colocou em operação o primeiro turbo gerador dois polos fabricado no Brasil. Um projeto inovador otimizou a geração de energia renovável a partir do bagaço da cana-de-açúcar, permitindo inclusive a comercialização da energia excedente do consumo interno. A apresentação às partes interessadas dos indicadores contendo dados, resultados, metas, são relevantes e demonstram gestão corporativa eficiente (Cantarino *et al*, 2007).

Para Natura a inovação tecnológica é fundamental para a expansão e diferenciação do negócio da empresa, o termo inovação foi encontrado 65 vezes no seu relatório. A empresa investiu em 2018, R\$ 188 milhões em projetos de inovação, representando 2,2% do seu faturamento anual. Com isso, 233 novos produtos foram lançados em 2018, gerando um índice de inovação (participação da venda de produtos lançados nos últimos 24 meses na receita bruta dos últimos 12 meses) de 59,9%. A empresa mantém o Programa Natura Startups, plataforma



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



criada para viabilizar e acelerar oportunidades de inovação por meio de nossa interação com startups. Em 2018, a Natura gerou impactos ambientais que representaram 7,4% da receita líquida (<https://natu.foinvest.com.br/>, recuperado em 18 de outubro, 2019). Segundo Pinsky *et al.* (2013), “o resultado esperado é a integração dos benefícios do negócio com a redução dos impactos sociais e ambientais”, o que demonstra a Natura em seu relatório.

Para o Banco Itaú, em um mundo que passa por uma transformação digital contínua, seu desafio é acompanhar as mudanças e atender às necessidades de seus clientes. Parte essencial dessa transformação é a crescente utilização de dispositivos móveis com acesso à internet, que se reflete diretamente no crescimento exponencial do uso do mobile banking, como mostra o aumento de 29% no uso dessa tecnologia por pessoas físicas e de 43% por empresas em comparação com 2016. Em 2018, o Banco realizou investimentos para mitigação e prevenção de impactos ambientais na ordem de R\$ 9 bilhões. O banco é líder no financiamento da transição para uma Economia Verde, utilizam uma metodologia própria de inovação, denominada *Business Challenge*, para acelerar o desenvolvimento de soluções ambientais, criando novos produtos e serviços para os clientes pessoa física e jurídica. Ao todo, surgiram 40 ideias que darão origem a dez novos produtos e serviços bancários, além de um plano de comunicação e posicionamento ambiental corporativo que será lançado em 2019

Nos últimos anos, a Klabin vem ampliando sua atuação em pesquisa, desenvolvimento e inovação, buscando avançar em aplicações cada vez mais sustentáveis para seus produtos e atuar em sintonia com os desafios da indústria 4.0. Em um ambiente marcado pelo uso intenso de tecnologias, pelo surgimento de novos mercados e pela demanda por produtos cada vez mais sustentáveis, o conceito de inovação tem ganhado força na Klabin, especialmente a partir de 2016, com a criação do programa “Inova Klabin” e a inauguração do Centro de Tecnologia no Paraná. Entre 2019 e 2021, a companhia aportará cerca de R\$ 180 milhões em Pesquisa Industrial e Florestal, incluindo um novo parque de Plantas Piloto, visando ao desenvolvimento de novos produtos, além de convênios com institutos de pesquisa, universidades nacionais e no exterior.

Para a TIM o cliente é o principal norteador para o desenvolvimento de produtos e serviços, soluções criadas com foco inovador e que agreguem qualidade. A inovação faz parte da estratégia da empresa, que tem no Instituto TIM um promovedor de educação voltada para inovação tecnológica, acreditando que toda criança e jovem tem o direito de acesso aos conhecimentos de ciências e matemática, que representam os avanços da produção do conhecimento, entretanto, não foram encontrados dados quantitativos em seu relatório de sustentabilidade. A TIM é a 44ª empresa no ranking que aponta a consistência e a maturidade nos processos de inovação.

O Bradesco demonstra no seu relatório que fomentam programas internos para desenvolver e promover a inovação e a eficiência, como *hackathon*, o Programa Eficiência e Inovação (EI) e o programa inovabra, que é formado por oito programas cujo propósito é promover a inovação dentro e fora da organização. Seu modelo de desenvolvimento baseia-se em *user experience*, em que aceleram o processo de inovação, com desenvolvimento, prototipagem e testes com os usuários, a empresa não demonstrou valores investidos em inovação, impacto das inovações e o valor do índice de inovação.

Verificando o relatório da Cielo, a empresa destaca que desde 2016, ela implementou a Garagem Cielo, que utiliza instrumentos para estimular a inovação, em que as ações estão ancoradas em três eixos: inovação com o cliente, inserção no ecossistema de inovação e fomento a inovação interna. Dentre os valores da empresa encontra-se o “Inovação com resultados”. A companhia foi reconhecida nos últimos quatro anos como uma das empresas mais inovadoras do mundo. No relatório não ficou demonstrado dados quantitativos sobre inovação.



Empresas	Pessoal	Projetos	Impactos	Inovação	Aplicações	Índice
TELEFÔNICA	Não	Sim	Não	Sim	Não	Não
RENNER	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não
CCR	Não	Sim	Não	Sim	Não	Não
WEG	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim
NATURA	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
ITAÚ	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Não
KLABIN	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Não
TIM	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não
BRDESCO	Não	Sim	Não	Sim	Não	Não
CIELO	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Não

Figura 3 – Resumo das categorias

Fonte: os autores (2019)

A figura 3, demonstra de forma simplificada, a existência ou não de informações referente as subcategorias, constantes no Quadro 1, nos relatórios de sustentabilidade das empresas. Verificou-se que apenas a Natura oferece todas essas informações em seu relatório.

7. Conclusão

As empresas WEG e Natura trouxeram em seus relatórios alguns dados quantitativos que facilitam a mensuração e comparação entre empresas, entretanto, ao examinar se as medidas de inovação presentes nos relatórios de sustentabilidade das empresas estão alinhadas as dimensões propostas por Barbieri *et al.*, (2010), verifica-se a ausência de informações que demonstrem que as empresas estão alinhadas com o tripé da sustentabilidade. Verificou-se que apenas a Natura divulgou dados que indicam informações sobre a inovação na empresa nas dimensões ambientais, sociais e econômicas. A informação mais ausente refere-se aos estudos sobre os impactos ambientais provocados pelas inovações de produtos, serviços e/ou processos.

O maior impacto dos resultados é a ausência de dados sobre a inovação na maioria dos relatórios, onde as empresas se limitam apenas a apresentar seus projetos inovadores sem informações quantitativas que levem a comparabilidade entre as organizações.

Como sugestões para futuras pesquisas uma proposta de mensuração de indicadores de inovação que facilitem a comparabilidade entre as empresas e, estudos voltados a identificar a correlação entre indicadores de inovação e performance econômica das empresas.

Referências

Barbieri, J. C., Vasconcelos, I. F. G., Andreassi, T., & Vasconcelos, F. C. (2010). Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 50(2), 146-154.

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. São Paulo, Edições 70, 228.

Cantarino, A. A. A., Barata, M. M. De L. & La Rovere, E. L. (2007). Indicadores de sustentabilidade empresarial e gestão estratégica. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 1(1), 87-98.



Claro, P. B. O, Claro, D. P., & Amâncio, R. (2008). Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. *Revista de Administração-RAUSP*, 43(4), 289-300.

Feil, A. A., & Schreiber, D. (2017). Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: desvendando as sobreposições e alcances de seus significados. *Cadernos Ebape. BR*, 15(3), 667-681.

Font, X., Guix, M., & Bonilla-Priego, M. J. (2016). Corporate social responsibility in cruising: Using materiality analysis to create shared value. *Tourism Management*, 53, 175-186.

Froehlich, C., & Bitencourt, C. C. (2015). Proposição de um modelo teórico para capacidade de inovação sustentável. *Revista Ciências Administrativas*, 21(2), 554-581.

Gault, F. (2018). Defining and measuring innovation in all sectors of the economy. *Research Policy*, 47(3), 617-622.

Gerhardt, T. E., & Silveira, D. T. (2009). *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 120.

Hall, J., & Vredenburg, H. (2003). The challenge of innovating for sustainable development. *MIT Sloan Management Review*, 45(1), 61.

Hahn, R., & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: a review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of cleaner production*, 59, 5-21.

Holden, E., Linnerud, K., & Banister, D. (2014). Sustainable development: our common future revisited. *Global environmental change*, 26, 130-139.

Hopwood, B., Mellor, M., & O'Brien, G. (2005). Sustainable development: mapping different approaches. *Sustainable development*, 13(1), 38-52.

Marquezan, L. H. F., Diehl, C. A., & Alberton, J. R. (2013). Indicadores não financeiros de avaliação de desempenho: análise de conteúdo em relatórios anuais digitais. *Revista Contabilidade, Gestão e Governança*, 16(2), 46-61.

Oliveira, M., Ferreira, M. R., & Lima, V. (2015). Responsabilidade social corporativa: conceito, instrumentos de gestão e normas. *Revista Brasileira de Administração Científica*, 6(2), 161-172.

Pinsky, V. C., Dias, J. L., & Kruglianskas, I. (2013). Gestão estratégica da sustentabilidade e inovação. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, 6(3), 465-480.

Pope, J., Annandale, D., & Morrison-Saunders, A. (2004). Conceptualising sustainability assessment. *Environmental impact assessment review*, 24(6), 595-616.

Sartori, S., Latronico, F., & Campos, L. M. (2014). Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: uma taxonomia no campo da literatura. *Ambiente & sociedade*, 17(1), 1-22.



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



Van Bellen, H. M. (2004). Indicadores de sustentabilidade: um levantamento dos principais sistemas de avaliação. *Cadernos eBAPE. Br*, 2(1), 01-14.

Varadarajan, R. (2017). Innovating for sustainability: a framework for sustainable innovations and a model of sustainable innovations orientation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(1), 14-36.