



Encontro Internacional sobre Gestão
Empresarial e Meio Ambiente

As Empresas Mais Verdes Do Mundo: uma análise das ferramentas de gestão adotadas pelas empresas listadas no ranking da Interbrand

JOSÉ AUGUSTO DA SILVA SANTOS NETO
gutosilvaneto@gmail.com

LILIAN ALIGLERI
lilian.aligleri@uel.br

As Empresas Mais Verdes Do Mundo: uma análise das ferramentas de gestão adotadas pelas empresas listadas no ranking da *Interbrand*.

Resumo

Pessoas e empresas buscam informações de fácil acesso que permitam tomar decisões. Essa realidade fomentou a criação de diversificados rankings anualmente atualizados que congregam informações sobre empresas de diversos setores, utilizados para a elaboração de análises e avaliação. Paralelamente, a mídia e as organizações listadas reproduzem as classificações de melhores colocadas como fonte confiável de informação. Este estudo teve como objetivo analisar as 50 empresas mais verdes do mundo, segundo o ranking da consultoria *Interbrand*, em relação a certificação ISO 14001 e a publicação do relatório socioambiental no modelo da *Global Reporting Initiative* (GRI). Trata-se de uma pesquisa exploratório-descritiva com abordagem qualitativa assentada em dados secundários. Percebe-se que o modelo metodológico adotado na concepção do ranking da *Interbrand* não considerada a certificação ISO 14001 e a publicação do relatório socioambiental no modelo da *Global Reporting Initiative* (GRI) como elementos fundamentais para a seleção das empresas. A análise dos dados permitiu concluir que a ISO 14001 e o relatório GRI não estão presentes em todas as empresas listadas. Além disto, entre aquelas que possuem tais ferramentas de gestão, ficou evidente que a sua presença é variável, dependendo da região geográfica analisada.

Palavras-chave: ISO 14001, Global Reporting Initiative, Empresa Verde.

Abstract

People and companies seek easy access to information that allows for decision-making. Such reality encouraged the creation of annually updated diversified rankings that bring together information on companies from various sectors used for the preparation of analyses and assessment. At the same time, the listed media and organizations reproduce the best-placed ratings as a reliable source of information. This study aimed to analyse the 50 greenest companies in the world, according to the ranking of *Interbrand* consultancy, considering ISO 14001 certification and the publication of the socio-environmental report based on the Global Reporting Initiative (GRI). This is an exploratory and descriptive research with qualitative approach based on secondary data. It can be noticed that the methodological model used in designing the ranking of *Interbrand* does not take into consideration ISO 14001 certification and the publication of the socio-environmental report on the Global Reporting Initiative (GRI) as key elements for companies' selection. Data analysis support the conclusion that ISO 14001 and GRI report are not present in all listed companies. Moreover, among those that use such management tools, it became clear that their presence varies depending on the analysed geographic region.

Keywords: ISO 14001, Global Reporting Initiative, Green Company.

1 Introdução

Desde a revolução industrial, os recursos naturais passaram a ser consumidos pela sociedade humana mais rápido do que a capacidade de reposição do planeta, o que levou a escassez de recursos e a diminuição da quantidade de água potável no mundo. Além disso, segundo dados da *World Wide Fund for Nature* (WWF), houve um incremento de 34% na emissão de dióxido de carbono na atmosfera desde o início da revolução industrial no século XVIII. Desde então, a temperatura média da Terra aumentou cerca de 0,8°C, o que tem gerado consequências adversas para a vida dos habitantes do planeta. Portanto, como citado no relatório *Visão 2050*, publicado em 2010 pelo *World Business Council for Sustainable Development* “atualmente, as nossas sociedades estão no perigoso caminho da insustentabilidade” (WBCSD, CEBDS, 2012).

Estas informações ampliam a cobrança por parte da sociedade em relação à conduta das empresas com marcas reconhecidas e maior participação de mercado. As empresas, percebidas historicamente como poluidoras e desbravadoras do ambiente natural, necessitam resgatar a sua legitimidade social e reverter à imagem de vilãs dos problemas ambientais. Principalmente com o avanço da consciência ambiental da população, as empresas que investem em gestão ambiental poderão se valorizar por meio de iniciativas de *green marketing*. Portanto, a gestão ambiental organizacional tem constituído uma temática de alta relevância nas agendas públicas e privadas em distintos países, sendo reconhecida como fator imprescindível para o sucesso das organizações (FIORINI e JABBOUR, 2014).

Paralelamente, o desenvolvimento econômico e a tecnologia digital de dados conduzem a uma grande e seletiva procura por informações sobre as empresas dos diversos setores da economia, que estejam prontamente disponíveis. Aumenta a necessidade não somente de mais informações, mas de informações mais organizadas, compreensíveis, precisas e atuais para a uma economia de tempo de pesquisa e, também, a possibilidade de se realizarem comparações. Essa realidade fomentou a criação de diversificados rankings anualmente atualizados que congregam, em um só espaço, informações sobre distintas empresas de diversos setores e são utilizados como base de comparação para a elaboração de análises, avaliação e tomada de decisão. (ANTUNES, CORRAR e KATO, 2004; FIORINI e JABBOUR, 2014).

Nos últimos anos ampliou-se a publicação de rankings que atestam a preocupação das empresas com o meio ambiente. *Newsweek*, *Interbrand*, *Corporate Knights* e *Greenpeace* são exemplos de instituições que elaboram periodicamente rankings de empresas “verdes”.

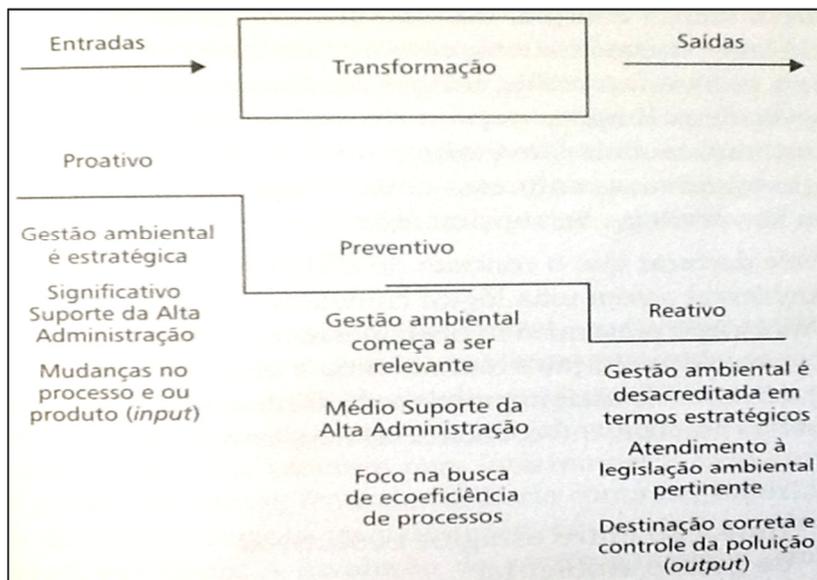
Paralelamente, a mídia e as organizações nomeadas reproduzem as listas de melhores colocadas como base confiável de informação sobre o desempenho ambiental de excelência. Os rankings são utilizados para potencializar o reconhecimento das empresas que adotam práticas socioambientalmente responsáveis. Mas, será que as empresas melhores listadas nos rankings ambientais possuem, de fato, um modelo de gestão mais proativo e estruturado?

Este estudo teve como objetivo analisar as 50 empresas mais verdes do mundo, segundo o ranking da consultoria *Interbrand*, em relação a certificação ISO 14001 e a publicação do relatório socioambiental no modelo da *Global Reporting Initiative* (GRI). Partiu-se da premissa de que as empresas que alcançam níveis elevados no ranking devem possuir um modelo de gestão ambiental mais organizado e estruturado e, portanto, maior comprometimento com uma abordagem avançada de gestão ambiental.

2 Revisão Bibliográfica

Identificar e gerenciar riscos ambientais, a partir do monitoramento de informações, é uma prática cada vez mais presente em empresas que buscam envolver-se com o tema ambiental. ELEFSINIOTIS e WAREHAM (2005) definem a gestão ambiental como a

totalidade de ações organizacionais organizadas de forma sistematizada para monitorar os impactos ambientais das atividades e gerenciar questões pertinentes à dimensão ambiental. Jabbour e Jabbour (2013) corroboram ao afirmar que as organizações apresentam diferentes níveis de envolvimento com a gestão ambiental e distingue três estágios evolutivos: proativo, preventivo e reativo. A figura abaixo apresenta as principais características de cada estágio proposto pelos autores.



Fonte: Jabbour e Jabbour (2013, p. 35).

Figura 1. Representação dos estágios evolutivos da gestão ambiental no modelo de transformação

Já González-Benito e González-Benito (2006) revisam a literatura, a fim de identificar os fatores determinantes da pró-atividade ambiental de uma empresa, identificando as seguintes categorias de gestão:

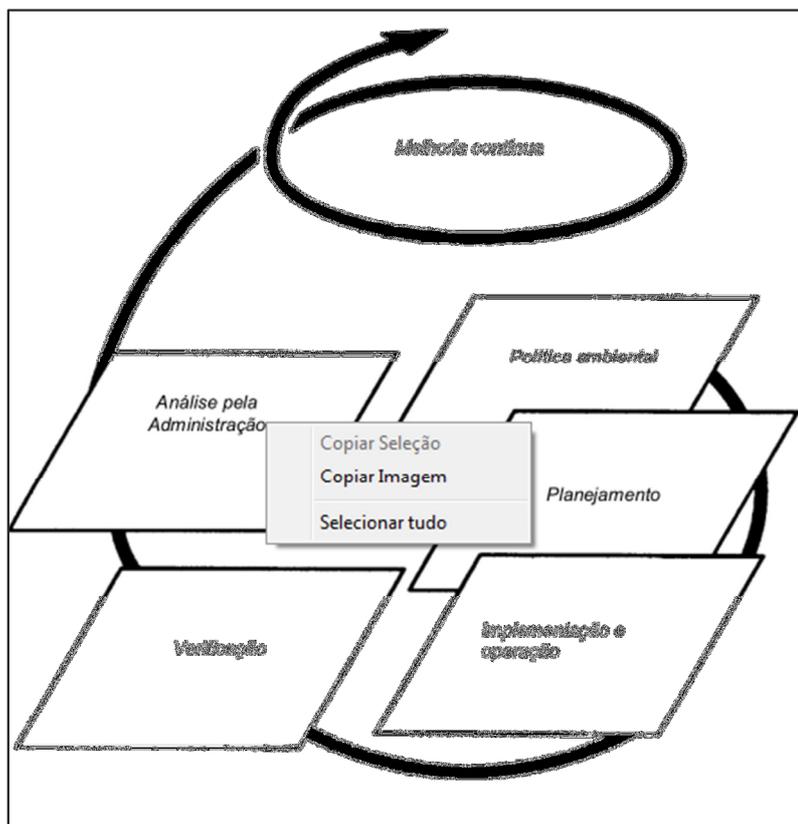
- práticas organizacionais e de planejamento: remetem à implementação de um sistema de gestão ambiental (SGA), isto é, um conjunto de elementos inter-relacionados utilizados para desenvolver e implementar uma política ambiental com o propósito de atingir objetivos definidos pela organização.
- práticas operacionais: mudanças no sistema de produção e operações podem estar relacionadas ao produto ou ao processo operacional. O primeiro inclui práticas focadas em ecodesign e o segundo está direcionado a ecoeficiência e outros modelos produtivos sustentáveis; e
- práticas comunicacionais: visam comunicar e divulgar as ações ambientais às partes interessadas na empresa. Essas práticas buscam objetivos comerciais e o estabelecimento de relações com os *stakeholders*, dessa forma, não são focadas em melhorar o desempenho ambiental e, sim, em divulgá-lo.

A norma ISO 14001 e a publicação do *Global Reporting Initiative (GRI)*, utilizadas neste artigo para analisar as 50 empresas mais verdes do mundo, são exemplos da primeira e da última categorias apontadas González-Benito e González-Benito (2006). A norma ISO pode ser qualificada como um sistema de gestão ambiental e o relatório GRI é um padrão de comunicação organizacional dos impactos das organizações. Ambos contribuem para aprimorar os sistemas de informação ambiental, o que na concepção de Bengtsson e Ågerfalk (2011), podem desempenhar um papel central, como ferramentas para a melhoria dos indicadores de sustentabilidade.

A Norma ISO 14001

As normas da série ISO 14000 abarcam o mais conhecido e utilizado sistema de gestão ambiental do mundo. Elas são publicadas pela Organização Internacional para Padronização (*International Standardization for Organization - ISO*). Lançada em 1993, a série 14.000, que contém a norma NBR ISO 14001, foi criada com o objetivo de estabelecer estruturas e procedimentos para a melhoria contínua do desempenho ambiental das empresas. A adoção da norma demanda uma mudança cultural na organização, requerendo capacitação dos funcionários, implantação de programas/sistemas de comunicação, definição de padrões internos, reformulação dos processos produtivos e dos equipamentos de proteção ambiental (OLIVEIRA e PINHEIRO, 2010). As normas da série apresentam diretrizes para Auditorias Ambientais, Avaliação do Desempenho Ambiental, Rotulagem Ambiental e Análise do Ciclo de Vida dos Produtos, Requisitos para organismos de validação e verificação de GEE, entre outros.

A série está alicerçada na integração entre os conceitos de qualidade e meio ambiente utilizando-se do modelo PDCA (*Plan-Do-Check-Act*), conforme apresentado na Figura 2. A base para elaboração do Sistema de Gestão Ambiental (SGA) é o mesmo do Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ).



Fonte: ABNT. NBR ISO 14001 (2004, p. 6).

Figura 2. Modelo de Gestão Adotado na Série ISO 14000

A norma certificável ISO 14.001 foi publicada em 1996 e a partir de um processo de revisão iniciado em 2011 foi readequada no ano de 2015. O principal objetivo da norma é permitir que as organizações estabeleçam processos para gerenciar o risco ambiental, reduzindo o consumo de recursos naturais e custos operacionais, tendo um compromisso de melhoria contínua de seu desempenho ambiental. Portanto, Forte (2003) afirma a norma que a norma colabora com o comprometimento com a prevenção da poluição e melhorias contínuas na gestão empresarial.

Ressalta-se, todavia, que a ISO 14.001 não define resultados ou níveis de desempenho dos processos ambientais, nem institui valores para indicadores de controle. Entretanto, um estudo realizado por González, Sarkis e Adenso-Diaz (2008) junto à indústria automotiva demonstrou que as empresas certificadas na NBR ISO 14001 incorporaram práticas de gestão dos recursos com implicações importantes para a preservação ambiental.

Por abranger um conjunto de práticas flexíveis, pode ser aplicada em qualquer tipo de organização, independentemente do porte, do ramo de atividade (BOIRAL, 2007), podendo ser adaptada à realidade dos diferentes países. Existem mais de 300.000 certificações ISO 14.001 em 171 países ao redor do mundo (ISO, 2013).

O Relatório no Modelo do *Global Reporting Initiative*

Um número cada vez maior de empresas busca aumentar a sua legitimidade em relação ao desempenho socioambiental e, ao mesmo tempo, garantir a transparência da comunicação com suas partes interessadas (ALIGLERI, ALIGLERI e KRUGLIANSKAS, 2009). Portanto, a publicação de balanços sociais ou relatórios de sustentabilidade empresariais tem servido como forma de demonstrar as iniciativas, resultados, atitudes e investimentos, por meio do uso de vários indicadores ou parâmetros, em prol do desenvolvimento sustentável (OLIVEIRA *et al*, 2014).

A adesão ao modelo de relatório proposto pela *Global Reporting Initiative* é relevante entre as empresas globais (MARIMON, 2012). A *Global Reporting Initiative* foi criada em 1997 como um projeto do CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*) e do PNUMA (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente). Hoje é uma organização independente e global, com sede em Amsterdam, que conta com a colaboração de especialistas de vários países de todo o mundo e possui uma estrutura de governança *multistakeholder* proveniente de empresas, organizações não governamentais, trabalhadores consultores, governos, universidades, institutos de pesquisa e associações empresariais. A GRI desenvolve ferramentas e recursos para ajudar as organizações a elaborarem um relatório de sustentabilidade (GRI, 2015).

A estrutura de relatório proposta pelo GRI envolve conteúdos e indicadores acordados internacionalmente, sendo constantemente aperfeiçoada. As categorias de desempenho ambiental, social e econômicos são segmentadas em indicadores e divididos em subcategorias. A versão mais recente, denominada G4 foi desenvolvida para ser universalmente aplicáveis a todas as organizações, tanto de grande como de pequeno porte, em todo o mundo e pode envolver o relato de 91 indicadores.

Especificamente em relação ao desempenho ambiental, o G4 propõe a divulgação de 34 indicadores que envolvem os seguintes temas: materiais, energia, água biodiversidade, emissões, efluentes e resíduos, produtos e serviços, conformidade, transporte, geral, avaliação ambiental de fornecedores e mecanismos de queixas e reclamações relacionadas aos impactos ambientais.

Sobre o uso do GRI, Oliveira *et al* (2014) ressaltam que a adoção voluntária das empresas no relato estruturado das práticas ambientais utilizando-se de um modelo que permite a comparabilidade de desempenho e disponibilizado publicamente na internet é um grande indício do comprometimento da empresa com a sociedade em que está inserida.

O Ranking da *Interbrand*

A *Interbrand* define-se como uma consultoria global que cria e gerencia valor de marca. Possui 31 escritórios em 27 países. Foi fundada em 1974 nos Estados Unidos da América e atualmente atua nas áreas de identidade visual e verbal, estratégia, *brand valuation* e design ambiental.

O ranking das 50 empresas mais verdes de mundo é desenvolvido em parceria com a

Deloitte, a partir a listagem da própria *Interbrand* que apresenta as 100 melhores empresas globais (*Best Global Brands Report*). De acordo com Jez Frampton, CEO global da *Interbrand*, as empresas foram classificadas de duas formas: em relação as suas iniciativas de sustentabilidade e sobre a forma como o público percebe esses esforços, ou seja, combina a percepção pública dos consumidores com a performance ambiental demonstrada a partir de informações e dados disponíveis para o mercado.

As informações sobre o desempenho ambiental das empresas são obtidas pela Deloitte, baseado em informações disponíveis publicamente para 83 indicadores envolvendo seis dimensões: governança, logística e transporte, produtos e serviços, engajamento das partes interessadas, operações, cadeia de suprimentos. Já a pesquisa com os consumidores é realizada nos 10 países com maior PIB (Produto Interno Bruto), sendo assim, no estudo de 2014 as localidades escolhida foram: Alemanha, França, Itália, Reino Unido, Rússia, China, Índia, Japão. Brasil e Estados Unidos da América. O *survey* contou com a participação de 15.000 clientes dos países propostos, envolvendo seis categorias: autenticidade (percepção de credibilidade na declaração ambiental da marca), diferenciação (diferenciação percebida no esforço ambiental da marca em relação a outros competidores, presença (sensibilização dos consumidores para atividades verdes da marca e sua reputação verde no mercado), relevância (importância percebida da declaração ambiental da marca); consistência (consistência de comunicação da marca em seus pontos de contato) e compreensão (nível de compreensão das atividades verdes da marca) (INTERBRAND, 2014). Na Tabela abaixo são apresentadas as empresas e o seu posicionamento no ranking.

Tabela 1. Ranking das empresas mais verdes do mundo em 2014, segundo a *Interbrand*

Empresa	Colocação no ranking da Interbrand 2014	Variação entre 2014 x 2013	Empresa	Colocação no ranking da Interbrand 2014	Variação entre 2014 x 2013
Ford	1º	↑ 1	Canon	26º	↑ 4
Toyota	2º	↓ 1	Xerox	27º	↑ 2
Honda	3º	Posição mantida	UPS	28º	↑ 4
Nissan	4º	↑ 1	Nike	29º	↑ 2
Panasonic	5º	↓ 1	Pepsi	30º	↓ 4
Nokia	6º	↑ 3	Siemens	31º	↓ 13
Sony	7º	↑ 4	Chevrolet	32º	Novo entrante
Adidas	8º	↑ 7	Cisco	33º	↓ 5
Danone	9º	↓ 1	Zara	34º	↑ 14
Dell	10º	Posição mantida	Kia	35º	↑ 2
Samsung	11º	↑ 5	3M	36º	↓ 12
Johnson & Johnson	12º	↓ 6	Starbucks	37º	↓ 1
BMW	13º	Posição mantida	Kellogg's	38º	Posição mantida
Philips	14º	↑ 9	H&M	39º	↑ 3
Intel	15º	↑ 6	Hyundai	40º	↓ 6
Volkswagen	16º	↓ 9	Microsoft	41º	↓ 6
HP	17º	↓ 5	Avon	42º	↓ 1
Nestlé	18º	↓ 4	McDonald's	43º	↑ 4
Ikea	19º	↑ 14	Santander	44º	↑ 2
Coca-cola	20º	↓ 1	Axa	45º	↓ 1
Apple	21º	↑ 1	Caterpillar	46º	↓ 7
L'oreal	22º	↓ 2	Shell	47º	↓ 7
GE	23º	↑ 2	Colgate	48º	↑ 2
Mercedes-Benz	24º	↓ 7	Disney	49º	Novo entrante
IBM	25º	↑ 2	Heineken	50º	Novo entrante

Fonte: Criado pelos autores com base nos dados obtidos na publicação das 50 empresas mais verdes do mundo da Interbrand em 2014.

A *Interbrand* disponibiliza pouca informação sobre os procedimentos metodológicos e estatísticos adotados para classificar as empresas, o que dificulta a compreensão dos resultados apresentados.

No Brasil o ranking foi divulgado por importantes veículos de comunicação como o Jornal Valor Econômico (VALOR, 2014), a Revista Exame (BARBOSA, 2014) e no caderno de Economia do Portal G1 (G1, 2014).

3 Metodologia

A pesquisa buscou identificar a presença de ferramentas de gestão ambiental entre as empresas reconhecidas como as mais verdes do mundo. Portanto, analisou as 50 empresas mais verdes do mundo, segundo o ranking da consultoria *Interbrand*, em relação a certificação ISO 14001 e a publicação do relatório socioambiental no modelo da *Global Reporting Initiative* (GRI).

Trata-se de uma pesquisa exploratório-descritiva com abordagem qualitativa assentada em dados secundários. Segundo Cerro, Bervian e Silva (2007), as pesquisas descritivas têm o objetivo de propiciar maior entendimento sobre a frequência com que um fenômeno ocorre, sua correlação e conexão com outros fenômenos.

A amostra é composta pelas 50 empresas do ranking da *Interbrand* listadas como as mais verdes do mundo no ano de 2014. A seleção do referido ranking se deu devido à ampla divulgação nacional e internacional em meios de comunicação especializados na área de gestão, a atuação global da consultoria e a publicação anual, desde 2008, de rankings de marca em vários países.

A escolha da certificação ISO 14001 e do relatório socioambiental no modelo da GRI se deu uma vez que ambos são iniciativas *multistakeholders* de reconhecimento internacional, que visam a melhoria do desempenho ambiental das empresas, sendo apoiadas por importantes instituições globais, como a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização Mundial do Comércio (OMC).

Os dados referentes à existência da certificação ISO 14001 foram coletados a partir de buscas realizadas nos websites das empresas. Em alguns casos, quando a informação não foi encontrada em textos, documentos ou relatórios disponibilizados, encaminhou-se um e-mail para o setor de relacionamento com cliente das empresas em cada uma das áreas geográficas envolvidas no estudo. Os dados referentes à publicação do relatório ocorreram a partir da base dados online pública da *Global Reporting Initiative*, sendo considerada a disponibilização do relatório do ano de 2014.

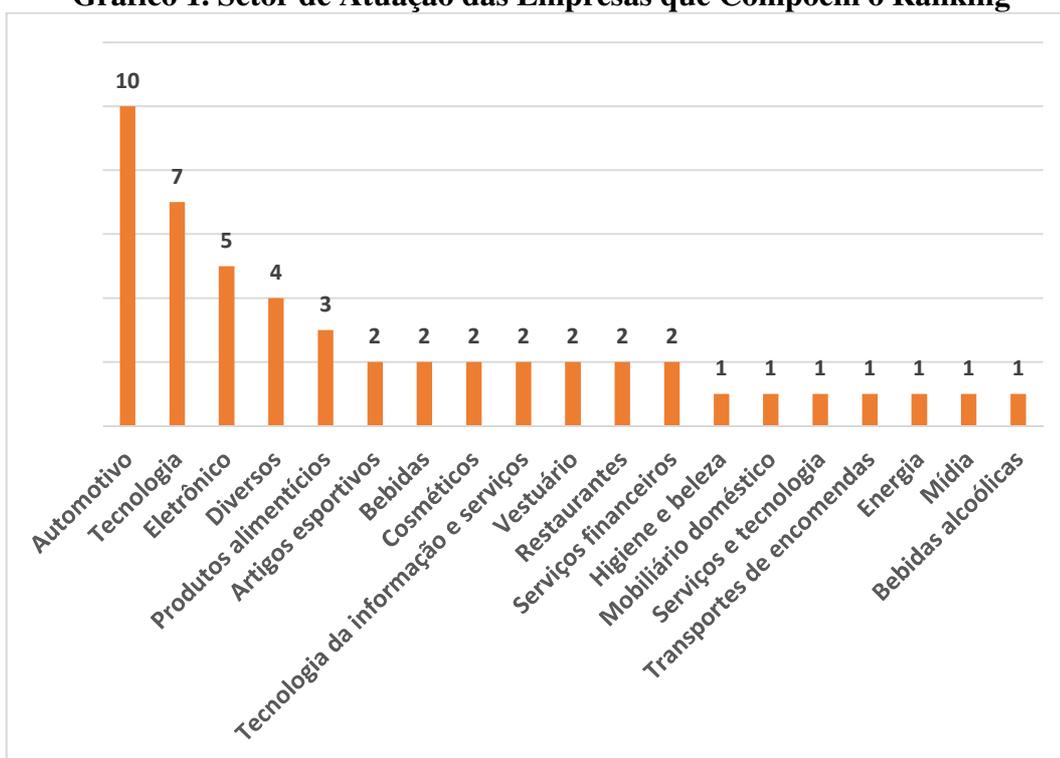
Os dados foram coletados entre os meses de abril e junho de 2015. As informações foram organizadas em gráficos elaborados em planilhas de Excel com base nos dados obtidos nos websites das empresas, nas publicações de GRI e no ranking *50 Best Global Green Brands of 2014* da *Interbrand*.

4 Apresentação e Análise dos Resultados

Características das Empresas Classificadas pela *InterBrand*

Dentre as dez primeiras empresas listadas no ranking, quatro delas são indústrias automotivas e ocupam as quatro colocações iniciais, já apresentados na Tabela 1. Ressalta-se que a indústria automotiva representa um total de 20% das empresas mencionadas no ranking, seguida pelo setor de tecnologia e eletrônicos, conforme exibido no Gráfico 1.

Gráfico 1. Setor de Atuação das Empresas que Compõem o Ranking



Fonte: os autores, baseado nos dados disponibilizados pela *Interbrand* (2014).

Em relação ao país de origem das cinquenta empresas listadas, identificou-se que 24 delas tem os Estados Unidos da América como país sede, seguida pelo Japão com 6 empresas citadas, a Alemanha com cinco indicações e na sequência, com 3 companhias mencionadas está a Coreia do Sul, França e Holanda. A Espanha é o país de origem de duas empresas. Já a Suécia, a Finlândia e a Suíça possuem apenas uma indicação cada no que se refere a origem geográfica das empresas do ranking.

Por continente, uma análise da origem das empresas, evidencia o continente americano compreende 48% das empresas citadas, o continente europeu abrange 34% delas e o continente asiático tem uma participação de 18%. Empresas originárias da África e da Oceania não tiveram nenhuma indicação na publicação da *Interbrand*.

Dentre as empresas listadas no *ranking*, 94% possuem unidade de atuação no Brasil, representando 47 empresas. As únicas empresas que não operam em território brasileiro são: H&M no setor de vestuário, Ikea no ramo mobiliário doméstico e a Disney que está no ramo do entretenimento. Ainda sobre a região geográfica de atuação das empresas listadas, foi possível constatar que todas elas possuem unidade de atuação no continente europeu.

Certificação ISO 14001 entre as Empresas Listadas

Quanto à presença da certificação ISO 14001 nas operações dos países de origem, poucas foram as empresas que não relataram em seus websites a existência de tal certificação, sendo elas: Nokia, Ikea, Zara, Starbucks, H&M e Disney. Com isso, verificou-se que 88% das citadas no ranking possuem ISO 14001 no seu país sede, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1. Empresas com Certificação ISO 14001 no país sede

POSSUEM ISO 14001 NO PAÍS SEDE	NÃO POSSUEM ISO 14001 NO PAÍS SEDE
Ford, Toyota, Honda, Nissan, Panasonic, Sony, Adidas, Danone, Dell, Samsung, Johnson & Johnson, BMW, Philips, Intel, Volkswagen, HP, Nestlé, Coca-Cola, Apple, L'oreal, GE, Mercedes-Benz, IBM, Canon, Xerox, UPS, Nike, Pepsi, Siemens, Chevrolet, Cisco, Kia, 3M, Kellogg's, Hyundai, Microsoft, Avon, McDonald's, Santander, Axa, Caterpillar, Shell, Colgate e Heineken.	Nokia, Ikea, Zara, Starbucks, H&M e Disney.

Fonte: os autores

No que se refere à certificação ISO 14001 em unidades instaladas no continente europeu, identificou-se que, proporcionalmente, as empresas apresentaram um resultado superior se comparado aos seus países sede. Um total de 45 empresas possui o certificado, totalizando 90% do ranking. Dentre as empresas que não possuem a certificação aparecem: Ikea, Zara, H&M, Starbucks e Disney, conforme disposto no Quadro 2.

Quadro 2. Empresas com Certificação ISO 14001 em Unidades Instaladas na Europa

POSSUEM ISO 14001 NA EUROPA	NÃO POSSUEM ISO 14001 NA EUROPA
Ford, Toyota, Honda, Nissan, Panasonic, Nokia, Sony, Adidas, Danone, Dell, Samsung, Johnson & Johnson, BMW, Philips, Intel, Volkswagen, HP, Nestlé, Coca-Cola, Apple, L'oreal, GE, Mercedes-Benz, IBM, Canon, Xerox, UPS, Nike, Pepsi, Siemens, Chevrolet, Cisco, Kia, 3M, Kellogg's, Hyundai, Microsoft, Avon, McDonald's, Santander, Axa, Caterpillar, Colgate e Heineken.	Ikea, Zara, H&M, Starbucks e Disney.

Fonte: os autores

Em relação à existência da certificação ISO 14001 nas operações brasileiras, apresentado no Quadro 3, identificou-se que 37 empresas dentre as 47 que atuam em território nacional possuem tal certificado, o que corresponde a 78% do total.

Quadro 3. Empresas com Certificação ISO 14001 em Unidades Instaladas no Brasil

POSSUEM ISO 14001 NO BRASIL	NÃO POSSUEM ISO 14001 NO BRASIL
Ford, Toyota, Honda, Panasonic, Nokia, Sony, Danone, Dell, Samsung, Johnson & Johnson, Philips, Volkswagen, HP, Nestlé, Coca-Cola, L'oreal, GE, Mercedes-Benz, IBM, Canon, Xerox, Pepsi, Siemens, Chevrolet, 3M, Kellogg's, Hyundai, Microsoft, Avon, McDonald's, Santander, Axa, Caterpillar, Colgate e Heineken.	Nissan, Adidas, BMW, Intel, Apple, UPS, Nike, Cisco, Zara, Starbucks, Kia e Axa.

Fonte: os autores

Portanto, pode-se afirmar que as empresas listadas no ranking possuem, em sua maioria, a certificação ISO 14001, estando alinhadas com um sistema de gestão ambiental. Todavia, os dados possibilitam inferir que a adoção varia dependendo do país ou região geográfica. Parece que há um compromisso maior das empresas em regiões nas quais a legislação é mais rigorosa e a sociedade civil possui maior nível de educação ambiental e preocupação com a conservação do meio ambiente.

Publicação de Relatório Socioambiental no modelo da GRI

No ano de 2014 a publicação do GRI foi adotada por 88% das empresas em seus respectivos países de origem, o que representa 44 organizações, conforme descrito no Quadro 4. Vale ressaltar, que a Chevrolet e a Pepsi publicaram o relatório através das organizações que detém estas marcas, sendo GM e PepsiCo respectivamente.

Quadro 4. Empresas que Publicaram o Relatório no modelo GRI no país sede

PUBLICARAM GRI NO PAÍS SEDE EM 2014	NÃO PUBLICARAM GRI NO PAÍS SEDE EM 2014
Ford, Toyota, Honda, Nissan, Panasonic, Nokia, Sony, Adidas, Danone, Dell, Samsung, Johnson & Johnson, BMW, Philips, Intel, Volkswagen, HP, Nestlé, Ikea, Coca-Cola, Apple, L'oreal, GE, IBM, Canon, Xerox, UPS, Nike, Pepsi, Siemens, Chevrolet, Cisco, Kia, 3M, Starbucks, Kellogg's, Hyundai, Microsoft, Avon, McDonald's, Axa, Caterpillar, Colgate e Heineken.	Mercedes-Benz, Zara, H&M, Santander, Shell e Disney .

Fonte: os autores

Pode-se observar que, embora todas as empresas listadas no ranking possuem operações na Europa, apenas 36% das 50 empresas consideradas como as mais verdes do mundo pela *Interbrand* publicaram GRI específico para relatar os impactos sociais e ambientais de operações neste continente, como pode ser observado no Quadro 5.

Quadro 5. Empresas que Publicaram o Relatório no modelo GRI em Unidades Instaladas na Europa

PUBLICARAM GRI NA EUROPA EM 2014	NÃO PUBLICARAM GRI NA EUROPA EM 2014
Toyota, Nokia, Adidas, Danone, Johnson & Johnson, BMW, Philips, Volkswagen, Nestlé, Ikea, Coca-Cola, L'oreal, Mercedes-Benz, Siemens, McDonald's, Santander, Axa e Heineken.	Ford, Honda, Nissan, Panasonic, Sony, Dell, Samsug, Intel, HP, Apple, GE, IBM, Canon, Xerox, UPS, Nike, Pepsi, Chevrolet, Cisco, Zara, Kia, 3M, Starbucks, Kellogg's, H&M, Hyundai, Microsoft, Avon, Caterpillar, Shell, Colgate e Disney.

Fonte: os autores

No Quadro 6 são apresentadas as empresas que publicam o relatório GRI das operação brasileiras, considerando as 47 empresas que atuam em território nacional. Identificou-se que apenas 12,8% delas, o que representa seis empresas, publicaram o GRI para relatar os impactos socioambientais da operação. As únicas organizações que adotaram o relatório

foram: Toyota, Volkswagen, Coca-Cola, Siemens, 3M e Heineken.

Quadro 6. Empresas que Publicaram o Relatório no modelo GRI em Unidades na Instaladas no Brasil

PUBLICARAM GRI NO BRASIL EM 2014	NÃO PUBLICARAM GRI NO BRASIL EM 2014
Toyota, Volkswagen, Coca-Cola, Siemens, 3M e Heineken.	Ford, Honda, Nissan, Panasonic, Nokia, Sony, Adidas, Danone, Dell, Samsung, Johnson & Johnson, BMW, Philips, Intel, HP, Nestlé, Apple, L'oreal, GE, Mercedes-Benz, IBM, Canon, Xerox, UPS, Nike, Pepsi, Chevrolet, Cisco, Zara, Kia, Starbucks, Kellogg's, Hyundai, Microsoft, Avon, McDonald's, Santander, Axa, Caterpillar, Shell e Colgate

Fonte: os autores

Tais dados indicaram que a publicação do relatório GRI, diferentemente da ISO 14001, parece ser percebida pelas empresas como uma importante ferramenta de comunicação em seu país de origem. Portanto, a prestação de contas sobre os impactos socioambientais ainda precisa ser ampliada para outras regiões de mundo onde as empresas possuem operação.

5 Considerações Finais

Este estudo teve como objetivo analisar as 50 empresas mais verdes do mundo, segundo o ranking da consultoria *Interbrand*, em relação a certificação ISO 14001 e a publicação do relatório socioambiental no modelo da *Global Reporting Initiative* (GRI). Para tanto, foi realizada pesquisa exploratório-descritiva com abordagem qualitativa, utilizando-se de dados secundários disponíveis na internet.

Percebe-se que o modelo metodológico adotado na concepção do ranking da *Interbrand* não considerada a certificação ISO 14001 e a publicação do relatório socioambiental no modelo da *Global Reporting Initiative* (GRI) como elementos fundamentais para a seleção das empresas. A análise dos dados permitiu concluir que a ISO 14001 e o relatório GRI não estão presentes em todas as empresas listadas pelo ranking.

Além disto, entre aquelas que possuem tais ferramentas de gestão, ficou evidente que a sua presença é variável, dependendo da região geográfica analisada. Parece que há um maior comprometimento com uma abordagem avançada de gestão ambiental nos países sede das organizações e no continente europeu.

Portanto, propõe-se que *Interbrand* passe a adotar o relatório GRI e a ISO 14001 como de métricas de seleção e avaliação das empresas. Estas ferramentas ratificam o compromisso da gestão das empresas com meio ambiente e permitem análise mais precisa, trazendo assim, resultados mais concisos aos avaliadores. Além disto, os dados disponibilizados publicamente na web nos relatórios GRI, quando avaliados longitudinalmente para uma mesma empresa e analisados comparativamente a outras organizações do setor, também podem tornar-se uma importante fonte de informações para mensurar o desempenho ambiental e trazer legitimidade ao processo de escalonamento das organizações.

Acredita-se ser importante para a estruturação dos rankings de desempenho ambiental, utilizar ferramentas de gestão e sistemas de informação que podem colaborar para a classificação de gestão ambiental empresarial mais eficaz (DAO, LANGELLA e CARBO, 2011).

Existem, ainda, muitos desafios para a pesquisa que merecem a atenção da comunidade de pesquisa, por exemplo, levantar o desempenho ambiental obtido pelas

empresas mais bem colocadas nos *rankings* ambientais em relação à emissão de gases de efeito estufa, consumo de água por produto, emissões de efluentes e geração de resíduos. Outro estudo interessante refere-se à comparação das empresas listadas num ranking ambiental em relação a outros que também buscam escalonar o desempenho ambiental das organizações para identificar possíveis consistências e divergências entre eles.

Aos pesquisadores das áreas de gestão ambiental, a presente pesquisa apresenta resultados e destaques a um tema ainda pouco explorado e potencializa as discussões em relação a maneira como consumidores, estudiosos e outros públicos podem analisar o desempenho ambiental das empresas. Espera-se que os resultados obtidos possam fomentar novos desenhos metodológicos para os rankings e novas iniciativas nas organizações, através do estreitamento da relação entre gestão ambiental e sistemas de informação.

Como limitação do trabalho, destaca-se que os resultados não podem ser generalizados, pois são baseados no estudo de um único ranking publicado num ano específico.

6 Referências

ABNT. **NBR ISO 14001:2004**. Sistemas da gestão ambiental: requisitos com orientações para uso. Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2004.

ALIGLERI, L.; ALIGLERI, L. A.; KRUGLIANSKAS, I. **Gestão Socioambiental: Responsabilidade e sustentabilidade do negócio**. São Paulo: Atlas, 2009.

ANTUNES, M. T. P.; CORRAR, L. J.; KATO, H. T. A eficiência das informações divulgadas em "melhores & maiores" da revista exame para a previsão de desempenho de empresas. **Revista Contabilidade e Finanças**. Universidade de São Paulo, São Paulo, Edição Especial, p. 41 - 50, 30 junho 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rcf/v15nspe/v15nspea03.pdf>. Acesso em: abril, 2015.

BARBOSA, V. As 50 marcas mais verdes do mundo em 2014. **Portal Exame**, 24 de junho de 2014. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/as-50-marcas-mais-verdes-do-mundo-em-2014>. Acesso em: jul., 2014.

BOIRAL, O. Corporate greening through ISO 14001: a rational myth? **Organization Science**, v. 18, n. 1, p. 127-146, 2007.

BENGTSSON, F.; ÅGERFALK, P. J. Information technology as a change actant in sustainability innovation: insights from uppsala. **The Journal of Strategic Information Systems**, v. 20, n. 1, p. 96-112, 2011.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

DAO, V.; LANGELLA, I.; CARBO, J. From green to sustainability: Information Technology and an integrated sustainability framework. **The Journal of Strategic Information Systems**, v. 20, n. 1, p. 63-79, 2011.

ELEFSINIOTIS, P.; WAREHAM, D. G. ISO 14000 environmental management standards: their relation to sustainability. **Journal of Professional Issues in Engineering Education and Practice**, v. 131, n. 3, p. 208-212, 2005.

FIORINI, P. C.; JABBOUR, C. J. C Análise do apoio dos sistemas de informação para as práticas de gestão ambiental em empresas com ISO 14001: estudo de múltiplos casos. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.19, n.1, p.51-74, jan./mar. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pci/v19n1/05.pdf>. Acesso em: ago, 2015.

G1. Ford ultrapassa Toyota em ranking de marcas mais 'verdes', veja lista. **Globo.com**, 24/06/2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2014/06/ford-ultrapassa-toyota-em-ranking-de-marcas-mais-verdes-veja-lista.html>. Acesso em: jul., 2014.

GAVRONSKI, I.; FERRER, G.; PAIVA, E. L. ISO 14001 certification in Brazil: motivations and benefits. **Journal of Cleaner Production**, v. 16, n. 1, p. 87-94, 2008.

GRI. **Sustainability disclosure database**: search. Global Reporting Initiative Disponível em: <http://database.globalreporting.org/search>. Acesso em: 13.jun.2015

GONZÁLEZ-BENITO, J.; GONZÁLEZ-BENITO, Ó. A review of determinant factors of environmental proactivity. **Business Strategy Environment**, v.15, p.87-102, 2006.

GONZÁLEZ, P; SARKIS, J.; ADENSO-DIAZ, B. Environmental management system certification and its influence on corporate practices: Evidence from the automotive industry. **International Journal of Operations and Production Management**, v. 28, n. 11, p. 1.021-1.041, 2008.

INTERBRAND. **Best Global Green Brands 2014**: the power of participation. Interbrand, june, 2014. Disponível em: http://interbrand.com/wp-content/uploads/2015/08/Interbrand-Best-Global-Green-Brands-2014-Overview-8.pdf?_ga=1.181213537.799754867.1444844634 Acesso em: ago, 2015.

JABBOUR, A. B. L.; JABBOUR, C. J. C. **Gestão ambiental nas organizações**: fundamentos e tendências. São Paulo: Atlas, 2013.

MACHADO JUNIOR, C. *et al.* A gestão dos recursos naturais nas organizações certificadas pela norma NBR ISO 14001. **Produção**, v. 23, n. 1, p. 41-51, jan./mar. 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/prod/v23n1/aop_t60090310.pdf. Acesso em: ago, 2015.

MARIMON, F. *et al.* The worldwide diffusion of the global reporting initiative: what is the point? **Journal of Cleaner Production**, v. 33, p. 132-144, 2012.

OLIVEIRA, O. J.; PINHEIRO, C. R. M. S. Implantação de sistemas de gestão ambiental ISO 14001: uma contribuição da área de gestão de pessoas. **Revista Gestão & Produção**, UFSCar. São Carlos, v. 17, n. 1, p. 51-61, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v17n1/v17n1a05.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2012.

OLIVEIRA, M. A. S. *et al.* Relatórios de sustentabilidade segundo a Global Reporting Initiative (GRI): uma análise de correspondências entre os setores econômicos brasileiros. **Production**, v. 24, n. 2, p. 392-404, Apr./June 2014. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132014000200012&lang=pt. Acesso em: ago, 2015.

VALOR. Ford, com 5 veículos elétricos, é a marca mais “verde”, diz Interbrand. **Valor Econômico**, 23 de junho de 2014. Disponível em: <http://www.valor.com.br/empresas/3591552/ford-com-5-veiculos-eletricos-e-marca-mais-verde-diz-interbrand>. Acesso em: jul., 2014.

WBCSD, CEBDS. **Visão 2050**: a nova agenda para as empresas. World Business Council for Sustainable Development, Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável, fev. 2012. Disponível em: <http://www.wbcd.org/web/vision2050.htm>. Acesso em: jul., 2015.