



RELAÇÃO ENTRE SUSTENTABILIDADE E INOVAÇÃO: UMA ANÁLISE DA LEGITIMIDADE ORGANIZACIONAL DAS EMPRESAS DO SETOR ELÉTRICO BRASILEIRO

RELATIONSHIP BETWEEN SUSTAINABILITY AND INNOVATION: AN ANALYSIS OF THE ORGANIZATIONAL LEGITIMACY OF COMPANIES IN THE BRAZILIAN ELECTRIC SECTOR

Lorena Lucena Furtado, UFPR, Brasil, lorenlucena@gmail.com

Otávio Augusto de Paula Silva, UFPR, Brasil, otavioaugusto_mvp@hotmail.com

Tatiane Antonovz, UFPR, Brasil, tatiane152@hotmail.com

Luiz Panhoca, UFPR, Brasil, panhoca.luiz@gmail.com

Resumo

O presente artigo visou identificar junto às empresas do setor elétrico listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) se a inovação em Responsabilidade Social Corporativa (RSC) nas empresas é utilizada como item estratégico para a legitimar suas ações tendo como base a perspectiva da Teoria da Legitimidade. A RSC coloca a entidade atuando de forma ética buscando a eficácia econômica, sem excluir as necessidades sociais e dos trabalhadores. O artigo visou à compreensão de três dimensões da inovação: incremental innovation, radical innovation, game-changing innovation, relacionadas a mudanças em processos, ações e relações empresariais. A presente pesquisa delimitou-se como descritiva e documental baseada em dados secundários dos diferentes períodos analisados de 2011 a 2016, totalizando 9 empresas escolhidas em 54 relatórios. No quesito Incremental Innovation, apesar de divulgadas, não é claro se tais ações são apresentadas como reais práticas de RSC ou se buscam somente legitimar as organizações frente aos seus stakeholders. Já no quesito Radical innovation observaram-se, por exemplo, mudanças no comportamento dos fornecedores quanto à integração da inovação nas entidades analisadas. No item Game-changing innovation, apesar de algumas iniciativas, a maioria dos relatórios não apresentou ações consistentes. Conclui-se que ainda há poucas informações das mudanças provocadas pelas inovações tanto tecnológicas e operacionais, oriundas de novas práticas, procedimentos, costumes e hábitos. Além do mais, a inovação como estratégia pode ser entendida como uma forma de legitimar as ações da RSC, estando mais voltada para obrigações impostas pelos órgãos reguladores. Logo, há uma lacuna quanto ao seu objeto enquanto característica social.

Palavras-chave: Inovação; RSC; Legitimidade.

Abstract

The present research aimed to identify with companies in the electric sector listed in the Corporate Sustainability Index (ISE) whether the innovation in Corporate Social Responsibility (CSR) in companies is used as a strategic item to legitimize their actions based on the perspective of the Legitimacy Theory. The CSR places the entity acting in an ethical way seeking economic efficiency, without excluding social and workers' needs. The research aimed at understanding three dimensions of innovation: incremental innovation, radical innovation, game-changing innovation, all related to changes in processes, actions and business relationships. The present research was delineated as descriptive and documental based on secondary data of the different periods analyzed from

2011 to 2016, totaling 9 companies chosen in 54 reports. In the issue of incremental innovation, although it is disclosed, it is not clear if such actions are presented as real CSR practices or if they only seek to legitimize organizations towards their stakeholders. Radical innovation, for example, has got changes in suppliers' behavior regarding the integration of innovation in the analyzed entities. In the item game-changing innovation, despite some initiatives, most reports did not present consistent actions. It is concluded that there is still few information on the changes brought by technological and operational innovations, arising from new practices, procedures, behaviors and habits. Moreover, innovation as a strategy can be understood as a way of legitimizing CSR actions, being more focused on obligations imposed by regulatory boards. Therefore, there is a gap regarding its object as a social characteristic.

Keywords: Innovation; CSR; Legitimacy

1. INTRODUÇÃO

Não há um único conceito para a Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Para Sacconi (2004), a RSC é um modelo de governança no qual representa a responsabilidade junto aos proprietários e às diversas partes interessadas. Já Grecco, Milani Filho, Segura, Sanchez, & Dominguez (2013) colocam a RSC ou relatórios sobre sustentabilidade como documentos que pretendem informar todos os *stakeholders* sobre o impacto econômico, social e ambiental e o também o desempenho das organizações em um determinado espaço de tempo.

De acordo com o *World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD, 2017), a RSC coloca a entidade comprometida atuando de forma ética buscando a eficácia econômica, sem excluir as necessidades sociais e dos trabalhadores.

Dentro desse contexto, preocupado com a gestão socioambiental, o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP, 1992) vislumbrou compromissos que fossem além dos investimentos ambientais realizados pelas empresas como forma de obter lucro. Ou seja, o estabelecimento de uma economia verde ou “*green economy*”, no qual fossem realizados projetos socioambientais para atender à sociedade e não somente como um meio de aumentar seus retornos financeiros.

Apesar de uma preocupação com a RSC, não há uma obrigação de informações quanto a ela. Porém, a divulgação sobre tal assunto pode explicar o compromisso das entidades a respeito da reputação e imagem perante as suas partes interessadas (Hooghiemstra, 2000) e também auxiliar os órgãos reguladores na fiscalização das ações voltadas para a RSC (Lanoie, Laurent-Lucchetti, Johnstone, & Ambec, 2007). Pode-se dizer que seria um aspecto positivo de tal divulgação.

Sobre o aspecto apresentado anteriormente, há evidência da propagação de tais informações estarem sendo utilizadas como estratégia a fim de gerir a legitimidade das empresas (Campbell, Craven, & Shrivess, 2003; Deegan, Rankin, Deegan, & Rankin, 2006; Patten, 1992). Em um sentido mais amplo Scherer, Palazzo, & Seidl (2013) argumentam que as empresas que não adotam estratégias voltadas à sustentabilidade tendem a ser questionadas sobre a sua legitimidade. Logo, há um interesse dos gestores em aumentar o valor da empresa por meio das informações de RSC.

Observa-se que existem indicativos de que a inovação nas empresas está associada à sustentabilidade como estratégia, uma vez que produz mudanças estruturais nos negócios (Nidumolu, Prahalad, & Rangaswami, 2009) fundamentadas nos aspectos que norteiam o Desenvolvimento Sustentável (DS), ou seja, junto às características ambientais, econômicas e sociais (Rondinelli & Berry, 2000). Logo, há uma abertura para a pesquisa voltada para a inovação como item estratégico a fim de legitimar as suas ações perante o mercado.

Sobre a inovação, podem ser consideradas três tipos específicos (Szekely & Strebel, 2013). A primeira, *incremental innovation*, considera as mudanças em termos de produto, serviços ou

processos. A segunda, *radical innovation*, engloba mudanças junto a fornecedores, organizações de sociedade civil, entre outras partes interessadas. E a terceira, *game-changing innovation*, que se insere no contexto das organizações transformações nas práticas, estruturas e objetivos da empresa.

Dessa forma, trazendo para a Teoria da Legitimidade, é possível traduzir o interesse principal envolvido com a inovação das organizações pode identificar qual a RSC de determinada entidade (Deegan et al., 2006; Patten, 1992). Tal RSC também é um dos temas abordados pela governança de inovação, que visa a regulamentar, identificar riscos e tecnologias sustentáveis (Deschamps, 2012)

Neste contexto, o presente trabalho visa a identificar junto às empresas do setor elétrico listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) se a inovação em atributos da RSC vem sendo empregada como uma forma estratégica para legitimar a imagem institucional.

Tal índice estabelecido pela Bolsa de Valores de São Paulo é composto por empresas selecionadas por critérios estabelecidos em um questionário desenvolvido pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (CES-FGV). Estas empresas são enquadradas como referência para com a sustentabilidade e responsabilidade no ambiente empresarial brasileiro.

O estudo justifica-se devido ao fato de o Brasil estar enquadrado na Agenda 2030 de desenvolvimento sustentável estabelecida pela *United Nations Environment Programme* (UNEP, 2016) que por meio de uma análise relacionada à América Latina e Caribe, estabeleceu uma série prioridades para o desenvolvimento sustentável.

O setor elétrico, escolhido como base para a pesquisa, justifica-se também como importante no contexto da sustentabilidade por seu potencial poluidor e utilizador de recursos ambientais, como já preconizado na Lei 10.165/2000 (BRASIL, 2000). Também, existe norma que estabelece o investimento em P&D por parte deste setor. Além do mais, segundo (Alrazi, de Villiers, & Van Staden, 2016), a indústria da eletricidade possui rigoroso controle tanto do ponto de vista público quanto da sociedade pelos impactos significativos que provoca no meio ambiente devido à sua atividade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 TEORIA DA LEGITIMIDADE

Para Patten (1992), a ideia da Teoria da Legitimidade está embasada no conceito de contrato social trazido por Shocker & Sethi (1973) que afirma que qualquer instituição social, incluindo as empresas, opera via contratos sociais implícitos ou explícitos e que para o seu crescimento e sobrevivência necessitam de alguns entendimentos.

O primeiro estaria relacionado à entrega de determinados fins desejáveis para a sociedade em geral. Já em um segundo ponto de vista estes contratos estariam ligados à distribuição econômica, social e política a beneficiários do qual este poder é derivado.

Entretanto, conforme Shocker & Sethi (1973) em uma sociedade dinâmica nem as fontes de poder institucional, nem as necessidades por serviços são permanentes. Com isso, uma organização deve buscar a legitimidade demonstrando que a sociedade exige seus serviços e que os grupos por ela beneficiados também são aprovados por estes membros (Patten, 1992).

Deegan (2002) aponta que a perpetuidade de um negócio está atrelada à percepção que a sociedade possui em relação às possíveis violações que podem ocorrer nesta relação

contratual. Em um contexto em que a sociedade não esteja convencida de que estas organizações estejam operando de forma legítima estes contratos serão revogados. Um negócio é considerado legítimo quando suas práticas organizacionais são concebidas para satisfazer as principais expectativas do seu ambiente (Scherer et al., 2013)

A legitimidade pode ser compreendida sob diferentes óticas explicadas por outras perspectivas, conforme apontam Patten (1992), Gray, Kouhy, & Lavers (1995) e Deegan (2002), que afirmam que seus conceitos são derivados de teorias político-sociais que se sobrepõem entre si. Assim, pode-se compreender que a divulgação é uma função tanto social quanto de pressão política.

Patten (1992) afirma que a legitimidade econômica é confirmada pelo mercado, entretanto a questão social é monitorada e aprovada pelo processo de políticas públicas. Porém, aqui é preciso mais um ponto de atenção às óticas utilizadas no entendimento das teorias, já que os defensores da Teoria da Legitimidade frequentemente falam em sociedade e o cumprimento das expectativas desta. Entretanto, Deegan (2002) afirma que esta ideia dá uma falsa compreensão da amplitude do conceito de sociedade e de que esta é representada por diferentes grupos com poder desigual de influenciar a atividade de terceiros.

A ligação com a Teoria do Stakeholder se faz necessária para explicitar o fato de que diferentes grupos possuem maneiras distintas de ver como as organizações conduzem os seus negócios e também têm habilidades diferenciadas para afetá-las. Quando da discussão de uma política pública, o foco das organizações e sua relação com a sociedade voltam-se para determinados grupos e estes têm seu conceito atrelado aos usuários propostos na Teoria do Stakeholder.

Gray, Kouhy e Lavers (1995) explicam que é neste contexto que a Teoria do Stakeholder aliada à Teoria da Legitimidade se entrelaçam com a mediação, modificação e transformação, mas sob diferentes pontos de vista. Para Patten (1992) caso uma companhia desconfie que a sua legitimidade será ameaçada, ela estará disposta a entrar de forma ativa no processo político voltado para os principais interessados na atuação deste negócio. Um dos métodos de participação é a divulgação de relatório financeiro.

De forma mais específica, baseada na Teoria da Legitimidade a divulgação social feita pelas empresas nestes relatórios pode influenciar o processo de políticas públicas e a opinião da sociedade (Patten, 1992).

As organizações podem se mostrar engajadas neste processo demonstrando preocupações legislativas ou ainda ao projetar sua imagem como socialmente responsáveis. Gray, Kouhy e Lavers (1995) apontam que a continuação de um negócio requer o apoio das partes interessadas e para isso ela deve solicitar aprovação junto ao seu grupo de interesse. Assim a divulgação social é vista como um diálogo entre a empresa e seus *stakeholders*.

2.2 INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

Em 1987, houve um marco na questão do desenvolvimento sustentável. A Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), criada em 1983 pela ONU, estabeleceu o documento Nosso Futuro Comum, ou Informe Brundtland, aprovado pela Assembleia Geral da ONU e que definiu que meio ambiente e desenvolvimento deveriam trabalhar em conjunto para a sustentabilidade (UNEP, 1992; Estades, 2001)

Tal visão formulada vem a ser uma forma de dar atenção às políticas de desenvolvimento ligadas às questões ambientais de uma determinada nação. Logo, o crescimento econômico

deve estar voltado a questões ligadas a investimentos em novas tecnologias para fins de preservar ou reverter problemas ambientais (Estades, 2001).

Nesse sentido, vislumbra-se um desenvolvimento sustentável de caráter social que inclui a erradicação da pobreza Griggs et al., (2013) estabelecendo uma inovação voltada para aspectos que trabalhem na geração de novas ideias, processos, produtos ou serviços (Voegtlin & Scherer, 2017). Inovação esta encontrada nas organizações empresariais desempenhando um importante papel no que tange a sustentabilidade (Scherer, Palazzo e Seidl, 2013).

Sobre o aspecto da inovação, especificamente aquela atrelada a RSC, há duas vertentes discutidas no trabalho de Scherer, Palazzo e Seidl (2013) e Voegtlin e Scherer (2017). A primeira considerada como inovação responsável, a que não irá prejudicar a saúde dos consumidores e demais envolvidos no processo produtivo, assegurando a preservação do meio ambiente. Já a segunda considera a inovação que deve estar voltada ao bem comum e do planeta, sendo estudado como uma estratégia das organizações a fim de estabelecer competitividade diante dos demais concorrentes.

Szekely e Strebel (2013) realizaram um estudo abordando de que forma a sustentabilidade poderia ser incorporada às empresas. Os autores colocam a inovação como uma forma estratégica para se atingir a sustentabilidade. Logo, a busca está em incorporar ao desenvolvimento de determinado produto ou serviço, questões ambientais, sociais e econômicas (Rennings, 2000)

Dentro de tal trabalho, foi identificado que a *incremental innovation* melhor se adapta às empresas sem experiência e que visam a mudanças no produto para atingir metas sobre a sustentabilidade. Com as exigências externas devido a fatores climáticos e ambientais, as empresas tendem a adotar a *radical innovation* envolvendo outros atores pertencentes à linha de produção. E para se integrar a uma cadeia de valores sociais e ambientais, desenvolve uma perspectiva *game-changing innovation* (Szekely e Strebel, 2013). As características sobre as classificações sobre Inovação, encontram-se quadro 1:

DIMENSÃO	CARACTERÍSTICAS
<i>Incremental Innovation</i>	A inovação está voltada para mudanças na concepção de melhores práticas na elaboração de produtos, serviços e processos ligados a questões ambientais e sociais. Para isso, a empresa pode estar utilizando modelos de eco-eficiência e de gestão ambiental a fim de realizar medições.
<i>Radical Innovation</i>	Nessa inovação, há uma interação sistêmica que impacta, por exemplo, fornecedores de insumos que tendem a se adaptar as novas exigências do cliente em sua demanda em produzir de forma sustentável. Logo, há uma mudança em cadeia dos diversos nichos presentes na elaboração de um determinado produto ou serviço.
<i>Game – changing Innovation</i>	Quando a inovação vem a mudar a interação entre os concorrentes no meio industrial, o comportamento das pessoas, chegando até o nível de alterar os objetivos das empresas. Isso pode ser visualizado com o auxílio de sistemas econômicos voltados para a ecologia industrial, ou ainda dos produtos voltado ao consumidor para fins, por exemplo, de reciclagem e também, e do empreendedorismo social que busca fornecer soluções para o meio social.

Fonte: Adaptado de Szekely e Strebel (2013) e Voegtlin e Scherer (2017).

Quadro 1 - Inovações estratégicas para a sustentabilidade

Nesse contexto, diversos fatores são colocados na discussão sobre inovação e RSC. Um deles vem a ser as políticas ambientais, que desenvolvem um papel importante sobre a inovação, principalmente no que tange a competitividade.

A pesquisa de Rennings, Ziegler, Ankele, & Hoffmann (2006) junto às empresas alemãs, identificou que uma gestão ambiental interligada à inovação impacta na competitividade das organizações. Porém, deve ser implementado e elaborado um sistema de gestão ambiental de forma satisfatória para se atingir uma estratégia competitiva (Iraldo, Testa, & Frey, 2009).

Outro ponto importante está caracterizado sobre produtos diferenciados, ou seja, em tecnologias verdes que são um campo explorado nas estratégias sobre RSC e competitividade entre as organizações (Siegel, 2010). Os custos ali colocados a fim de garantir a sustentabilidade podem induzir o consumidor a escolher um produto em detrimento de outro (McWilliams, Siegel, & Wright, 2006)

A junção de trazer o bem comum com inovações sustentáveis é outro ponto discutido e caracterizado como empreendedorismo social que aborda a forma de utilizar os recursos trazendo retornos para a sociedade (Crisan & Borza, 2012). Esta relação pode ser entendida como a forma de relacionar as necessidades dos diversos atores sociais com práticas organizacionais que visem à valoração destes (Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman, 2009).

Com o contexto apresentado, pôde-se perceber que há diversas formas de se utilizar a inovação dentro das práticas relacionadas à RSC de forma a contribuir com o desenvolvimento sustentável das organizações.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo a perspectiva apresentada por Martins & Theóphilo (2009), a presente pesquisa delineou-se como descritiva e documental com base em documentos secundários representados pelos relatórios obtidos das empresas que compõem o ISE nos diferentes períodos analisados.

Como técnica para tratamento dos dados foi utilizada a análise qualitativa de conteúdo, que segundo Bardin (2009) é composta por um conjunto de técnicas de investigação das comunicações que utiliza uma série de procedimentos sistemáticos para a descrição do conteúdo das mensagens.

Para tratamento dos dados foi utilizado o *software* ATLAS.ti versão 7, amplamente utilizado dentro do ramo de pesquisa qualitativa de dados.

O universo amostral foi baseado no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). Este foi concebido de uma maneira pioneira, buscando um ambiente de investimento que fosse compatível com as demandas de desenvolvimento sustentável e a sociedade.

O ISE, criado em 2005, foi financiado pelo *International Finance Corporation* (IFC) que é um braço do Banco Mundial (FGV, 2017). Este índice permite uma análise comparativa da performance sob diferentes pontos de vista como sustentabilidade corporativa, eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança.

A FGV (2017) também afirma que o ISE envolve aspectos de sustentabilidade e diferenciação das organizações em termos de qualidade, compromisso com o desenvolvimento,

transparência, prestação de contas e desempenho das dimensões econômico-financeira, social, ambiental e de mudanças climáticas.

A população escolhida teve como base o período de 2011 até 2016. A justificativa deste período está no fato de que em 2011 houve mudanças na metodologia do índice. Um dos pontos foi a mudança do período da carteira que passou a ter vigência do primeiro dia útil de janeiro ao último dia útil de dezembro de cada ano. Na versão anterior, a carteira do ISE tinha vigor entre o primeiro dia útil de dezembro e o último dia de novembro do ano seguinte.

Esta medida foi criada visando à adequação do índice e também à criação de novos produtos, já que o período de vigência ficou alinhado com os demais índices. (BM&FBOVESPA, 2017)

O ano de 2011 também foi marcado por melhorias nos questionários dos anos anteriores, utilizados para escolher as empresas integrantes do índice. Entre as principais questões estão a inclusão de indicadores de GRI (BM&FBOVESPA, 2017) com os questionários do ISE, a ISO 26000 e a inclusão do Protocolo Verde, entre outros aspectos.

Com base na relevância do setor dentro da amostra, potencial poluidor e também para questões de parametrização da leitura da análise dos relatórios o setor escolhido foi o de energia elétrica (Alrazi et al., 2016). Logo, a amostra ficou assim configurada:

N	EMPRESAS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	AES ELETROBRAS	X	X	X	X	X	X
2	AES ELETRPAULO	X	X	X	X	X	X
3	AES TIETE	X	X	X	X	X	X
4	CEMIG	X	X	X	X	X	X
5	COPEL	X	X	X	X	X	X
6	CPFL ENERGIA	X	X	X	X	X	X
7	ENERGIAS BR (EDP)	X	X	X	X	X	X
8	ENGIE	X	X	X	X	X	X
9	LIGHT	X	X	X	X	X	X

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Tabela 1 – Empresas componentes da amostra do estudo

Observa-se que foram analisadas 9 empresas do setor de energia elétrica em um período de 6 anos consecutivos, totalizando 54 relatórios na análise. Para identificar as práticas de RSC e a possível prática de comportamento oportunista dos gestores de acordo com a Teoria da Legitimidade, foi empregada a abordagem trazida por Szekely e Strebel (2013) e Voegtlin e Scherer (2017) quanto às formas de inovação estratégica.

Para a análise detalhada dos dados presentes nos relatórios, por meio do *software* Atlas TI, foram identificadas palavras que estavam de forma repetitiva integrando cada relatório investigado e que faziam parte das definições sobre os três tipos de Inovação conceituadas na quadro 1:

1 - No item de *incremental innovation*, para fins de análise de conteúdo, foram identificadas as seguintes informações:

- a) Pesquisas e desenvolvimento para a consecução de produtos sustentáveis, ou seja, produtos que visem a ser elaborados com respeito ao meio ambiente, social e econômico;
- b) Existência de Gestão Ambiental nas organizações;

- c) Indicativos de melhorias na eficiência na utilização de materiais;
- d) Uso de novos produtos a fim de substituir aqueles caracterizados como não sustentáveis.

2 - Na *radical innovation*, o foco da pesquisa estava em identificar junto aos relatórios de sustentabilidade os seguintes tópicos:

- a) Mudanças no comportamento dos fornecedores quanto à integração da inovação na entidade;
- b) Alteração da forma de descarte dos produtos indicados para eliminação devido ao contexto empregado pela inovação;
- c) Inserção de exigências junto aos fornecedores para alterar os produtos de forma sustentável devido a necessidades dos consumidores;
- d) Parcerias com outras entidades a fim de desenvolver novas tecnologias sustentáveis.

3 - Já na questão de *game-changing innovation* os itens que foram pesquisados para evidenciar tal nível de inovação junto aos relatórios de sustentabilidade foram os seguintes:

- a) Projetos de empreendedorismo social desenvolvidos pela entidade com a sociedade;
- b) Preocupação quanto à utilização de recursos renováveis e não renováveis, tendo como foco a substituição destes;
- c) Mudanças na cultura, normas ou comportamento das organizações impulsionado pela inovação.

Diante da ideia apresentada por Bardin (2009) dentro do processo de investigação qualitativa, a análise foi realizada com base no arcabouço teórico e nos relatórios disponíveis para observação documental.

Ela visou atingir um armazenamento sob uma forma variável e facilitar o acesso aos observadores para que estes pudessem obter o máximo de atenção relacionado ao aspecto quantitativo, e o máximo de pertinência ligado ao aspecto qualitativo das informações analisadas (Bardin, 2009).

Os conceitos apresentados pelos autores foram desdobrados em outros. Adicionalmente, com a utilização da técnica da análise de conteúdo, outras concepções emergiram dentro da padronização criada para a análise dos relatórios e foram relacionados posteriormente na análise dos resultados.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para realizar a coleta de informações a fim de subsidiar a análise de conteúdo, foram identificadas informações inseridas dentro dos relatórios de sustentabilidade e que estão condizentes com as dimensões apresentadas na Tabela 3 do presente artigo.

Relatórios de setores diferentes não possibilitam a comparação entre eles uma vez que há uma forma de parametrização encontrada sobre cada setor. Por este motivo, esta pesquisa limitou-se apenas a um dos setores presentes com o ISE, o de energia elétrica.

Inclusive no Brasil, a divulgação das informações socioambientais ainda ocorre de forma majoritariamente voluntária e ainda não é uma exigência em relação ao conteúdo e estrutura de tais relatórios.

Segundo Grecco *et al.* (2013), esta falta de padronização dificulta a comparação entre as práticas adotadas pelas empresas e ameaça o processo de legitimação.

Desta forma, o presente estudo buscou encontrar um padrão nas escolhas relativas a questões da inovação na perspectiva sustentável em uma área que suporta grande parte do ISE, uma vez que das 11 empresas que publicavam os seus relatórios todos os anos no ISE, 09 são relativas a empresas voltadas ao setor elétrico, e que devem atender a exigências de órgãos reguladores e normas internas.

Não se deve deixar de frisar que organismos internacionais como UNEP buscam nos países resultados para com os compromissos assumidos relativos à sustentabilidade, como é o caso da Agenda 2030 (UNEP, 2016).

Grecco *et al* (2013) citam também outras iniciativas como a NBR 16001, o GRI (Global Reporting Initiative), entre outros tipos de certificados que também visam a apoiar as iniciativas da área e reforçar os aspectos ligados à questão socioambiental, sua divulgação e prática de forma efetiva.

Para a análise dos dados, a seguir serão colocados três tópicos direcionados à *incremental innovation*, *radical innovation* e *game-changing innovation* que foram definidos como parâmetros para verificação da legitimidade das práticas organizacionais.

Incremental Innovation

Todos os relatórios indicaram a realização de pesquisa e desenvolvimento voltados para os produtos da entidade, visando às questões relativas à sustentabilidade.

De acordo com os relatórios, as empresas no período de 2011 a 2016 investiram aproximadamente R\$ 3 trilhões em pesquisa e desenvolvimento. Na Tabela 2 estão demonstrados tais valores por entidade.

EMPRESA	TOTAL DE INVESTIMENTOS
AES ELETROBRAS	R\$ 1.854.384.205,84
AES ELETROPAULO	R\$ 135.569.622,00
CEMIG	R\$ 263.200.000,00
COPEL	R\$ 163.631.000,00
CPFL ENERGIA	R\$ 168.174.000,71
ENERGIAS BR (EDP)	R\$ 105.800.000,00
LIGHT S/A	R\$ 91.300.000,00
TRACTEBEL (ENGIE)	R\$ 204.600.000,00
TOTAL	R\$ 2.986.658.828,55

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Tabela 2 – Investimentos em pesquisa e desenvolvimento

Sobre a existência de Gestão Ambiental nas organizações, apenas a Copel não deixou clara a existência de uma política de Gestão Ambiental. Nos demais relatórios, identificou-se que as entidades estão inserindo informações próprias sobre a Gestão Ambiental. As questões referentes às melhorias na eficiência da utilização dos materiais encontram-se na tabela a seguir:

TIPO	ANO					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Materiais	CPFL, COPEL, ENGIE, EDP e ELETROP.	COPEL, ENGIE e ELETROP.	COPEL e ELETROP.	ELETROP.	EDP, LIGHT e ELETROP.	ELETROP.
Sistema de suporte e Smart Grid		EDP	EDP	CPFL e CEMIG	LIGHT e COPEL	
Emissão de gases	ELETROB.	ELETROB.	ELETROB.	ELETROB.	ELETROB.	ELETROB.
Economia de energia			CEMIG			

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Tabela 3 – Indicativos de melhorias na eficiência na utilização de materiais

Em geral, as empresas estão tendo por objetivo reutilizar ou melhorar a utilização de materiais pertinentes à sua produção. Ademais, existe por parte da EDP, CPFL e CEMIG um foco na utilização de novos sistemas que possibilitem melhorias na sua produção de forma a observar as questões socioambientais. Observa-se que a ELETROBRAS se destaca por investir em um sistema de emissão de gases.

Já a economia de energia aparece apenas no relatório da CEMIG no ano de 2013, demonstrando que ainda há um longo caminho a percorrer nestas questões, ou seja, tal evidenciação ainda aparece de forma incipiente nos relatórios apresentados. Além destes itens, a EDP, a Light e a COPEL inseriram em seu contexto o *Smart GRID* a fim de ter um sistema de energia elétrica com maior eficiência tanto na questão econômica, quanto na questão energética. Por último, a CEMIG em 2014 apresentou em seu relatório resultados relativos à economia de energia.

Quanto ao item acerca da substituição de produtos, apenas a LIGHT no ano de 2015 e a COPEL no ano de 2013 não relataram se buscaram tais inovações. Os demais itens da amostra demonstram uma preocupação em substituição por produtos com maior eficiência e menor impacto ambiental e com sistemas mais eficientes.

Destaque para a ELETROBRAS que em seu relatório identificou pesquisas realizadas para energia eólica e solar. A ELETROPAULO vem subsidiando a troca de lâmpadas para menores impactos de consumo de energia em semáforos, túneis, escolas, entre outros. Esses foram os pontos encontrados em relação às fontes renováveis de uso de produtos.

Radical innovation

No item relacionado com as mudanças no comportamento dos fornecedores quanto à integração da inovação da entidade, foram identificados alguns processos realizados pelas empresas contratantes que indiretamente contribuem com a mudança no perfil dos fornecedores.

A CPFL, por exemplo, no ano de 2012 relatou o projeto para a capacitação de fornecedores, sendo que em 2014 inseriu um sistema de monitoramento dos fornecedores para verificar se atendem a critérios de regulação e normas pertinentes às atividades desempenhadas.

Já a ELETROBRAS se destaca a partir de 2015, uma vez que os seus fornecedores devem estar de acordo com a legislação ambiental, com o uso de manufaturas limpas e ecológicas. A EDP nos anos de 2012, 2013 e 2014 indica o uso de critérios para a escolha dos fornecedores com um programa denominado “Fornecedor Sustentável”.

A ELETROPAULO, por sua vez, tem um programa apresentado desde 2011 para os fornecedores e criou um índice intitulado “Índice de Desempenho de Fornecedores”. Nesta métrica são analisados critérios referentes à sustentabilidade dos fornecedores e anualmente a empresa realiza um concurso para o prêmio de melhor fornecedor.

Quanto ao descarte dos produtos, a empresa LIGHT no ano de 2015 implantou um projeto para descarte de plantas aquáticas e obteve resultados satisfatórios.

No ano de 2011, a COPEL colocou no corpo do relatório um programa voltado para a gestão de seus resíduos. A ELETROBRAS, a partir de 2012, vem destacando em seus relatórios a forma como são descartados ou reaproveitados os seus resíduos. Já a ELETROPAULO destaca a sua gestão para o descarte de resíduos e da água, bem como o reaproveitamento destes estabelecendo metas anuais.

Não houve em nenhum dos relatórios a informação de exigências junto aos fornecedores devido a critérios impostos pelos consumidores. Por último, as entidades fazem referência em seus relatórios a parcerias com instituições de ensino, fundações, associações, parcerias público-privadas, entre outras, de forma a subsidiar pesquisas para o desenvolvimento de tecnologias.

Game-changing innovation

Para projetos de empreendedorismo social desenvolvidos pela entidade com a sociedade verificou-se que a LIGHT não comunicou se eles existem a fim de impulsionar o empreendedorismo social, com exceção do ano de 2015 com o programa “Comunidade Eficiente”.

Foram relatados projetos de empreendedorismo social, embora nem todos os anos estivessem bem discriminados nos relatórios, observou-se ações provenientes da empresa para com a sociedade.

Notou-se que grande parte da preocupação neste tipo de ação está na conscientização das comunidades e das regiões envolvidas (no uso adequado da rede elétrica), sendo pouco evidenciado ou aplicados recursos para a criação de empreendimentos sociais que de fato gerem renda para as pessoas.

Nos demais relatórios, observou-se que as empresas buscam incorporar projetos para o público interno e externo. Um destes casos é o da empresa CPFL, que conta com um programa de novos negócios. Já a ELETROBRAS possui a captação e tratamento de ideias tanto dos colaboradores, quanto para o público externo.

Destacam-se também programas que incentivam os jovens, como é o caso do “Jovem Cidadão” da COPEL e o projeto para incentivo de jovens em Guarulhos pela EDP.

A ENGIE, por sua vez, atua com o programa de incentivo para o Terceiro Setor. Verificou-se também a existência do projeto “Energia do Bem” da empresa ELETROPAULO que busca voluntários da empresa para atuar em diferentes frentes junto à população, organizações não governamentais e outras ações sociais.

Quanto à preocupação da utilização de recursos renováveis e não renováveis, tendo como foco a substituição deles nas organizações, observando-se os relatórios da ELETROBRAS não foi possível identificar essa informação, bem como no ano de 2011 a empresa ENGIE não forneceu tais dados.

As demais empresas discorrem que vêm trabalhando para a redução no consumo de recursos que não podem ser regenerados e melhores práticas junto a recursos renováveis, principalmente no que tange a água e a inserção de energias renováveis.

De forma genérica é tratada a relação destes esforços e, embora não sejam citadas as prioridades, elas comumente são orientadas para a redução de custos. Não há uma especificação para quais são estas reduções, apenas informam que atuam em diversas áreas/projetos para que seja alcançado um maior grau de sustentabilidade.

No item relacionado com mudanças na cultura, normas ou comportamento das organizações impulsionados pela inovação, o impacto no comportamento da CPFL está na questão nos novos padrões para escolha de fornecedores por conta da implementação de uma gestão documental que possibilitou economia de recursos e devido a projetos internos implantados para a redução de energia.

A LIGHT teve como destaque os impactos causados para ações relativas à segurança preventiva, aos projetos alavancados devido ao fator inovação ter que vir a ser incorporado aos processos da entidade e à forma de atendimento aos clientes que passou por mudanças.

Para a ELETROBRAS, o destaque no comportamento está no fato de ter incorporado um programa para sensibilização dos funcionários quanto aos padrões relativos à sustentabilidade.

Para a TRACTEBEL, a forma de proceder teve como destaque a política sobre mudanças climáticas que visa a fatores como desperdício de materiais, o que levou a mudanças também na contratação de fornecedores. Na EDP, a mudança veio com a implementação do Manual de Sistema de Gestão, no qual uma das ações foi a capacitação de colaboradores e fornecedores para disseminar a educação ambiental.

Na Light, por exemplo, observou-se a iniciativa Programas de Pesquisa e Desenvolvimento, que é elaborado de acordo com a Lei 9.991/00 (BRASIL, 2000b) determinando percentuais de 0,20% e 0,40% da Receita Operacional Líquida para pesquisa e desenvolvimento. Já em 2012 houve um aumento da participação dos projetos relacionados à cadeia de inovação em função da publicação de nova regulamentação, que procura fomentar produtos voltados para o mercado final com potencial de comercialização.

5. CONCLUSÕES

O presente artigo visou, partindo da Teoria da Legitimidade, a identificar junto às empresas do setor elétrico, no período de 2011 a 2016, listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) se a inovação está sendo utilizada como item estratégico para a legitimidade e a RSC. Para isso, utilizou-se da abordagem trazida sobre inovação de Scherer, Palazzo e Seidl (2013) e Voegtlin e Scherer (2017).

A investigação buscou compreender se as organizações divulgam suas ações de inovação como forma de contribuir com o desenvolvimento sustentável ou ainda se elas procuram se mostrar engajadas neste processo, demonstrando apenas preocupações legislativas ou voltadas à projeção de sua imagem como socialmente responsáveis enfatizando a relação da Teoria da Legitimidade (Patten, 1992) aliada à Teoria do Stakeholder (Gray, Kouhy e Lavers, 1995).

Com a utilização da análise qualitativa de dados (Bardin, 2009), o artigo investigou o setor elétrico brasileiro que faz parte do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). A amostra final consistiu em 09 empresas e tal setor foi o escolhido por sua representatividade dentro do índice, legislação específica devido ao seu impacto no meio ambiente, Lei 10.165/2000 (BRASIL, 2000a) e importância junto ao cenário internacional da área de sustentabilidade (Alrazi, de Villiers e Van Staden, 2016).

Em relação ao quesito *incremental innovation* (Scherer, Palazzo e Seidl, 2013; Voegtlin e Scherer, 2017), que congrega itens relativos à pesquisa e desenvolvimento de produtos sustentáveis, existência de gestão ambiental nas organizações e uso de novos produtos para a substituição daqueles considerados não sustentáveis, notou-se que a maioria das organizações tem desenvolvido práticas neste sentido.

Porém, convém salientar que em alguns contextos como a utilização de sistemas mais eficientes, as empresas podem estar trabalhando com uma visão maior em garantir resultados econômicos satisfatórios como a redução de custos e melhoria de resultados da cadeia de negócios em detrimento daqueles relacionados ao socioambiental. Esse fato condiz com a perspectiva de trazer melhores retornos financeiros para as empresas e não de que elas tenham uma preocupação junto à sustentabilidade. Dessa forma, tal contexto merece mais evidenciações para fins de melhores achados.

Dessa forma, apesar de divulgadas, não é claro se tais ações são apresentadas como reais práticas de RSC ou se elas buscam somente legitimar as organizações frente aos seus *stakeholders* (Patten, 1992 e Alrazi, de Villiers e Van Staden, 2016).

Isso pode estar atrelado ao fato de que o setor elétrico no Brasil é altamente regulamentado, precisando, dessa forma, obedecer a uma série de requisitos presentes na legislação e também por ser composto por empresas de capital aberto, o que justificaria a busca por uma boa imagem junto ao mercado de capitais.

No quesito *radical innovation* observaram-se, por exemplo, mudanças no comportamento dos fornecedores quanto à integração da inovação nas entidades analisadas de Scherer, Palazzo e Seidl (2013) e Voegtlin e Scherer (2017).

Esta questão é condizente com a legislação ambiental vigente e também pode ser entendida como uma lacuna de legitimidade, já que a mudança de um parâmetro organizacional é caracterizada como tal (Patten, 1992; Deegan, 2002; Alrazi, de Villiers e Van Staden, 2016). Aqui se compreende que as empresas estão buscando práticas que cumpram questões normativas e as validem frente aos seus interessados, buscando satisfazer os interesses do negócio em detrimento dos interesses socioambientais.

No item *game-changing innovation* a pesquisa visou à compreensão de itens como projetos de empreendedorismo, preocupação de uso de recursos renováveis e não renováveis e mudanças na cultura da organização.

Apesar de algumas iniciativas, a maioria dos relatórios não apresentou ações consistentes, apresentando somente informações relativas a programas de novos negócios e tratamento de ideias dos colaboradores e programas de incentivo para o Terceiro Setor, porém sem

demonstrar o impacto para o meio ambiente e a sociedade como um todo. Vale salientar que este último tipo de inovação é o de maior impacto na gestão das entidades.

Outras realizações mostram a escolha de projetos que visam à diminuição de custos organizacionais sem apresentar a vantagem sustentável de tais ações ou exigências de clientes e fornecedores, porém sem destacar como estas iniciativas ocorrerem e as preocupações com o meio ambiente.

Ressalta-se que há poucas informações das mudanças provocadas pelas inovações tanto tecnológicas e operacionais oriundas de novas práticas, procedimentos, costumes e hábitos evidenciados pelas empresas em questão e que alteraram como um todo a maneira de organizar-se e atuar em sociedade.

É evidenciado um especial atendimento à legislação pertinente ao setor, tanto em termos de responsabilidade legal, social e ambiental. Em específico é observada a sua a obrigatoriedade legal para investimentos em inovação como pode-se notar em relação à lei (BRASIL, 2000b) e outros normativos citados nos próprios relatórios das organizações analisadas.

Assim foi possível compreender, uma vez, mais a questão legitimadora do ponto de vista legislativo (Patten, 1992) e não voltado para à questão ambiental como preocupação principal, ou seja, as ações e relatórios não estão voltados realmente para o meio ambiente e sim para legitimar a empresa frente aos seus stakeholders.

Então, de forma geral o que se observa é que os relatórios em questão estão ali como uma forma de cumprimento de questões políticas e não como objeto principal de levar a sociedade uma informação clara e objetiva sobre as suas ações conforme colocado por Patten (1992), Gray, Kouhy e Lavers (1995) e Deegan (2002). Ou seja, são elaborados principalmente para atender a órgãos reguladores, sendo que a inovação é aqui compreendida como uma forma estratégica de atender a tais órgãos a fim de legitimar as suas ações.

Com isso, o destaque desta pesquisa está no fato dos relatórios não serem padronizados, dificultando a interpretação dos achados, e o fato de os investimentos para pesquisa e desenvolvimento serem apresentados de forma bruta, sem identificar separadamente onde o recurso foi empregado. Logo, a compreensão de tais relatórios pode ser entendida como uma dificuldade não só para pesquisadores, mas também para a sociedade em geral.

Como futuras pesquisas, pode-se buscar modelos de apresentação de dados sobre inovação e sustentabilidade por parte das empresas que sejam de maior qualidade e com um entendimento claro, uma vez que os modelos analisados não são padronizados. Poderia, também, ser detalhado para onde os recursos estão sendo empregados relativos a Inovação, uma vez que nos relatórios são identificados apenas o valor bruto dos recursos investidos em pesquisa e desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

- Alrazi, B., de Villiers, C., & Van Staden, C. J. (2016). The environmental disclosures of the electricity generation industry: a global perspective. *Accounting and Business Research*, 46(6), 665–701. <https://doi.org/10.1080/00014788.2015.1135781>
- Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- BM&FBOVESPA. (2017). Carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial para 2011 reúne seis novas empresas. Retrieved January 7, 2017, from <https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUK Ewj2q6HK3MXYAhXD6Y8KHexZDtcQFggwMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.bmfbovespa.com.br%2FFlumis%2Fportal%2Ffile%2FfileDownload.jsp%3FfileId%3D8A828D29514A326701516E89429C2F2A&usg>

- BRASIL. LEI No 10.165, DE 27 DE DEZEMBRO DE 2000. (2000). Retrieved from <http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=323>
- Campbell, D., Craven, B., & Shrive, P. (2003). *Voluntary social reporting in three FTSE sectors: a comment on perception and legitimacy*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* (Vol. 16). <https://doi.org/10.1108/09513570310492308>
- Crisan, C. (Mitra), & Borza, A. (2012). Social Entrepreneurship and Corporate Social Responsibilities. *International Business Research*, 5(2). <https://doi.org/10.5539/ibr.v5n2p106>
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures - a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311.
- Deegan, C., Rankin, M., Deegan, C., & Rankin, M. (2006). *report environmental news An analysis of environmental Protection Authority*.
- Deschamps, J. P. (2012). What is Innovation ? *International Institute for Management Development*, (August).
- Estades, N. P. (2001). O processo que conduz à proposta hegemônica de desenvolvimento sustentável e as alternativas em discussão. In *Sustentabilidad? Descauerdos sobre el desarrollo sustentable*.
- FGV. (2017). Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). Retrieved January 1, 2017, from http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/produtos/indices/indices-de-sustentabilidade/indice-de-sustentabilidade-empresarial-ise.htm
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>
- Grecco, M. C. P., Milani Filho, M. A. F., Segura, L. C., Sanchez, I.-M. G., & Dominguez, L. R. (2013). The voluntary disclosure of sustainable information: a comparative analysis of spanish and brazilian companies. *Revista de Contabilidade E Organizações*, 7.
- Griggs, D., Stafford-Smith, M., Gaffney, O., Rockström, J., Öhman, M. C., Shyamsundar, P., ... Noble, I. (2013). Policy: Sustainable development goals for people and planet. *Nature*, 495(7441), 305–307. <https://doi.org/10.1038/495305a>
- Hooghiemstra, R. (2000). Corporate communication and impression management—new perspectives why companies engage in corporate social reporting. *Journal of Business Ethics*, 28(1/2), 55–68. <https://doi.org/10.1023/A:1006400707757>
- Iraldo, F., Testa, F., & Frey, M. (2009). Is an environmental management system able to influence environmental and competitive performance? The case of the eco-management and audit scheme (EMAS) in the European union. *Journal of Cleaner Production*, 17(16), 1444–1452. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2009.05.013>
- Lanoie, P., Laurent-Lucchetti, J., Johnstone, N., & Ambec, S. (2007). Environmental policy, innovation and performance: new insights on the Porter hypothesis. *Journal of Economics & Management Strategy*, 20(3), 803–842. <https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2011.00301.x>
- Martins, G. A., & Theóphilo, C. R. (2009). *Metodologia da investigação para ciências sociais aplicadas*. (Atlas, Ed.). São Paulo.
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Guest Editors' Introduction Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 43(January), 1–18. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00580.x>
- Nidumolu, R., Prahalad, C. K., & Rangaswami, M. R. (2009). Why sustainability is now the key driver of innovation. *Harvard Business Review*, 87(9), 57–64. <https://doi.org/10.1109/EMR.2013.6601104>

- Omrane, A. (n.d.). Working paper Social entrepreneurship and sustainable development . The role of business models, 1–20.
- Patten, D. M. (1992). Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: A note on legitimacy theory. *Accounting, Organizations and Society*, *17*(5), 471–475. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(92\)90042-Q](https://doi.org/10.1016/0361-3682(92)90042-Q)
- Rennings, K. (2000). Redefining innovation - Eco-innovation research and the contribution from ecological economics. *Ecological Economics*, *32*(2), 319–332. [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(99\)00112-3](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(99)00112-3)
- Rennings, K., Ziegler, A., Ankele, K., & Hoffmann, E. (2006). The influence of different characteristics of the EU environmental management and auditing scheme on technical environmental innovations and economic performance. *Ecological Economics*, *57*(1), 45–59. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2005.03.013>
- Rondinelli, D. A., & Berry, M. A. (2000). Environmental citizenship in multinational corporations: social responsibility and sustainable development. *European Management Journal*, *18*(1), 70–84. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(99\)00070-5](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(99)00070-5)
- Sacconi, L. (2004). Corporate Social Responsibility (Csr) As a Model of “Extended” Corporate Governance. an Explanation Based on the Economic Theories of Social Contract, Reputation and Reciprocal Conformism. *Management*, (Wieland 2003), 1–49.
- Scherer, A. G., Palazzo, G., & Seidl, D. (2013). Managing Legitimacy in Complex and Heterogeneous Environments: Sustainable Development in a Globalized World. *Journal of Management Studies*, *50*(2), 259–284. <https://doi.org/10.1111/joms.12014>
- Shocker, A. D., & Sethi, P. S. (1973). An Approach to Incorporating Societal Preferences in Developing Corporate Action Strategies. *California Management Review*, *XV*(4).
- Siegel, D. S. (2010). Green management matters only if it yields more green: an economic/strategic perspective. *Strategic Direction*, *26*(2), sd.2010.05626bad.006. <https://doi.org/10.1108/sd.2010.05626bad.006>
- Szekely, F., & Strebler, H. (2013). Incremental, radical and game-changing: strategic innovation for sustainability. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, *13*(5), 467–481. <https://doi.org/10.1108/CG-06-2013-0084>
- UNEP. (1992). Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente. Retrieved January 1, 2017, from <https://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/>
- UNEP. GEO-6 Regional Assessment for Latin America and the Caribbean. (2016).
- Voegtlin, C., & Scherer, A. G. (2017). Responsible Innovation and the Innovation of Responsibility: Governing Sustainable Development in a Globalized World. *Journal of Business Ethics*, *143*(2), 227–243. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2769-z>
- WBCSD. (2017). World Business Council for Sustainable Development. Retrieved January 1, 2018, from <http://www.wbcsd.org/>
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, *24*(5), 519–532. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>