

Análise de indicadores sociais e ambientais de uma empresa de serviços de logística – um estudo de caso da ALL no período de 2003 a 2008

Juscelino Emanuel Gomes de Castro (GESLOG, UFC – CE/Brasil) - juscelinoegcastro@yahoo.com.br

• R. Rio Negro, 226, Ap. 801, Tabapuá, Caucaia-CE, 61635-025, fone: (55) 85-8525-7093

José Carlos Lázaro da Silva Filho (GESLOG, UFC – CE/Brasil) - lazaro@ufc.br

Resumo: A responsabilidade social empresarial deixou de ser uma opção para se tornar uma questão de estratégia e sobrevivência para as empresas. As organizações têm de lidar com a destinação de parte do patrimônio, para sanar danos causados ao meio ambiente e à comunidade, além de serem incentivadas pelo poder público e pelos seus *stakeholders*, a focalizar seus impactos ambientais e sociais, reduzir custos associados e elaborar relatórios para melhor atender aos requisitos da sustentabilidade socioambiental. A logística geralmente se adapta a este cenário, cuidando das emissões dos transportes e do retorno das embalagens. Assim, o objetivo deste trabalho é analisar o comportamento dos indicadores sociais (internos e externos) e ambientais de uma empresa de serviços de logística. Como estudo de caso, foi escolhida a empresa América Latina Logística – ALL, pois esta apresenta anualmente seu Balanço Social, contendo estes indicadores. Como metodologia, foram coletados dados referentes aos indicadores sociais e ambientais desta empresa, feito uma análise deles e calculados coeficientes de correlação entre os indicadores e as Receitas Líquidas. Os resultados mostram, em termos percentuais, um significativo aumento nos indicadores sociais externos, um leve aumento nos indicadores ambientais e uma diminuição dos indicadores sociais internos; em termos gerais, existe aumento em todos. Conclui-se, portanto, que a empresa vem contribuindo com o desenvolvimento sustentável, ao alimentar seus três aspectos principais.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial; Logística; Balanço Social; ALL.

Abstract: Nowadays, CSR (Corporate Social Responsibility) is no longer an option, but has become a question of strategy and survival for companies. They have to deal with the allocation of their capital to remedy damages to both the environment and the community, in addition to incentives from public authorities and company stakeholders to focus on environmental impact, cost reduction and preparing of reports in order to achieve the CSR requirements. Logistics, in general, adapts to this scenario, taking care of fuel emissions and returning packaging. Therefore, the objective of this paper is to analyze the behavior of the social and environmental indexes from a logistics service company. Here we analyze the case of the logistics company América Latina Logística – ALL - who publishes its Social Report along with its indexes every year. Aiming to analyze the Social and Environmental performance, the authors collected data from this company, analyzed them and calculated correlation coefficients between the indexes and the net income. The results demonstrated that, percentage wise, a big increase in external social indexes, a small increase in environmental indexes and a reduction in internal social indexes; but in general terms, there was an increase in all of them. In conclusion, this company is contributing to sustainable development by improving its three main key aspects.

Keywords: CSR; Logistics; Social Report; ALL.

1. INTRODUÇÃO

Ao se revisar sobre sustentabilidade empresarial, a questão social exige um tratamento especial pelas empresas e seu histórico deve ser analisado, sob dois aspectos: um interno e outro externo.

Assim, a gestão social deve incluir dois eixos: o primeiro, ligado à tradicional gestão de pessoas; e o segundo, uma nova questão, as relações com a comunidade. Ambos os eixos podem sofrer pressões, seja pelo mercado, pela legislação, seja pela sociedade local e estão ligados à percepção de uma Responsabilidade Social Empresarial (RSE), a *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Uma das publicações que pode ser considerada, entre as centrais do tema, no Brasil, é o livro editado por Patrícia Ashley, em 2001 (junto com o Livro de Tenório, 2004). Em sua segunda edição, Ashley faz uma retrospectiva sobre a RSE, remontando a antes do século XIX, quando os governos ainda tinham o papel corporativo de empreender, com as corporações privadas, assumindo o papel empreendedor no século XIX.

A autora coloca como a redenção do papel social, o caso “Dodge vs. Ford”, ocorrido em 1919, onde Henry Ford foi processado por acionistas minoritários (no caso John e Horace Dodge), por não estar visando ao lucro máximo dos acionistas, ao reinvestir lucros na capacidade da produção e aumento de salários (ASHLEY, 2006, p.45). Enquanto a retrospectiva da autora analisa os aspectos externos, esse fato histórico pode ser considerado um marco dos aspectos internos da empresa, que evoluíram junto com a ampliação da ciência da administração, para além da abordagem Fordista-Taylorista.

Um dos principais autores internacionais nessa área, Archie Carrol, analisa o histórico da CSR. Focando a ótica externa, o autor propõe a década de 1950 como o embrião do que seria a era moderna do CSR, com a publicação do livro, de Howard R. Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*, em 1953 (CARROLL, 1999, p.2).

Na Europa, nesse começo de década, têm-se dois exemplos que podem ser considerados o embrião empírico da RSE: na Alemanha, a empresa *Steag* produz, em 1971, um relatório sobre suas atividades sociais; e na França, em 1972, a empresa *Singer* realiza o primeiro Balanço Social nos conceitos mais atuais de RSE.

Dentro desse histórico, o avanço do tema nos estudos organizacionais pode ter um outro marco, com a proposta, em 1984, de um dos gurus da administração, Peter Drucker, da compatibilidade entre as responsabilidades e a lucratividade, ou seja, converter a responsabilidade social da empresa em oportunidade de negócios, evento citado tanto por Carroll (1999) quanto por Tachizawa (2005).

No Brasil, conforme Ashley (2006), a RSE teve seu começo pela metade da década de 1970, evoluindo especialmente no final da década de 1990.

Nessa década, com o desenvolvimento do conceito de responsabilidade social, em consequência das discussões sobre moral e ética nas empresas, empresas começaram a incluir a dimensão social nas suas gestões e os primeiros balanços sociais começaram a ser publicados, como os das empresas FAFEN (ex-Nitrofértil) e a Telebrás, ainda na década de 1980. Entre os pioneiros do Balanço Social, tem-se, ainda, o BANESPA, em 1992 (TREVISAN, 2002, p.5).

Na segunda metade da década, 1997, o IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), em parceria com o sociólogo Herbert de Souza, promove uma campanha pela difusão da ideia da realização do Balanço Social pelas empresas. Esse, futuramente, junto com o grupo Gazeta Mercantil, passa a ser avaliado, identificado, através de um “Selo de Balanço Social - IBASE”, a fim de motivar as empresas a divulgarem sua participação social.

Em 1998, foi criado o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, por Oded Grajew, o qual tinha como meta, a disseminação da responsabilidade social empresarial. Em 1999, 68 empresas divulgaram seu Balanço Social, no Brasil. O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) identificou em sua pesquisa que, em 2004, cerca de 600 mil empresas atuavam, de alguma maneira, em *prol* da comunidade, no que seria uma ação de responsabilidade social (IPEA, 2006).

A responsabilidade social, conforme refere Kraemer (2005), corroborando Peter Drucker, não é mais optativa e, sim, ponto fundamental na estratégia e sobrevivência das empresas. Estas têm que alocar parte dos seus patrimônios para sanar danos causados ao meio ambiente, além de serem incentivadas pelo governo e pelos seus *stakeholders* (comunidade, clientes, funcionários, fornecedores e ONG's) a focalizar seus impactos ambientais e sociais, reduzir custos associados e elaborar relatórios para uma sustentabilidade ambiental maior.

Assim, o *marketing* social alia a imagem da empresa a suas ações sociais, definindo a aplicação dos recursos em uma causa determinada, de modo a criar uma identidade da empresa perante a população. Conforme relata Trevisan (2002, p.7),

Diferentemente de uma política de doações ou de assistencialismo aleatório, que pode gerar dificuldades para o consumidor associar a imagem da empresa a um projeto social específico, o *marketing* social visa definir a correta aplicação dos recursos em uma causa determinada, de modo a tornar essa atuação social mais eficiente e criar uma identidade perante o público.

Com relação à RSE, a Logística é um ramo conhecido por se enquadrar neste conceito, a partir de políticas, como: Logística Reversa, redução de emissões de poluentes por transporte e embalagens, etc. Contudo, este setor poderá colaborar, também em outros aspectos.

O objetivo geral deste trabalho é analisar indicadores sociais e ambientais de uma empresa de logística, já que estes são pilares essenciais para uma Responsabilidade Social Empresarial, tendo como referência, a empresa América Latina Logística – ALL.

Para o alcance deste objetivo, três questionamentos nortearam o trabalho:

- Como as empresas de logística podem contribuir com o meio ambiente e com a comunidade dentro de uma perspectiva responsável?
- Como a ALL vem auxiliando neste sentido?
- Qual foi o comportamento destes indicadores ao longo dos anos analisados?

Primeiramente, foram coletados dados referentes aos balanços sociais da ALL, de 2003 a 2006, no banco de dados do sítio do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – Ibase, entidade com modelo próprio de balanço. Os dados de 2007 e 2008 foram extraídos do sítio da própria empresa.

Foram feitas análises estatísticas, utilizando o *software* SPSS 15.0®, de correlação dos totais dos indicadores (valores brutos) e da Receita Líquida e dos percentuais destes indicadores.

Os componentes dos indicadores foram analisados quanto ao seu percentual, em relação à Receita Líquida anual da empresa. Desta forma, houve certa padronização dos dados. Os coeficientes de correlação foram calculados, a partir dos dados brutos e percentuais. Já para efeito de análises de regressão, foram utilizados apenas os dados brutos.

Tem-se como hipótese inicial a ideia de que estes indicadores estão crescendo ao longo do tempo, já que cuidar das pessoas e do meio ambiente são atitudes fundamentais nas estratégias das empresas na atualidade, o que chega a ser até uma vantagem competitiva.

O artigo está organizado em sete seções: esta é a introdução, onde se tem uma visão geral do trabalho; a seção Balanços Sociais e Indicadores, que dá embasamento aos conceitos utilizados; a seção América Latina Logística – onde se mostra um pouco do perfil da empresa e de seus projetos; uma breve metodologia; os resultados obtidos – onde será mostrado o comportamento dos indicadores; as conclusões (perspectivas e limitações); e a bibliografia.

2. BALANÇO SOCIAL E INDICADORES

De acordo com Trevisan (2002), Balanço Social é “um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas aos seus empregados e à comunidade onde está inserida. Através dele, a empresa mostra o que faz pelos seus empregados, dependentes e pela população que recebe sua influência direta”.

Segundo Barbieri e Cajazeiras (2009), este instrumento se tornou mundialmente conhecido, a partir da experiência francesa, mais especificamente, a partir da Lei 77-769, de 1977, que tornou obrigatório o Balanço Social (*Bilan Social*, em francês), para as empresas e organizações com mais de 300 funcionários, incorporando-o ao código de trabalho.

No Brasil, em 1965, de acordo com Trevisan (2002), houve uma primeira manifestação neste sentido, na “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”. Na década de 80, chegou-se a elaborar um modelo e em 1984, o primeiro Balanço Social foi elaborado no Brasil pela empresa Nitrofértil, em forma de literatura de cordel. Porém, só na década de 90, algumas poucas empresas se comprometeram em evidenciá-las constantemente.

O Balanço Social do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – Ibase, surgiu de uma necessidade de modelos adequados ao contexto sócio-econômico do país. A partir desta ideia, o Ibase começou, junto com outras ONGs, a disseminar a importância da transparência nas ações das empresas, além de cobrar que as grandes corporações prestassem contas das suas atividades, incluindo os impactos causados ao meio ambiente e na sociedade de uma forma geral. O sociólogo Herbert de Souza foi o precursor deste projeto.

O modelo Ibase de Balanço Social é composto por sete partes: a primeira é denominada base de cálculo, onde se encontram a Receita Líquida, o Resultado Operacional e a Folha de Pagamento Bruta; a segunda parte é chamada de Indicadores Sociais Externos; a terceira, de Indicadores Sociais Internos; a quarta, Indicadores Ambientais; a quinta, Indicadores do corpo funcional; a sexta, Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial; e a sétima, Outras informações.

Empresas de todo Brasil, de diversos setores e de qualquer formação jurídica, podem apresentar este balanço.

O Ibase orienta, com instruções para o preenchimento do balanço, apresentando um modelo de preenchimento a cada ano.

Dentre os Indicadores Sociais Internos, estão: alimentação, encargos sociais compulsórios, previdência privada, saúde, segurança e medicina no trabalho, educação, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, creche ou auxílio-creche, participação nos lucros ou resultados e outros. Em seguida, estes indicadores são explicados.

- Alimentação: inclui gastos com restaurante, vale-refeição, lanches, cestas básicas e outros relacionados à alimentação de empregados (as);
- Previdência privada: planos especiais de aposentadoria, fundações previdenciárias, complementações de benefícios e aposentados (as) e seus dependentes;
- Saúde: plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde, inclusive de aposentados (as);
- Educação: gastos com ensino regular em todos os níveis, reembolso de educação, bolsas, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca (excluindo pessoal) e outros gastos com educação;
- Cultura: gastos com eventos e manifestações artísticas e culturais (música, teatro, cinema, literatura e outras artes);
- Capacitação e desenvolvimento profissional: recursos investidos em treinamentos, cursos, estágios (excluído os salários) e gastos voltados, especificamente, para capacitação relacionada com a atividade desenvolvida por empregados (as);
- Creche ou auxílio-creche: creche no local ou auxílio-creche a empregados (as);
- Participação nos lucros ou resultados: participações que não caracterizem complemento de salários;
- Outros: Seguros (parcela paga pela empresa), empréstimos (só o custo), gastos com atividades recreativas, transportes, moradia e outros benefícios oferecidos a empregados (as), podem ser aqui enumerados.

Os indicadores Encargos sociais compulsórios e segurança e medicina no trabalho não possuem orientação de preenchimento.

Quanto aos Indicadores Sociais Externos, compõem: educação, cultura, saúde e saneamento, esporte, combate à fome e segurança alimentar e outros. Estes indicadores não são explicados, apenas se diz que são somente indicações de setores importantes, onde a empresa poderá investir e que seus valores são somatórios destes investimentos na comunidade.

Já os Indicadores Ambientais são compostos por: investimentos relacionados com a produção/operação da empresa e investimentos em programas e/ou projetos externos.

- Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa: investimentos, monitoramento da qualidade dos resíduos/efluentes, despoluição, gastos com a introdução de métodos não-poluentes, auditorias ambientais, programas de educação ambiental para os (as) funcionários (as) e outros gastos, com o objetivo de incrementar e buscar o melhoramento contínuo da qualidade ambiental na produção/operação da empresa;
- Programas e/ou projetos externos: despoluição, conservação de recursos ambientais, campanhas ecológicas e educação socioambiental, para a comunidade externa e para a sociedade em geral.

3. AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA

A América Latina Logística – ALL é a maior operadora independente de cargas da América Latina e a maior empresa independente de serviços de logística da América do Sul, atuando, principalmente, em transporte ferroviário. Sua malha ferroviária se estende por mais de 20 mil quilômetros, abrangendo Brasil e Argentina.

De acordo com o sítio da própria empresa:

O crescimento da empresa está ligado diretamente ao bem-estar de seus colaboradores e das comunidades de seu entorno. Ser uma empresa cidadã é, no nosso entendimento, muito mais do que simplesmente fazer doações. A responsabilidade social deve estar no cerne das nossas operações, para assegurar nosso negócio e os empregos a ele vinculados. As ações em Responsabilidade Social Empresarial da ALL são baseadas em quatro pilares: colaboradores, comunidade, voluntariado e cultura (ALL, 2009).

Os projetos da ALL quanto ao meio ambiente e à comunidade são descritos a seguir, conforme suas áreas de atuação.

Quadro 1 – Principais projetos da ALL.

Projeto	Área de atuação
Trem Ambiental ALL	Ambiental
Oficina da Terceira Idade ALL	Comunidade
Educação Ambiental no Bosque ALL	Ambiental
ALL nos trilhos da Educação	Educação
Vagão do Conhecimento	Comunidade
Oficina de Teatros ALL	Comunidade

Fonte: Sítio da ALL.

Com relação aos seus projetos sociais, a ALL investe na comunidade, a partir dos seguintes projetos:

- Oficina da Terceira Idade ALL – com o público de 30 senhoras da comunidade da ALL e com o objetivo de possibilitar o aprendizado e geração de renda extra para as famílias destas, tendo assim, no médio prazo, auto-sustentabilidade dessas famílias. Toda semana, a companhia recebe 30 senhoras da terceira idade, da comunidade próxima à ALL. A Oficina acontece na UniALL (Univ. Corporativa da ALL), onde são realizadas oficinas de artesanato, crochê, pinturas, etc. A FAS - Órgão da Prefeitura de Curitiba - disponibiliza professor e concede o material utilizado. O espaço físico, camisetas, crachás e todo o apoio às senhoras são oferecidos pela ALL;
- ALL nos trilhos da educação – projeto social que compõe os Indicadores Sociais Internos; este tem como objetivo, oferecer ensino básico para os colaboradores da empresa, que não possuem ensino fundamental e médio, nascendo, pois, da dificuldade em conciliar o trabalho com estudos em sala de aula;
- Vagão do Conhecimento – este projeto tem como objetivo, oferecer cursos, oficinas e palestras educativas às comunidades próximas à malha ferroviária da ALL, reforçando o conceito de sustentabilidade;
- Oficina de Talentos ALL – este projeto tem como objetivo, qualificar e preparar os estudantes para o mercado de trabalho, através do Curso de Elétrica e Mecânica básica, Qualidade (5S) e Orientação Profissional.

Já em projetos ambientais, a ALL possui as seguintes iniciativas.

- Trem Ambiental – com o público-alvo composto por Crianças e pré-adolescentes, alunos da rede pública estadual e municipal, instituições que atendem à comunidade carente e filhos de colaboradores ALL; este projeto ressalta a importância da preservação do meio ambiente à nossa volta, através de trabalhos educacionais e mostra a importância do transporte ferroviário;
- Educação Ambiental no Bosque ALL – com o objetivo de melhorar a qualidade de vida da comunidade e fortalecer a cidadania, através da sensibilização dos estudantes para as questões relativas à cidadania, meio ambiente e segurança.

4. METODOLOGIA

Coletados os dados a serem utilizados, usou-se a correlação de Pearson, para testar o grau de relação entre os indicadores.

O coeficiente de correlação de Pearson, segundo Levine *et al.* (2008), mede a força relativa de uma relação linear entre duas variáveis numéricas. Os valores para estes coeficientes vão de -1 a +1, remetendo, respectivamente, à correlação negativa perfeita e positiva perfeita.

A equação, em seguida, mostra como este é calculado.

$$r = \frac{n \cdot \sum (X.Y) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \quad (1)$$

Sendo:

r – o coeficiente de Pearson;

n – o tamanho amostral; e

X e Y – as variáveis.

Com o intuito de se prever quanto será investido em cada indicador, nos próximos anos, utilizou-se, também, de métodos estatísticos. O mais indicado para este objetivo é o método de regressão linear.

Consoante Levine *et al.* (2008), este possibilita que se desenvolva um modelo para prever os valores de uma variável numérica, com base no valor de outras variáveis. Este modelo é dado por:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \varepsilon \quad (2)$$

Onde:

Y – variável dependente;

β_0 e β_1 – parâmetros de regressão;

x_1 – variável independente;

ε – resíduo ou erro da regressão.

Para que a regressão seja significativa, diversos testes são feitos. Dentre eles, o teste F-ANOVA, que tem como finalidade, testar o efeito das variáveis independentes sobre a variável dependente. Se a significância do modelo (*Sig.*) for menor que o adotado ($\alpha = 5\%$), o modelo é válido (CUNHA e COELHO, 2009, p. 143).

Estes testes foram feitos, através do *software* SPSS 15.0®.

5. RESULTADOS

Inicialmente, fez-se uma correlação entre os indicadores, utilizando seus dados brutos, com o intuito de medir quanto e como cada indicador se relaciona com a Receita Líquida – RL. A tabela 1, a seguir, mostra estes resultados.

Tabela 1 – Correlações entre os indicadores (dados brutos).

		Receita Líquida	Indicadores Sociais Internos	Indicadores Sociais Externos	Indicadores Ambientais
Receita Líquida	<i>Pearson Correlation</i>	1	,664	,992**	,786
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		,150	,000	,064
	N	6	6	6	6
Indicadores Sociais Internos	<i>Pearson Correlation</i>	,664	1	,738	,256
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,150		,094	,624
	N	6	6	6	6
Indicadores Sociais Externos	<i>Pearson Correlation</i>	,992**	,738	1	,716
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,000	,094		,110
	N	6	6	6	6
Indicadores Ambientais	<i>Pearson Correlation</i>	,786	,256	,716	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,064	,624	,110	
	N	6	6	6	6

Fonte: Elaboração própria.

** Correlação significativa ao nível 0,01 (bicaudal).

De acordo com o valor dos coeficientes, todos os indicadores possuem correlação positiva com a RL, variando apenas suas intensidades.

Os Indicadores Sociais Internos são os que menos se relacionam positivamente com a RL, o que faz supor que não há muita semelhança entre a evolução destes.

Já os Indicadores Sociais Externos possuem correlação muito forte com a RL anual; isso quer dizer que quanto mais se aumenta este número, mais a ALL gasta com este indicador.

Os Indicadores Ambientais também, possuem forte correlação.

Em seguida, na tabela 2, será feito o mesmo cálculo, mas utilizando os dados percentuais sobre a RL.

Tabela 2 – Correlações entre os indicadores (dados percentuais).

		RL (em mil)	ISInt (% sobre RL)	ISExt (% sobre RL)	IAmb (% sobre RL)
RL (em mil)	<i>Pearson Correlation</i>	1	-,781	,980(**)	,447
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		,066	,001	,374
	N	6	6	6	6
ISI (% sobre RL)	<i>Pearson Correlation</i>	-,781	1	-,678	-,611
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,066		,139	,198
	N	6	6	6	6
ISE (% sobre RL)	<i>Pearson Correlation</i>	,980(**)	-,678	1	,425
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,001	,139		,401
	N	6	6	6	6
Iamb (% sobre RL)	<i>Pearson Correlation</i>	,447	-,611	,425	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,374	,198	,401	
	N	6	6	6	6

Fonte: Elaboração própria.

** Correlação significativa ao nível 0,01 (bicaudal).

Analisando os dados percentuais, percebem-se algumas diferenças, com relação aos dados brutos. Embora o ISExt continue com forte correlação, o ISInt passou a ter correlação negativa, ou seja, com o passar dos anos, a ALL foi crescendo (ao crescer seu RL) e foi-se aumentando a fatia da RL destinada a projetos sociais externos e se reduzindo esta fatia para os internos.

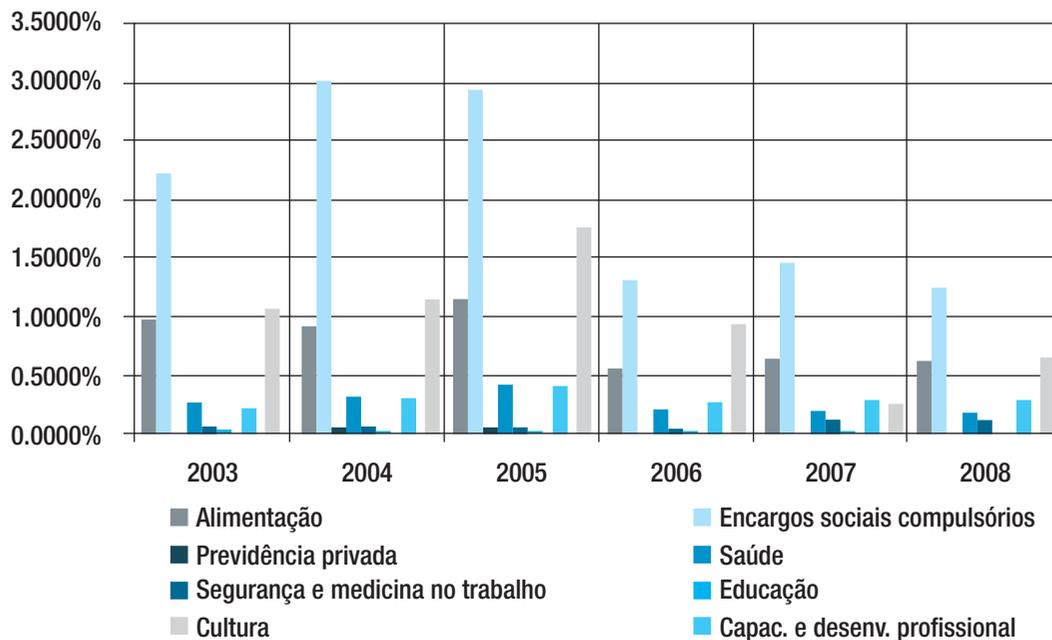
Com relação ao IAMB, esta tabela mostra uma correlação positiva, mas de menor escala, fazendo-se perceber que sua relação com a RL era mais forte, quando os dados eram brutos.

Analisando os componentes do ISInt, percebe-se que estes finalizaram o período com percentuais bem menores do que quando iniciaram.

Em 2003, a ALL investiu neste indicador, aproximadamente 4,84% de sua RL, tendo duas altas consecutivas em 2004 e 2005, atingindo 5,82% e 6,41%. Depois disso, ela teve uma queda acentuada para 2,65%, em 2006; uma leve ascensão para 3,32%, em 2007; finalizando o período com estabilidade (3,33%).

A figura 1, a seguir, mostra o comportamento destes indicadores:

Figura 1 – Gráfico em barras sobre Indicadores Sociais Internos/RL da ALL.



Fonte: Elaboração própria.

Em seguida, na tabela 3, são descritos cada um dos componentes percentuais do ISInt (valores nas partes superiores) e suas evoluções ao longo do período (valores nas partes inferiores).

Tabela 3 – Descrição dos indicadores do ISInt e suas evoluções.

ISInt	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Alimentação	0,9683%	0,9331%	0,7669%	0,5512%	0,6306%	0,6254%
	-	-3,6350%	-17,8117%	-28,1220%	+14,4045%	-0,8345%
Encargos sociais compulsórios	2,2274%	3,0056%	2,9387%	1,3164%	1,4588%	1,2495%
	-	+34,9373%	-2,2252%	-55,2045%	+10,8166%	-14,3497%
Previdência privada	0,0050%	0,0467%	0,0452%	0,0023%	0,0040%	0,0000%
	-	+827,3120%	-3,3660%	-94,9982%	+77,5292%	-100,000%
Saúde	0,2748%	0,3111%	0,4114%	0,2106%	0,1956%	0,1890%
	-	+13,2047%	+32,2594%	-48,8145%	-7,1172%	-3,3825%
Segurança e medicina no trabalho	0,0658%	0,0614%	0,0649%	0,0462%	0,1229%	0,1140%
	-	-6,6059%	+5,6132%	-28,7215%	+165,7991%	-7,2112%
Educação	0,0280%	0,0185%	0,0225%	0,0165%	0,0152%	0,0068%
	-	-34,0625%	+22,0619%	-26,7473%	-7,6848%	-55,2892%
Cultura	0,0000%	0,0000%	0,0000%	0,0000%	0,0000%	0,0049%
	-	-	-	-	-	-
Capacitação e desenvolvimento profissional	0,2207%	0,2993%	0,3997%	0,2748%	0,4071%	0,5279%
	-	+35,6047%	+33,5782%	-31,2602%	+48,1741%	+29,6562%
Creches ou auxílio-creche	0,0000%	0,0000%	0,0000%	0,0000%	0,0000%	0,0000%
	-	-	-	-	-	-
Participação nos lucros ou resultados	1,0556%	1,1457%	1,7613%	0,0000%	0,3812%	0,6425%
	-	+8,5414%	+53,7297%	-100,0000%	-	+68,5415%
Outros	0,0000%	0,0000%	0,0000%	0,2349%	0,1081%	0,0533%
	-	-	-	-	-53,9884%	-50,6923%

Fonte: Elaboração Própria.

Os indicadores que compõem o ISExt iniciaram, no período analisado, apenas com gastos em educação (0,0018% da RL). No ano seguinte, o indicador educação diminuiu para 0,0017%; em compensação, a ALL, investiu em outros projetos 0,0084%, totalizando, neste ano, 0,0101%.

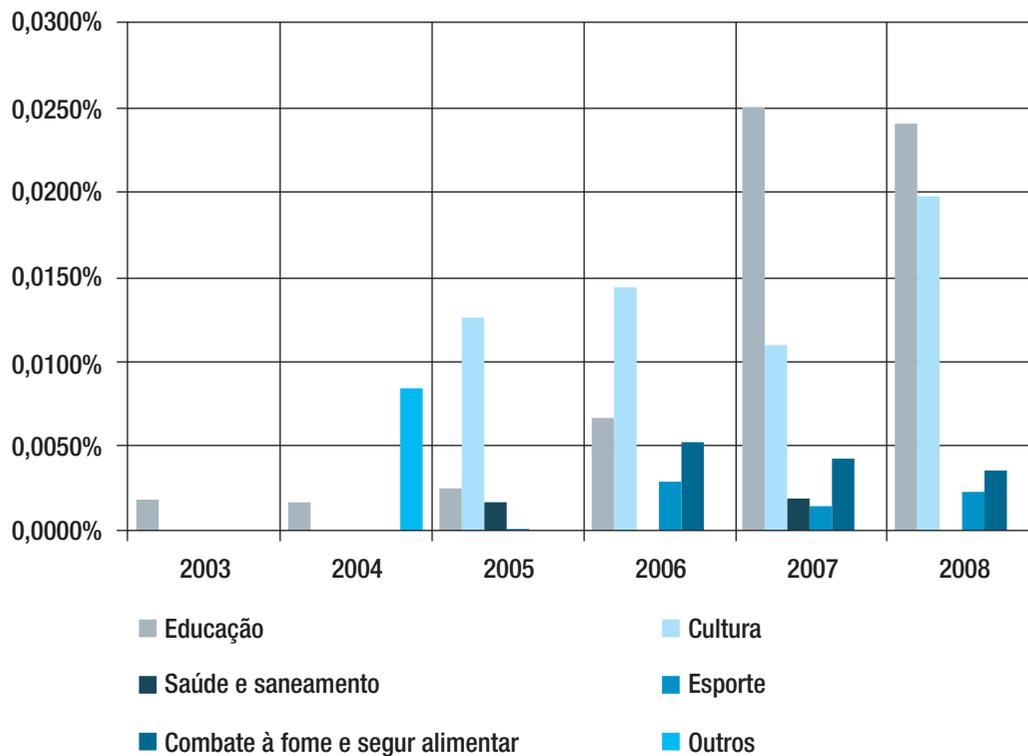
Em 2005, a empresa aumentou seu percentual em educação (0,0025%) e passou a investir fortemente em cultura (0,0126%), saúde e saneamento (0,0017%) e, em menor proporção, em esporte (0,0001%), diversificando mais seus investimentos, totalizando 0,0168%.

Em 2006, os gastos com educação e cultura se elevaram mais ainda, atingindo 0,0067% e 0,0144%, respectivamente. Passou-se a investir mais em esporte (0,0029%) e começou-se a investir no combate à fome e segurança alimentar (0,0052%). Nesse ano, o ISExt chegou a 0,0292%.

Em 2007, ano de maior presença entre seus índices, destacou-se a educação por mais que dobrar seu percentual (0,0251%). Os demais somaram: cultura - 0,011%, saúde e saneamento - 0,0019%, esporte - 0,0014% e combate à fome e segurança alimentar - 0,0042%.

Em 2008, o ISExt atinge o mais alto investimento, no período de análise (0,0498%), impulsionado pelos gastos em cultura, que quase dobraram em relação ao ano passado (0,0198%). Educação somou 0,0241%, esporte 0,0023% e combate à fome e segurança alimentar 0,0036%. A figura 2, a seguir, mostra o comportamento destes indicadores.

Figura 2 – Gráfico em barras sobre Indicadores Sociais Externos/RL da ALL.



Fonte: Elaboração própria.

A tabela, a seguir, mostra os investimentos nos indicadores e suas evoluções ao longo dos anos.

Tabela 4 – Descrição dos indicadores do ISExt e suas evoluções.

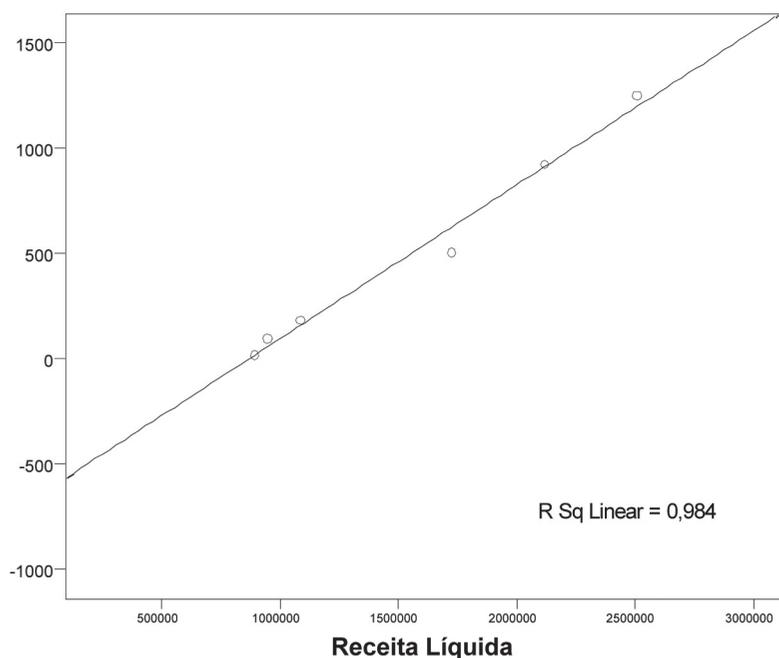
ISExt	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Educação	0,0018%	0,0017%	0,0025%	0,0067%	0,0251%	0,0241%
	-	-5,8035%	+47,1282%	+168,2124%	+276,8159%	-3,9577%
Cultura	0,0000%	0,0000%	0,0126%	0,0144%	0,0110%	0,0198%
	-	-	-	+14,4520%	-23,7795%	+80,1437%
Saúde e saneamento	0,0000%	0,0000%	0,0017%	0,0000%	0,0019%	0,0000%
	-	-	-	-100,0000%	-	-100,000%
Esporte	0,0000%	0,0000%	0,0001%	0,0029%	0,0014%	0,0023%
	-	-	-	+3048,5802%	-51,1273%	+63,2772%
Combate à fome e segur. alimentar	0,0000%	0,0000%	0,0000%	0,0052%	0,0042%	0,0036%
	-	-	-	-	-18,5454%	-15,5463%
Outros	0,0000%	0,0084%	0,0000%	0,0000%	0,0000%	0,0000%
	-	-	-100,000%	-	-	-

Fonte: Elaboração Própria.

Percebe-se, portanto, que ao longo dos anos, a ALL vem investindo cada vez mais neste indicador, ou seja, a ALL vem, aos poucos, externalizando seus gastos com o social.

De acordo com os valores das significâncias, o único indicador que faz sentido, ao se fazer uma análise de regressão, é o “ISExt”, pois apresenta valor menor que $\alpha=0,05$ (nível de significância adotado), ou seja, a variável RL exerce importante influência sobre ele, fazendo o modelo ser significativo (CUNHA e COELHO, 2009, p.143).

Figura 3 – Gráfico da reta de regressão dos ISExt da ALL.



Fonte: Elaboração própria.

Esta é a equação da reta de regressão do ISExt, elaborada pelo *software* SPSS 15.0®.

$$\text{ISExt} = -635,46 + 0,001\text{RL} \quad (3)$$

Estima-se que se a empresa aumentar, em 2009, sua RL, em 18,41%, assim como fez no último período de análise e alcançar R\$ 2.971.176 (em mil), seu ISExt alcançará R\$ 2.970,54 (em mil). Outras estimativas poderão ser feitas para os anos seguintes.

Se a sua RL crescer, conforme sua média do período de 2003 a 2008 (24,17%), alcançando R\$ 3.115.707 (em mil), estima-se que a ALL invista em seu ISExt R\$ 3.115,07 (em mil).

Tabela 5 – Descrição dos indicadores do ISExt e suas evoluções.

Evolução	RL (%)	RL (R\$) (em mil)	Estimativa ISExt 2009 (em mil)
Último período	+18,41%	2.971.176	2.970,54
Média dos seis últimos períodos	+24,17%	3.115.707	3.115,07

Fonte: Elaboração Própria.

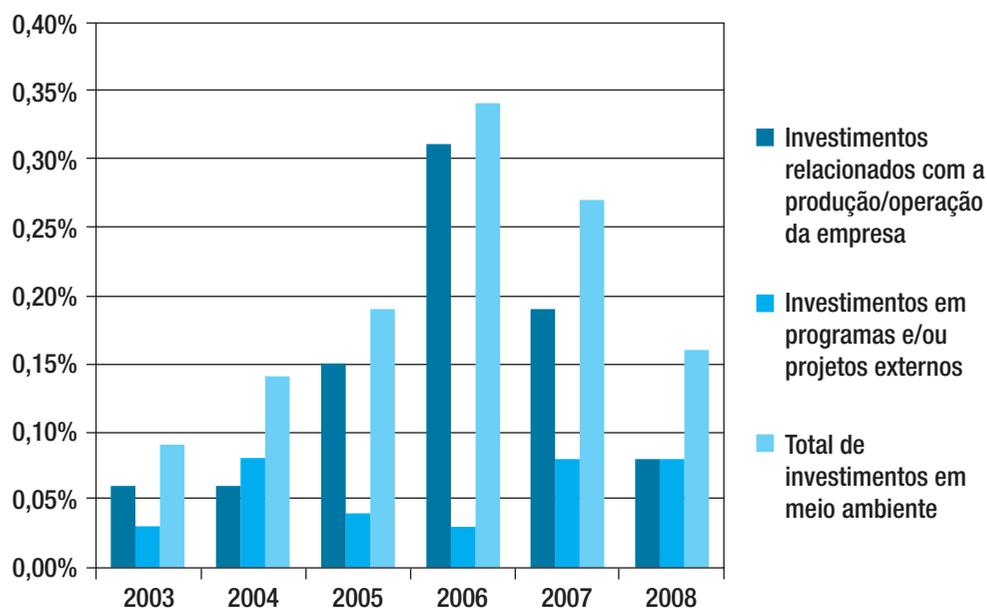
Os Indicadores Ambientais apresentaram, em geral, um comportamento instável, mas fecharam o período analisado, com melhores valores do que quando começaram, apresentando mínimo em 2003 (0,0867%) e máximo em 2006 (0,3373%).

Os investimentos relacionados com a produção/operação da empresa, iniciaram o período analisado com 0,0597%, no ano seguinte, houve uma leve redução, chegando a 0,0581%. Em 2005 e 2006, houve grandes aumentos, chegando a 0,1505% e 0,3083%, respectivamente. A partir de então, houve duas quedas nos dois anos seguintes, de 0,1935% e 0,0781..., respectivamente.

Já os investimentos em programas e/ou projetos externos possuíram comportamento mais instável. Eles iniciaram o período com 0,027% e, logo no próximo ano, mais que dobraram e atingiram 0,0844%. Houve depois, duas quedas (0,0382%, em 2005 e 0,0290%, em 2006) e duas altas (0,0776%, em 2007 e 0,0797%, em 2008).

O gráfico, em seguida, permite melhor visualização do comportamento destes indicadores.

Figura 4 – Gráfico em barras sobre Indicadores Ambientais/RL da ALL.



Fonte: Elaboração própria.

A tabela seguinte, apresenta os valores dos componentes do IAmb.

Tabela 6 – Descrição dos indicadores do IAmb e suas evoluções.

Iamb	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa	0,0597%	0,0581%	0,1505%	0,3083%	0,1935%	0,0781%
	-	-2,6224%	+158,871%	+104,8502%	-37,2485%	-59,6476%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	0,0270%	0,0844%	0,0382%	0,0290%	0,0776%	0,0797%
	-	+212,6854%	-54,7717%	-24,1306%	+167,985%	+2,6793%

Fonte: Elaboração Própria.

6. CONCLUSÕES

O desenvolvimento sustentável poderá ser promovido por qualquer ente, pessoa física ou jurídica de qualquer natureza. As exigências do mercado estão abarcando uma maior diversidade de empresas, estas se adaptando a tal situação.

Conclui-se, portanto, que a Logística não só poderá contribuir com o desenvolvimento sustentável, através de políticas sobre transportes e embalagens. A ALL, como empresa independente, contribui bastante com este novo conceito.

O setor de logística, em geral, anexo de grandes ou pequenas empresas, por falta de autonomia, fica sob comando superior e depende de outros, caso queira implantar algum projeto para a comunidade. Mesmo assim, este poderá ser atuante neste sentido.

A análise dos dados percentuais mostrou que a ALL vem evoluindo positivamente, em seus investimentos, com relação ao ambiente externo, principalmente com a área social, de acordo com os números e a quantidade de projetos que a empresa possui. Isto é bom para a imagem da empresa diante dos seus *stakeholders*.

Os objetivos foram alcançados, ao longo do artigo, ao ser feita tal análise e verificadas as tendências e comportamentos dos indicadores.

Os questionamentos foram respondidos, ao mostrar como estas empresas, com base na ALL, podem também, ser sustentáveis, ao mostrar os projetos da ALL e com base na evolução dos seus indicadores.

A hipótese inicial foi confirmada, pois, com relação aos dados brutos, houve evoluções em todos os indicadores.

Embora estes números pareçam pequenos, estes investimentos são bastante significativos, visto que a ALL é a única empresa do ramo a apresentar Balanço Social Ibase, anualmente.

Novas estimativas poderão ser feitas, a partir de quando forem disponibilizados mais números, pois quanto mais informações se têm no modelo de regressão, menores serão os erros da estimativa e menor será a probabilidade de o modelo não ter significância.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALL – **América Latina Logística**. Disponível em <www.all-logistica.com>. Acesso em: 10/10/2009.
- ASHLEY, P. A. **Ética e Responsabilidade Social**, 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRAS, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2009. pp. 230.
- CARROLL, A. B. Corporate Social Responsibility: evolution of a definitional construct. **Business & Society**. Vol. 38, nº 3, september 1999, pp. 268-295.
- CUNHA, J. V. A.; COELHO A. C. Regressão Linear Múltipla. In: CORRAR, L. J. *et al.* (coord.). **Análise multivariada**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. pp.131-231.
- IBASE, **Balanço Social**. Disponível em <www.balancosocial.org.br>. Acesso em: 20/09/09.
- IPEA – Diretoria de Estudos Sociais (DISOC). **Iniciativa Privada e o Espírito Público: a evolução da ação social das empresas**. 2006.
- KRAEMER, M. E. P. Responsabilidade Social Corporativa: uma contribuição das empresas para o desenvolvimento sustentável. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, Vol. 4, nº 1, 2005.
- LEVINE, D. M. *et al.* **Estatística: teoria e aplicações**, 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC. 2008.
- LIMA, P. R.; ALIGLERI, L.; BORINELLI, B.; ASHLEY, P. A. RSE no contexto brasileiro: uma agenda em contínua expansão e difusão. In: ASHLEY, P. A. (Coord.) **Ética e responsabilidade social nos negócios**. Ed. Saraiva: São Paulo (2ª Ed.). 2006. pp. 66-92
- TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios Focadas na Realidade Brasileira**, 4ª ed. São Paulo: Atlas. 2005.
- TENÓRIO, F. G. (Org.) **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática**, 1ª ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.
- TREVISAN, F. A. Balanço Social como instrumento de *marketing*. **RAE-eletrônica**. Vol. 1, nº 2, jul-dez/2002.