

Gestão Socioambiental: Uma Análise na Gestão de Empresas no Setor de Telecomunicações

Socio-Environmental Management: An Analysis of Business Management In The Telecommunications Sector

Stephanie Santos Santana ¹

Flávio José de Melo ²

RESUMO

O discurso sobre sustentabilidade vem crescendo cada vez mais no âmbito científico. A busca pelo desenvolvimento sustentável está levando as instituições a evidenciar com mais frequência suas políticas ambientais nos relatórios de sustentabilidade que são divulgados. O objetivo deste estudo foi verificar as principais políticas sustentáveis realizadas pelas empresas de telecomunicações, bem como realizar uma análise comparativa das ações para mitigar impactos ao meio ambiente. A metodologia do estudo apresentado foi de âmbito documental e qualitativo, por meio das análises descritivas e de conteúdo. A análise dos dados qualitativos referentes aos relatórios anuais de sustentabilidade das empresas de telecomunicações, entre o período de 2016 a 2018, aplicou-se da análise de conteúdo, com o auxílio do *sitewordart* e *Excel*. Concluiu-se, então, que os principais indicadores que direcionaram à ações sustentáveis foram os de emissões, efluentes e resíduos, materiais, seguida do subgrupo de energia. As principais ações relacionadas a questão socioambientais foram a gestão sustentável, visando a diminuição dos impactos ambientais; a diminuição de resíduos e efluentes; e a utilização de recursos renováveis.

Palavras Chave: Gestão Socioambiental, Sustentabilidade, Indicadores GRI.

¹ Graduanda em Ciências Contábeis pelo Centro de Ensino Superior de Ilhéus – CESUPI, Bahia (Brasil). E-mail: tetelsantana@hotmail.com

² Mestre em Contabilidade pela Universidade Federal do Paraná – UFPR, Paraná (Brasil). E-mail: flaviojosedemelo@gmail.com

ABSTRACT

The discourse on sustainability is growing more and more in the scientific field. The search for sustainable development is leading institutions to more frequently highlight their environmental policies in the sustainability reports that are released. The objective of this study was to verify the main sustainable policies carried out by telecommunications companies, as well as to carry out a comparative analysis of actions to mitigate impacts on the environment. The study methodology presented was of documentary and qualitative scope, through descriptive and content analysis. The analysis of the qualitative data referring to the annual sustainability reports of the telecommunications companies, between the period of 2016 to 2018, was applied to the content analysis, with the help of *sitewordart* and *Excel*. It was concluded, then, that the main indicators that directed to sustainable actions were those of emissions, effluents and waste, materials, followed by the energy subgroup. The main actions related to socio-environmental issues were sustainable management, aiming at reducing environmental impacts; the reduction of waste and effluents; and the use of renewable resources.

Keywords: Socio-Environmental Management, Sustainability, Indicators GRI.

1 INTRODUÇÃO

A Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) destaca que o número de empresas do ramo de telecomunicações tem um grande crescimento no Brasil. O setor de Telecomunicações passou por algumas transformações que foram significativas nas últimas cinco décadas (NEVES, 2002).

Para o Brasil e para o mundo, as telecomunicações são de fundamental importância. Ainda considerando que, no momento atual, muito utiliza-se dos fluxos de comunicações a longa distância e elas são grandes responsáveis pelas circulações de informações. Pode-se notar que todos os países têm a necessidade de um serviço de telecomunicação eficiente (ESCOLA, 2020).

Polizalli, Petroni e Kruglianskas (2003) ressaltam que os setores de telecomunicações e informática nos últimos anos obtiveram um grande crescimento e um conjunto de aplicações em quase todos os seguimentos de produção e serviços. Uma das grandes importâncias destas aplicações são as complexas estruturas de inovação, de conhecimento e também dos serviços que estão associados ao seu desenvolvimento. Os autores também dizem que nas empresas que são líderes nesses segmentos, o conhecimento obtido é combinado com inovações tecnológicas, mercadológicas, organizacionais e institucionais para que possa ter uma rápida ocupação dos

principais nichos de mercado.

De acordo com Dutra, Hipólito e Silva (2000):

O setor de telecomunicações no mundo inteiro se caracterizou, desde o seu início, por forte presença dos governos, seja envolvendo a propriedade de companhias telefônicas (Europa e América Latina, por exemplo), seja regulamentando as atividades do setor (caso dos Estados Unidos, que impunham, até 1996, limites geográficos à atuação das empresas telefônicas).

O setor de telecomunicações e também de serviços foi atingido fortemente pela globalização. O setor de telecomunicações tornou-se fundamental para que o desenvolvimento econômico e social pudessem torna-se estratégico na atual economia globalizada, o que acabou ampliando a demanda por serviços (RUDUIT, 2001).

Dentre os fatores que conduzem o setor de telecomunicações estão: a) o fator de crescimento da demanda, em seu foco principal os países em desenvolvimento, pois o número de consumidores que ainda não foram atendidos é grande. O setor de telecomunicações no país enfrenta alguns desafios, dentre eles está a grande expansão de serviços que preexistentes, que acaba gerando uma pressão no setor e também o fato das grandes demandas por novos tipos de serviços que acabam surgindo através da rápida inovação que é uma das características dentro deste setor; e b) a convergência de tecnologias, que é a fusão da telefonia, computação, televisão, e outros. Isso coloca o agrupamento da informática e das telecomunicações como um fator que aumenta a complexibilidade do setor, pois acaba criando uma “ampla gama de novos serviços” (JOHNSON et al., 1996).

Dessa forma, os relatórios de sustentabilidade serão instrumentos que irão possibilitar a mensuração e a divulgação dos programas socioambientais pelas atividades do dia a dia das organizações e também irão auxiliar a evidenciar qual a atuação da empresa de uma ótica social. No mercado atual, a tecnologia e a competitividade estão mudando a maneira de administrar uma empresa. O Brasil é um país com dimensões grandes, isso acaba dando as telecomunicações uma importância fundamental para o mercado. Diante do exposto, a questão problema deste estudo, busca saber: quais os indicadores sócios ambientais são mais evidenciados na gestão de empresas no setor de telecomunicações no Brasil?

O objetivo deste estudo foi verificar as principais políticas sustentáveis realizada pelas empresas de telecomunicações, bem como realizar uma análise comparativa das ações para mitigar impactos ao meio ambiente.

O trabalho justifica-se devido à importância do setor de telecomunicações na área, bem como todo o desenvolvimento que o setor vem tendo, o presente estudo se justifica por haver lacunas na literatura sobre o setor de telecomunicações, tendo em vista haver poucos estudos. Com o avanço da tecnologia, a interferência democrática cada vez maior, faz com que o estudo seja de grande importância para este setor, já que se aborda sobre qualidade, vantagens e quais quesitos as telecomunicações priorizam.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Teoria da divulgação

A Teoria da Divulgação foi formada nos finais do século XX, como uma forma de estudos positivos para a Contabilidade, contraponto assim a Contabilidade normativa, baseando-se em modelos de análise que vierem da teoria econômica e em evidências empíricas para prenuenciar e explicar a realidade (ROVER et al., 2009).

Considera-se três dimensões em que a teoria da divulgação é baseada, e conforme Verrecchia (2001) essas três dimensões são associação, julgamento e eficiência. Ela está sendo baseada em associações quando investiga-se relações dos usuários das informações e todas as decisões que por eles são tomadas. Já em julgamento, quando há uma identificação de como os usuários tomam decisões e as empresas divulgam ou não essas informações. E baseando-se em eficiência quando verifica-se quais são as configurações de informações de divulgação que são melhores. Nesse contexto, para Cunha e Ribeiro (2008) as pesquisas de divulgação baseada em julgamento elas assumem algumas premissas em que as empresas podem escolher entre divulgar ou não as informações sendo do seu conhecimento, divulgações que são voluntárias e que essas decisões de divulgar ou não, sejam explicadas por características da própria empresa, dentre elas: corporativa, prática de governança, porte, entre outros.

A divulgação de informações sócio ambientais elas podem ser obrigatórias ou não. Quando obrigadas, ocorre uma determinação de leis e, quando não, é feita por recomendações de agências governamentais que pode vir do mercado ou por uma decisão da própria empresa (RAFFAELLI et al., 2014). Os mesmos ainda dizem que, “qualquer que seja a informação é necessário analisar o teor e qualidade, e assim entender a posição e/ou comportamento do emissor”.

Seguindo esse contexto, o problema abordado nesse estudo enquadra-se na segunda categoria proposta por Verrecchia (2001): julgamento, onde buscou-se verificar os principais indicadores sócio ambientais evidenciados pelas três empresas de telecomunicação que evidenciam seu compromisso com a sociedade, bem como os temas e políticas sustentáveis priorizadas.

Ao longo da década de 90 um dos temas mais importantes foi a divulgação da informação ambiental, o que acabou configurando como as principais interações entre empresas e meio ambiente. Essa interação perpetua-se até hoje, e são atividades voluntária para as empresas entidades (GRAY; BEBBINGTON, 2001).

Para Beuren, Nascimento e Rocha (2013) o grande causador de um impacto no meio ambiente devido à extração de recursos naturais foi a crescente demanda da população. Além disso também é crescente a poluição ambiental e a geração de resíduos. Os acionistas fazem pressão nas empresas para que elas façam mais ações de preservação ambiental, restaurando assim o meio ambiente degradado (RAFFAELLI et al., 2014).

2.2 Gestão ambiental

A Gestão Ambiental é compreendida como as diretrizes e atividades administrativas que são realizadas na organização. Essas atividades têm como objetivo alcançar resultados positivos para o meio ambiente, ou seja, para se fazer redução ou eliminação de problemas ambientais que são consequência da própria atuação da empresa e evitar problemas futuros (BARBIERI, 2016).

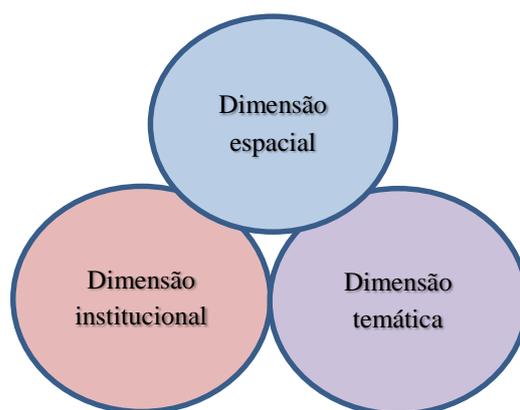
Segundo Andrade, Tachizawa e Carvalho (2002, p. 12) é notável que a tendência do exercício de responsabilidade por parte organizações é crescente, e deve continuar de forma que seja permanente e definitiva, e os resultados econômicos dependem cada vez mais das decisões empresariais. Ainda, de acordo com o autor, a conscientização ambiental na segunda metade do século XX, surgiu de modo conjunto com o aumento das denúncias de contaminação do meio ambiente.

A Gestão Ambiental é parte do gerenciamento geral da organização e ela é instituída com o total envolvimento da alta administração. Segundo o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA, 1995), define-se gestão ambiental como sendo o processo de articulações de ações de agentes sociais que são diferentes e fazem interações em

um espaço, e tem como objetivo garantir previamente, com bases em princípios e diretrizes, algumas adequações que são dos meios de explorações de recursos ambientais e as especificidades do ambiente.

Para Barbieri (2016), a expressão Gestão Ambiental aplica-se a várias iniciativas relativas a qualquer problema ou questão ambiental. Qualquer que for a proposta de gestão ambiental existem três dimensões conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Dimensões da Gestão Ambiental.



Fonte: Adaptado, Barbieri (2016).

Essas três dimensões explicam-se como:

- a) a dimensão espacial refere-se à área na qual abrange e se espera que as ações de gestão obtenham eficácia. Algumas dessas ações buscam solucionar alguns problemas ambientais, como: poluição inerna, descontaminação de um lago, redução dos poluentes de um processo fabril e etc.
- b) a dimensão institucional refere-se aos agentes que são responsáveis de gestão, como: órgãos intergovernamentais, governos nacionais, subnacioanis, municipais, entidades de classe e de profissionais, organozações da sociedade civil e empresas.
- c) a dimensão temática delimita-se as quetões ambientais às quais as ações de gestão se destinam, como: poluição atmosférica, emissões hídricas, clima, fauna e flora, inovação ambiental, energia e etc.

De acordo com Strobel (2005) a sustentabilidade tem a precisão de visão adaptada do mundo e acaba trazendo alguns indicadores multidimensionais e mostra a inter-relação com a sociedade, meio ambiente e s economia. A autora também diz que os indicadores quando em

conjunto acaba melhorando as informações pretendidas, e quando bem organizado, tem uma importância maior para a sustentabilidade.

2.3 Indicadores da GRI

O Relatório para a Sustentabilidade Empresarial - GRI foi criado em conjunto pela ONG americana *Coalition for Environmentally Responsible Economies* -CERES e pelo Programa Ambiental das Nações Unidas – UNEP. Ao longo da história concebeu-se a definição de desenvolvimento sustentável, tendo como focos principais os problemas de crises econômicas, os problemas ambientais e também as desigualdades sociais. Dentre as definições, uma das mais aceitas sobre a definição do desenvolvimento sustentável surgiu por meio do Relatório *Brundtland* - elaborado a partir da *World Commission on Environment and Development* (WCED) que trouxe as definições que são mais conhecidas, como a que diz que o desenvolvimento sustentável é aquele que é capaz de suprir as demandas e necessidades da atual geração, não comprometendo a capacidade que terão as futuras gerações (GRI, 2003; WCED, 1987).

Segundo o *Global Reporting Initiative* (2003), o Relatório de Sustentabilidade deve ser usado de maneira voluntária pelas organizações que querem demonstrar proporções econômicas, ambientais e sociais de suas atividades. Porém, o GRI também diz que “uma vez que sua constituição está de acordo com os princípios de sustentabilidade e a participação torna-se um diferencial que pode gerar melhorias nos resultados financeiros e na imagem da empresa” (CIPOLAT et al., 2010).

O GRI nos últimos anos foi adotado por instituições do mundo todo, e busca uma maior transparência e evidenciação das suas responsabilidades socioambientais e também atender algumas exigibilidades do mercado. Além disso, a autora também menciona que ao se adequar a essas padronizações de publicações de sustentabilidade as empresas estarão se adequando as exigências mundiais, também estarão utilizando Relatórios de Sustentabilidade que são baseados no GRI. Ao fazer essas publicações em um padrão mundial, as grandes empresas acabam sendo beneficiadas, pois esse padrão é visado pelos investidores de todo o mundo (PRATES et al., 2007).

O relacionamento que as empresas têm com seus *stakeholders*, assim como a transparência que se passa ao divulgar suas informações confiáveis e objetivas que são de

natureza socioambiental acaba sendo fundamental para os avanços das ações de sustentabilidade do negócio. Assim, o número de instituições que adotam esse modelo de padronizar as divulgações dos dados vem crescendo cada vez mais, e isso permite que haja comparação de indicadores de outras empresas. Dessa forma, o modelo da GRI se torna a principal referência no mundo na criação de diretrizes para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade (ANÁLISE GESTÃO AMBIENTAL, 2012).

Para Nossa (2002, p. 122), “de todos os organismos que apresentam diretrizes sobre gestão ambiental ou geração de informações ambientais, este é o que parece mais completo e abrangente com suas diretrizes”. Contribuí para esta observação o fato de que os Relatórios de Sustentabilidade que são apresentados pela GRI são baseados no tripé onde evidencia-se os impactos ambientais, sociais e econômicos. Já para GRI (2006) essa transparência dos impactos econômicos, sociais e ambientais torna-se de extrema importância e passa credibilidade às empresas junto aos *stakeholders*.

De acordo com Siche et al. (2007), os indicadores de sustentabilidade contribuem para a formação de alternativas que são válidas e também para importantes para a descrição da sustentabilidade dos sistemas. Sabe-se que estas ferramentas são vistas como padrão e são utilizadas para as tomadas de decisões estratégicas, políticas e também empresariais. Contudo, essas decisões são tomadas com a asserção ambiental que fala sobre a explicação de alguns mecanismos e lógicas que atuam na área na qual será analisada, e da quantidade de fenômenos que são mais importantes que ocorrem no sistema.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A abordagem metodológica deste estudo classifica-se como documental e qualitativa. “A pesquisa documental caracteriza-se pela busca de informações em documentos que não receberam nenhum tratamento científico, como relatórios, reportagens de jornais, revistas, cartas, filmes, gravações, fotografias, entre outras matérias de divulgação” (OLIVEIRA, 2008).

A pesquisa qualitativa refere-se à descrição detalhada e à análise substancial da qualidade da experiência humana (MARVASTI, 2003). A abordagem qualitativa, ela tem um foco exploratório, dessa forma, ela busca entender os diferentes comportamentos dos consumidores, analisando as suas características e outros aspectos. Enquanto atividade de pesquisa, ela permite que os pesquisadores usem de sua criatividade e imaginação para projetarem e explorarem

novas ideias. Nesse contexto, acredita-se que a pesquisa documental pode apresentar uma maneira de se envolver em uma forma inovadora, contribuindo para estudos importantes de alguns temas. Além de que, frequentemente os documentos eles são considerados como fontes de dados bastante importantes para alguns outros estudos qualitativos.

A população desta pesquisa compreendeu à três empresas vigentes no mercado do setor de telecomunicações. O critério da seleção de amostra considerou as empresas com relatórios anuais publicados no período de 2016 a 2018. Empresas estas, como: Oi, Tim e Telefônica.

Quanto a análise dos dados deste estudo foi realizada por meio da técnica de Análise de Conteúdo. Para Olabuenaga e Ispizúa (1989), a Análise de Conteúdo é um conjunto de métodos e procedimentos que se permite ler e interpretar o conteúdo de todos os tipos e classe de documentos, que são analisados de forma adequadas e abrem portas para o conhecimento de alguns aspectos e efeitos da vida social de outro modo inacessível.

Nesse contexto, Moraes (1999) diz:

A matéria-prima da análise de conteúdo pode constituir-se de qualquer material oriundo de comunicação verbal ou não-verbal, como cartas, cartazes, jornais, revistas, informes, livros, relatos autobiográficos, discos, gravações, entrevistas, diários pessoais, filmes, fotografias, vídeos, etc. Contudo os dados advindos dessas diversificadas fontes chegam ao investigador em estado bruto, necessitando, então ser processados para, dessa maneira, facilitar o trabalho de compreensão, interpretação e inferência a que aspira a análise de conteúdo.

A operacionalização dos dados ocorreu, inicialmente, por meio da análise descritiva. Foi gerada a partir dos componentes óbvios e quantificáveis dos relatórios anuais das três empresas listadas no setor de telecomunicações. Em seguida, ocorreu a avaliação dos dados sob duas perspectivas: a análise quantitativa das estratégias usadas pelas empresas e suas implicações, tanto para empresa como para a sociedade, e a descrição das políticas estratégicas utilizadas pelas empresas, com ênfase na gestão.

Na Análise de Conteúdo deste estudo considerou-se como objeto os Relatórios Anuais de Sustentabilidade das empresas do setor de telecomunicações. Para Lemos (2016), esses procedimentos que são utilizados no método de análise são feitos de forma categorizada, referente a análise de conteúdo e utilizadas em apresentações visuais de imagens textuais que podem ser em forma de rótulos, nuvem de títulos e outras informações.

De acordo com Bardin (2016), a Análise de Conteúdo divide-se em três fases: a pré-análise dos dados que é a fase onde serão organizados os materiais a serem analisados, nesta fase foram estruturados as hipóteses e os objetivos para a pesquisa nos relatórios. A segunda

fase é iniciada com a exploração dos materiais que foram analisados e a formação da definição de categorias. Já na terceira fase é onde será realizada o tratamento dos resultados onde poderão analisar temas que estão ligados ao assunto. Os relatórios são divulgados pelas empresas anualmente, fazendo assim possível a sua exploração para a obtenção dos resultados e a interpretação dos dados.

Desse modo, a análise de conteúdo deste estudo considerou como objeto os relatórios anuais de sustentabilidade das empresas do setor de telecomunicações. Os procedimentos foram divididos em fases: pré-análise dos dados, exploração dos relatórios, tratamento dos resultados e interpretação estruturando, assim, as hipóteses e objetivos para a pesquisa nos relatórios. A operacionalização dessa etapa envolve a categorização e a escolha das palavras-chave, como: materiais, água, emissões, biodiversidade e energia, realizados através do *sitewordart* e *Excel*, conforme conteúdo das ações promovidas pelas empresas. Palavras essas, usadas para obter indícios ou evidências das estratégias para a gestão ambiental, a determinação do campo de averiguação e os elementos imprescindíveis para caracterizar as unidades de análise e o escopo.

O presente estudo limitou-se principalmente ao tamanho da amostra, pois foi realizado o exame de três instituições de telecomunicações atuantes no Brasil e dessa forma, o resultado não poderão ser generalizados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Análise descritiva

A análise descritiva deste estudo buscou evidenciar as principais ações realizadas pelas empresas do setor de telecomunicações para mitigar impactos ao meio ambiente. A Tabela 1 evidencia a frequência de 275 dos indicadores ambientais (materiais, energia, água, biodiversidade, emissões, efluentes e resíduos, conformidade e avaliação ambiental) dos anos de 2016 a 2018.

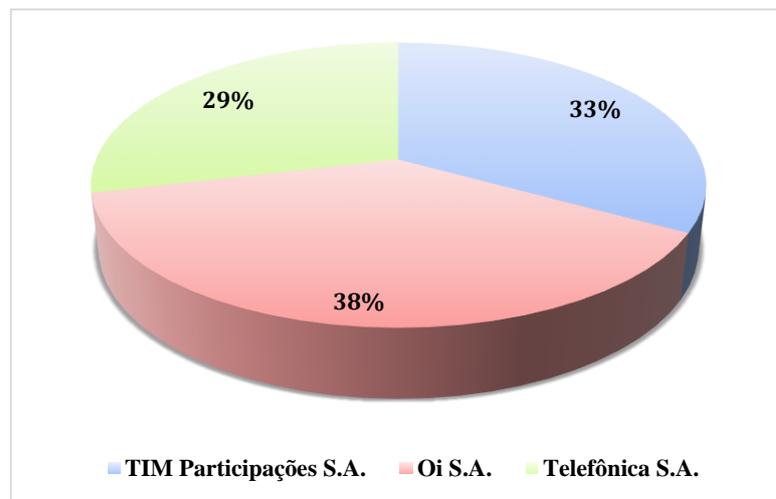
Tabela 1 - Análise descritiva da frequência de indicadores dos anos 2016 a 2018.

EMPRESAS	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL (%)
TIM	91	33
OI	105	38
TELEFÔNICA	79	29
TOTAL	275	100,0

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

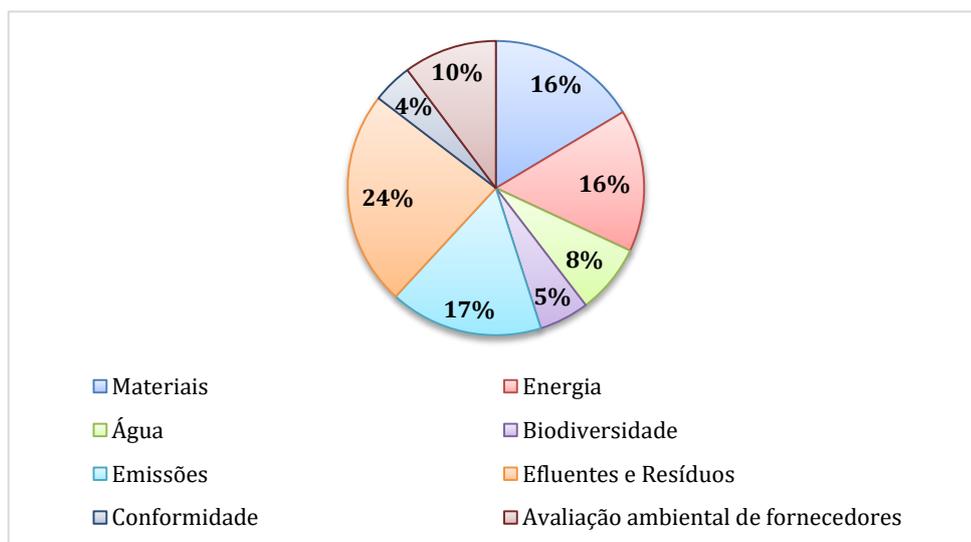
A Figura 2 evidencia que dentre as empresas analisadas, a Oi foi a que teve maior percentual de indicadores dentre esses anos, ficando com 38% e a que teve menor percentual foi a Telefônica, ficando com 29%. Já na Figura 3 há um detalhamento de percentual por cada indicador, onde a maior frequência dos indicadores fica com Efluentes e Resíduos (24%), Emissões (17%), Materiais (16%) e Energia (16%).

Figura 2 – Percentual de indicadores por empresa dentre os anos de 2016 a 2018.



Fonte: Dados de pesquisa (2020).

Figura 3 – Percentual de cada indicador nas empresas dentre os anos de 2016 a 2018.



Fonte: Dados de pesquisa (2020).

quantificação de palavras, as expressões mais reportadas nos relatórios, com ênfase em indicadores socioambientais. Essas ocorrências permitiram chegar aos seguintes resultados: o indicador efluentes e resíduos foi o mais reportado; seguido por emissões; materiais; e energia.

As principais iniciativas da Tim contam com a Política Ambiental que expressa o compromisso com a gestão sustentável e responsável. Destacam-se, então a melhoria contínua dos processos de trabalho e a prevenção da poluição, assim como a minimização da produção de resíduos e o incentivo à coleta diferenciada, estimulando a recuperação e a reciclagem. Existe o Programa de Gerenciamento de Resíduos que é responsável por promover ações de conscientização em toda a empresa e realizar a coleta seletiva de papel, papelão, plástico, alumínio e não reciclável (lixo orgânico) nos prédios administrativos e industriais. Ao longo do ano de 2018, destacou-se os projetos de eficiência energética que incluíram desligamento, temporário ou permanente, de equipamentos ociosos; o *Freecooling*, que é um sistema de troca de calor de contêineres de equipamentos, por meio da instalação de *cooler* em sites do tipo *shelter* (gabinetes) que permite a redução do uso de energia e de gases refrigerantes nos equipamentos de ar condicionado e também o *Decomissioning* que promove o desligamento e remoção de equipamentos do site com objetivo de obter economia de energia e liberar espaço físico para novos projetos.

Tabela 2 - Indicadores mais reportados nos Relatórios.

RELATÓRIOS	2016	2017	2018
TIM	Água	Energia	Materiais
	Materiais	Emissões	Emissões
	Efluentes e Resíduos	Efluentes e Resíduos	Energia
	Emissões	Materiais	Água
	Energia	Água	Biodiversidade
OI	Materiais	Materiais	Materiais
	Efluentes e Resíduos	Efluentes e Resíduos	Energia
	Emissões	Biodiversidade	Efluentes e Resíduos
	Avaliação Ambiental	Energia	Emissões
	Energia	Emissões	Água
TELEFÔNICA	Efluentes e Resíduos	Efluentes e Resíduos	Efluentes e Resíduos
	Conformidade Ambiental	Energia	Emissões
	Emissões	Emissões	Avaliação Ambiental
	Avaliação Ambiental	Avaliação Ambiental	Energia
	Energia		Materiais

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

A Oi conta com um programa chamado “Oi Troca Fácil”, e é uma medida que visa a redução de impactos, alinhada com o modelo de consumo consciente, com a tendência de economia circular e com a preocupação com o meio ambiente, onde são oferecidos descontos

na compra de um aparelho móvel para os clientes que levarem seus aparelhos antigos até nossas lojas. Além disso, a empresa participa de diversos projetos de geração distribuída, em parceria com empresas especializadas na construção de usinas solares. A estratégia é pautada nos seguintes objetivos: Reduzir custos com energia; Planejar e controlar o gasto energético; Melhorar e otimizar processos; Estabelecer governança de controle dos processos e resultados referentes ao consumo de energia; Implementar projetos energéticos; Criar na Companhia uma mentalidade de racionalização energética; e Estreitar relação com as concessionárias.

Um dos principais investimentos realizados pela Telefônica está relacionado ao aumento da eficiência energética das operações estão nos Datacenters. Com um conceito de crescimento modular, que garante a flexibilidade necessária para atender ao aumento da demanda de forma sustentável e adaptável a novas tecnologias, o Datacenter Vivo oferece soluções inovadoras que proporcionam economia de recursos, espaço físicos e energia. Além disso um dos principais objetivos a serem atingidos é a redução no consumo de energia, com uma gestão que foca na melhoria da eficiência energética e na priorização de fontes renováveis. O Grupo Telefônica procura desenvolver produtos e serviços inovadores, atrelado a isso eles possuem um compromisso global referente à redução do consumo de energia e da emissão de GEE em sua própria operação até 2030. Um dos principais objetivos de mudanças climáticas do Grupo Telefônica são: Reduzir em 50% o consumo de energia por unidade de tráfego até 2020; Diminuir em 30% as emissões em termos absolutos até 2020 e em 50% até 2030; Economizar 90 milhões de euros em projetos de eficiência energética até 2020; Investir em energias renováveis como uma fonte sustentável para o nosso negócio, usando 50% da eletricidade de fontes renováveis até 2020 e 100% até 2030.

De maneira geral, as políticas ambientais adotadas pelas instituições investigadas indicam haver compromissos assumidos pelas empresas com o meio ambiente. Os benefícios dessas ações, trazem para as organizações uma melhoria nas relações com a comunidade, os grupos ambientalistas e os órgãos governamentais, bem como para a imagem institucional, entre outros aspectos.

Os principais programas destas instituições visam a diminuição dos impactos ambientais que estão direcionados a gestão das emissões, a utilização de energias renováveis e programas para redução de consumo de água e diminuição do impacto ambiental. As principais iniciativas verificadas pela Tim foram os programas para minimização da produção de resíduos e o incentivo à coleta diferenciada. As ações realizadas pela Oi são norteadas para as políticas de

consumo consciente, redução de custos com energia e a regularização dos processos de licenciamento ambiental associados aos projetos especiais, além de atualização de cadastros no Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), enquanto a Telefônica apresenta compromissos nas áreas de sustentabilidade, campanha de conscientização com os colaboradores e redução dos riscos socioambientais, o que incentiva boas práticas ambientais.

As empresas de telecomunicações que foram analisadas nessa pesquisa atendem, de modo geral, aos padrões da GRI, destacando quais as principais ações sustentáveis para uma evidenciação aos empresários e acionistas. Por meio da análise de conteúdo, as principais iniciativas observadas acabaram demonstrando que essas ações adotadas pelas instituições que visam, principalmente, a diminuição de impactos que são causados ao meio ambiente, estão diretamente ligadas aos programas de sustentabilidade.

Baseando-se na análise que foi desenvolvida nesse estudo, nota-se que o modelo do relatório de sustentabilidade GRI gera uma possibilidade de comparação entre empresas pois elas possuem indicadores em comum, independentemente de sua atividade, tamanho e localidade. E essas considerações são também do interesse de investidores que reconhecem que os riscos ambientais, sociais e éticos podem impactar na lucratividade de uma empresa. (GRI, 2006; COSTA, 2012).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Desenvolvimento Sustentável tem levado as empresas a evidenciar cada vez mais, suas políticas ambientais nos relatórios divulgados para a sociedade. O objetivo deste estudo foi verificar as principais políticas sustentáveis realizada pelas empresas de telecomunicações, bem como realizar uma análise comparativa das ações para mitigar impactos ao meio ambiente.

A análise de conteúdo realizada indicou que as instituições de telecomunicações atendem aos padrões da GRI, tendo preocupação em divulgar e evidenciar as diretrizes sustentáveis nos relatórios. Os indicadores mais citados nos relatórios foram efluentes e resíduos, emissões, materiais, energia e avaliação ambiental de fornecedores.

Os principais programas socioambientais realizados para diminuir impactos identificados neste estudo foram: prevenção da poluição, assim como a minimização da produção de resíduos. A primeira por meio da redução do consumo interno de papel e seus respectivos usos,

promovemos várias medidas de conscientização. E a segunda, por meio de Programa de Gerenciamento de Resíduos, que é responsável por promover ações de conscientização em toda a empresa e realizar a coleta seletiva de papel, papelão, plástico, alumínio e não reciclável (lixo orgânico) nos prédios administrativos e industriais. As principais iniciativas para mitigar impactos ao meio ambiente envolveram projetos e programas do âmbito ambiental, consumo sustentável, tecnologias de energia renovável e/ou ambientais e transparência nas políticas sociais aplicadas a gestão.

De acordo com os resultados obtidos por meio da análise dos relatórios de sustentabilidade, concluiu-se, então, que os principais indicadores que direcionaram à ações sustentáveis foram os de emissões, efluentes e resíduos, materiais, seguida do subgrupo de energia. As principais ações relacionadas a questão socioambientais foram a gestão sustentável, visando a diminuição dos impactos ambientais; a diminuição de resíduos e efluentes; e a utilização de recursos renováveis.

Uma limitação desse estudo, é que os resultados devem ser restritos às informações divulgadas nos materiais institucionais disponibilizados pelas empresas, ou seja, as análises foram baseadas apenas no que foi descrito nos relatórios anuais de sustentabilidade, e não foram verificadas evidências empíricas para confirmar se os relatos correspondem, de fato, à realidade das empresas.

Sugere-se, para futuras pesquisas, a ampliação dos estudos referentes ao desempenho socioambiental relacionados aos indicadores utilizadas pelas instituições, bem como aumentar o período de avaliação das empresas de telecomunicações. Também, realizar estudos críticos sobre os conteúdos evidenciados nos relatórios, tendo em vista uma superioridade na apresentação de dados qualitativos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, R.O.B.; TACHIZAWA, T.; CARVALHO, A. B. **Gestão Ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável**. 2ª ed. São Paulo: Educacion de Brasil, 2002.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 4ª ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

BARDIN, I. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições Setenta. 2016.

BEUREN, I. M.; NASCIMENTO, S. do; ROCHA, I. Nível de evidenciação ambiental e desempenho econômico de empresas: aplicando a análise envoltória de dados. **Future Studies**

Research Journal: v.5(1), p.g. 198-226, 2013.

COSTA, C. A. G. **Contabilidade Ambiental: mensuração, evidência e transparência.** São Paulo: editora Atlas, p.266. 2012.

CUNHA, J. V. A. RIBEIRO, M. S. Divulgação voluntária de informações de natureza social: um estudo nas empresas brasileiras. **Revista de Administração – Eletrônica.** v.1, n.1. 2008.

DUTRA, J. D.; HIPÓLITO, J. A. M.; SILVA, C. M. Gestão de pessoas por competências: o caso de uma empresa do setor de telecomunicações. **Rev. adm. Contemp.,** Curitiba, v.4, n.1, jan./abr. 2000.

ESCOLA, Equipe Brasil. **Telecomunicação.** Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/brasil/telecomunicacao.htm>>. Acesso em 06 mai. 2020.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE. **Relatórios de Sustentabilidade da GRI: quanto vale essa jornada?** Tradução: Alberto Bezerril e Martha Villac. 2006.

GRAY, R.; BEBBINGTON, J. **Accounting for the environmental.** 2nd ed. London: Sage. 2001.

HONÓRIO L, C, MARQUES A. L. Reforma estrutural das telecomunicações no Brasil: um estudo sobre qualidade de vida no trabalho em uma empresa de telefonia celular. **Rev Adm.** v. 36, n. 2, p. 57-66. 2001

IBAMA. **Instituto Brasileiro do Meio Ambiente. Gerenciamento de Bacia Hidrográfica: Aspectos Conceituais e Metodológicos.** Ibama, Brasília, 1995.

JOHNSON, B. B. et al. **Serviços públicos no Brasil : mudanças e perspectivas : concessão, regulamentação, privatização e melhoria da gestão pública.** São Paulo : Edgar Blücher, 1996.

LEMOES, L. M. P. Nuvem de tags como ferramenta de análise de conteúdo: uma experiência com as cenas estendidas da telenovela Passione na internet. **Lumina (UFJF. Online),** v. 10, p. 1-18, 2016.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação,** Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

NEVES, Maurício dos Santos, 2002. **O Setor de telecomunicações.** Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/18862/1/PRCapLiv146188_O%20setor%20de%20telecomunica%C3%A7%C3%B5es_compl_P_BD.pdf, acesso em: 07 mai. 2020.

NOSSA, V. **Disclosure ambiental: uma análise do conteúdo dos relatórios ambientais de empresas do setor de papel e celulose em nível internacional.** 2002. 246p. Tese (Doutorando em Controladoria e Contabilidade) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: <<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-21122005-101506/pt-br.php>>, acesso em: 09 mai. 2020.

OLABUENAGA, J.I. R.; ISPIZUA, M.A. **La descodificacion de la vida cotidiana: metodos de investigacion cualitativa.** Bilbao, Universidad de deusto, 1989.

OLD, Dino. 2019. **Segundo dados, cresce número de empresas de telecomunicações no Brasil: crescimento aumenta demanda para o setor contábil especializado.** Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino_old/segundo-dados-cresce-numero-de-empresas-de-telecomunicacoes-no-brasil-crescimento-aumenta-demanda-para-o-setor-contabil-especializado/>, acesso em; 07 mai. 2020.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis, Vozes, 2008.

POLIZELLI, D. L.; PETRONI, L. M.; KRUGLIANSKAS, I. Influências da gestão ambiental sobre empresas líderes do setor de telecomunicações. **Rev. Cent. Ciênc. Admin.**, Fortaleza, v. 9, n. 2, p. 181-188, dez. 2003.

PRATES, L.A.; LEITE FILHO, G.A.; GUIMARÃES, T.N. **Níveis de Evidênciação dos Relatórios de Sustentabilidade das Empresas Brasileiras A+ do Global Reporting Initiative (GRI)**, 2007.

RAFFAELLI, S. C. D.; AMARO, H. D.; SILVA, W. V. da;ALMEIDA, L. B. de. Alisamento de resultados e *disclosure* ambiental: Uma investigação no setor de siderurgia e metalurgia brasileiro. **Revista Ambiente Contábil**: v. 6, n.1, p. 163- 182. 2014.

ROVER, S.; BORBA, J. A.; MURCIA, F. D. R. Características do *disclosure* ambiental de empresas brasileiras potencialmente poluidoras: análise das demonstrações financeiras e dos relatórios de sustentabilidade do período de 2005 a 2007. **Revista Contemporânea de Economia e Gestão**: v. 7, n. 1, p. 23-36, jan./jun. 2009.

RUDUIT, Sandro. **Relações interfirmas e emprego: estudo de uma rede de empresas em telecomunicações**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – UFRGS, Porto Alegre, 172f, 2001. Disponível em:
<<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/1523/000300957.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>, acesso em: 12 mai. 2020.

SICHE, R. AGOSTINHO, F. ORTEGA, E. ROMEIRO, A. Índices versus indicadores: precisões conceituais na discussão da sustentabilidade de países. **Ambiente e Sociedade (Campinas)**, v. 10, p. 137-148. 2007.

SOUSA, R. A. F., SOUZA, N. A, KUBOTA, L. C. **Desenvolvimentos Institucionais Recentes no Setor de Telecomunicações no Brasil**. Texto para Discussão, 1874, 2013.

STROBEL, J. S. **Modelo para mensuração da sustentabilidade corporativa através de indicadores**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – UFSC, Florianópolis, 136f, 2005. Disponível em:
<<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/102809/223696.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>, acesso em: 08 mai. 2020.

VERRECCHIA, R. E. Essays on disclosure. **Journal of Accounting and Economics**: n. 32, p. 97-180, 2001.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. **Our common Future**. Oxford: Oxford University Press, 1987.