



A Sustentabilidade / Responsabilidade Social das Organizações no Brasil

- discursos e práticas -

Julho de 2019

© 2019 ABERJE – A Sustentabilidade / Responsabilidade Social das Organizações no Brasil – discursos e práticas

Concepção e planejamento:

Paulo Nassar / Presidente da Aberje e Professor Titular da ECA-USP

Hamilton dos Santos / Diretor Geral da Aberje e Mestre e Doutorando da FFLCH

Coordenação:

Carlos A. Ramello e Gisele Souza / Aberje

Realização

DMR Consulting

Patrocínio:



Copyright © 2019 by ABERJE. Todos os direitos dessa publicação são reservados à ABERJE

É proibida a duplicação ou reprodução no todo ou em parte, por qualquer meio, sem expressa autorização

ABERJE. "A Sustentabilidade / Responsabilidade Social das Organizações no Brasil – discursos e práticas". São Paulo: Aberje, 2019. (Pesquisa)

A pesquisa “A Sustentabilidade / Responsabilidade Social das Organizações no Brasil: discursos e práticas”, com o patrocínio da Bayer, FCA e Natura, pretende trazer um panorama da estrutura e programas voltados para o tema implementados pelas organizações brasileiras.

Entre as questões apresentadas, estão a prioridade do tema na agenda corporativa, a existência de programa formalizado e publicado, principais objetivos com a implantação de políticas na área, as áreas potenciais de concentração de atenção e investimento, os grupos influentes na agenda e métodos utilizados para identificar as linhas de atuação preferenciais.

O estudo ainda aborda questões sobre trabalho de redução de impacto ambiental, a participação no Pacto Global, o uso dos parâmetros das ODS's e as principais barreiras para implantação de projetos de sustentabilidade.

A coleta de dados ocorreu entre os meses de maio e junho de 2019, por meio de autopreenchimento em sistema on-line. A amostra é não-probabilística por conveniência.

Participaram do estudo 105 empresas, entre associadas e não associadas à Aberje e que figuraram entre as Maiores e Melhores da Revista Exame apresentando um total de receita líquida da ordem de R\$ 703,2 bilhões, o que representa 10,3% do PIB brasileiro de 2018.

CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS PARTICIPANTES

95% das empresas participantes são privadas (63% multinacionais e 32% nacionais) com mais de 3.000 funcionários.

Estão localizadas nas diversas regiões do país, sendo a maioria no estado de São Paulo (62%).

O capital de origem brasileira é predominante (39%).

As 105 empresas participantes totalizaram uma receita da ordem de R\$ 703 bilhões, equivalente à 10,3% do PIB brasileiro de 2018.

TIPO EMPRESA	
PRIVADA MULTINACIONAL	63%
PRIVADA NACIONAL	32%
ENTIDADE / 3º SETOR	1%
MISTA (PUBL/PRIVADA)	3%
PÚBLICA	1%

Nº FUNCIONÁRIOS	
DE 101 A 500	6%
DE 501 A 1000	12%
DE 1001 A 2.000	20%
DE 2.001 A 3.000	10%
DE 3.001 A 4.000	10%
DE 4.001 A 5.000	6%
DE 5.001 A 10.000	16%
ACIMA DE 10.000	20%

SETOR DE ATIVIDADE	
ALIMENTOS	10%
QUÍMICO	8%
ENERGIA	6%
FARMACÊUTICO	6%
TRANSPORTES E LOGÍSTICA	6%
AGRICULTURA	5%
MINERAÇÃO	5%
FINANCEIRO	3%
METALURGIA	3%
SERVIÇOS	3%
TELECOMUNICAÇÕES	3%
DEMAIS - DIVERSOS	42%

LOCALIDADE	
SÃO PAULO	62%
RIO DE JANEIRO	9%
MINAS GERAIS	8%
OUTROS - DIVERSOS	21%

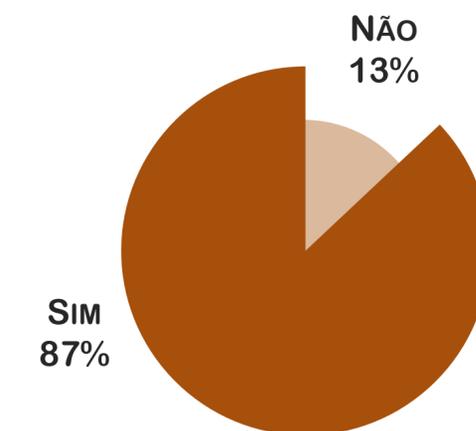
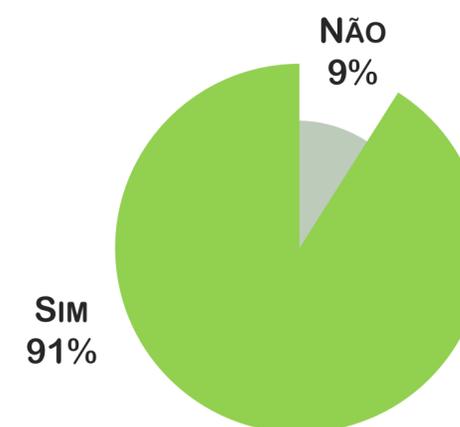
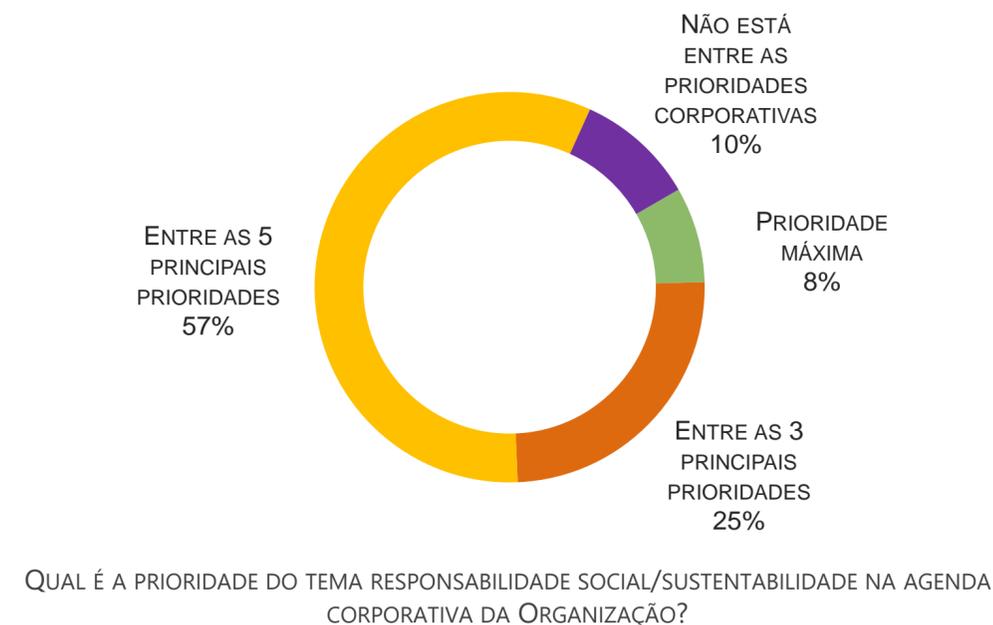
ORIGEM DO CAPITAL	
BRASIL	39%
E.U.A.	16%
ALEMANHA	7%
DEMAIS EUROPA	9%
OUTRAS	29%



Figurando entre as 5 principais prioridades da organização, as participantes possuem programa de sustentabilidade / responsabilidade social.

Para 57% das organizações participantes, o tema sustentabilidade/RSE está entre as 5 principais prioridades, para 25% estão entre as 3 e para 8% é prioridade máxima. Em 10% das participantes, não está entre as prioridades da organização.

A quase totalidade das participantes possuem programas de sustentabilidade/RSE, formais e publicados.

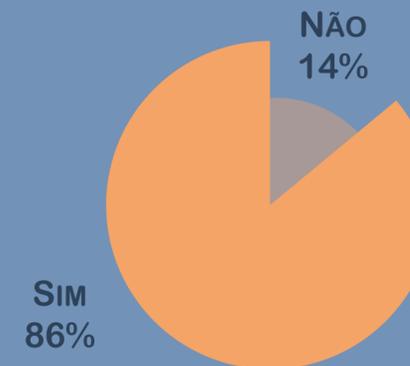


As organizações têm área formal estruturada em nível de Diretoria para a gestão e disseminação da sustentabilidade/RSE.

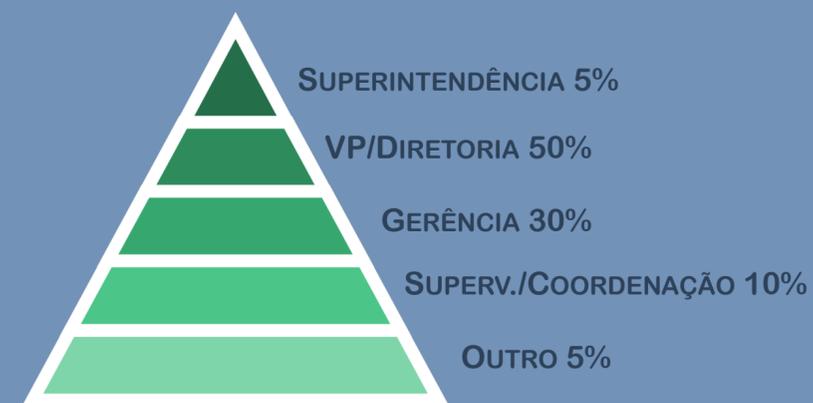
A maioria das organizações participantes (86%) tem área formal estruturada para a gestão de disseminação da sustentabilidade/RSE.

Em 50% delas, a área está definida em nível de diretoria, enquanto que em 30% o nível é de gerência.

Contando com até 5 funcionários (58%), o reporte mais comum é diretamente ao CEO/Presidente.



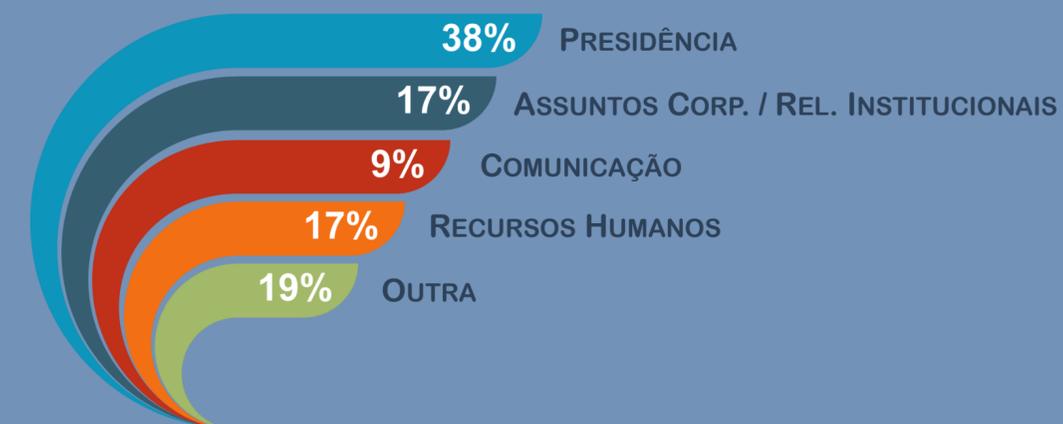
SUA ORGANIZAÇÃO TEM ÁREA FORMAL ESTRUTURADA RESPONSÁVEL PELA GESTÃO E DISSEMINAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE?



QUAL É O NÍVEL HIERÁRQUICO DA ÁREA NA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL?

Nº FUNCIONÁRIOS	Porcentagem
ATÉ 3	36%
DE 4 A 5	22%
DE 6 A 10	17%
DE 11 A 15	2%
MAIS DE 15	11%
NÃO TEM	12%

A EQUIPE PRÓPRIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE DE SUA ORGANIZAÇÃO É FORMADA POR:



NA SUA ORGANIZAÇÃO, A ÁREA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE SE REPORTA A QUAL ÁREA?

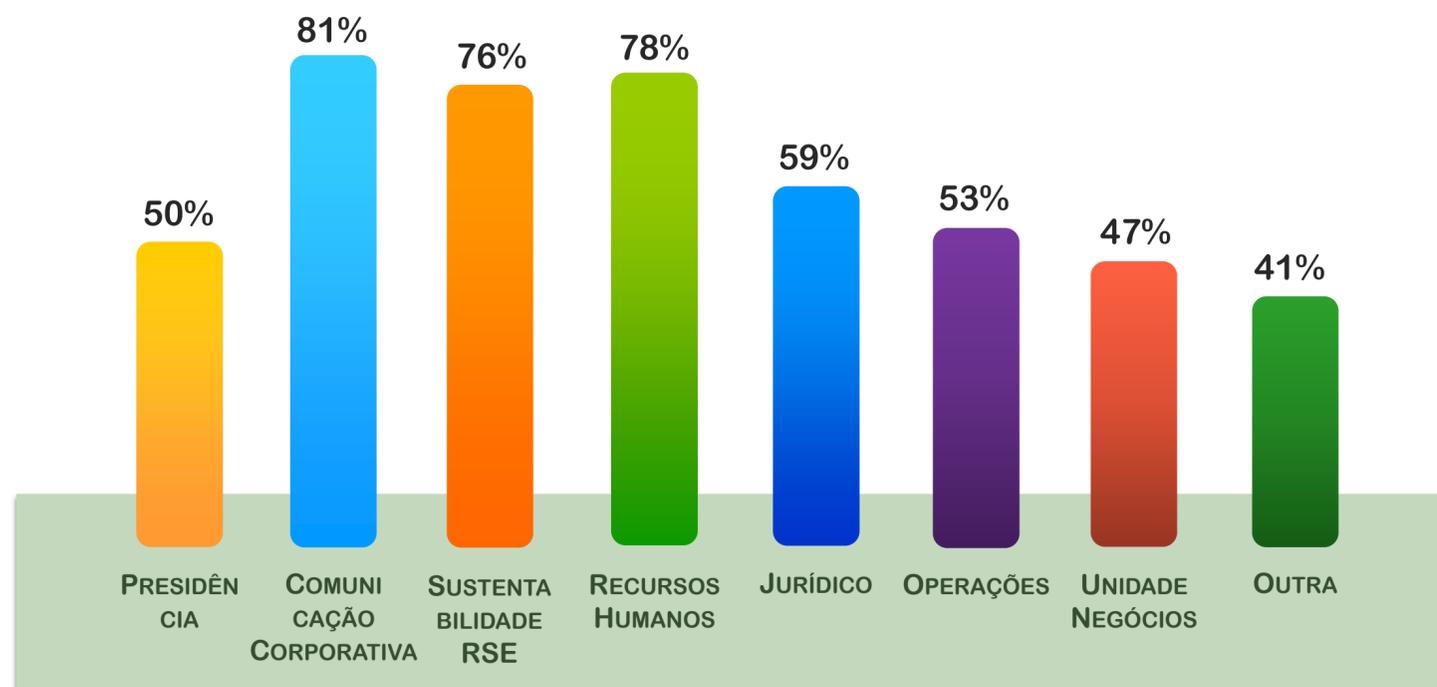
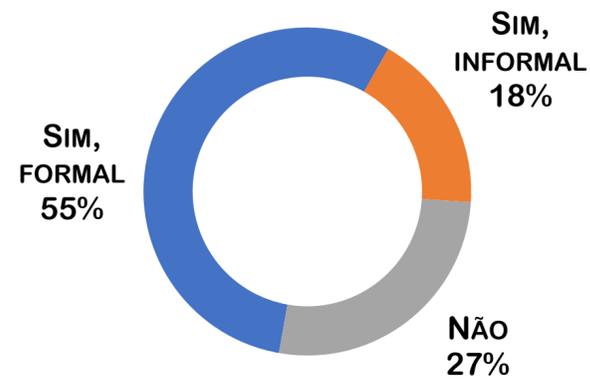
PROGRAMA DE SUSTENTABILIDADE/RSE

Além de estrutura específica, as organizações contam também com comitê, mesmo que informal, para tratar das questões de sustentabilidade/RSE.

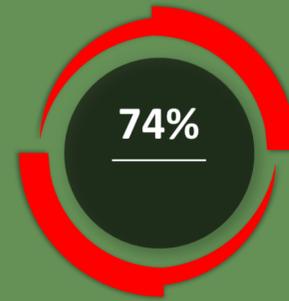
A maioria das organizações participantes (73%) tem comitê para tratar das questões de sustentabilidade/RSE, sendo que em 18% o comitê é de caráter informal.

Na composição desses comitês, as áreas mais frequentes são Comunicação Corporativa (81%), Recursos Humanos (78%) e Sustentabilidade/RSE (76%).

SUA ORGANIZAÇÃO TEM COMITÊ PARA TRATAR AS QUESTÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE?



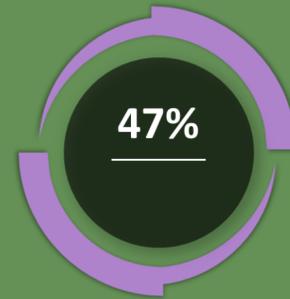
QUAL(IS) DAS SEGUINTE ÁREAS / FUNÇÕES FAZEM PARTE DO COMITÊ DE RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE? (SELECIONE TODAS AS QUE SE APLICAREM)



REFORÇAR A IMAGEM E REPUTAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO COMO UM NEGÓCIO COMPROMETIDO COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE



AJUDAR AS PESSOAS DAS COMUNIDADES DO ENTORNO DAS UNIDADES DE NEGÓCIOS



ASSEGURAR O COMPLIANCE - CUMPRIR A LEGISLAÇÃO SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE, EVITANDO PASSIVOS FUTUROS

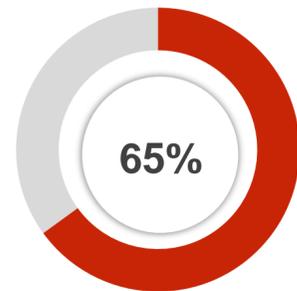
QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS OBJETIVOS DA ORGANIZAÇÃO COM A IMPLANTAÇÃO DE POLÍTICAS, PROGRAMAS E DESENVOLVIMENTO DE AÇÕES ORIENTADAS PARA A RESPONSABILIDADE SOCIAL / SUSTENTABILIDADE? (SELECIONE OS 3 PRINCIPAIS)

Reforçar a imagem e reputação da organização é o principal objetivo para a implementação de programas de sustentabilidade/RSE.

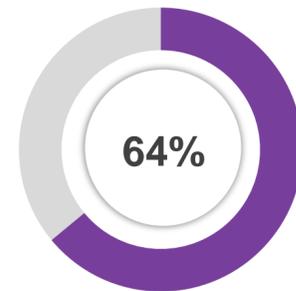
Para 74% das organizações, o principal objetivo com a implementação de programas orientados para a sustentabilidade/RSE é reforçar sua imagem e reputação.

Ajudar as pessoas das comunidades de seu entorno (55%) e assegurar o compliance, evitando passivos futuros (47%), também figuraram entre os principais objetivos.

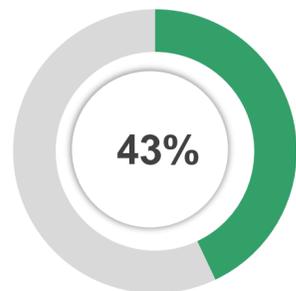
EM QUAIS ÁREAS POTENCIAIS A ORGANIZAÇÃO CONCENTRA SEUS ESFORÇOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL / SUSTENTABILIDADE? (SELECIONE AS 5 PRINCIPAIS)



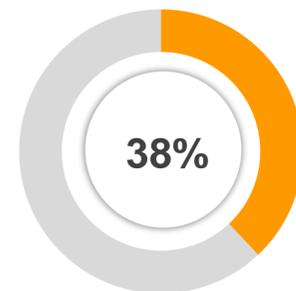
PARTICIPAÇÃO DOS PROBLEMAS E DO DESENVOLVIMENTO DAS COMUNIDADES LOCAIS



MANUTENÇÃO DE PRÁTICAS E POLÍTICAS AMBIENTALMENTE SUSTENTÁVEIS



PROMOÇÃO DA EDUCAÇÃO, EDUCAÇÃO ESPECIAL E HABILIDADES VOCACIONAIS



REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES SOCIAIS E ECONÔMICAS

Participar dos problemas e desenvolvimento das comunidades locais e manutenção das práticas e políticas ambientalmente sustentáveis são as áreas de concentração dos esforços das organizações.

Entre as principais áreas potenciais de concentração de esforços em sustentabilidade/RSE encontram-se: participação dos problemas e do desenvolvimento das comunidades locais (65%); manutenção de práticas e políticas ambientalmente sustentáveis; promoção da educação, educação especial e habilidades vocacionais (43%) e redução das desigualdades sociais e econômicas (38%).

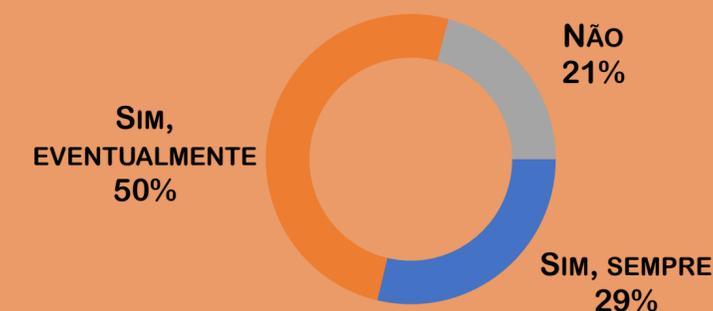
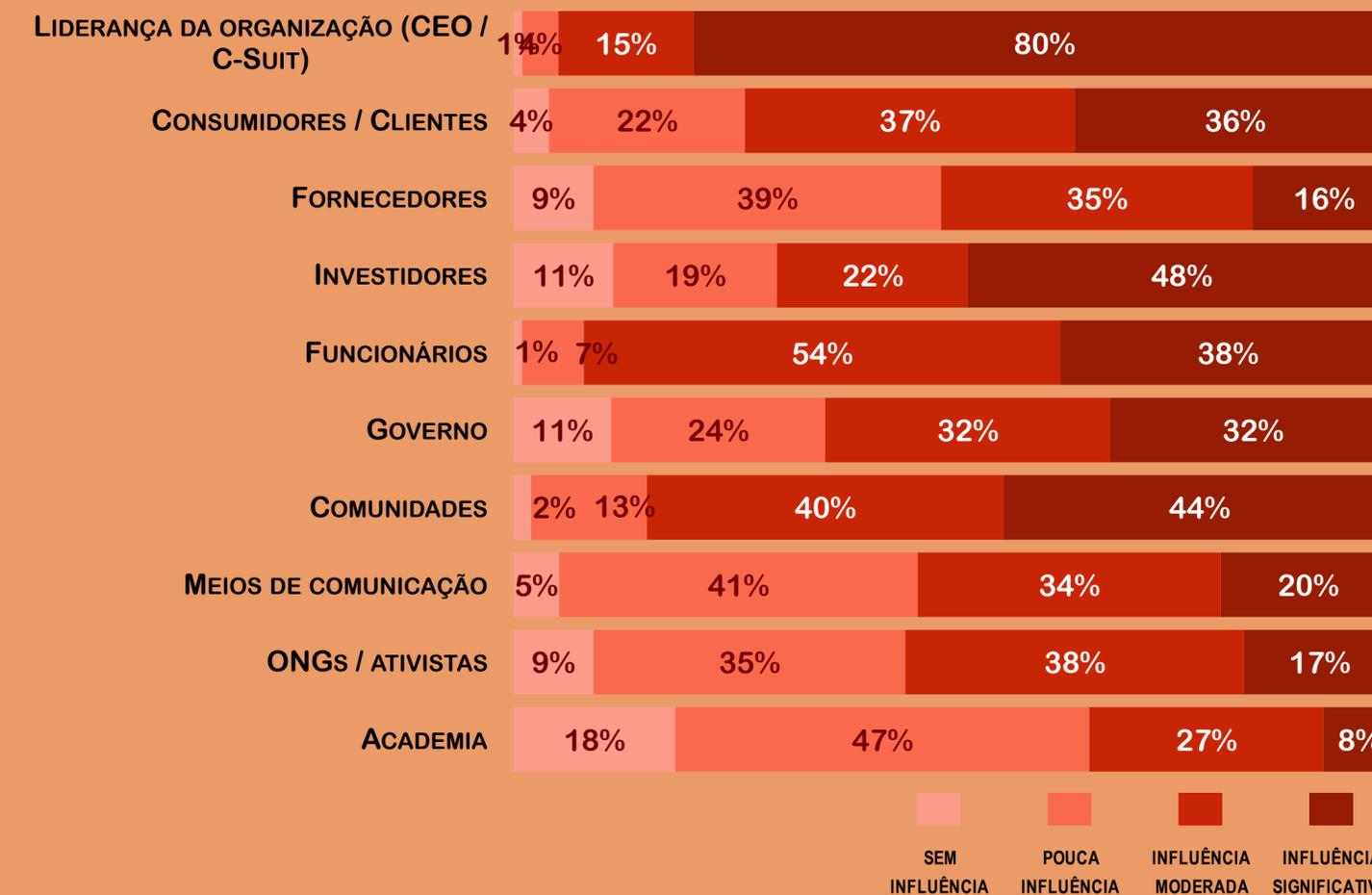
GRUPOS DE INFLUÊNCIA EM SUSTENTABILIDADE/RSE

A liderança das organizações, seguida dos investidores e das comunidades são grupos de maior influência na agenda da sustentabilidade/RSE.

Os grupos de maior influência na agenda da sustentabilidade/RSE das organizações são sua liderança (80%), os investidores (48%) e as comunidades de seu entorno (44%).

Entre os de menor influência, encontram-se os fornecedores (16%), os meios de comunicação (20%) e as ongs/ativistas (17%),

QUAL A INFLUÊNCIA DOS SEGUINTE GRUPOS NA AGENDA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE DA SUA ORGANIZAÇÃO?



EXISTE A REPRESENTAÇÃO DAS COMUNIDADES NAS IMPLEMENTAÇÕES DOS PROJETOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL / SUSTENTABILIDADE DA SUA ORGANIZAÇÃO?

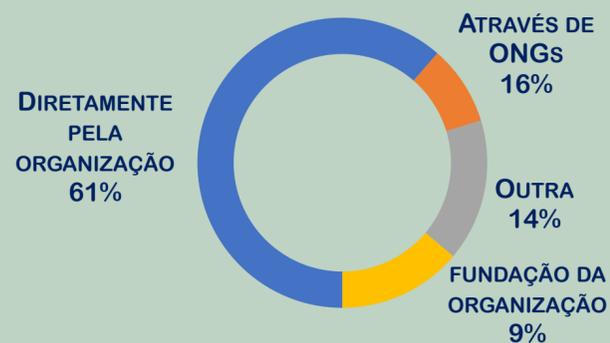
PROJETOS DE SUSTENTABILIDADE/RSE

A seleção dos projetos se dá, essencialmente, com base em seu nível de impacto, de sustentabilidade e de escalabilidade.

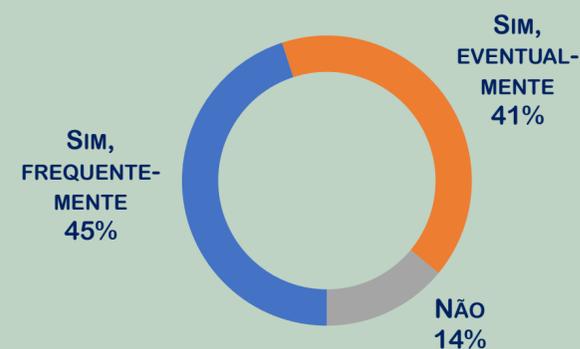
Os métodos mais utilizados pelas organizações para a seleção de seus projetos são a análise do impacto, da sustentabilidade e escalabilidade (74%), análise do potencial de aumento do engajamento e voluntariado dos funcionários (63%) e avaliação por equipe multidisciplinar interna (51%).

Os projetos são implementados diretamente pela organização (61%) e contam com a representação das comunidade (79%), sendo que essa representação em 50% ocorre de forma eventual.

QUAIS OS MÉTODOS UTILIZADOS PELA SUA ORGANIZAÇÃO PARA IDENTIFICAÇÃO DOS PROJETOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL / SUSTENTABILIDADE?



QUAL A FORMA MAIS USUAL DA SUA ORGANIZAÇÃO IMPLEMENTAR OS SEUS PROJETOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL / SUSTENTABILIDADE?



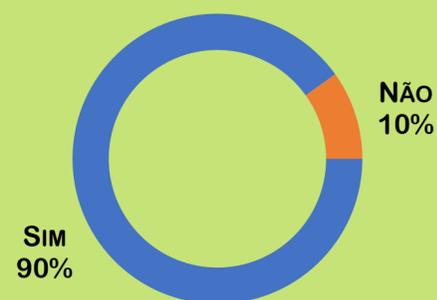
A SUA ORGANIZAÇÃO REALIZA PARCERIAS COM O GOVERNO OU OUTRAS ORGANIZAÇÕES PARA A IMPLEMENTAÇÃO DOS PROJETOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL / SUSTENTABILIDADE?

PROJETOS DE SUSTENTABILIDADE/RSE

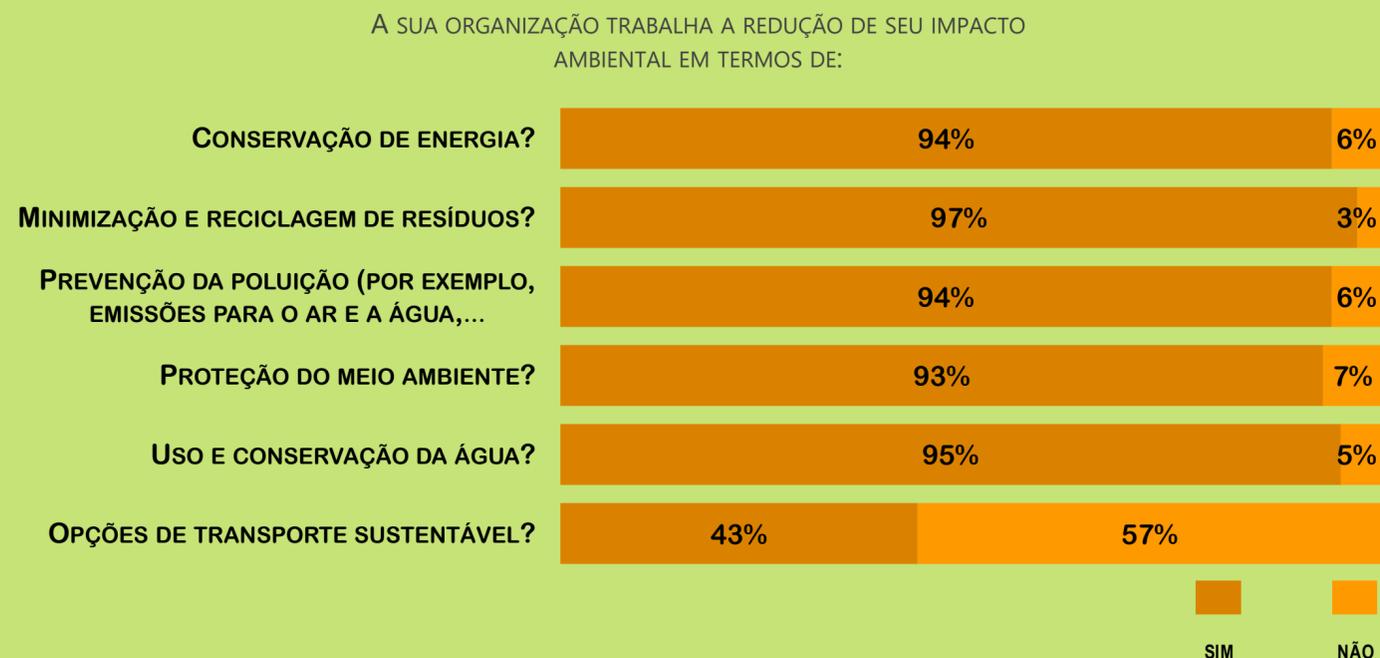
A quase totalidade das organizações trabalha a redução de seu impacto ambiental em termos de conservação de energia, minimização e reciclagem de resíduos, prevenção da poluição, proteção do meio ambiente e uso e conservação da água.

Exceto em termos de opções de transporte sustentável (43%), a quase totalidade das organizações trabalha a redução de seu impacto ambiental na minimização e reciclagem de resíduos (97%), no uso e conservação da água (95%), na prevenção da poluição (94%), na conservação de energia (94%) e na proteção do meio ambiente (93%).

Consideram no desenvolvimento de novos produtos e serviços os possíveis impactos ambientais (90%), uma vez que a sustentabilidade/RSE tem muita influência na estratégia de seu crescimento futuro (53%).



SUA ORGANIZAÇÃO CONSIDERA OS POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS NO DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS (POR EXEMPLO, AVALIAÇÃO DO USO DE ENERGIA, RECICLAGEM OU GERAÇÃO DE POLUIÇÃO)?



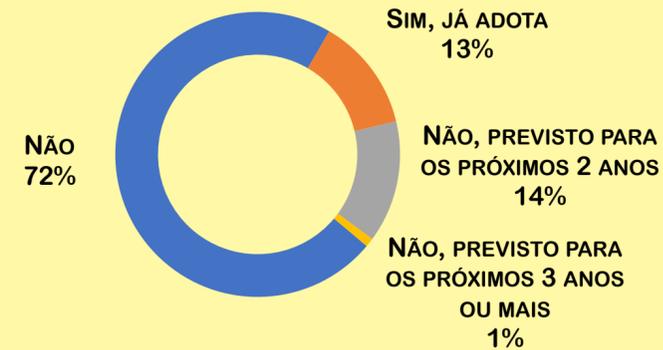
QUAL O NÍVEL DE INFLUÊNCIA QUE A RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE OU AS PREOCUPAÇÕES AMBIENTAIS TÊM NA ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO FUTURO DA SUA ORGANIZAÇÃO?

As organizações ainda não adotam padrões de sustentabilidade em seus processos de compras e aquisições.

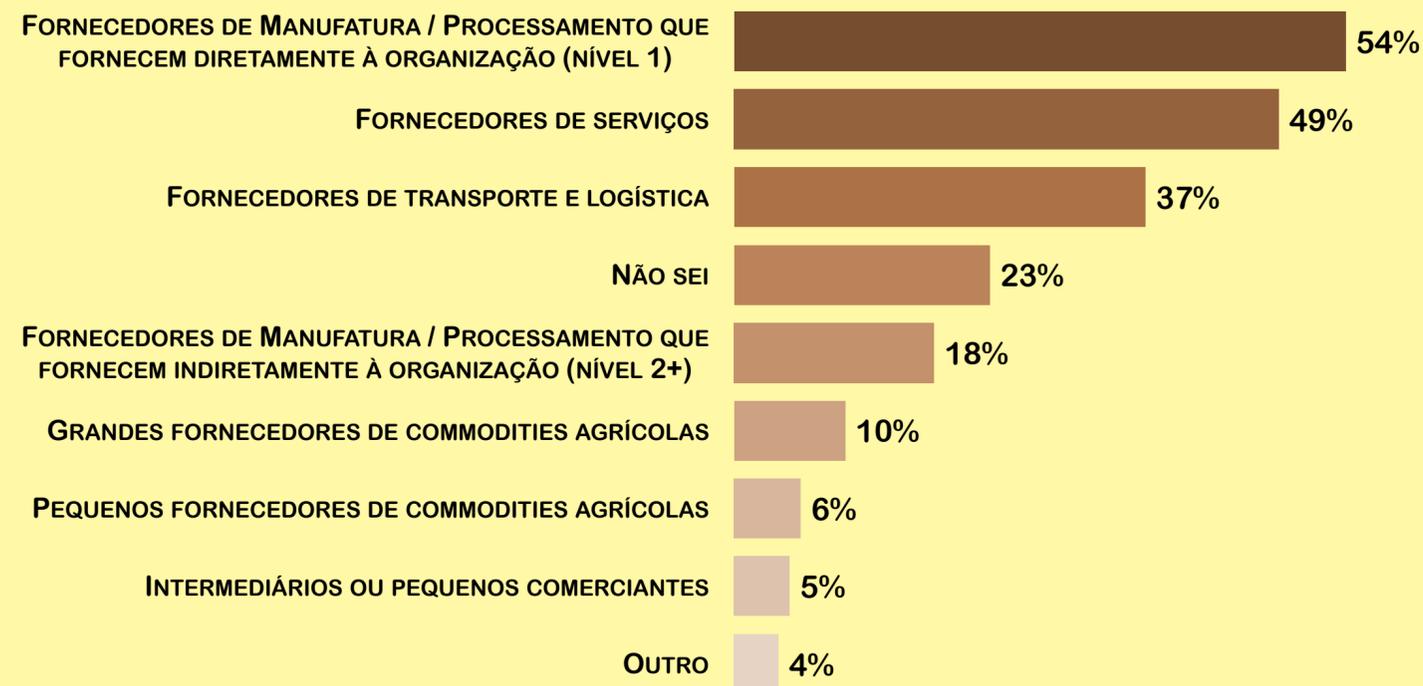
Em seus processos de compras e aquisições, as organizações ainda não adotam padrões de sustentabilidade (72%).

15% têm a adoção prevista para os próximos anos (14% nos próximos 2 anos e 1% nos próximos 3).

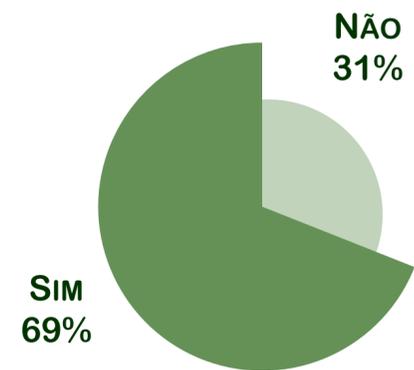
Das que já adotam, 54% o fazem com fornecedores de manufatura/processamento e 48% com fornecedores de serviços.



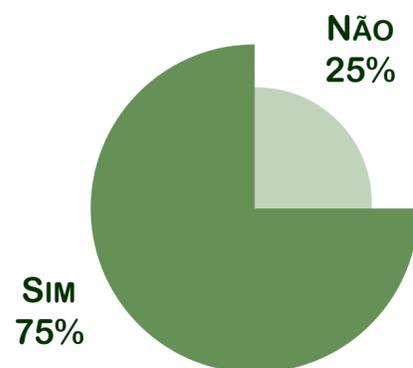
A SUA ORGANIZAÇÃO ADOTA PADRÕES DE SUSTENTABILIDADE NOS PROCESSOS DE COMPRAS E AQUISIÇÕES?



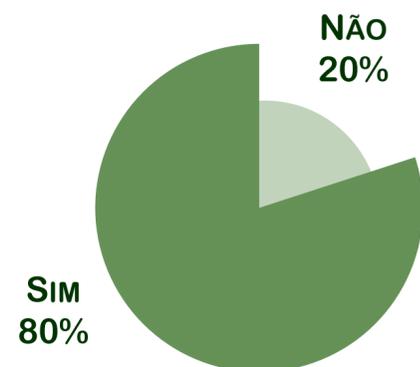
QUAIS TIPOS DE FORNECEDORES EM SUA CADEIA DE SUPRIMENTOS ESTENDIDA SÃO OS MAIS AFETADOS PELOS ESFORÇOS DE SUSTENTABILIDADE? (SELECIONE OS 3 QUE SÃO MAIS AFETADOS)



A SUA ORGANIZAÇÃO MANTÉM UM DIÁLOGO ABERTO COM A COMUNIDADE LOCAL SOBRE QUESTÕES ADVERSAS, CONTROVERSAS OU SENSÍVEIS QUE ENVOLVEM SUAS OPERAÇÕES?



OS FUNCIONÁRIOS DA SUA ORGANIZAÇÃO SÃO INCENTIVADOS A PARTICIPAR DE ATIVIDADES DA COMUNIDADE LOCAL (POR EXEMPLO, FORNECENDO TEMPO E EXPERIÊNCIA DO FUNCIONÁRIO OU OUTRAS FORMAS PRÁTICAS DE AJUDA)?



A SUA ORGANIZAÇÃO OFERECE APOIO FINANCEIRO REGULAR A ATIVIDADES E PROJETOS DA COMUNIDADE LOCAL (POR EXEMPLO, DOAÇÕES, APOIO OU PATROCÍNIO)?

As organizações oferecem apoio financeiro regular e mantêm diálogo aberto com as comunidades do entorno, incentivando os colaboradores a participar das atividades delas.

A maioria das organizações participantes (69%) mantém um diálogo aberto com a comunidade local sobre questões adversas, controversas ou sensíveis que envolvem suas operações.

75% incentivam seus funcionários a participar de atividades da comunidade local, fornecendo tempo e experiência.

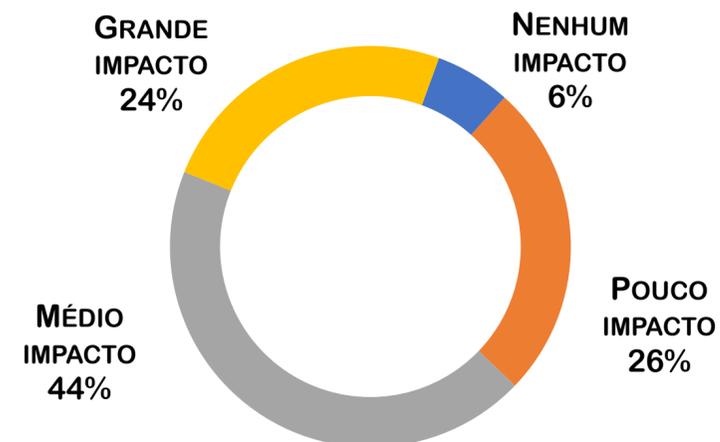
Também oferecem apoio financeiro regular (80%) para atividades e projetos da comunidade local.

Os programas e políticas de sustentabilidade/RSE seriam mantidos mesmo com eventual remoção das regulamentações governamentais que promovem ações sustentáveis.

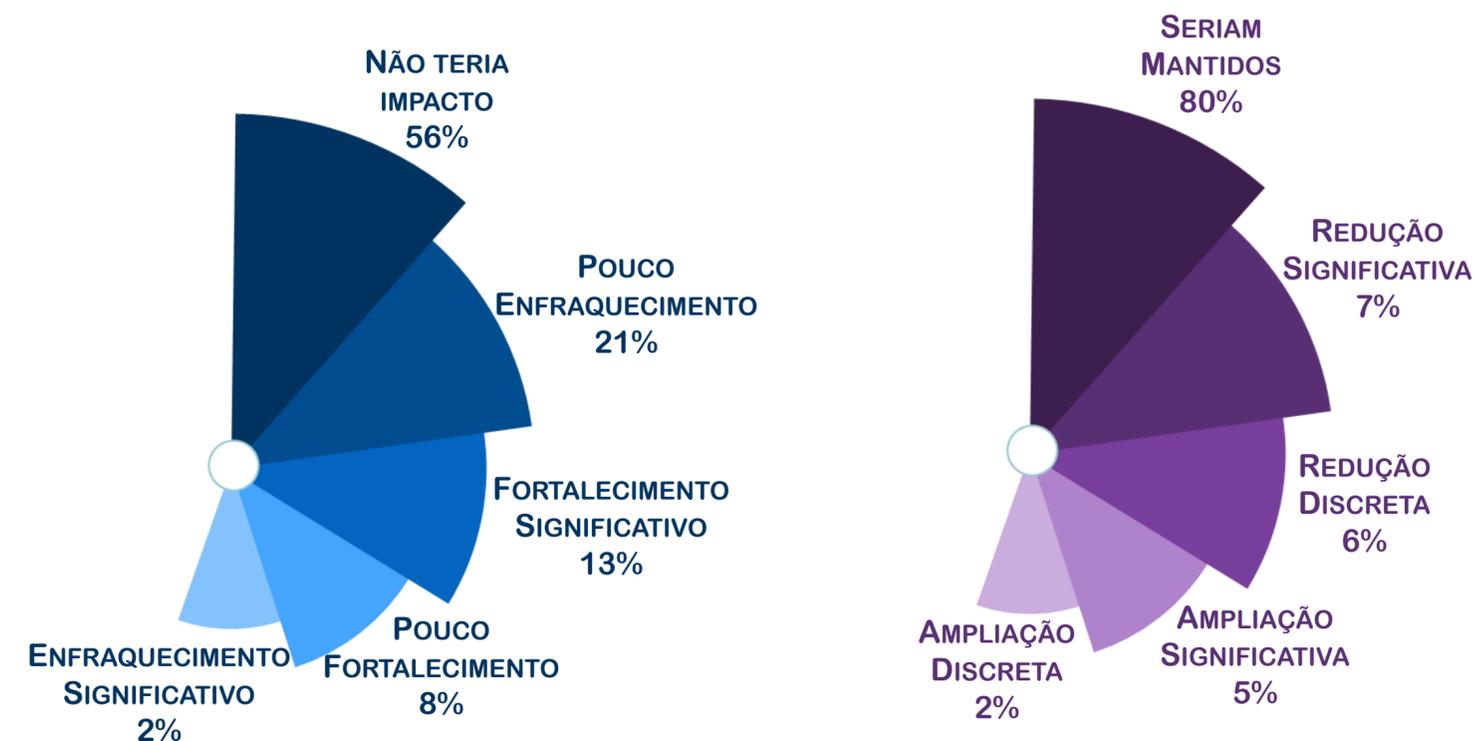
80% das organizações manteriam seus programas e políticas de sustentabilidade/RSE caso as regulamentações governamentais que promovem ações sustentáveis fossem removidas.

Também não veem impacto (56%) em seu compromisso com as mudanças climáticas em eventual saída do país do acordo de Paris. 21% acreditam na ocorrência de pequeno enfraquecimento desse compromisso.

As mudanças que ocorrem no "contrato social" impactam em grau médio (44%) os negócios da organização.



ENTENDENDO-SE "CONTRATO SOCIAL" COMO O ACORDO NÃO ESCRITO E TÁCITO QUE EXISTE ENTRE OS MEMBROS DA SOCIEDADE (INDIVÍDUOS E ORGANIZAÇÕES), QUE ORIENTA O COMPORTAMENTO E ESTABELECE OS DIREITOS E RESPONSABILIDADES DOS MEMBROS DESSA SOCIEDADE, O QUANTO, AS MUDANÇAS QUE OCORREM NESSE CONTRATO SOCIAL IMPACTAM OS NEGÓCIOS DA SUA ORGANIZAÇÃO?



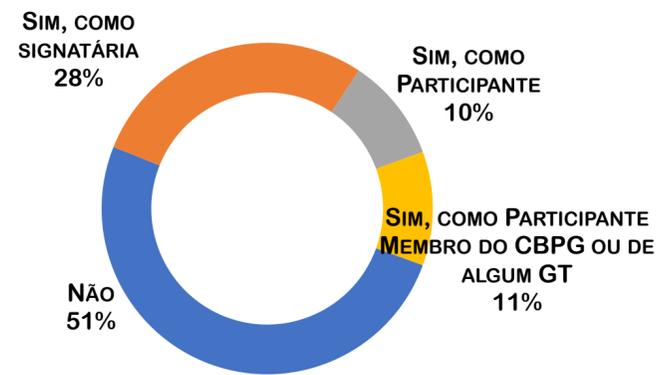
QUE IMPACTO TERIA NO COMPROMISSO DA SUA ORGANIZAÇÃO COM AS MUDANÇAS CLIMÁTICAS UMA EVENTUAL SAÍDA DO PAÍS DO ACORDO CLIMÁTICO INTERNACIONAL ASSINADO EM PARIS?

CASO AS REGULAMENTAÇÕES GOVERNAMENTAIS QUE PROMOVEM AÇÕES SUSTENTÁVEIS VIÉSSEM A SER REMOVIDAS, QUAL SERIA O COMPORTAMENTO DA SUA ORGANIZAÇÃO QUANTO AOS SEUS PROGRAMAS / POLÍTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE?

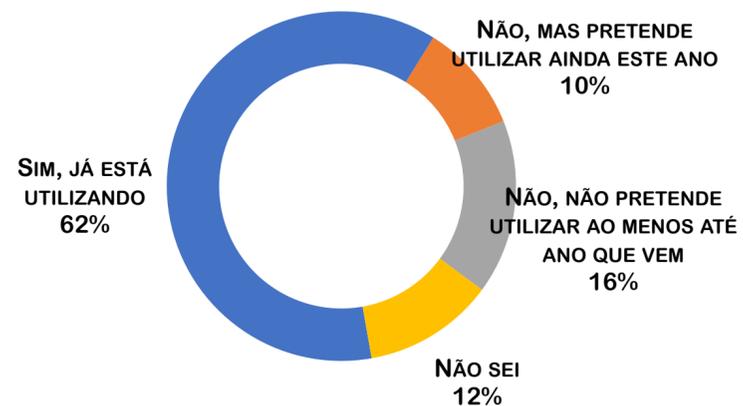
A maioria das organizações não é signatária ou participante do Pacto Global da ONU, porém já utiliza as ODS (objetivos de desenvolvimento sustentável) para definição das metas de desempenho corporativo.

80% das organizações não participam do Pacto Global da ONU. Das que participam, 28% são signatárias, 11% são membros do CBPG ou de GT e 10% são participantes.

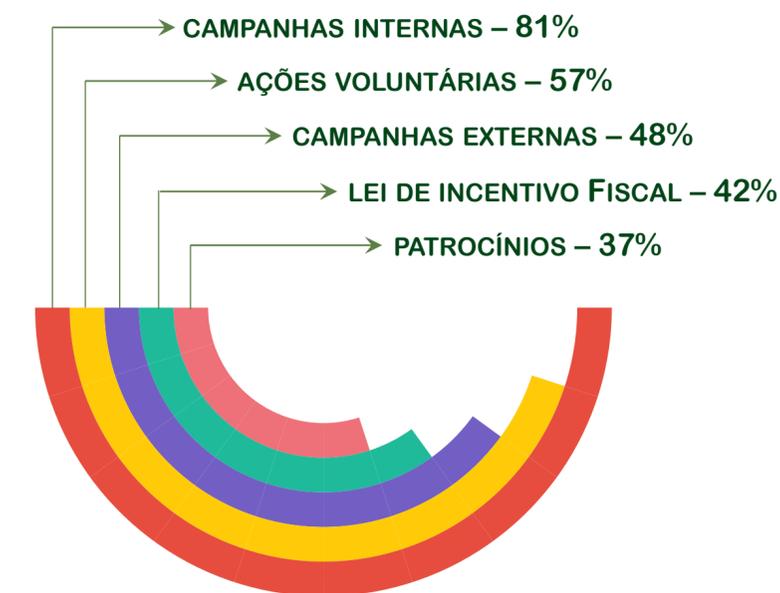
A maioria (62%) das organizações, mesmo que não participante do Pacto Global, já está utilizando os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) para a definição das metas de desempenho corporativo, o que fazem por meio de campanhas internas (81%) e de ações voluntárias (57%).



A SUA ORGANIZAÇÃO É SIGNATÁRIA OU PARTICIPANTE DO PACTO GLOBAL DA ONU?



A SUA ORGANIZAÇÃO ESTÁ UTILIZANDO OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DA ONU PARA DEFINIR SUAS METAS DE DESEMPENHO CORPORATIVO?



DE QUE FORMA A ORGANIZAÇÃO ESTÁ UTILIZANDO OU PRETENDE UTILIZAR OS ODS?

O trabalho digno e crescimento econômico é o objetivo de desenvolvimento sustentável mais utilizado pelas organizações.

Os ODS [Objetivos de Desenvolvimento Sustentável] mais utilizados pelas organizações são: trabalho digno e crescimento econômico (66%), produção e consumo sustentáveis (61%), indústria inovação e infraestruturas (57%), educação de qualidade (59%), energias renováveis e acessíveis (56%) e igualdade de gênero (55%).

DENTRE OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, QAIS ESTÃO SENDO UTILIZADOS?
(SELECIONE TODOS OS QUE SE APLICAREM)



66%
8- TRABALHO DIGNO E
CRESCIMENTO ECONÔMICO



57%
9- INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E
INFRAESTRUTURAS



56%
7- ENERGIAS RENOVÁVEIS
E ACESSÍVEIS



61%
12- PRODUÇÃO E
CONSUMO SUSTENTÁVEIS

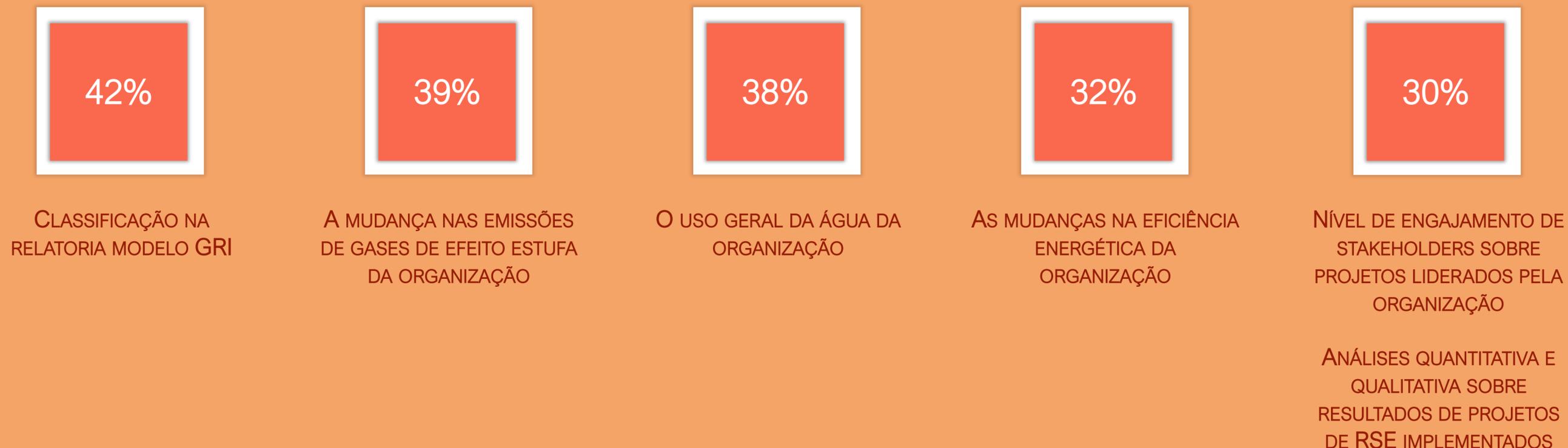


59%
4- EDUCAÇÃO DE
QUALIDADE



55%
5- IGUALDADE DE GÊNERO

QUAIS MÉTRICAS SUA ORGANIZAÇÃO UTILIZA PARA O MONITORAMENTO E REPORTE DA RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE? (SELECIONE OS 5 PRINCIPAIS)



MONITORAMENTO DA SUSTENTABILIDADE/RSE

A métrica mais utilizada para o monitoramento e reporte da sustentabilidade/RSE é a classificação na relatoria modelo GRI.

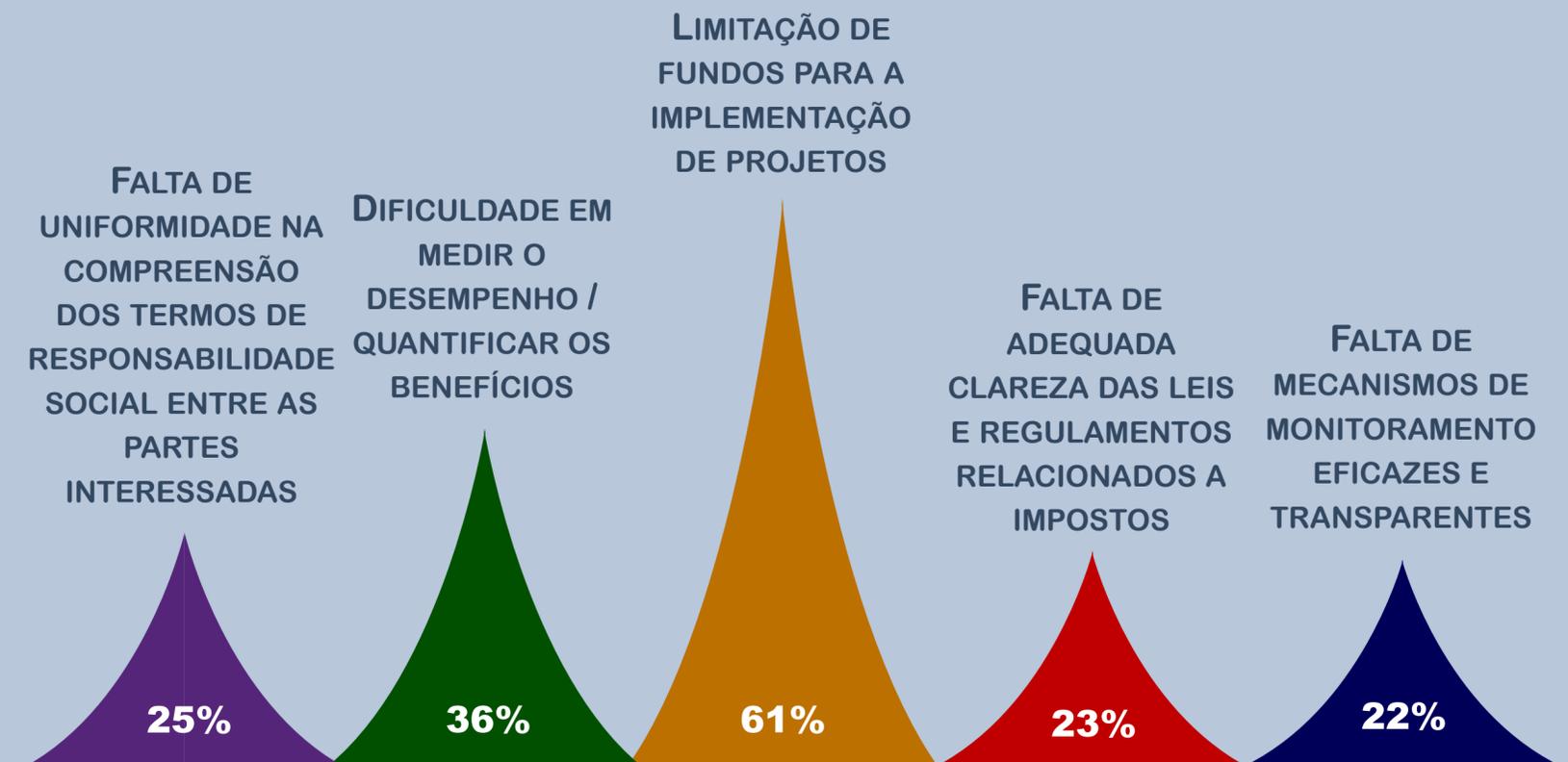
As métricas que as organizações têm utilizado para o monitoramento e reporte da sustentabilidade/RSE são: classificação na relatoria modelo GRI (42%), mudanças na emissão de gases de efeito estufa pela organização (39%), o uso geral da água pela organização (38%), as mudanças na eficiência energética da organização (32%), o nível de engajamento dos stakeholders (30%) e análises de resultados dos projetos implementados (30%).

A limitação de fundos para a implementação de projetos é a principal barreira na estratégia de sustentabilidade/RSE.

A principal barreira enfrentada pelas organizações em sua estratégia de sustentabilidade/RSE é a limitação de fundos para a implementação de projetos (61%).

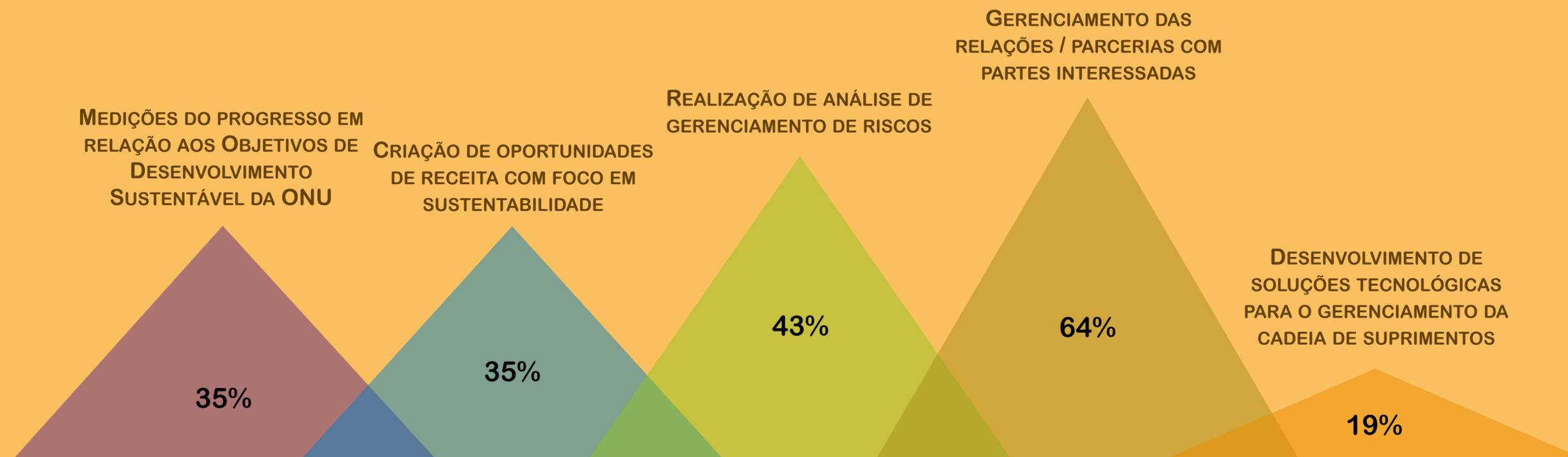
Também a dificuldade para mensurar desempenho e benefícios (36%), a falta de uniformidade de compreensão entre as partes interessadas (25%), a falta de clareza da legislação (23%) e a falta de mecanismos de monitoramento eficazes e transparentes (22%) têm-se mostrado como barreiras importantes.

QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS BARREIRAS / OBSTÁCULOS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DE PROJETOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL / SUSTENTABILIDADE DA SUA ORGANIZAÇÃO? (SELECIONE AS 5 PRINCIPAIS)



O gerenciamento das relações com as partes interessadas e a realização de análise de gerenciamento de riscos são os principais temas a serem trabalhados pelas organizações nos próximos dois anos.

Os principais temas relacionados à sustentabilidade/RSE a serem trabalhados pelas organizações nos próximos dois anos são o gerenciamento das relações/parcerias com as partes interessadas (64%), a realização de análise de gerenciamento de riscos (43%), a criação de oportunidades de receita com foco em sustentabilidade (35%) e a mensuração do progresso em relação aos ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (35%).



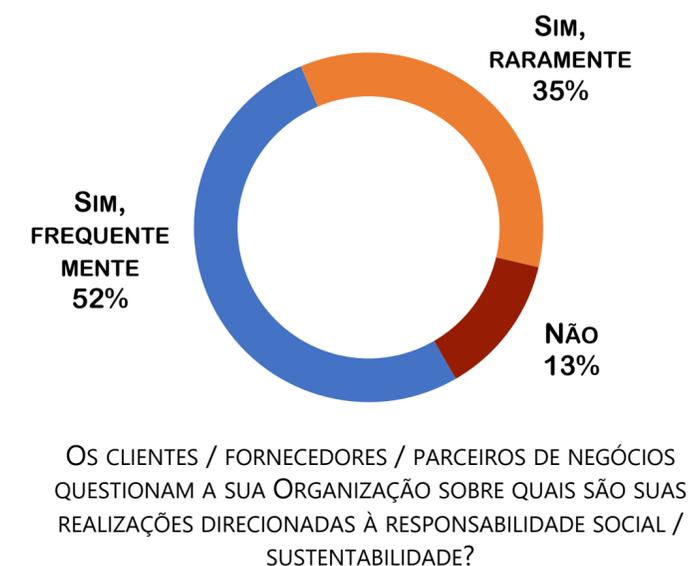
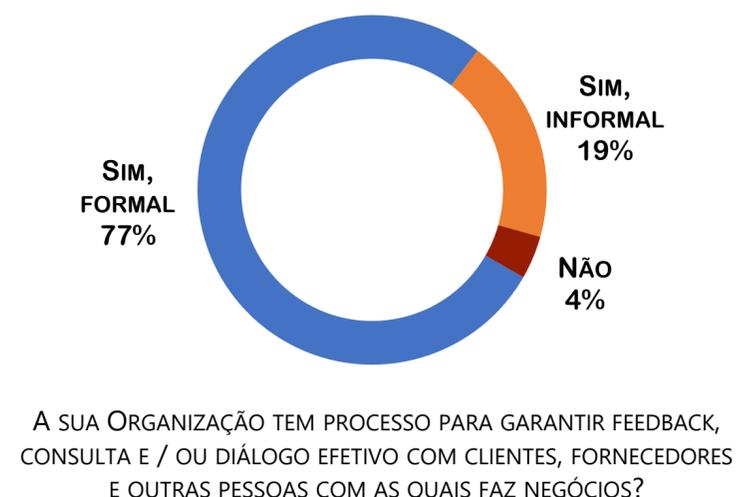
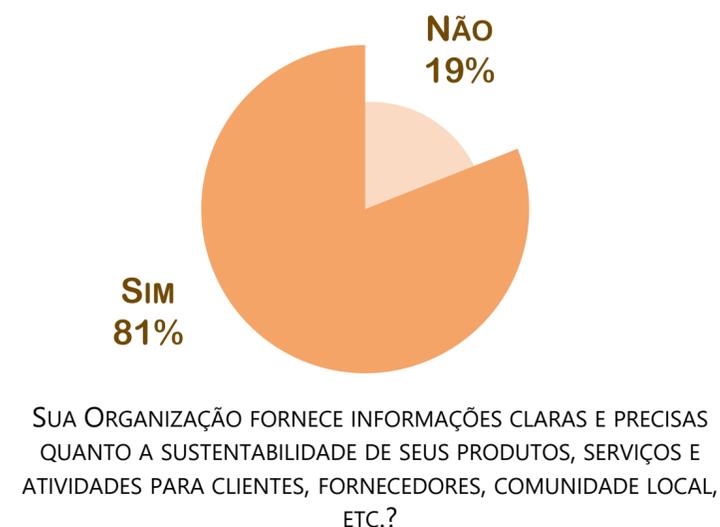
QUAIS DOS SEGUINTE TEMAS RELACIONADOS À RESPONSABILIDADE SOCIAL / SUSTENTABILIDADE SERÃO PRIORIDADES DE SUA ORGANIZAÇÃO PARA OS DOIS PRÓXIMOS ANOS? (SELECIONE OS 3 PRINCIPAIS)

As organizações fornecem informações claras e precisas quanto a sustentabilidade de seus produtos, serviços e atividades.

81% das organizações fornecem para os stakeholders informações claras e precisas quanto a sustentabilidade de seus produtos, serviços e atividades (81%).

Têm processo para feedback, consulta e / ou diálogo efetivo com clientes, fornecedores e outros com as quais faz negócios (96%), sendo formal em 77% e informal em 19%.

São questionadas, de forma frequente, pelos clientes, fornecedores e parceiros de negócios suas realizações direcionadas à responsabilidade social / sustentabilidade (52%).

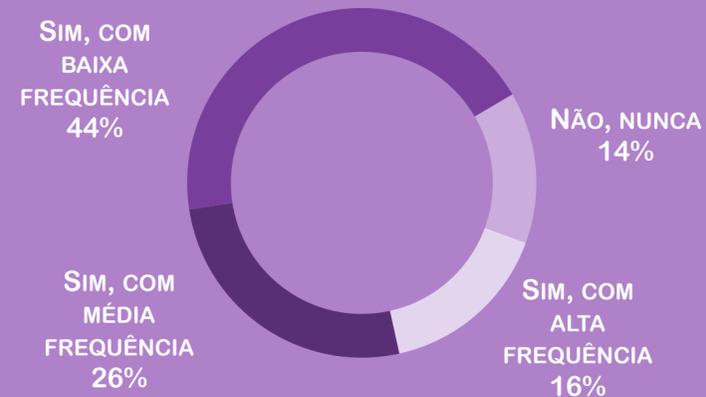


COMUNICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE/RSE

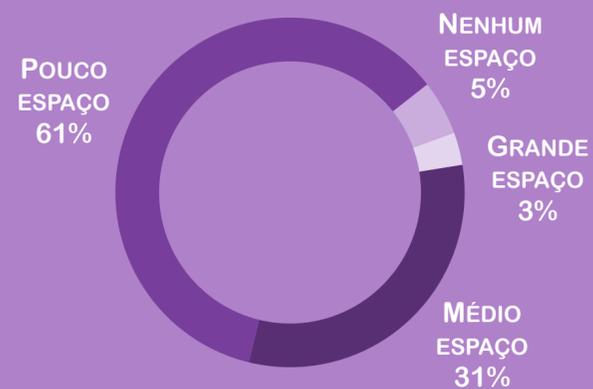
Pouco espaço é destinado pela imprensa para falar sobre as realizações direcionadas à sustentabilidade/RSE das organizações.

É baixa a frequência que os veículos de imprensa questionam as organizações suas realizações direcionadas à sustentabilidade/RSE.

Até por isso, pouco espaço é oferecido pela imprensa para veicular ou falar sobre essa realizações.



OS VEÍCULOS DE IMPRENSA QUESTIONAM A SUA ORGANIZAÇÃO SOBRE QUAIS SÃO SUAS REALIZAÇÕES DIRECIONADAS À RESPONSABILIDADE SOCIAL / SUSTENTABILIDADE?

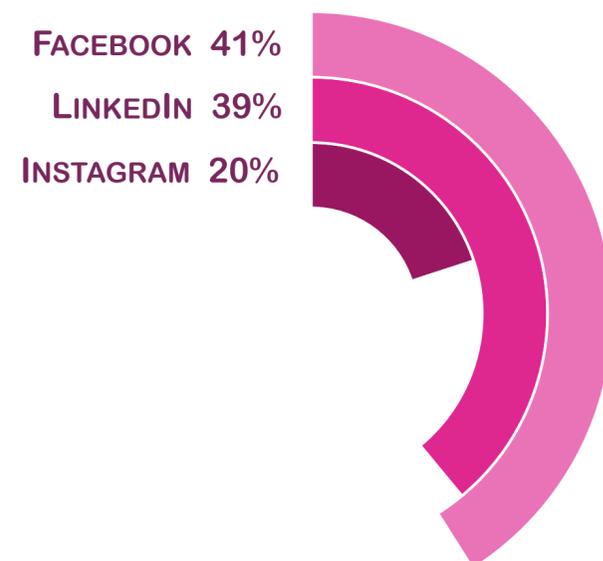


QUE ESPAÇO OS VEÍCULOS DE IMPRENSA DESTINAM PARA FALAR SOBRE AS REALIZAÇÕES DIRECIONADAS À RESPONSABILIDADE SOCIAL / SUSTENTABILIDADE DAS ORGANIZAÇÕES?

QUAIS OS MEIOS MAIS UTILIZADOS PELA SUA ORGANIZAÇÃO PARA INFORMAR O QUE ESTÁ FAZENDO NO CAMPO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE? (ASSINALE OS 5 PRINCIPAIS)



QUAIS AS PRINCIPAIS REDES SOCIAIS SÃO UTILIZADAS COM PERFIS PRÓPRIOS DE SUA ORGANIZAÇÃO?



A veiculação de notícias (conteúdos) em canais digitais é o meio principal que as organizações utilizam para informar sobre suas realizações no campo da sustentabilidade/RSE.

Além de informar suas realizações por meio de conteúdo em canais digitais, também utilizam os canais próprios de conteúdo digital para públicos estratégicos (54%) e os relatórios detalhados de suas ações (53%).

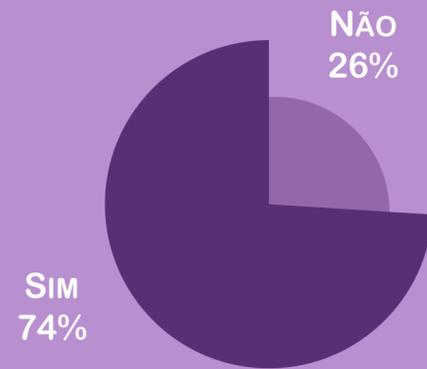
44% utilizam os perfis em mídias sociais abertas e as principais são o Facebook (41%), o LinkedIn (39%) e o Instagram (20%).

COMUNICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE/RSE

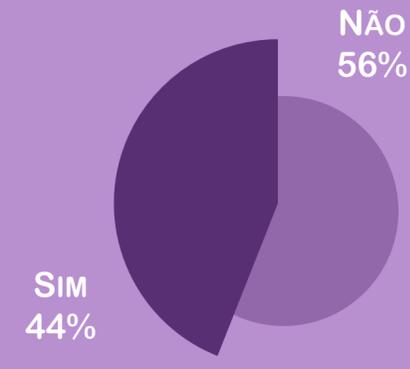
De forma geral, as organizações elaboram e divulgam relatórios periódicos de sustentabilidade/RSE.

74% das organizações elaboram e divulgam relatórios periódicos de sustentabilidade/RSE, que, na maioria dos casos (56%), não está integrado ao relatório.

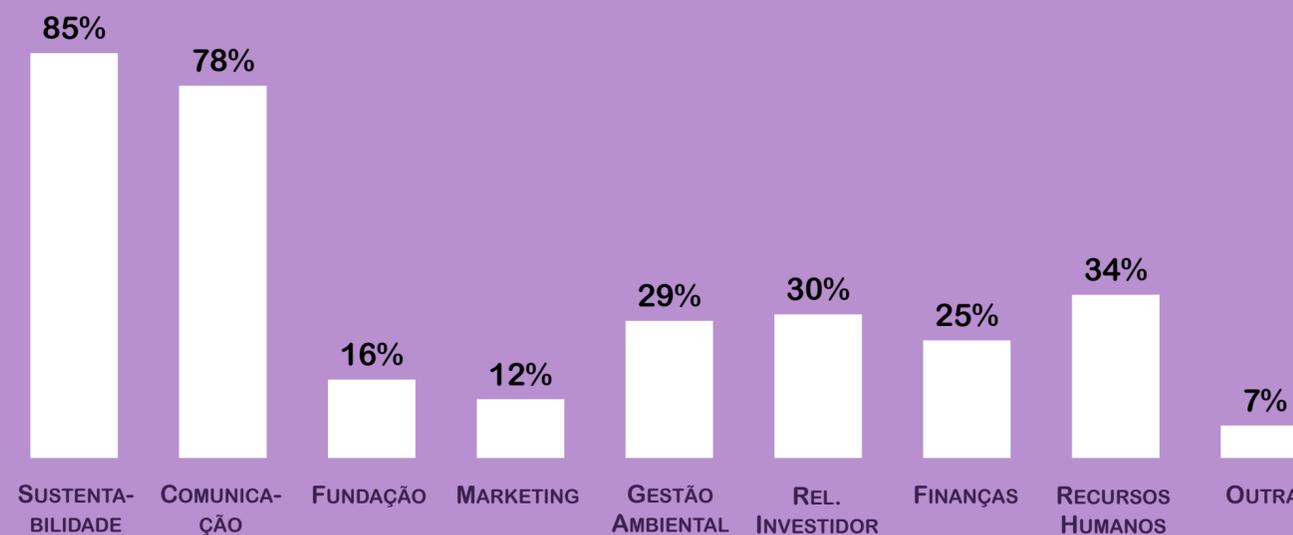
As áreas de Sustentabilidade (85%) e de Comunicação (78%) são as responsáveis pela elaboração e divulgação do relatório.



SUA ORGANIZAÇÃO ELABORA E DIVULGA RELATÓRIOS PERIÓDICOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL/SUSTENTABILIDADE?



ELE ESTÁ INTEGRADO AO RELATÓRIO FINANCEIRO?



QUAIS ÁREAS SÃO RESPONSÁVEIS POR SUA ELABORAÇÃO E DIVULGAÇÃO?

IMPRESA & ONGs

Percepções sobre a sustentabilidade/RSE das Organizações no Brasil

IMPRENSA

ONGs

Características dos participantes

Foram ouvidos 13 jornalistas que atuam de forma predominante em jornais e revistas impressas nas editorias de Sustentabilidade, Ecologia e Meio Ambiente e Economia, nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, Mato Grosso, Rio Grande do Sul e Santa Catarina

Participaram do estudo 20 ONGs (Organizações Não Governamentais) classificadas entre as 100 melhores ONGs do Brasil pela revista Época, com mais de 15 anos de atuação, em todos os estados do país, membro de redes ou parcerias com organizações nacionais e internacionais e atuando, principalmente, nas áreas: Assistência Social; Criança e/ou Adolescentes; Educação e/ou Profissionalização; Desenvolvimento Regional/Local; Direitos Humanos e Políticas Públicas.

Percepções sobre a sustentabilidade/RSE das organizações no Brasil

IMPrensa

ONGs

O que caracteriza uma empresa como socialmente responsável

Para os jornalistas, as empresas socialmente responsáveis são, principalmente, as que desenvolvem ações concretas para contribuir:

- com o trabalho digno e crescimento econômico;
- com a redução das desigualdades;
- com uma educação de qualidade;
- com a igualdade de gênero;
- com o desenvolvimento de cidades e comunidades sustentáveis.

As empresas socialmente responsáveis para as ONGs são, principalmente, as que desenvolvem ações concretas para contribuir:

- com uma educação de qualidade;
- com a erradicação da pobreza;
- com a redução das desigualdades;
- com o trabalho digno e crescimento econômico;
- com a manutenção da paz, justiça e de instituições eficazes.

Percepções sobre a sustentabilidade/RSE das organizações no Brasil

IMPRENSA

ONGs

Prioridade e percentual de empresas socialmente responsáveis

Os jornalistas, de forma geral, acreditam que o tema sustentabilidade/RSE **não está entre as prioridades** na agenda das empresas no Brasil.

Assim, para eles, as empresas no Brasil que têm e mantêm programas efetivos de sustentabilidade/RSE situa-se em **até 25%**.

Para as ONGs, também, o tema sustentabilidade/RSE **não se encontra entre as prioridades** na agenda das empresas do Brasil.

Quanto ao percentual de empresas que têm e mantêm programas efetivos de sustentabilidade/RSE no Brasil **não ultrapassa o percentual de 10%**.

Principais objetivos das empresas com programas de sustentabilidade/RSE

Os principais objetivos das empresas no Brasil para a implantação de políticas, programas e desenvolvimento de ações orientadas para a sustentabilidade/RSE são:

- **Assegurar o compliance - cumprir a legislação sobre responsabilidade social/sustentabilidade, evitando passivos futuros;**
- **Reforçar a imagem e reputação da organização como um negócio comprometido com a responsabilidade social/sustentabilidade;**
- **Ajudar as pessoas das comunidades do entorno das unidades de negócios.**

Já, para as ONGs, os principais objetivos com essa implantação são:

- **Assegurar o compliance - cumprir a legislação sobre responsabilidade social/sustentabilidade, evitando passivos futuros;**
- **Reforçar a imagem e reputação da organização como um negócio comprometido com a responsabilidade social/sustentabilidade;**
- **Gerar visibilidade positiva para a organização.**

Percepções sobre a sustentabilidade/RSE das organizações no Brasil

IMPrensa

ONGs

Áreas prioritárias para a concentração de esforços das empresas

As áreas em que as empresas no Brasil deveriam, prioritariamente, concentrar seus esforços de sustentabilidade/RSE, na visão dos jornalistas são:

- Participação dos problemas e do desenvolvimento das comunidades locais;
- Manutenção de práticas e políticas ambientalmente sustentáveis;
- Redução das desigualdades sociais e econômicas;
- Fabricação ou venda de produtos / serviços socialmente responsáveis;
- Manutenção dos empregos nas comunidades.

Na visão das ONGs, as áreas em que as empresas no Brasil deveriam, prioritariamente, concentrar seus esforços de sustentabilidade/RSE são:

- Participação dos problemas e do desenvolvimento das comunidades locais;
- Manutenção de práticas e políticas ambientalmente sustentáveis;
- Fabricação ou venda de produtos / serviços socialmente responsáveis;
- Manutenção dos empregos nas comunidades;
- Promoção da educação, educação especial e habilidades vocacionais.

Percepções sobre a sustentabilidade/RSE das organizações no Brasil

IMPrensa

ONGs

Grupos de influência na agenda de sustentabilidade/RSE das empresas

Para os jornalistas, os grupos que exercem maior influência na agenda de sustentabilidade/RSE das empresas no Brasil são, por ordem:

- Liderança da organização (CEO / C-Suit);
- Consumidores / Clientes;
- Investidores.

E os que menor influência exercem são:

- Academia;
- Comunidades;
- Funcionários.

Para as ONGs, os grupos que exercem maior influência na agenda de sustentabilidade/RSE das empresas no Brasil são, por ordem:

- Liderança da organização (CEO / C-Suit);
- Investidores;
- Consumidores / Clientes.

E os que menor influência exercem são:

- Academia;
- Fornecedores;
- Comunidades.

Percepções sobre a sustentabilidade/RSE das organizações no Brasil

IMPrensa

ONGs

Trabalho das empresas para redução de seu impacto ambiental

Os jornalistas acreditam que, de forma geral, as empresas vem trabalhando a redução de seu impacto ambiental em termos de:

- Conservação de energia;
- Minimização e reciclagem de resíduos.

Porém, não estão trabalhando:

- a proteção do meio ambiente;
- o uso e conservação da água;
- a prevenção da poluição;
- opções de transporte sustentável.

As ONGs, também acreditam que, de forma geral, as empresas vem trabalhando a redução de seu impacto ambiental em termos de:

- Conservação de energia;
- Minimização e reciclagem de resíduos.

Porém, não estão trabalhando:

- a proteção do meio ambiente;
- o uso e conservação da água;
- a prevenção da poluição;
- opções de transporte sustentável.

Tendências dos programas/políticas de sustentabilidade das empresas

As mudanças ocorridas no “contrato social” apresentam, para os jornalistas, um **impacto de grau médio** no negócios das empresas.

Quanto ao compromisso das empresas com as mudanças climáticas, acreditam que teria um **enfraquecimento significativo** em caso de uma eventual saída do país do acordo climático internacional assinado em Paris.

Assim como, na eventualidade de remoção da legislação que promove ações sustentáveis, implicaria numa **redução significativa** dos programas/políticas de sustentabilidade das empresas.

Para as ONGs, as mudanças ocorridas no “contrato social” apresentam também um **impacto de grau médio** no negócio das empresas.

Também acreditam que, em caso de eventual saída do país do acordo climático de Paris, o compromisso das empresas com as mudanças climáticas seria **enfraquecido de forma significativa**.

Os programas/políticas de sustentabilidade das empresas seriam **reduzidos de forma significativa** caso a legislação que promove ações sustentáveis venha a ser removida.

Barreiras para a implementação de projetos de sustentabilidade

As 5 principais barreiras que os jornalistas acreditam que as empresas no Brasil enfrentam na implementação de projetos de sustentabilidade/RSE são:

- Falta de comprometimento da diretoria com a sustentabilidade;
- Dificuldade em medir o desempenho / quantificar os benefícios;
- Dificuldade da comunidade no entendimento das perspectivas de desenvolvimento subjacentes ao projeto;
- Falta de profissionais especializados em responsabilidade social corporativa para implementação de projetos;
- Conflitos entre as partes interessadas locais.

As 5 principais barreiras que as ONGs acreditam que as empresas no Brasil enfrentam na implementação de projetos de sustentabilidade/RSE são:

- Falta de comprometimento da diretoria com a sustentabilidade;
- Falta de adequada clareza das leis e regulamentos relacionados a impostos;
- Falta de uniformidade na compreensão dos termos de responsabilidade social entre as partes interessadas;
- Dificuldade de acesso ao financiamento;
- Dificuldade em medir o desempenho / quantificar os benefícios.

Percepções sobre a sustentabilidade/RSE das organizações no Brasil

IMPrensa

ONGs

Comunicação de sustentabilidade/RSE das empresas

Acreditando que as organizações não fornecem informações claras e precisas quanto a sustentabilidade de seus produtos, serviços e atividades para seus públicos, veem como mais críveis os seguintes meios para se informar sobre sustentabilidade:

- Notícia (conteúdo) sobre a organização em canais impressos e digitais;
- Perfis em mídias sociais abertas;
- Aproximação e conscientização de influenciadores;
- Oferta de eventos temáticos;
- Participação em entidades, associações e sindicatos.

E, como os menos críveis:

- Espaço pago em canais impressos e digitais;
- Propaganda veiculada em televisão e rádio;
- Relatório detalhado das ações da organização.

As ONGs também acreditam que as organizações não fornecem informações claras e precisas quanto a sustentabilidade de seus produtos, serviços e atividades para seus públicos.

Os meios para se informar sobre sustentabilidade que acreditam serem mais críveis são:

- Notícia (conteúdo) sobre a organização em canais impressos e digitais;
- Relatório detalhado das ações da organização;
- Menção nas embalagens dos produtos;
- Aproximação e conscientização de influenciadores;
- Participação em entidades, associações e sindicatos.

E, como os menos críveis:

- Espaço pago em canais impressos e digitais;
- Propaganda veiculada em televisão e rádio;
- Canais próprios de conteúdo digital para públicos estratégicos.

Percepções sobre a sustentabilidade/RSE das organizações no Brasil

IMPrensa

ONGs

Empresas socialmente responsáveis

Empresas que vêm à mente dos jornalistas como sendo socialmente responsáveis:

NATURA (5)
COCA-COLA (2)
ITAÚ (2)
O BOTICÁRIO (2)

AMBEV	IDEIA SUSTENTÁVEL	PÃO DE AÇÚCAR
BASF	IFOOD	PETROBRAS
BRADESCO	KLABIN	PHILIP MORRIS
BRASKEM	KORDSA	PWC BRASIL
CAMISAS POLO	MERCUR	SANTANDER
CLARO	MICROSOFT	SEMCO
CPFL	NEOENERGIA	TOYOTA
DURATEX	NESPRESSO	VISA
HONDA	ONGs	

Empresas que vêm à mente das ONGs como sendo socialmente responsáveis:

NATURA (8)	O BOTICÁRIO (3)	GERDAU (2)
ITAÚ (6)	BANCO DO BRASIL (2)	NIKE (2)
BRADESCO (4)	BRASKEM (2)	SUZANO (2)
PETROBRÁS (4)	C&A (2)	VALE (2)
UNILEVER (4)	COCA-COLA (2)	

ASTA	LOJAS AMERICANAS	SODEXO
BASF	MATÉRIA BRASIL	TELEFÔNICA VIVO
BEIRAMAR SHOPPING	NAROOMA	TETRA PAK
BEN & JERRY'S	NEOWAY	UNICRED
CCR	NESTLÉ	VERT SHOES
FORD	OI	VISA
FORTLEV	PANOSOCIAL	VOLKSWAGEN
GEMALTO	PÃO DE AÇUCAR	VOTORANTIM
GOOGLE	PRUDENTIAL	WALMART
CREDIT SUISSE	PWC	WKOERICH
JSL	SITAWI	



A Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial é uma organização profissional e científica sem fins lucrativos e apartidária. Tem como principais objetivos fortalecer o papel da comunicação nas empresas e instituições, oferecer formação e desenvolvimento de carreira aos profissionais da área, além de produzir e disseminar conhecimentos em comunicação. Fundada em 1967, a associação desenvolve pesquisas, estudos estratégicos e publicações, oferece cursos por meio da Escola Aberje de Comunicação e eventos de capacitação, promove trocas de conhecimentos entre os associados e reconhece as melhores práticas e profissionais da área.

A atuação da Aberje ultrapassa os limites do território brasileiro com participações ou presença nos boards de instituições internacionais como a Fundacom, Global Alliance for Public Relations and Communication Management e Arthur W. Page Society, posicionando-se como um think tank da Comunicação Empresarial Brasileira.

Rua Amália de Noronha, 151 6º andar - Sumaré - São Paulo - SP

Tel.: (11) 5627-9090

Site: www.aberje.com.br

www.facebook.com/aberje1967

www.twitter.com/aberje

www.youtube.com.br/aberje