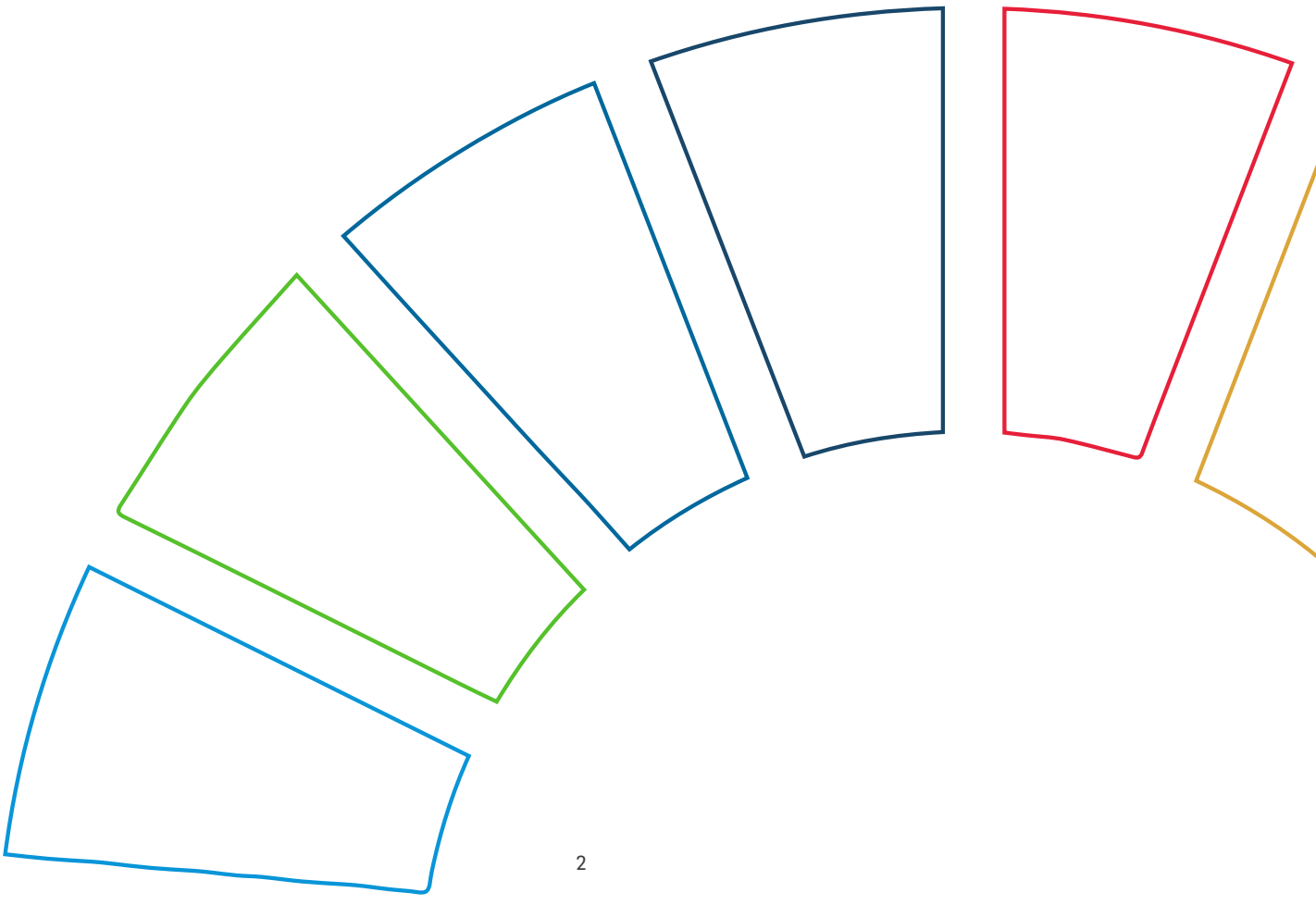
ESTUDO AMBIÇÃO pelos ODS

Pacto Global
Rede Brasil

Realização

Rede Brasil do Pacto Global e Capítulo Brasileiro dos Princípios para Educação Empresarial Responsável - PRME, representado pelas signatárias FEA-RP/USP, FEA/USP e INSPER.

Apoio



Pacto Global
Rede Brasil

Sumário

04 **MENSAGEM**

06 **INTRODUÇÃO**

07 **AGENDA 2030 –** OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

10 **UMA NOVA AMBIÇÃO PARA AS EMPRESAS**

12 **A PESQUISA**

12 Motivação para a pesquisa
12 Objetivos do estudo
13 Metodologia

14 **RESULTADOS**

14 As empresas participantes
15 Fases de integração dos ODS
16 Priorização
17 Engajamento

29 **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

30 **ANEXO A:** REFERÊNCIAS

31 **ANEXO B:** EMPRESAS PARTICIPANTES

31 **SOBRE NÓS**

33 **CRÉDITOS**

MENSAGEM

A importância da “Ambição pelos ODS”

Passada praticamente a metade da sua existência, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável continuam sendo a principal referência na busca da sustentabilidade por parte das organizações. O Pacto Global da ONU, por meio de diversas ferramentas, plataformas e estudos, vem trabalhando com o propósito de reforçar a importância das empresas na liderança deste desafio.

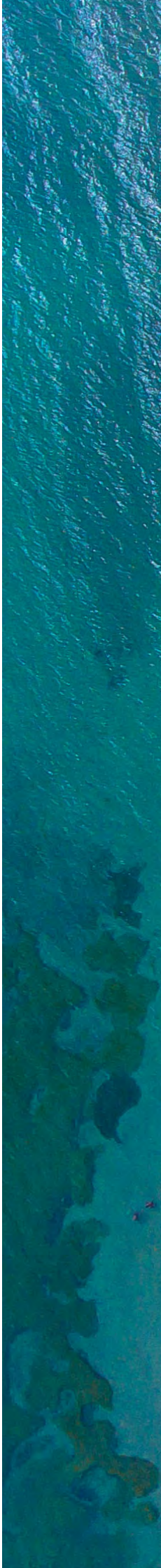
O estudo aqui apresentado, chamado de “Ambição pelos ODS nas empresas brasileiras” é mais uma contribuição da Rede Brasil do Pacto Global para a Agenda 2030. Fruto de uma parceria entre a Rede Brasil do Pacto Global e o capítulo brasileiro do PRME (Principles for Responsible Management Education), o estudo traz os resultados de uma pesquisa survey com 64 participantes, além da descrição de quatro casos de empresas que ajudam a ilustrar em detalhe como tem sido tratada a forma de se trabalhar essa “ambição”.

Espera-se que os resultados ajudem as empresas a compreenderem como se inserem no cenário brasileiro para que possam reforçar ou rever suas estratégias de sustentabilidade. A nossa expectativa é que o estudo também possa colaborar nas possíveis soluções que levarão a uma situação ideal: que a “ambição” seja plenamente alcançada e satisfeita. Para o bem de toda a sociedade.

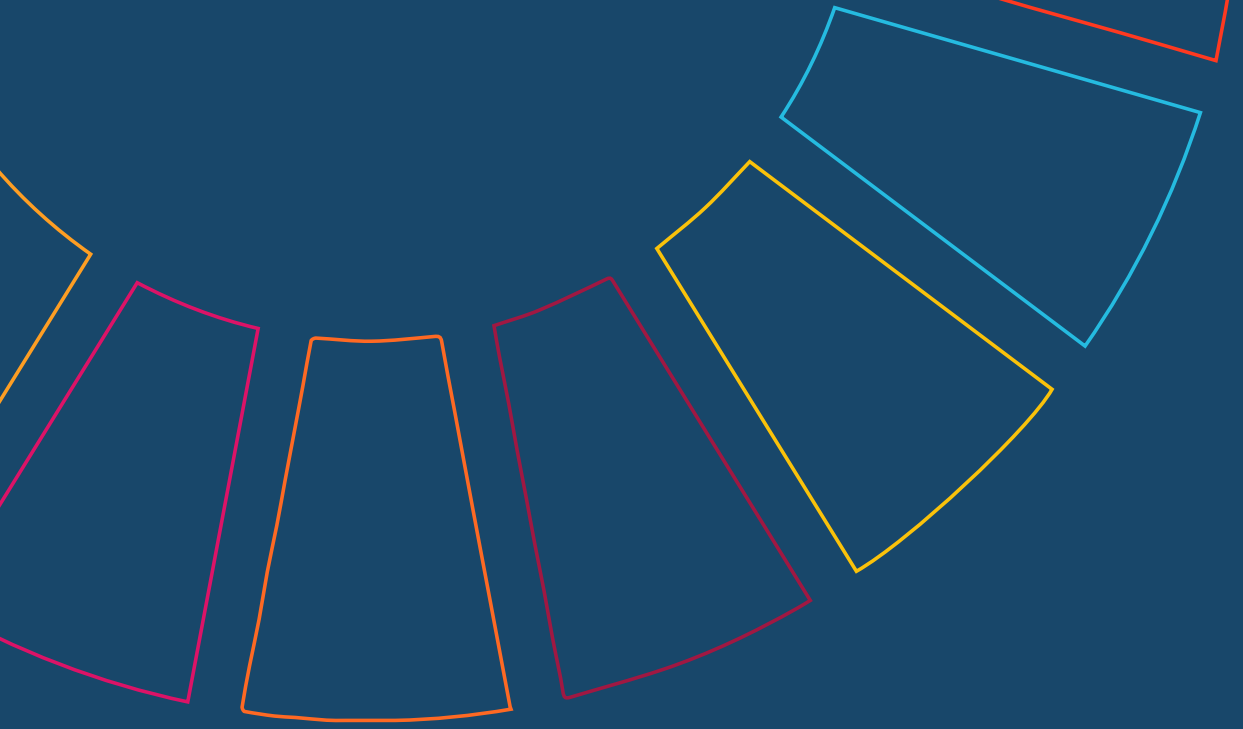
Desejamos uma boa leitura a tod@s.

Carlo Pereira
Presidente da Rede Brasil do Pacto Global

Flavio Hourneaux Jr
Presidente PRME Brasil



Pacto Global
Rede Brasil



Introdução

Para de fato contribuírem com o alcance da Agenda 2030, as organizações precisam integrar os ODS em suas estratégias de negócio. Essa pesquisa visa compreender como o setor privado está trabalhando com os objetivos globais e qual nível de ambição frente aos principais desafios de nossas sociedades e planeta. A Ambição pelos ODSs é uma iniciativa do Pacto Global que visa auxiliar na integração de metas de sustentabilidade ao negócio, além da definição de prioridades e comunicação do progresso. Para saber mais, acesse: https://pactoglobal.org.br/pg/ambicao-pelos-ods.

A pesquisa foi direcionada para todas as organizações, membros e não membros da Rede Brasil do Pacto Global e conduzida em parceria pelo Pacto e PRME. O PRME é uma plataforma global das Nações Unidas (ONU) de engajamento voluntário para as escolas de negócios e outras instituições de ensino superior. Uma organização que adere ao PRME manifesta a sua convicção de que as instituições acadêmicas, por meio da integração de valores universais no currículo e pesquisa, podem contribuir para um mercado global mais estável e inclusivo, ajudando a construir sociedades prósperas e bem sucedidas.

Ao todo 64 empresas responderam a pesquisa sendo que destas 57 são membros da Rede Brasil do Pacto Global. A publicação dá continuidade às reflexões provocadas pelo estudo lançado em 2017 e 2018 sobre Integração dos ODS na Estratégia Empresarial – Contribuições do Comitê Brasileiro do Pacto Global para a Agenda 2030. Além da pesquisa survey, o relatório apresenta quatro casos de empresas que foram analisadas com o propósito de se explorar e descrever em detalhe"como" a Ambição pelos ODS tem sido tratada dentro das organizações.

Os resultados aqui apresentados são importantes recursos para nortear a atuação do Pacto Global e do PRME, apontando os principais avanços e desafios de empresas e lideranças empresariais na busca de uma gestão que contribua para que o país e o mundo alcancem os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável até 2030.

Agenda 2030

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

Em setembro de 2015, os 193 países membros da Organização das Nações Unidas celebraram o compromisso com a Agenda 2030, que engloba os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e suas 169 metas. Trata-se de um ambicioso plano de ação para as pessoas, o planeta e a prosperidade de todos, a ser alcançado nos próximos anos.

Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares.

Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável.

Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas e todos, em todas as idades.

Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todas e todos.

Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.

Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todas e todos.

Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todas e todos.

Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos.

Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação .

Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles.

Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.

Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.

Tomar medidas urgentes para combater a mudança climática e seus impactos.

Conservar e fazer uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.

Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade.

Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e todas e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.

Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

Saiba mais sobre os ODS em: **www.agenda2030.com.br/**

Uma nova ambição para as empresas

Nas palavras do secretário-geral das Nações Unidas, Antonio Guterres, “Está muito claro que uma resposta muito mais profunda, mais rápida e ambiciosa é necessária para desencadear a transformação social e econômica para atingir nossas metas para 2030”.

De fato, governos, empresas, sociedade civil e Nações Unidas fizeram um enorme progresso desde a adoção, em setembro de 2015, dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e suas 169 metas associadas, criadas para erradicar a pobreza e promover vida digna para todos, dentro dos limites do planeta.

Porém, nós já estávamos distantes de alcançar muitos dos ODS até 2030 mesmo antes da COVID-19. O setor empresarial precisa de um novo nível de comprometimento, e o caminho inclusivo para o desenvolvimento incorporado pelos ODS oferece a melhor esperança de reconstruir o mundo de uma forma melhor.

Se as empresas elevarem a própria ambição de acordo com os ODS, o potencial de impacto será significativo. E cumprir essas metas coletivamente é uma ação fundamental para criar um

mundo melhor, no qual todas as formas de vida poderão prosperar. O alcance dessas metas promoverá novos níveis de interconexão.

O Ambição Pelos ODS busca então desafiar e apoiar as empresas a serem mais estratégicas e transformadoras em como elas administram seus negócios para se alinharem à Agenda de 2030.

Por meio da iniciativa Ambição pelos ODS, o Pacto Global desafia empresas a estabelecer metas mais ousadas alinhadas com seu propósito, governança e estratégia - e abordar as barreiras de velocidade e escala - com integração em toda a empresa que conecta os ODS à gestão de negócios, processos de negócios e cenários de tecnologia da informação. Também apoia as empresas a colaborar melhor com seus parceiros para promover mudanças em seus ecossistemas mais amplos.

O desafio posto à comunidade global é: como podemos crescer com equidade, enquanto protegemos o nosso planeta? Enfrentar essa pergunta exigirá uma liderança ousada para transformar modelos de negócios e economias para que os ODS sejam alcançados, sem deixar ninguém para trás.

Ao aumentar a ambição, aprofundando a integração e abraçando novas tecnologias, acreditamos que as empresas podem se tornar protagonistas na realização dos ODS.

A pesquisa

Motivação para a pesquisa

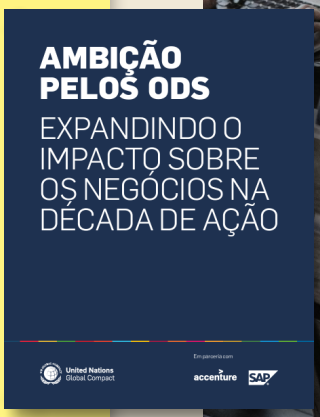
A Ambição desafia as empresas a estabelecerem metas relacionadas aos ODS prioritários. Ao aumentar a ambição, aprofundando a integração e abraçando novas tecnologias, acreditamos que as empresas podem se tornar protagonistas no alcance da Agenda 2030. Portanto, é fundamental mapear o nível de ambição das empresas a fim de estimular a evolução das metas e resultados ao longo do tempo.

Essa pesquisa atua nesta direção pois visa compreender como o setor privado está evoluindo em relação a Ambição para alcance dos ODS.

Ambição pelos ODS

Com a iniciativa Ambição pelos ODS, o Pacto Global da ONU apresenta um novo framework (estrutura) de Implementação dos ODS, que busca orientar as empresas a aprofundar a integração dos ODS e dos Dez Princípios na estratégia dos negócios e engajamento das partes interessadas.

Acesse a publicação completa em português



Objetivos do estudo

- Apresentar um diagnóstico sobre priorização, planejamento, execução, controle e comunicação das estratégias relacionadas aos ODS a partir do framework “Ambição”.

- Compreender as necessidades desse universo de organizações a respeito dos temas mais desafiadores dentro da atuação do setor privado com a Agenda 2030 e, assim, aprimorar o desenvolvimento de soluções e ferramentas que contribuam para a integração dos ODS na estratégia empresarial.

Metodologia

Iniciado em junho de 2021 e concluído em abril de 2022, o trabalho compreendeu as seguintes etapas:

1. Estruturação de questionário com 25 perguntas, sendo 14 questões de múltipla escolha. O questionário se baseou em tópicos tratados nas seguintes publicações: *SDG Compass – Guia de integração dos ODS na estratégia empresarial (2015), Business Reporting on the SDGs: An Analysis of the Goals and Targets (2017) e no Integrating the Sustainable Development Goals into Corporate Reporting: A Practical Guide (2018); Ambição pelos ODS: expandindo o impacto sobre os negócios na década da ação.*

2. Distribuição do questionário eletrônico por meio de convite do Pacto para empresas membros do Pacto Global e em redes sociais para convite a empresas não membros. A coleta de respostas aconteceu no período entre 19 de julho de 2021 e 30 de setembro de 2021. No total foram obtidas 243 respostas, porém somente 64 completas e válidas.

3. Organização e análise descritiva dos dados.

4. Desenvolvimento e publicação dos resultados em abril de 2022.

Resultados

As empresas participantes

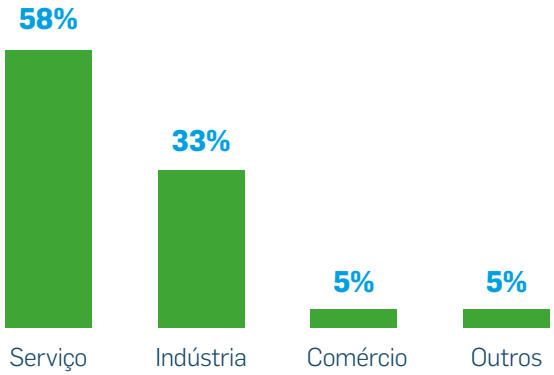
A pesquisa foi respondida por 64 empresas, 43 delas estão há mais de 20 anos no mercado. Além disso, 34 delas têm faturamento superior a R$ 300 milhões, o que mostra que se trata de organizações de grande porte. Ainda, 89% das empresas respondentes já são membros do Pacto Global.

A maioria dos profissionais responsáveis pela resposta ao questionário (72%) tem mais de 5 anos de empresa, sendo que a maior parte trabalha nas áreas de sustentabilidade (30%) e ocupam cargos de analistas e coordenadores (33%).

RAMOS DE ATUAÇÃO

Majoritariamente, as empresas que participaram da pesquisa são do ramo de serviços (58%), seguidas de empresas industriais (33%) e empresas do comércio (5%).

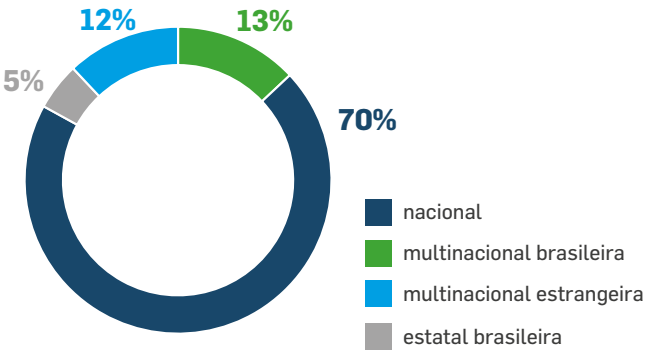
Qual o ramo de atuação da organização?



TIPO

A maior participação se deu entre as empresas nacionais (70%), seguidas pelas empresas multinacionais brasileiras (13%) e pelas multinacionais estrangeiras (12%).

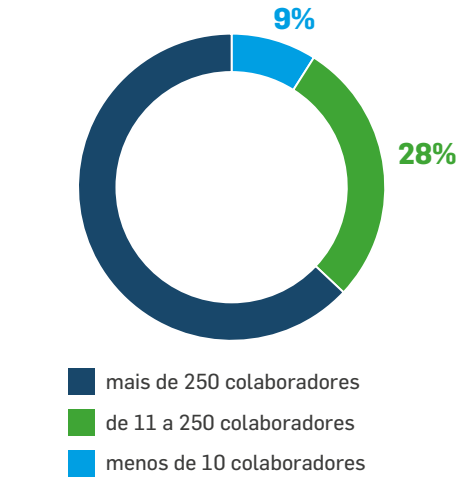
Qual a origem do capital da sua organização?



COLABORADORES

A maior parte das empresas tem mais de 250 colaboradores (63%) e a menor parte tem menos de 10 colaboradores (9%).

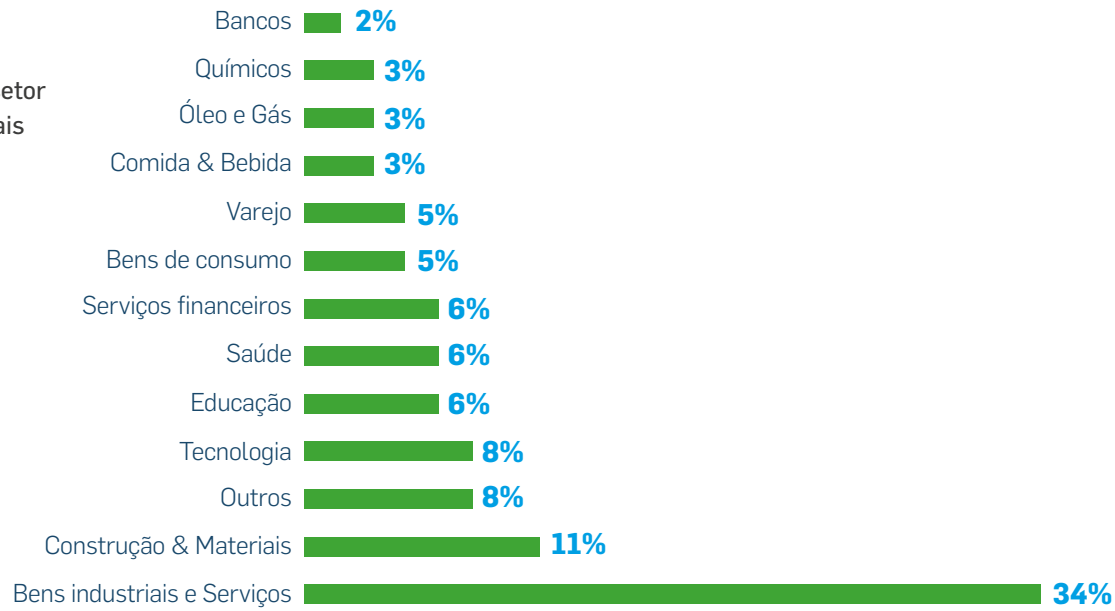
Quantos colaboradores trabalham na organização?



SETOR

A maioria das empresas se concentram no setor de bens industriais e serviços (34%) e construção & materiais (11%).

Qual setor de atuação da sua organização?

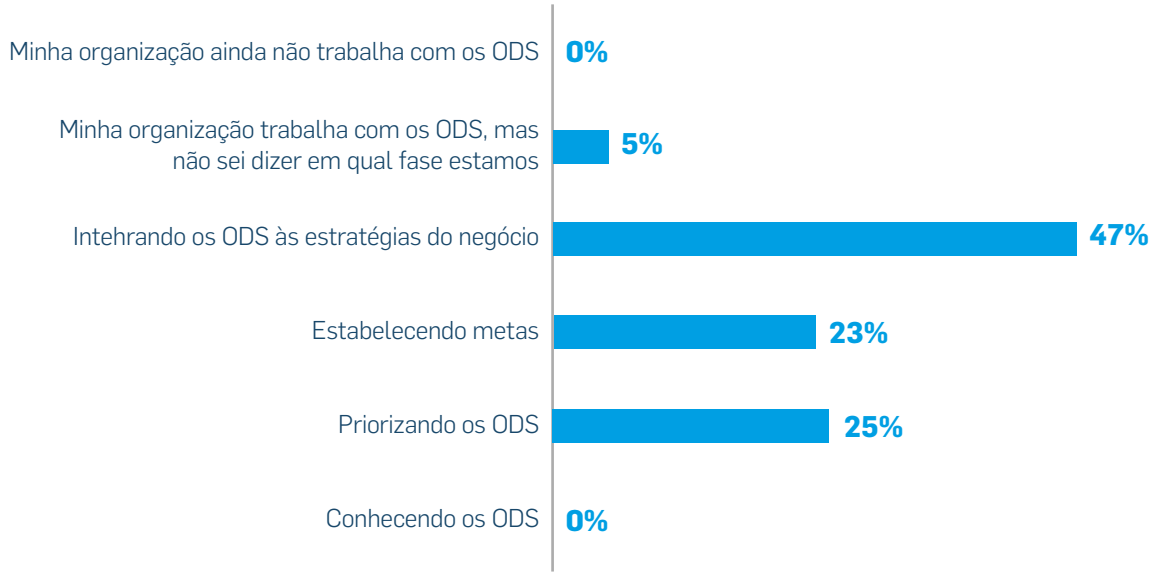


Fases da integração dos ODS

Majoritariamente, as empresas declararam que estão integrando os ODS à estratégia de negócios (47%). As demais empresas estão estabelecendo metas (23%) ou priorizando os ODS (25%). Nenhuma empresa declarou estar conhecendo os ODS.

Estes resultados mostram que as empresas já estão mais familiarizadas com os ODS e já conseguem integrá-los às estratégias de negócios. Isto representa uma evolução importante versus o que observamos no relatório anterior.

Em qual fase de integração dos ODS sua organização está?

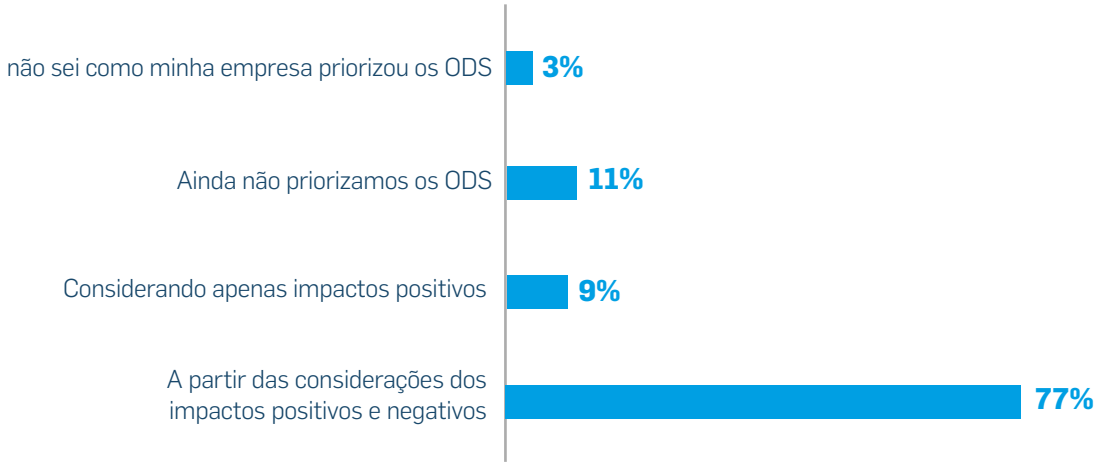


Priorização

Somente 11% das respondentes ainda não priorizaram os ODS a serem trabalhados. A grande maioria fez a priorização a partir das considerações dos impactos positivos e negativos (77%).

Comparativamente, este parece ser um avanço em relação ao diagnóstico anterior, quando as empresas afirmaram priorizar os ODS com base em impactos positivos somente. As diretrizes do SDG Compass sugerem que a priorização considere os impactos negativos.

Como foi feita a priorização dos ODS em sua organização?

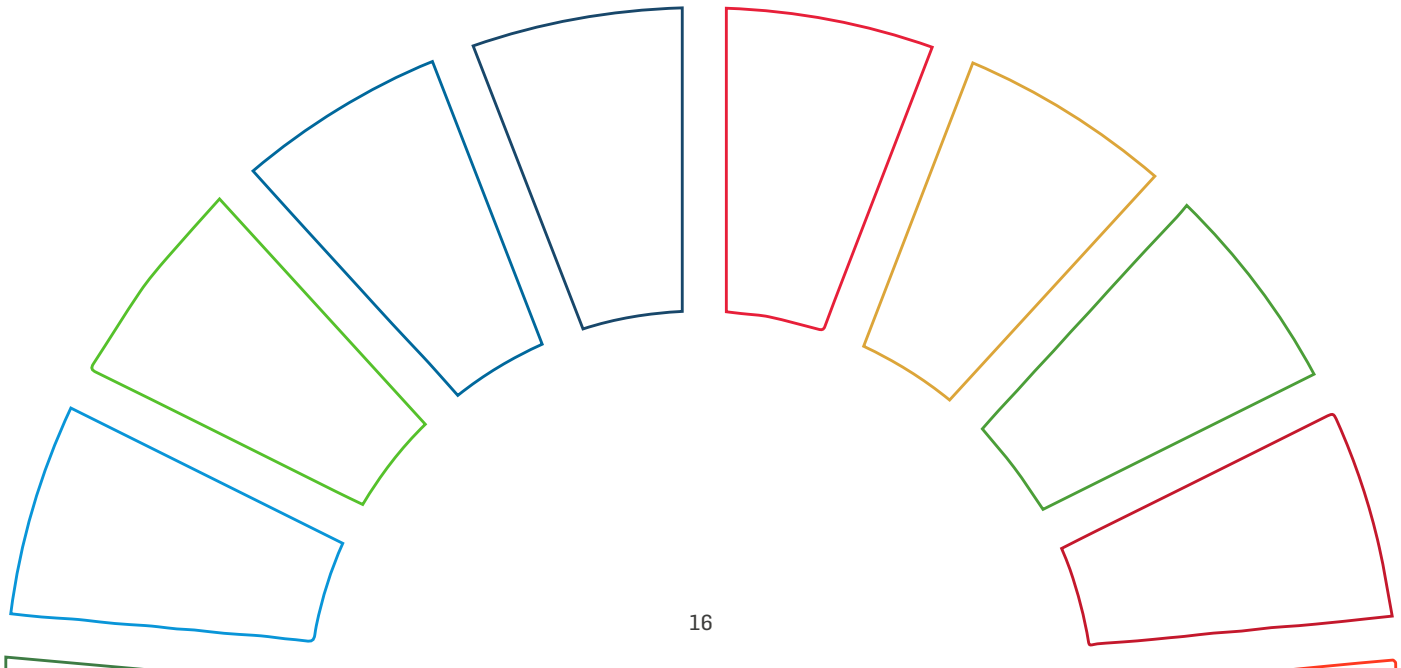


O que é prioritário

Um dos principais desafios para as empresas se dá no momento de priorizar os ODS. A questão é abordada na publicação Integrating the SDGs into Corporate Reporting: a Pratical Guide, lançada pelo Global Compact e pela Global Reporting Initiative (GRI).

O guia recomenda que o processo de priorização leve em consideração: 1) os riscos que o negócio pode trazer para as pessoas e para o meio ambiente, e 2) os benefícios de produtos, serviços e investimentos relacionados aos ODS que a empresa pode proporcionar. Dessa maneira, ao analisar o negócio sob a perspectiva do aumento do impacto positivo e da redução do impacto negativo, as companhias terão os elementos para tomar as melhores decisões.

A publicação está disponível no link **www.unglobalcompact.org/library/5628**



Engajamento

Dentre os dezessete ODS, os mais representativos em relação às ações que as empresas mais se engajam se referem a Trabalho Decente e Crescimento Econômico (ODS 8), Consumo e Produção Responsáveis (ODS 12), e Ação Contra a Mudança Global do Clima (ODS13).

O ODS de menor representatividade nas ações das empresas estudadas é o que se refere à Vida na Água (ODS 14), pelo segundo ano consecutivo.

NÍVEL DE ENGAJAMENTO

Identifique qual o nível de importância de cada um dos ODSs na organização que você trabalha

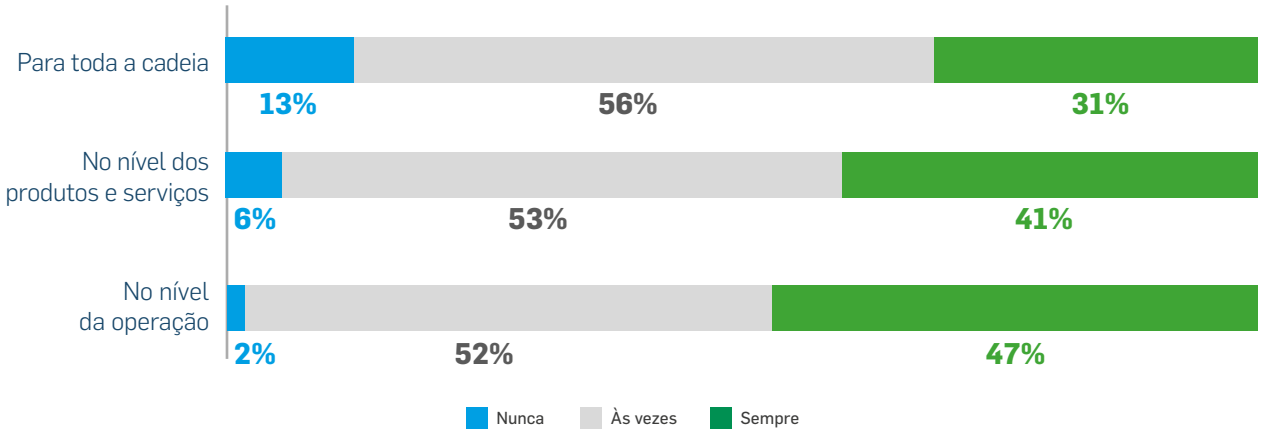
Referência 2018

Na publicação *Integração dos ODS na Estratégia Empresarial – Contribuições do Comitê Brasileiro do Pacto Global para a Agenda 2030*, lançada em 2018, as empresas participantes apontaram que os ODS mais representativos em relação às ações que as empresas mais se engajam se referiam a Saúde e Bem-Estar (ODS3) e Trabalho Decente e Crescimento Econômico (ODS8). O ODS de menor representatividade nas ações das empresas estudadas era o relativo a Vida na Água (ODS14).

AMBIÇÃO PELOS ODS - FOCO DE ATUAÇÃO

Grande parte das empresas considera a ambição pelos ODS no nível da operação. Há uma oportunidade em atuar com as empresas para que considerem a ambição pelos ODS para toda a cadeia. Isto é importante, uma vez que os impactos negativos que as empresas geram estão distribuídos por toda a cadeia.

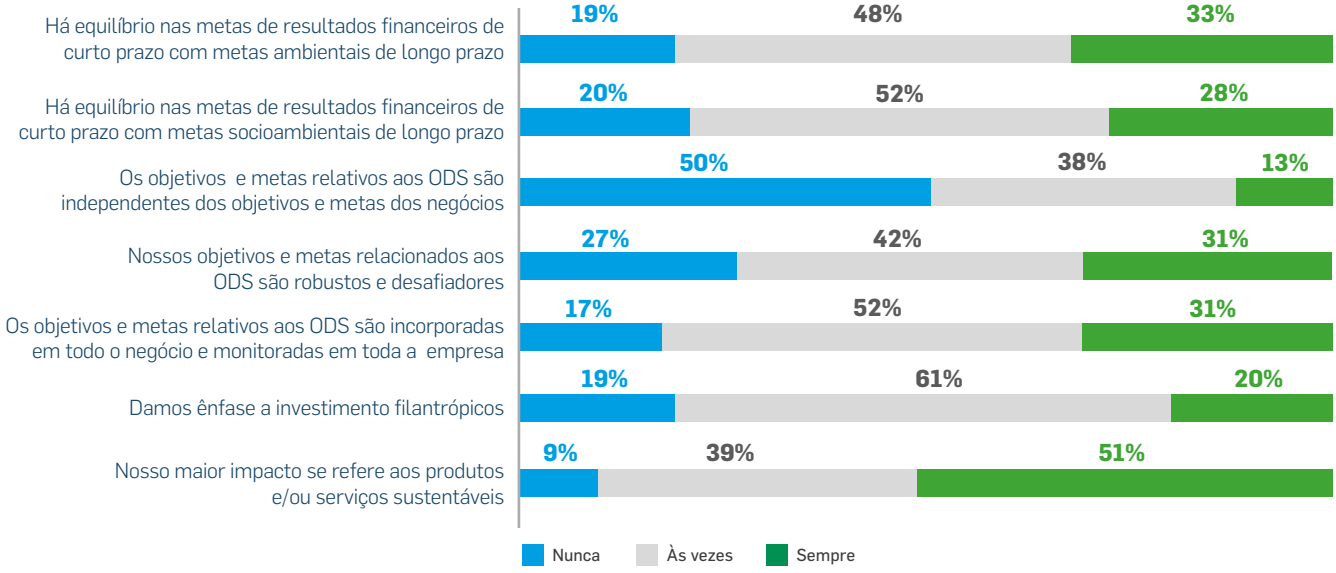
Na organização que trabalho a ambição pelos ODS é considerada:



GOVERNANÇA - OBJETIVOS, METAS, INCENTIVOS E DESEMPENHO

No que diz respeito à governança, muitas das empresas (52%) afirmam que seu maior impacto se refere aos produtos e/ou serviços sustentáveis. Outro resultado positivo é que os objetivos e metas relativos aos ODS não são independentes dos objetivos e metas do negócio em muitas empresas (50%).

Avalie as alternativas no contexto da organização que você trabalha



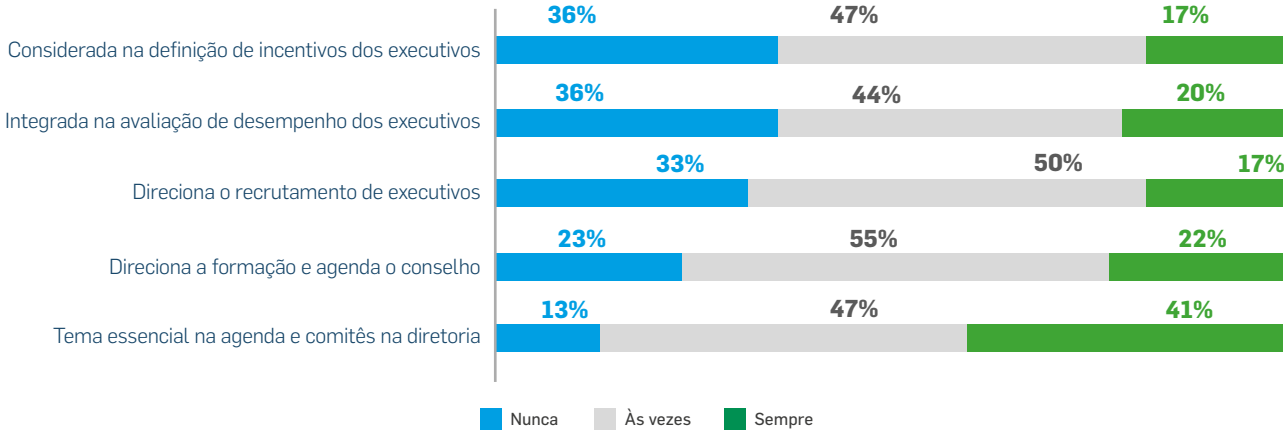
Uma oportunidade é tornar os objetivos e metas relativos aos ODS mais robustos e desafiadores, uma vez que hoje em dia eles não são para muitas das empresas (27%).

Outro ponto positivo é que a ambição pelos ODS é tema essencial na agenda da diretoria e tem direcionado também a composição e agenda do conselho.

No entanto, em muitas empresas a ambição pelos ODS ainda não é considerada na definição de incentivos dos executivos.

Fazer com que as empresas passem a considerar os ODS na definição dos incentivos dos executivos seria um passo importante para garantir a priorização desta agenda dentro das empresas.

A ambição pelos ODS é:

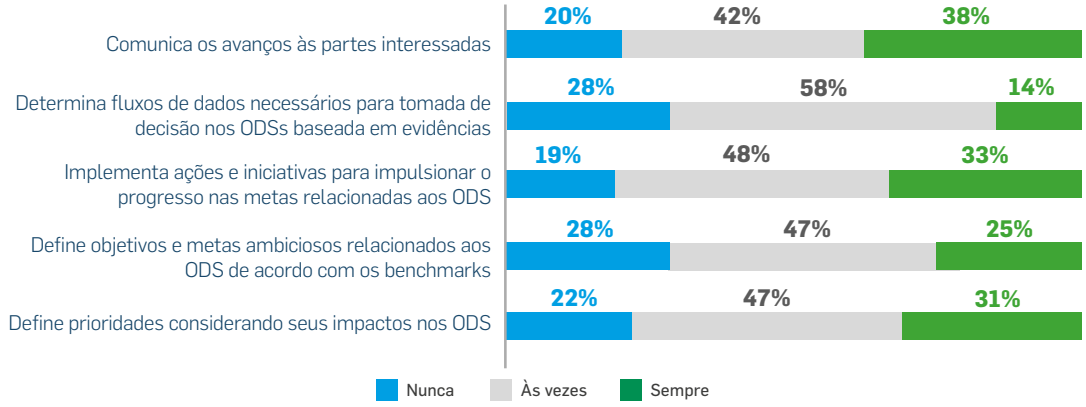


NÍVEL DE MATURIDADE PARA CONTROLE E COMUNICAÇÃO DOS RESULTADOS

As empresas estão mais maduras em comunicar os avanços às partes interessadas (38%). No entanto, elas estão menos maduras em determinar fluxos de dados necessários para tomada de decisão nos ODS baseada em evidências (28%), bem como em definir objetivos e metas ambiciosos relacionados aos ODS de acordo com os benchmarks (28%).

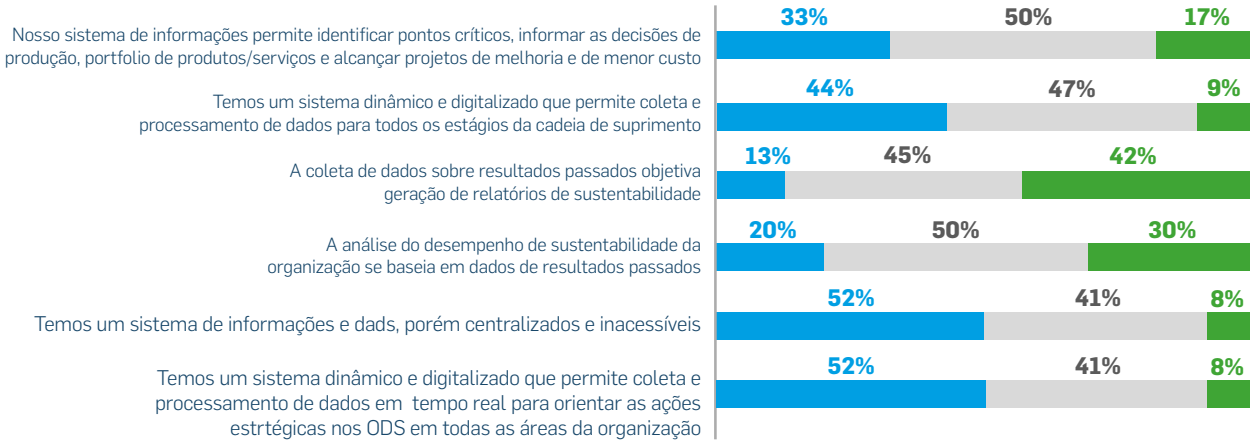
Isso mostra que o uso de evidências na tomada de decisão relativa aos ODS ainda é um desafio para as empresas.

Qual o nível de maturidade da sua organização em relação as ações abaixo?



Ainda relacionado ao controle dos resultados, em muitas empresas (42%) a coleta de dados sobre resultados passados objetiva geração de relatórios de sustentabilidade. Adicionalmente, grande parte das empresas (52%) não têm um sistema dinâmico e digitalizado que permita coleta e processamento de dados em tempo real para orientar as ações estratégicas nos ODS e em todas as áreas da organização. Desenvolver este tipo de sistema poderia representar um avanço importante em direção a melhorias, tanto no desenho de novas estratégias como na comunicação dos resultados.

Avalie as afirmativas sobre sistema de dados para avaliação de resultados e impactos relacionados aos ODS na sua organização



BOAS PRÁTICAS
Cases

A partir das análises realizadas na pesquisa quantitativa, foram definidas empresas representantes dos ODS elencados como prioritários neste ciclo do estudo, a saber: ODS 8 - Salário Digno (Empresa Schneider Electric) ; ODS 5 - Igualdade de Gênero (Empresa BRK) e ODS 13 - Ação Contra a Mudança Global do Clima (Empresa CBA). A empresa Afya foi selecionada para exemplificar uma empresa no início da jornada de implementação dos ODS.

Em seguida, foram realizadas entrevistas com as empresas selecionadas sobre os tópicos que formam a estrutura dos casos: 1. Estratégia ODS; 2. Implementação e Métricas; 3. Compromissos Assumidos e 4. Desafios e Oportunidades.

CASO SALÁRIO DIGNO
Empresa Schneider Electric

A EMPRESA

Como especialista global na gestão de energia e com operações em mais de 100 países, a Schneider Electric, um grupo multinacional francês, oferece soluções integradas para diversos segmentos de mercado, obtendo posições de liderança em energia e infraestrutura, processos industriais, automação predial, data centers/networks, bem como forte presença em aplicações residenciais.

1.Estratégia ODS

A Schneider Electric é signatária do Pacto Global desde 2016 e possui um time global de diversidade, equidade e inclusão que trata dos temas ligados aos ODS. Esse time tem como objetivo fornecer oportunidades iguais a todos em todos os lugares e garantir que todos os funcionários se sintam valorizados e seguros de forma única para contribuir com o seu melhor. Todas as premissas de sustentabilidade da empresa estão envolvidas nos valores da organização - em como as lideranças são avaliadas, como os times são montados, na proposição de valor em todos os processos e é parte dos compromissos de sustentabilidade.

A jornada de sustentabilidade da Schneider Electric começa oficialmente em 2006 com suas primeiras políticas, inicialmente focada na pauta de gênero e ampliando os temas com o passar do tempo. As estratégias de diversidade envolvem práticas inclusivas como licenças para cuidar da família, equidade de pagamento com base em gênero, treinamentos para lidar com viés oculto, flexibilização do local de trabalho etc. Além de existir uma preocupação com o acompanhamento de indicadores e metas relacionadas ao compromisso sustentável.

A partir do lançamento da Agenda 2030, iniciou-se todo um trabalho de vincular a estratégia e todas as atividades já realizadas na empresa a cada um dos ODSs existentes. Por exemplo, os 6 compromissos de longo prazo que a Schneider possui, são divididos em temas: clima, recursos, confiança, igualdade, gerações e localidades. Cada tema possui metas específicas a serem alcançadas e ligações específicas a determinado ODS. Por exemplo, o compromisso do clima possui a meta de reduzir as emissões de CO2 das operações dos 1.000 principais fornecedores em 50% - com ligação aos ODSs 7, 9, 11, 13 e 17. Assim, na planta de Cajamar, por exemplo, foi feita a contratação de um sistema logístico de bicicletas e veículos elétricos, a frota tem uso obrigatório de álcool como combustível, os fornecedores foram revistos para garantir reciclagem de embalagens etc. Outrossim, existe todo um trabalho da empresa focado no ODS 8 que envolve políticas de salário digno, como a aplicação de uma auditoria global a partir de 2019, em parceria com consultoria especializada, para checar as condições de salário digno na organização.

2. Implementação e métricas

Na empresa existe uma preocupação com acompanhamento de indicadores e metas relacionadas ao compromisso sustentável. Desde 2006 criaram o barômetro da sustentabilidade para definição de indicadores e metas, que foi evoluindo naturalmente ao longo do tempo, além de serem feitos acompanhamentos trimestrais e tomada de ações mínimas para garantir a execução de todas as ações propostas. Esse compromisso fez com que a empresa se posicionasse bem nos rankings de ESG globais, e o foco principal agora é liderar pelo exemplo e ser parte da solução na cadeia de valor.

Algumas métricas que são utilizadas pela Schneider para garantir uma força de trabalho diversa são principalmente indicadores que envolvem a quantidade de homens e mulheres na força de trabalho atual e em novas entradas; números sobre as gerações atuantes da empresa (porcentagem de baby boomers, geração X e Z e millenials); números de colaboradores que se enquadrem na condição de pessoas com deficiência, além de um movimento multi hub com metas de representação da comunidade local nos cargos.

Ademais, cada meta tem uma forma de cálculo e grau de alcance, e cada uma delas vira um dos elementos na remuneração variável, sendo cascateado em todos os níveis da empresa. Existem comitês especializados que reportam todos esses indicadores, por exemplo, como acontece com a contratação com base em gênero.

3. Compromissos assumidos sobre Salário Digno

A Schneider Electric possui uma política de salário digno bem estruturada. A partir de 2019, houve a aplicação de uma auditoria global, em parceria com consultoria especializada, para checar as condições de salário digno na organização. Em 2021, a metodologia foi revisitada trazendo novas problemáticas sobre o tema que se desdobraram em um maior enfoque na temática do living wage (devido a gaps na metodologia do cálculo, surgiram novos casos gerando maior discussão). Assim, o living wage se torna parte do conceito de remuneração justa e parte da estratégia de remuneração global da empresa.

Desse modo, a Schneider tem como meta para 2025 que 100% dos funcionários recebam pelo menos um salário digno e 100% dos fornecedores estratégicos ofereçam trabalho decente aos seus funcionários. Como principal abordagem do salário digno na empresa a Schneider prima por ter uma política clara, uma boa gestão dos indicadores, auditorias, identificação dos casos e seus respectivos ajustes necessários e um trabalho na parte da educação sobre o tema.

Ademais, uma vez por ano a consultoria global parceira analisa os dados de remuneração da empresa e traz uma devolutiva sobre o que precisa ser feito. A partir disso o RH faz o comparativo do que está sendo pago e do que deveria ser o living wage. Quando os gaps são identificados eles são endereçados para a localidade, o RH abre a análise do caso junto a administração local para checar porque esse gap ocorre e definir a medida corretiva necessária.

4. Desafios e oportunidades

As principais oportunidades relacionadas ao tópico de salário digno levantadas foram: a questão da coerência com os compromissos e parceiros, o uso de metodologias bem-conceituadas, senso de orgulho, clima e engajamento, retenção de colaboradores, atratividade, reconhecimento da marca, ganho de competitividade e um melhor posicionamento na bolsa de valores (preço das ações).

Os principais desafios sobre salário digno apontados são a dificuldade na definição de um critério de cálculo (como encontrar um consenso), a dificuldade de encontrar um padrão para ser utilizado na definição de um salário adequado para a realidade de cada país, além do desafio de estabelecer os parâmetros com clareza. Além disso, nem todos da empresa entendem a política, então divulgação interna faz-se necessária (conceito ainda muito restrito dos especialistas em remuneração).

Em relação a desafios da diversidade como um todo, e não somente salário digno, é importante ressaltar a questão de encontrar uma metodologia adequada de indicadores (até chegar num barômetro por exemplo), a definição de uma metodologia de equidade de pagamento e como vincular isso a aplicação do budget e trabalhar a consciência de uma diminuição do gap, mas ao mesmo tempo reconhecer os talentos e uma boa performance. Além disso, não só o grau de envolvimento da liderança em se apropriar do tema é desafiador, mas também a organização da rede de diversidade para que esta atue de forma produtiva e eficiente (não há um departamento de diversidade em si, então conta-se com uma rede virtual de pessoas que têm outras responsabilidades).

CASO EQUIDADE DE GÊNERO
Empresa BRK

A EMPRESA

A BRK é uma das maiores empresas privadas de saneamento do Brasil com investimentos em mais de 100 municípios do país, disponibilizando serviços que beneficiam mais de 16 milhões de pessoas. A empresa, que faz parte do grupo canadense Brookfield desde 2017, atua na gestão de serviço de água e esgoto e no desenvolvimento de outras diversas soluções ambientais no Brasil.

1. Estratégia ODS

A BRK é signatária do Pacto Global desde 2018. Em relação a pauta geral de sustentabilidade, um primeiro ponto de destaque é que a empresa já possuía estratégias e ações em curso, inclusive com algumas métricas definidas, antes mesmo do lançamento da Agenda 2030. Assim, no momento de lançamento oficial da Agenda, o primeiro passo foi entender e conectar as ações já praticadas com os respectivos ODS. Com o passar do tempo e aumento da compreensão dos ODS pela empresa, as metas foram revisadas e calibradas para aperfeiçoamento do direcionamento das ações de sustentabilidade da BRK.

Outro ponto relevante é o fato de não haver separação da estratégia de sustentabilidade como sendo de atingimento exclusivo da área específica que gerencia esta pauta na empresa. A estratégia de sustentabilidade é considerada como estratégia do negócio, impactando todas as áreas da empresa assim como as demais estratégias definidas (Ex.: estratégia de marketing, de finanças).

Já com relação a pauta de igualdade de gênero, especificamente, o ODS 5 - Igualdade de Gênero, a barreira inicialmente parecia muito alta, uma vez que a empresa está em um setor de mão de obra majoritariamente masculina e, portanto, inserida em uma cultura altamente masculinizada. A gestão de diversidade como um todo é um grande desafio, pois a percepção geral da empresa é a de que cerca 70% dos líderes não se sentem preparados para gerir profissionais PCD e LGBTQIA+, por exemplo. No entanto, o ponto chave que conduziu a BRK a se destacar nos avanços do ODS 5 foi a presença da CEO Teresa Vernaglia. Executiva com grande experiência e histórico relevante na carreira corporativa, Teresa incorporou a questão de gênero nas pautas da liderança executiva e na própria mudança de cultura pela qual a BRK passou, ao ser incorporada pela Brookfield em 2017.

2. Implementação e métricas

Para o processo de implementação, a primeira definição foi criar metas ou recalibrar as metas existentes que estivessem atreladas a um ODS. Por exemplo, a meta definida até então para utilização de energias renováveis, excedia o ano de 2030 e, portanto, foi ajustada para atender a Agenda 2030. Em seguida, à medida que as metas eram compartilhadas com a média gerência, eram também informados os ODS com os quais elas se conectam.

Foram utilizadas metodologias baseadas na IWA (International Water Association) para metas relacionadas à utilização de água e, futuramente, pretende-se utilizar o SBTI. Já para as metas de gênero, utilizou-se como referência o programa do Pacto Global "Equidade é Prioridade". Como próximo passo, a BRK pretende desenvolver uma análise de retorno de investimento e impacto alcançado das ações de sustentabilidade desenhadas.

Segundo a empresa, os maiores desafios que surgiram durante o processo de implementação da estratégia de diversidade foram: os debates gerados ao atrelar as metas de sustentabilidade à remuneração das pessoas e o processo de letramento que se fez necessário para a abordagem do tema. Tais desafios estão destacados no item IV deste material.

3. Compromissos assumidos (destaque) com Igualdade de Gênero

A BRK possui metas vinculadas a 3 ODS, porém já pratica iniciativas associadas a outros 10 Objetivos da Agenda 2030. Sua atividade fim, por si só, promove a universalização do saneamento básico, contida no ODS 6 – Água e Saneamento. Além deste, existem metas para o ODS 5 – Igualdade de Gênero e o ODS 13 – Ação contra Mudança Global do Clima. No entanto, a empresa pretende ter metas definidas para outros 10 ODS até o final de 2022, abrangendo então 13 dos

17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável com consistência.

A pauta de Igualdade de Gênero faz parte do Programa DiversifiK, que contempla também metas para as frentes de raça, LGBTQ+ e PCD. Com relação a Igualdade gênero, a BRK tem como meta:

- Ter 40% de mulheres em cargos de liderança e 30% de presença feminina em posições operacionais até 2024

Além da meta estabelecida, três programas podem ser destacados na empresa*:

- **Programa de aceleração de carreiras de lideranças femininas autodeclaradas negras ou pardas:** mulheres entram em uma fila diferenciada para promoção.
- **Programa Reinventar:** atualmente apenas 1% de mulheres trabalham como operadoras hidráulicas. Para tentar reverter esse cenário, a BRK, em parceira com o SENAI, treina e forma mulheres, majoritariamente refugiadas, como encanadoras e instaladoras hidráulicas.
- **Programa Máscara + renda:** com o objetivo de gerar renda para mulheres artesãs e costureiras e contribuir para a contenção da pandemia COVID-19, a BRK viabiliza a produção de máscaras de pano artesanais que são doadas às comunidades periféricas.

*(ver relatório anual de sustentabilidade para mais detalhes e outras iniciativas)

4. Desafios e oportunidades

Dentre os desafios enfrentados pela BRK durante a construção da estratégia de Sustentabilidade, mais especificamente na definição de metas e implementação dos programas de Igualdade de Gênero, 3 frentes se destacaram: (1) Falta de letramento; (2) Vieses Inconscientes; e, (3) Falta de ferramentas.

A falta de letramento impacta desde a liderança até as áreas operacionais e pôde ser notada ao longo de diversos passos implantados pela BRK. A começar pela confusão epistemológica, que gera inúmeras dúvidas para as pessoas em relação à sustentabilidade, ESG e ODSs. É preciso um esforço contínuo de comunicação para explicar cada um dos tópicos e como eles se conectam com a agenda de sustentabilidade da empresa. Na etapa de definição de metas e atrelamento à remuneração dos gestores, a falta de compreensão dos conceitos gerou contestação. Pessoas entendiam que eram obrigadas a contratar mulheres, por exemplo, mesmo que elas estivessem tecnicamente abaixo de candidatos homens na etapa final de recrutamento. Além disso, a preparação

da liderança tornou-se ponto chave para que as metas fossem alcançadas. Foi preciso persistência e consistência na comunicação para levar o letramento ao maior número de pessoas possível.

O segundo desafio, os vieses inconscientes, foi identificado como um detrator do atingimento das metas de igualdade de gênero dentro da empresa. Para enfrentá-lo, é necessário um esforço de treinamento e conscientização das pessoas, que demanda investimento e tempo. A BRK acredita que uma das melhores maneiras de combater os vieses inconscientes é via treinamentos de empatia, que promovam experiências em que gestores e demais colaboradores possam ter a chance de colocarem-se no lugar de outrem e identificarem seus próprios vieses. Por fim, o terceiro desafio identificado é a falta de ferramentas que contribuam para colocar em prática as ações de igualdade de gênero. Um exemplo trazido pela empresa é em relação ao processo de recrutamento e seleção às cegas. A falta de instrumental para deixar o processo 100% livre de vieses faz com que a empresa hoje trabalhe com um sistema híbrido, ou seja, com algumas etapas às cegas e as demais etapas via processo de recrutamento e seleção com identificação de candidatos, ainda podendo sofrer influência dos vieses.

A grande oportunidade oriunda do aprendizado adquirido pela BRK ao enfrentar os desafios citados é a promoção da diversidade via EMPATIA. O letramento de colaboradores, a preparação da liderança e o direcionamento de toda a empresa ao encontro da diversidade tem como chave para o sucesso o exercício de se colocar no lugar do outro. Assim, treinamentos sobre vieses inconscientes, comitês, discussões e demais ações para o alcance das metas de Igualdade de Gênero não seguem simplesmente cartilhas e horas de duração em salas de aula, mas sim, atividades de desenvolvimento de empatia nos colaboradores, compreendo o estágio de maturidade, os sentimentos e dúvidas de cada um deles.

CASO MUDANÇAS CLIMÁTICAS
Empresa CBA

A EMPRESA

Desde 1955, a CBA - Companhia Brasileira de Alumínio (CBAV3) produz alumínio de alta qualidade de forma integrada e sustentável. Com capacidade instalada para produzir 100% de energia vinda de hidroelétricas próprias, a CBA minera a bauxita, transforma em alumínio primário (lingotes, tarugos, vergalhões e placas) e produtos transformados (chapas, bobinas, folhas e perfis). Em estreita parceria com seus clientes, a CBA desenvolve soluções e serviços para os mercados de embalagens e de transportes, conferindo mais leveza, durabilidade e uma vida melhor.

1. Estratégia ODS

A CBA é signatária do Pacto Global desde fevereiro de 2020. Assim, ela tem adotado os ODS como parte importante de sua estratégia de sustentabilidade. A CBA considera aquilo que os ODSs propõem como o ponto de partida para as mudanças a serem realizadas em termos de sustentabilidade para o futuro. A empresa tem a ambição de se consolidar como uma referência em ESG – sigla para as frentes ambiental, social e de governança, em inglês – e um dos pontos centrais é a produção de alumínio de baixo carbono.

O modelo de negócio da CBA permite a produção integrada do alumínio, pelas diversas etapas nas quais a empresa atua – mineração, refinaria, eletrólise, reciclagem, fundição e transformação plástica. Da mesma forma, as ações de gestão, incluindo planejamento, orçamentação, governança, tomada de decisão até a estruturação de projetos, também consideram como critério de decisão, os aspectos materiais identificados anteriormente.

Todo o processo de gestão estratégica da sustentabilidade começa com o estudo de materialidade e a identificação da relação dos aspectos materiais com os ODS. Na sequência, foi elaborada a Estratégia ESG 2030 que considera os ODS priorizados, com destaque para o ODS 13 (referente à ação contra a mudança global do clima) e o ODS 5 (referente à igualdade de gênero). Também é importante destacar que a análise de materialidade é revista a cada dois anos, com o propósito de não excluir nenhum aspecto. Tudo isso é discutido por dois Comitês de Sustentabilidade: um executivo, cujo objetivo é assessorar a Diretoria na implementação da estratégia, e outro para reporte ao Conselho de Administração. Em ambos há a participação de um membro independente.

2. Implementação e métricas

Como apresentado acima, a CBA apresenta um processo de definição das estratégias de sustentabilidade/ESG já consolidado, que foi materializado na Estratégia ESG 2030, composta de 10 alavancas, 15 programas e 31 metas a serem atingidas até 2030, que são desdobradas em planos de ação específicos. Essa estratégia é o grande orientador das ações de longo prazo da organização. Uma das alavancas dessa Estratégia é a de Gestão de Mudanças Climáticas. Ela conta com um programa de Gestão de Emissões de Gases de Efeito Estufa, que tem como grande foco redução dessas emissões, mas que também possui metas de definição de uma trajetória de neutralização, adaptação e mitigação dos impactos negativos das mudanças climáticas. A implementação é feita por meio de ações específicas mapeadas anualmente. É exemplo dessas metas o uso de 100% de energia renovável rastreável.

Deve-se mencionar também dois outros pontos. Primeiro, que, dentro da cultura organizacional, o tema ESG é visto como estratégico para toda a organização. Assim, o processo de remuneração variável considera o desempenho obtido em vários critérios socioambientais. Em segundo lugar, a empresa reconhece que todo o processo de gestão tem levado a dois grandes benefícios: internamente, a disseminação do conhecimento ESG fortalece a motivação e senso de pertencimento dos empregados e empregadas; e externamente, com o objetivo de consolidar a reputação da empresa como referência em melhores práticas e melhor desempenho socioambiental.

Salas Fornos, da empresa CBA, onde ocorre o processo de eletrólise para obtenção do alumínio líquido. A tecnologia de alimentação dos fornos foi modernizada, o que contribui com a eficiência e a segurança operacional e com a redução de emissões de gases de efeito estufa nesta etapa do processo produtivo.

3. Compromissos assumidos com destaque para as Mudanças Climáticas

O alumínio tem um papel chave na transição para uma economia de baixo carbono, pois viabiliza novas tecnologias (ex: carro elétrico) e geração de energia renovável como a produção de painéis fotovoltaicos, além de ser infinitamente reciclável. Apesar disso, a fabricação desse metal é eletrointensiva e demanda o compromisso do setor com o enfrentamento das Mudanças Climáticas. Ciente disso, a CBA já fornece alumínio de baixo carbono. Com base no principal indicador do setor, toneladas de CO_2e por tonelada de alumínio líquido (etapa de eletrólise), o resultado da empresa é 2,66 enquanto a média mundial do setor é 12 t CO_2e/t alumínio líquido. A empresa ainda se compromete a reduzir as suas emissões em 40% até 2030, com base nos números de 2019, considerando a cadeia de seus produtos primários desde o processo de mineração. Por isso, assumiu compromissos com o clima por meio de iniciativas globais como Science Based Targets e TCFD.

Na prática, a CBA tem realizado projetos específicos para a redução das suas emissões, como por exemplo, a utilização de biomassa nas caldeiras de sua Refinaria de Alumina (óxido de alumínio) e a maximização da reciclagem por meio de uso de sucata de alumínio. A empresa também tem investido na modernização da tecnologia das Salas Fornos, onde ocorre o processo de eletrólise para obtenção do alumínio líquido.

Com relação aos aspectos sociais, destaca-se o grande esforço no tema de diversidade, equidade e inclusão. Compromissada com o fomento ao ingresso de mulheres na indústria, a empresa desenvolveu um programa em parceria com o SENAI para capacitação delas em atividades de mineração e metalurgia. O projeto piloto teve início em 2020 com cerca de 20 alunas formadas, expandindo para 253 em 2021, o que ajuda a empresa na busca pela redução da desigualdade de gênero (ODS 5), além de levar a mudanças graduais na própria cultura e estrutura da Organização.

4. Desafios e oportunidades

A empresa enxerga, ainda, alguns desafios que influenciam em objetivos relacionados à temática ESG. Na agenda climática, particularmente no que se refere à neutralidade das emissões ainda, existem barreiras tecnológicas, como o uso de anodo inerte na fabricação de alumínio primário, cuja tecnologia está em desenvolvimento pelo setor.

Além disso, como o alumínio se trata de um produto tipicamente utilizado em negócios B2B, ou seja, entre indústrias, e com características técnicas muito específicas, a comunicação e a tradução do que a empresa tem realizado demanda uma linguagem mais humanizada e acessível a todos os públicos.

Por outro lado, com relação a oportunidades, mudanças em políticas públicas poderiam facilitar e incentivar os projetos que são orientados à melhores desempenhos socioambientais da indústria. Dessa forma, não só poderia se aumentar a competitividade como também a contribuição do setor para o desenvolvimento sustentável.

ENTREVISTA CBA

Leandro Campos De Faria – *Gerente Geral de Sustentabilidade*
Raquel Martins Montagnoli – *Coordenadora de Sustentabilidade*
Bruna Azevedo Di Monaco Zuquim – *Consultora de Comunicação*

CASO JORNADA PELOS ODS
Empresa Afya

A EMPRESA

A Afya é o maior grupo de educação médica do Brasil. Composta por instituições de ensino que auxiliam a formação do médico desde a graduação até a sua última especialização, a Afya também incorporou serviços digitais, de suporte à rotina do médico, estratégia já prevista, mas acelerada no início da pandemia, dada a nova dinâmica, importa aos atendimentos de saúde. Em várias cidades onde opera seu curso de Medicina, a Afya é principal parceira do SUS, chegando a responder por 80% dos atendimentos gratuitos para a população.

1.Estratégia ODS

A Schneider Electric é signatária do Pacto Global desde A Afya é signatária do Pacto Global desde 2020. Apesar do pouco tempo de afiliação, a empresa tem buscado ancorar suas estratégias de sustentabilidade nos ODS. Isso é proporcionado pelo fato do planejamento estratégico e o planejamento de sustentabilidade serem construídos separadamente, mas de maneira alinhada, reforçando as sinergias.

Inicialmente, ao selecionar os ODS relacionados com a organização, 12 dos 17 foram escolhidos. Tais escolhas foram baseadas nas características do negócio do grupo Afya, que atua em duas vertentes muito relevantes para o desenvolvimento sustentável: a saúde e a educação, que têm interfaces com vários outros ODS. Com um melhor entendimento do processo, com o apoio das ferramentas da capacitação “Ambição pelos ODS” foi possível ainda perceber a necessidade de refinamento para ter foco mais claro no desenvolvimento das ações.

2. Implementação e métricas

Duas formas principais de acompanhamento rotineiro são utilizadas para garantir a internalização das temáticas relacionadas com o desenvolvimento sustentável. Uma é a “Comissão de sustentabilidade”, criada para que cada unidade se reporte a ela. E o chamado “Comitê de Gente & ESG”, que se reporta ao Conselho de Administração, e por meio de reuniões mensais, acompanha e direciona as diretrizes gerais para o grupo.

Em 2021, a área de Relações com Investidores passou a divulgar trimestralmente, junto com os resultados financeiros do grupo (que tem capital aberto na Nasdaq), indicadores ESG.

A criação dos indicadores de desempenho ESG tem sido baseada no GRI; no entanto, também ocorre a inclusão de indicadores indicados pela Comissão de Sustentabilidade ou por demanda de diferentes stakeholders, como os investidores, o MEC ou das próprias unidades internas, levando a uma maior customização na avaliação do desempenho da organização. No total, cerca de 126 indicadores são monitorados pelo sistema de gestão geral do grupo, chamado Plano, o que possibilita uma maior rastreabilidade dos resultados. Esse sistema é alimentado por vários departamentos, mas monitorado rotineiramente pela Gestão da Qualidade. Uma ferramenta externa contratada (sistema ARCA) extrai os indicadores relacionados com o ESG do sistema Plano, o que permite configurar as informações para o Relatório Anual do grupo.

Ademais, em 2022, gestores como o CEO, o CFO e diretores de diversas áreas passam a ter suas metas atreladas aos KPIs do projeto estratégico ESG. Assim, a remuneração desses cargos está atrelada ao desenvolvimento desses indicadores e metas ESG, levando a um maior comprometimento com esses temas. A porcentagem da remuneração que depende do desempenho desses indicadores varia de acordo com a relação do cargo com o ESG, variando desde 10% até 50%. A ideia é que isso seja expandido para o restante da organização, deixando cada vez mais tangível para os colaboradores a importância das metas ESG.

3. Compromissos assumidos

Após a participação no curso de Ambição pelos ODS, a mobilização interna para os temas relacionados tem sido crescente. Prova disso foi a decisão da Afya de assumir seu primeiro Compromisso Público no ODS

5 (Equidade de Gênero). A meta é ter ao menos 50% de mulheres em cargos de gestão até 2030. Essa meta foi validada pelo Comitê de Gente e ESG (antes chamado de Gente e Cultura) e aprovada no Conselho de Administração, demonstrando a disposição da alta liderança com esse avanço.

4. Desafios e oportunidades

Como o grupo Afya possui diversos tipos de organizações em sua rede, com atuação em diversas cidades brasileiras e que ainda cresce de forma contínua, a criação de uma cultura organizacional unificada para o grupo torna-se um grande desafio. Em 2019, iniciou-se um esforço de construir um senso institucional relacionado à sustentabilidade e a intenção é isso se consolidar cada vez mais.

Destaca-se, neste cenário, que a Universidade Corporativa Afya (UCA) possui um papel muito relevante na unificação do entendimento acerca de diversos temas e projetos, inclusive sustentabilidade. No final de 2021 foi lançado na grade da UCA um curso sobre ESG, que deve ser obrigatoriamente feito por todos os colaboradores, desde os administrativos até os acadêmicos. Não fazer os cursos obrigatórios significa receber uma penalização no PLR.

Por outro lado, em função do seu escopo, abrangência e das próprias atividades-fim, saúde e educação, percebe-se que há uma grande oportunidade para o grupo no papel de indutor do desenvolvimento sustentável.

ENTREVISTA AFYA

Cintia Moraes Marin – *Diretora de Comunicação Institucional e Sustentabilidade*

Considerações finais

Percebemos um avanço significativo na priorização dos ODS por parte das empresas quando comparamos os resultados deste ano com os do relatório anterior. Agora a maioria das empresas está seguindo o direcionamento do SDG Compass e priorizando os ODS considerando os impactos positivos e negativos que gera.

Outro importante avanço com relação ao último relatório diz respeito ao quão maduras as empresas estão nas fases de integração dos ODS. A maioria das empresas já está na fase de integração dos ODS às estratégias do negócio.

Por outro lado, há uma oportunidade em desdobrar estes desafios para toda cadeia de valor. Sabemos que os impactos negativos gerados pelas empresas estão distribuídos em toda cadeia e em alguns setores, os impactos na cadeia são maiores do que os da empresa em si. Portanto, há espaço para melhorar os objetivos e metas relativos aos ODS tornando-os mais robustos e desafiadores.

Um outro desafio é o uso de evidências na tomada de decisão relativa aos ODS ainda é um desafio para as empresas. Uma razão para isto pode ser o fato de que grande parte das empresas não tem um sistema dinâmico e digitalizado que permita coleta e processamento de dados em tempo real para orientar as ações estratégicas nos ODS em todas as áreas da organização.

ANEXO A:
Referências

Sites e publicações para apoiar as empresas na integração os ODS em suas estratégias:

SDG Compass – Guia de integração dos ODS na estratégia empresarial

Lançado em 2015, o guia aborda os 5 passos para integração dos ODS na estratégia empresarial. O documento é considerado uma publicação fundamental e básica para a atuação empresarial com os ODS, independentemente do porte e setor de atuação da empresa. O guia também é customizável para ONGs e agências governamentais.

Publicação em português:
www.pactoglobal.org.br/publicacoes-rede-brasil/

Publicação em inglês:
www.sdgcompass.org/download-guide/

Site interativo (em inglês):
www.sdgcompass.org/

Business Reporting on the SDGs: Uma Análise dos Objetivos e Metas

Lançado em 2017, documento é um inventário de indicadores empresariais para os ODS. Desenvolvido por um grupo de especialistas, empresas e redes locais do Pacto, o documento levou 8 meses para ficar pronto e traz uma análise completa de indicadores por cada meta de ODS, identificando os gaps existentes.

Publicação em português:
www.pactoglobal.org.br/publicacoes-rede-brasil/

Publicação em inglês:
www.unglobalcompact.org/library/5361

In Focus: Addressing Investor Needs in Business Reporting on the SDGs

Lançado em 2018, documento traz recomendações de como o reporte empresarial nos ODS pode endereçar as necessidades dos investidores. (versão em inglês)

Publicação em inglês:
www.unglobalcompact.org/library/5625

Integrating the Sustainable Development Goals into Corporate Reporting: A Practical Guide

Lançado em 2018 o guia prático traz um importante alinhamento com Direitos Humanos (UN Guiding Principles on Business and Human Rights) e se aprofunda no processos de análise de impacto, necessário para a priorização dos ODS na estratégia. (versão inglês)

Publicação em inglês:
www.unglobalcompact.org/library/5628

Blueprint for Business Leadership on the SDGs

Lançada em 2017 a publicação tem o objetivo de inspirar lideranças empresariais (de qualquer porte e segmento) a tomarem decisões em prol dos ODS. O material traz as 5 qualidades da lideranças e exemplos de ações empresariais dentro de cada um dos ODS.

Publicação em inglês:
www.unglobalcompact.org/library/5461

Site interativo (em inglês):
www.blueprint.unglobalcompact.org/

Observação: as traduções do **In Focus: Addressing Investor Needs in Business Reporting on the SDGs** e do **Integrating the Sustainable Development Goals into Corporate Reporting: A Practical Guide** estarão disponíveis em .

ANEXO B:
Empresas participantes

Sobre nós

Rede Brasil do Pacto Global

Com mais de 13 mil membros em 170 países, o Pacto Global das Nações Unidas é a maior iniciativa em cidadania corporativa do mundo. Com escritório central em Nova York, foi idealizado pelo ex-secretário-geral da ONU Kofi Annan em 2000 com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial para a adoção e promoção, em suas práticas de negócios, dos Dez Princípios universalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Com o lançamento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que que abrangem os 10 Princípios, o Pacto Global da ONU também assume a missão de engajar o setor privado com esta nova agenda, consolidando as empresas como uma peça essencial nesta engrenagem.

Fundada em 2003, a Rede Brasil do Pacto Global da ONU representa hoje a 3ª maior rede local do mundo e a maior das Américas, com mais de 800 membros. Atuando em parceria com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), está sob a gestão de um comitê com mais 40 organizações de referência em sustentabilidade e empresas líderes em setores estratégicos para a economia brasileira. A atual diretoria é composta por Itaú (presidência), BM&FBOVESPA, CPFL Energia, Enel e BASF.

PRME Brasil

O PRME é uma plataforma global das Nações Unidas (ONU) de engajamento voluntário para as escolas de negócios e outras instituições de ensino superior. Uma organização que adere ao PRME manifesta a sua convicção de que as instituições acadêmicas, por meio da integração de valores universais no currículo e pesquisa, podem contribuir para um mercado global mais estável e inclusivo, ajudando a construir sociedades prósperas e bem-sucedidas.

O PRME Chapter Brazil, é um grupo voluntário composto por instituições de ensino, universidades corporativas e organizações de suporte localizadas no Brasil, que compartilham da visão sobre formar lideranças responsáveis, preparadas para atuar no novo paradigma da sustentabilidade.

www.prmebrazil.com.br/

Créditos

Desenvolvimento do Questionário

Profa. Priscila Borin Claro
Professora Associada Insper e Líder do Núcleo de Sustentabilidade e Negócio do Insper

Profa Adriana Cristina Ferreira Caldana
Professora Associada FEA-RP/USP e Líder do Grupo de Pesquisa GOLDEN for Sustainability/Chapter Brazil

Prof. Flavio Hourneaux Jr
Professor Doutor FEA-USP e Presidente do Capítulo Brasileiro do PRME

Gabriela Rozman
Head de Pesquisa e Conteúdo Rede Brasil do Pacto Global

Pesquisa e análise

Profa. Priscila Borin Claro

Nathalia Ramajo Esteves
Doutoranda em Business Economics no Insper

Pesquisa qualitativa e Desenvolvimento dos Casos

Profa Adriana Cristina Ferreira Caldana

Prof. Flavio Hourneaux Jr

Cristiana Lara Cunha
Doutoranda em Administração na FEA-USP

Denise Bonifácio
Mestranda em Administração de Organizações na FEA-RP/USP

João Henrique Paulino Pires Eustachio
Doutorando em Administração de Organizações na FEA-RP/USP

Julia Mitsue Vieira Cruz Kumasaka
Doutoranda em Administração na FEA-USP

Yana Medeiros Guimarães
Bacharel em Administração na FEA-RP/USP

Desenvolvimento do Relatório

Profa. Priscila Borin Claro

Profa Adriana Cristina Ferreira Caldana

Prof. Flavio Hourneaux Jr

Gabriela Rozman

Nathalia Ramajo Esteves

Projeto gráfico e design
Equipe Pacto Global
Gabriela Rozman

Endereços eletrônicos

www.linkedin.com/in/pactoglobalbr

www.facebook.com/pactoglobalbr/

twitter.com/pactoglobalbr

www.youtube.com/channel/UCuAgAFLt-TKdV2s0BX3zGLA

www.pactoglobal.org.br

www.unglobalcompact.org

Pacto Global
Rede Brasil

APOIADORES INSTITUCIONAIS:

aegea

Klabin

MRV