

Rumo à **Credibilidade 2010**



Detalhes da publicação

Rumo à Credibilidade: Uma pesquisa de relatórios de sustentabilidade no Brasil. Uma publicação do programa *Global Reporters*. Segunda Edição 2010.

Time do Projeto

SustainAbility

Coordenador

Jean-Philippe Renaut

Equipe de redação

Yasmin Crowther (editora)

Mark Lee

Jean-Philippe Renaut

Pesquisadora

Alicia Ayars

Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável - FBDS

Coordenadora

Clarissa Lins

Equipe de redação

Gabriela Este

Clarissa Lins

Pesquisadoras

Juliana Velloso

Fabiana Moreno

Iaci Lomonaco

Coordenação Editorial

Líliá Giannotti / DaGema Comunicação

Revisão

Aimée Louchard

Tradução

Leda Maia

Design

Chris Lima / Evolutiva Estúdio

Assistentes de Design

Felipe Peregrino e Rebecca Faertes / Evolutiva Estúdio

Impressão

Gráfica Nova Brasileira

Declaração

Em benefício da plena transparência, relacionamos a seguir as empresas citadas em **Rumo à Credibilidade 2010** que são ou foram clientes da SustainAbility e/ou da FBDS:

- Banco Itaú

- Light

- Natura

- Vale

Conselho Consultivo da Pesquisa

Celso Funcia Lemme

Cristina Montenegro

Glaucia Terreo

Hélio Mattar

Pedro Mäder Meloni

Direitos Autorais

© 2010 SustainAbility LTD, Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS) e Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma).

Todos os direitos reservados. Essa publicação pode ser reproduzida total ou parcialmente, desde que para fins educacionais e não-lucrativos, sem permissão especial dos detentores dos direitos autorais. No entanto, FBDS, SustainAbility e PNUMA gostariam de receber uma cópia de toda publicação que use esse relatório como fonte. Nenhum uso dessa publicação pode ser feito para revenda ou qualquer outro propósito comercial, a não ser com permissão por escrito dos detentores dos direitos autorais.

ÍNDICE

Rumo à Credibilidade

Prefácio	05
Sumário Executivo	06
Introdução	10
Incentivos aos Relatórios: a Turbulência Perfeita	13
A Pesquisa	15
Principais Destaques	19
Detalhamento do Resultado	24
Governança e Estratégia	25
Gestão	30
Apresentação do Desempenho	33
Acessibilidade e Verificação	36
Conclusões e Recomendações	40



PREFÁCIO

Dois anos após a primeira pesquisa *Global Reporters* realizada no Brasil, em 2008, a SustainAbility tem o prazer de, em parceria com a Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável - FBDS, publicar a sequência: **Rumo à Credibilidade 2010**.

Os anos que se seguiram desde a primeira edição foram tumultuados – testemunhamos eventos globais que abalaram o sistema financeiro internacional e todos aqueles que dele dependem. Em seguida, vimos países e sociedades envolvidos em complexos debates sobre como reestruturar uma ‘nova economia’ que pudesse emergir de maneira mais sólida, resistente, justa, transparente e inteligente, diante de tantos desafios mundiais no campo da sustentabilidade, aí incluídas as mudanças climáticas e a inclusão social. Embora não existam respostas simples, o setor privado vem desempenhando o papel dele e buscando de forma ativa administrar riscos e encontrar soluções inovadoras que tragam valor sustentável às sociedades e também aos mercados.

Embora o Brasil tenha até hoje saído relativamente incólume da crise econômica global dos dois últimos anos, o país ainda enfrenta desafios como a inclusão social, o desmatamento e a conservação da biodiversidade. Enquanto muitas economias mundiais enriquecem com a exploração dos próprios recursos naturais, o Brasil busca encontrar um modelo alternativo que faça desenvolvimento e sustentabilidade caminharem lado a lado, em que as empresas brasileiras desempenhem um papel fundamental. O rápido crescimento dos mercados de energia limpa do país e a maior participação das empresas brasileiras no aprimoramento do próprio desenvolvimento sustentável – e a forma como são reportados – são indícios de que o modelo está começando a funcionar.

O volume de empresas qualificadas para participar da pesquisa deste ano – o dobro de 2008 – reflete o entusiasmo com que muitos empresários brasileiros estão acolhendo os desafios representados pela produção de relatórios sobre sustentabilidade. Embora os resultados da pesquisa revelem uma forte polarização e a existência de espaço para melhorias, confiamos que o entusiasmo intrínseco que até agora alimentou tantas empresas brasileiras venha a fazer com que estas avancem ainda mais na busca incessante das melhores práticas e sirvam de exemplo para o resto do mundo.

Esperamos que **Rumo à Credibilidade 2010** constitua-se em poderoso recurso para todas as empresas brasileiras e para outros atores ativos e interessados no trabalho em parceria conosco, visando a contribuir para a formação de um mundo mais sustentável.

Mark Lee e Gary Kendall

Diretores Executivos da SustainAbility

Israel Klabin

Presidente do Conselho Curador da FBDS



Rumo à
Credibilidade

SUMÁRIO EXECUTIVO

Rumo à Credibilidade 2010 dá sequência ao nosso relatório de 2008 com informações sobre sustentabilidade no Brasil, o primeiro de uma série da *Global Reporters* focado nas tendências de prestação de contas em um determinado país. **Rumo à Credibilidade** constitui a mais recente publicação da Série *Global Reporters*, da SustainAbility, divulgada desde 1993.

Padrão mais elevado

Após a análise das empresas selecionadas este ano, temos a satisfação de apontar a **Natura** como detentora do relatório com o melhor desempenho do Brasil, com 65%, demonstrando uma importante vantagem com relação à segunda colocada, **Sabesp**, com 51%. Os resultados da **Natura** apresentam significativa melhora em relação ao desempenho anterior de 54%, em 2008. Se observarmos a pontuação do 10º colocado, os resultados também acusam um crescimento de 7% - de 35% em 2008 para 42% este ano. Esta melhoria geral indica que os principais atores brasileiros estão elevando o padrão em uma área que apresentou duas vezes mais participantes este ano do que em 2008, evidenciando um avanço e um ritmo crescente nos resultados, ultrapassando o resto do mundo.

Presença dos Setores de Energia e Mineração

Os *Top 10* incluem um número significativo de empresas de energia, refletindo tanto os requisitos regulatórios quanto as iniciativas setoriais voluntárias existentes para incentivar a produção de relatórios de sustentabilidade. A **Vale**, uma das maiores empresas mineradoras do mundo, aparece pela primeira vez entre os *Top 10* este ano.

Baixas no Setor Financeiro

De modo geral, o Brasil saiu-se relativamente bem da crise financeira e está experimentando um fluxo de investimentos estrangeiros e um crescimento que, por sua vez, contribuem para aumentar a demanda por informações e relatórios de sustentabilidade. Apesar disso, nem todas as empresas saíram ilesas. Para a

Global Reporters deste ano, a ausência do Banco Real representou uma perda de peso. Antes um líder no setor e no âmbito geral, assegurando a 4ª posição em 2008, a empresa enfrentou, desde então, uma mudança no controle acionário, sendo adquirido pelo banco espanhol Santander. Ocorreu, ao mesmo tempo, um declínio na qualidade de seus relatórios de sustentabilidade, ocasionando a perda de posição e a ausência total na *shortlist* desta edição da pesquisa. Por outro lado, o **Itaú**, mesmo após a fusão com o Unibanco, ocupa hoje o 7º lugar, sendo responsável por manter a presença do setor financeiro entre os *Top 10*.

Ainda há espaço para melhorias

Embora a **Natura** tenha certamente elevado o padrão deste ano, a maior parte das empresas brasileiras – até mesmo as que figuram entre as *Top 10* – apresentaram um desempenho global apenas mediano em comparação com as equivalentes internacionais, não deixando assim espaço para condescendência. A metodologia da *Global Reporters* examina quatro principais dimensões de um relatório de sustentabilidade (*ver página 8*) e os resultados no Brasil evidenciam claramente que há um caminho aberto para o aprimoramento em todas as frentes nos próximos anos.

Figura 1 - Quem é quem entre os Top 10

Classificação 2010	Classificação 2008	Pontuação (%)	Setor	Faturamento líquido (em bilhões de R\$)	Número de empregados	Áreas de operação	GRI	ISE ^[1]	DJSI ^[2]	Ano do relatório
1. Natura	1	65	Cosmético	4,2	6.260	Brasil + 7 países*	A+	✓	✗	2009
2.Sabesp	7	51	Saneamento	6,7	15.103	Brasil	B	✓	✗	2009
3.Celulose Irani	8	50	Papel	0,4	1.756	Brasil	A+	✗	✗	2009
4. EDP	6	49	Energia	4,6	2.008	Brasil	A+	✓	✗	2009
5. Vale	-	46	Mineração	24,4 ^[3]	140.600	Brasil + 33 países**	A+	✗	✗	2009
6. Coelce	3	45	Energia	1,9	9.150	Brasil	A	✓	✗	2008
7. Itaú	10	44	Financeiro	608,3 ^[4]	102.000	Brasil + 11 países***	A+	✓	✓	2009
8. Ampla	3	43	Energia	2,5	8.272	Brasil	A	✗	✗	2008
9.Even	-	42	Construção	0,8	1.174	Brasil	C	✓	✗	2008
9. Light	-	42	Energia	5,4	3.694	Brasil	A	✓	✗	2009

[1] Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBovespa

[2] Dow Jones Sustainability Index

[3] Informação conforme o USGAAP

[4] Total de ativos consolidados

* Américas e Europa

** Ao redor do mundo

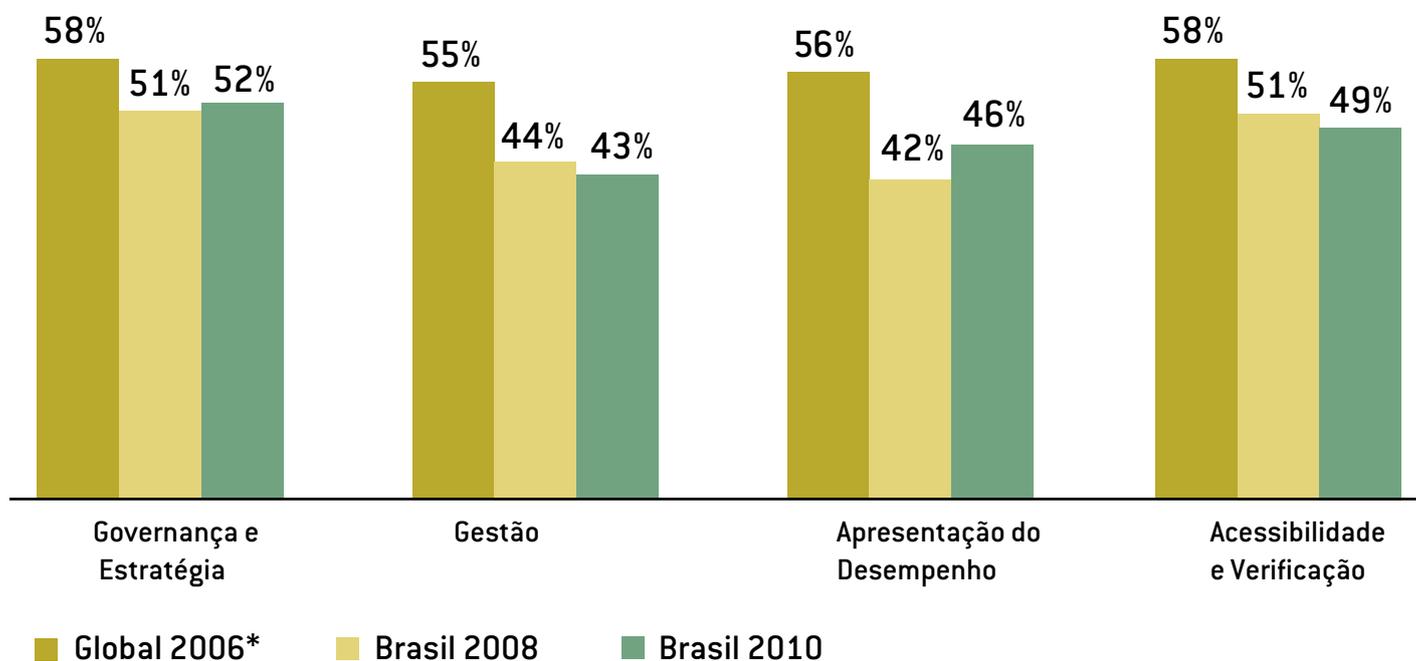
*** Américas, Europa e Ásia

“No futuro, esperamos que as empresas abordem outras questões em seus relatórios, como mudanças climáticas e uso ou perda de biodiversidade, tendo em vista o potencial impacto na estratégia de negócio. Igualmente importante é que as empresas comecem a valorar os bens e serviços ambientais utilizados no processo produtivo de maneira a mensurar sua contribuição para uma economia sustentável e de baixo carbono.”

Cristina Montenegro

<p>Governança e Estratégia</p>	<p>Os relatórios alcançaram as maiores pontuações nesta dimensão, embora ainda haja espaço para aperfeiçoar o rigor de muitas avaliações de materialidade, visando identificar um conjunto determinado – em lugar de uma enorme enxurrada – de questões de alta relevância.</p> <p>Muitas empresas poderiam fornecer informações mais equilibradas sobre êxitos e fracassos, bem como poderiam melhor demonstrar de que forma a sustentabilidade está sendo integrada à sua atividade central, de modo a proteger, aumentar e gerar valor.</p>
<p>Gestão</p>	<p>As pontuações foram baixas nesta dimensão em 2008, e ligeiramente piores em 2010. Os relatórios precisam dedicar cuidado e consideração contínuos à informação sobre como suas organizações funcionam e se engajam – interna e externamente – para permitir a implementação de suas estratégias de sustentabilidade e para assegurar aprendizado, adaptação e aprimoramento permanentes.</p>
<p>Apresentação do Desempenho</p>	<p>Embora a média das pontuações nesta dimensão represente uma pequena melhora em relação a 2008, constatamos uma ampla polarização nos resultados. Apesar de muitos relatórios terem aperfeiçoado a forma de apresentação do desempenho em termos de questões materiais. Poderiam ainda melhorar no que diz respeito à incorporação de metas, ou seja, indicar se foram atingidas e se as lições foram aprendidas.</p>
<p>Acessibilidade e Verificação</p>	<p>Verificou-se ampla variação nas pontuações nesta dimensão, tendo a Natura alcançado 81%, em comparação à nota mais baixa entre os <i>Top 10</i>, de 31%. Existem práticas bem avançadas no Brasil, mas alguns relatórios ainda não fornecem qualquer tipo de verificação externa, o que precisa ser melhorado para estabelecer e garantir a credibilidade dos relatos.</p>

Figura 2 – Pontuação média por seção



*The Global Reporters 2006 Survey of Corporate Sustainability Reporting: classificou os 50 melhores relatórios do mundo

Conclusão

As empresas brasileiras estão, sem dúvida, na liderança mundial em termos de entusiasmo e de quantidade de reportes com os quais estão ingressando e atuando na área de relatórios de sustentabilidade. No entanto, o ritmo de crescimento e o volume de novos atores também significam que a qualidade do desempenho encontra-se extremamente polarizada. Neste ponto, existem poucos relatórios maduros de empresas com sede no Brasil. Essa situação não é de todo negativa, e cria um ambiente bastante animador e dinâmico.

O desafio para muitos relatórios brasileiros, portanto, parece ser duplo. Por um lado, as empresas precisam continuar a desenvolver e consolidar boas e melhores práticas, e a aprender – e contribuir – com as lideranças dos relatórios globais pelo mundo. Por outro lado, à medida que os relatórios evoluem, precisam evitar o conservadorismo e manter o entusiasmo, juntamente com a capacidade de ultrapassar fronteiras e criar novas "melhores práticas".

Os relatórios de sustentabilidade – como ocorre com todas as comunicações modernas – encontram-se na era digital global, na qual o ritmo das mudanças provocadas pelas novas mídias, as redes sociais e os avanços tecnológicos não têm precedentes. Os resultados ainda se desenrolam diante de nossos olhos, mas uma coisa é certa: os relatórios de sustentabilidade sofrerão muitas transformações no futuro, e apenas as empresas que mantiverem uma atitude aberta, ágil, criativa e competente em relação às estratégias de prestação de contas irão prosperar.



INTRODUÇÃO

A presente publicação é a sequência da nossa pesquisa original de 2008 sobre relatórios de sustentabilidade no Brasil. Os dois anos seguintes testemunharam os altos e baixos dramáticos e imprevisíveis que se abateram sobre o sistema financeiro mundial e os destinos das economias e das empresas nacionais. As discussões de questões fundamentais ligadas à sustentabilidade – mudanças climáticas, água, biodiversidade, segurança alimentar, pobreza e desigualdades – ganharam evidência. Entre um sem-número de eventos, vimos cada vez mais governos promoverem ‘acordos verdes’ como cenário central de esforços na busca da recuperação econômica; testemunhamos condições climáticas extremas causarem desastres nunca vistos em várias partes do mundo. Observamos, ainda, o IPCC¹ enfrentar os desafios interpostos à sua integridade científica e vimos os parcos resultados das discussões sobre mudanças climáticas em Copenhague frente às expectativas e às necessidades.

Em meio a essa tormenta, contudo, o Brasil continuou a escrever o próprio enredo. Enquanto a maioria dos países desenvolvidos se preocupa com seu elevado nível de endividamento e o fraco crescimento econômico, após uma recessão breve e relativamente superficial, a economia brasileira (pelo menos até a publicação deste relatório) está, ao que parece, alçando vôo: as previsões de crescimento estão na

casa dos 8%; o índice de desemprego é um dos mais baixos da história; os bancos estão bem capitalizados; as vendas no varejo e a confiança dos consumidores estão crescendo, juntamente com a entrada de capital estrangeiro².

Embora o país ainda padeça de uma grande desigualdade social, está, ainda assim, obtendo melhorias no que se refere a certos índices fundamentais – como o coeficiente de GINI e os índices de analfabetismo³.

A história demonstra que crescimento e desenvolvimento raramente vêm desacompanhados de graves consequências para o meio ambiente, e o Brasil ainda luta contra o desmatamento e o aumento da demanda por energia. Apesar disso, vem conquistando liderança internacional e comprometimento em muitas áreas ligadas à sustentabilidade. Em recente entrevista publicada na imprensa internacional⁴, Gilberto Câmara, diretor geral do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), descreveu o país como sendo ‘a economia do conhecimento natural’. Ele explica como a aplicação de idéias e de tecnologia está promovendo o valor de muitos produtos básicos do país, e cita os biocombustíveis como exemplo de um setor em que as pesquisas no Brasil (neste caso na produção de etanol de cana de açúcar e biodiesel) ocupam uma posição de liderança mundial.

1. www.ipcc.ch

2. *The Financial Times* – ‘Boa fortuna ajuda a fortalecer a economia brasileira’ (*Good fortune helps strengthen Brazil's economy*) – 28 de junho de 2010

3. PNAD/2009: www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2009/default.shtm

4. *The Guardian* – Brasil pode tornar-se uma superpotência ambiental (*Can Brazil become an environmental superpower*) – 5 de agosto de 2010 - www.guardian.co.uk/environment/2010/aug/05/brazil-environmental-superpower

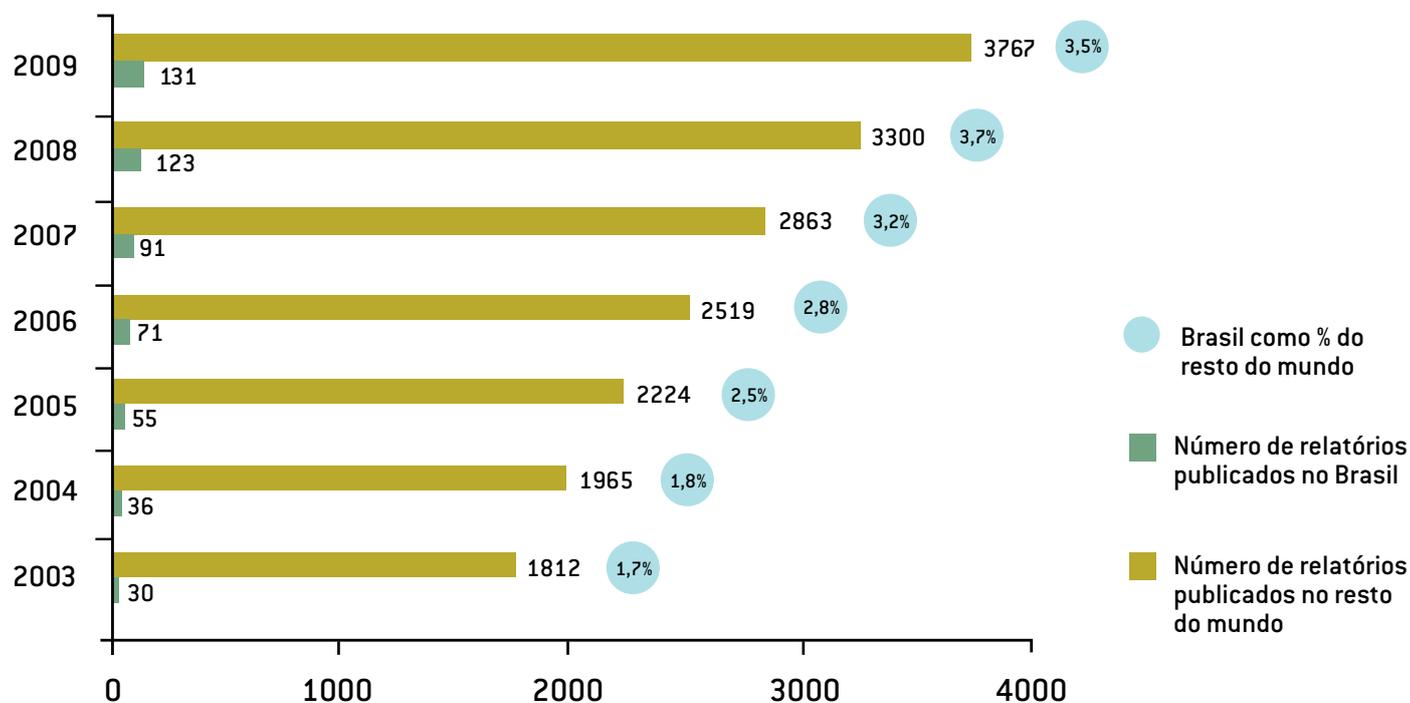
O resultado disso é que quase metade da energia do país vem de energia hidroelétrica e biocombustíveis e os motores *flex* são responsáveis por 90% das vendas de carros novos no Brasil. Segundo a União da Indústria de Cana de Açúcar (Unica) a produção e o uso do etanol foram responsáveis por uma redução líquida de 600 milhões de toneladas de CO₂ equivalente desde os anos 1970. O país também afirma estar a caminho de atingir sua meta de emissões de gases de efeito estufa (GEE) para 2020 e, para isto, está combatendo o desmatamento na Amazônia, fonte da maior parte de suas emissões, e obtendo progressos.

Nesse contexto de crescimento econômico e desenvolvimento de novas tecnologias verdes, não é de surpreender que as empresas brasileiras estejam superando o resto do mundo em termos de publicação de relatórios sobre o tema. Em 2009-10, quase o dobro de empresas brasileiras publicou relatórios de sustentabilidade, em comparação aos dois anos anteriores (Figura 3). No *Readers Choice Awards* deste

ano, organizado pela *Global Reporting Initiative*⁵ (GRI), empresas brasileiras como **Natura**, **Vale**, Banco do Brasil e Bradesco conquistaram todos os prêmios e representaram um índice surpreendente de 73% das empresas indicadas, deixando empresas da Índia (10%), China (2%), Estados Unidos (5%) e do resto do mundo (8%) para trás (Figura 4). Este avanço nos relatórios brasileiros ocorre quase totalmente dentro do próprio país, com apenas uma pequena parte dos relatórios sendo provenientes de subsidiárias de empresas internacionais com sede em outros países.

Como já mencionado, a lista dos relatórios passíveis de serem incluídos na pesquisa deste ano quase dobrou em comparação a 2008: passou de 76 para 137, representando muitos dos diversos setores econômicos do país. Entretanto, vale destacar que cerca de um terço de todos os relatórios examinados veio do setor de energia, e quase um décimo do setor financeiro.

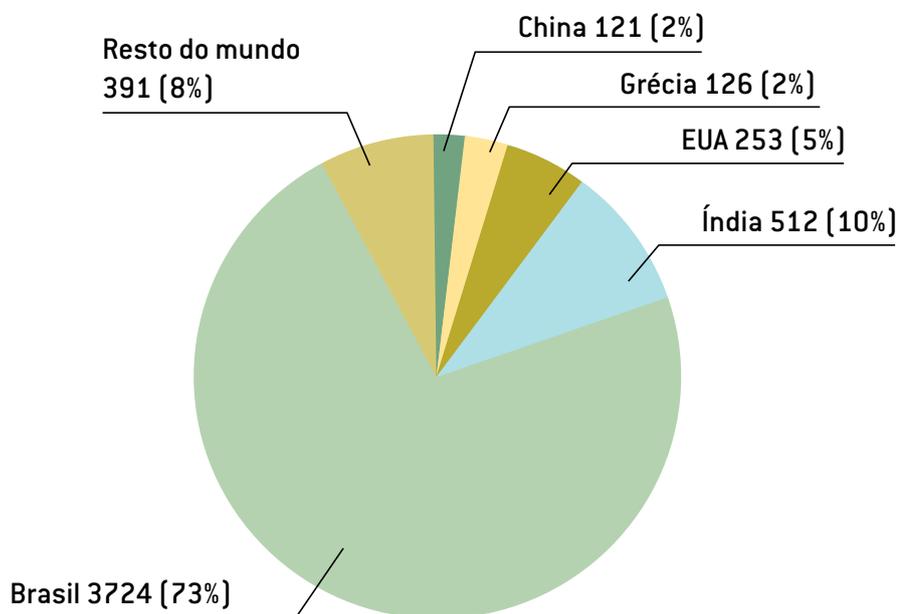
Figura 3 – Quantidade de relatórios publicados



Fonte: CorporateRegisters.com

5. www.globalreporting.org

Figura 4 – Participação no Readers Choice Awards da GRI de 2010



Fonte: CorporateRegisters.com

Tendo em vista o volume, o crescimento e o vigor dos relatórios de sustentabilidade no Brasil com relação aos dois últimos anos, **Rumo à Credibilidade 2010** dá seguimento à nossa publicação de 2008 e contribui para:

- Classificar os *Top 10*, por meio de análise rigorosa dos principais relatórios no Brasil,
- Avaliar de que forma as empresas aprimoraram a transparência e prestação de contas desde 2008,
- Evidenciar de que maneira os relatórios brasileiros podem continuar a melhorar seus padrões,
- Identificar oportunidades de aprendizado mútuo entre os principais relatórios internacionais e os correspondentes brasileiros, no sentido de contribuir para o avanço das melhores práticas globais.

As demais seções deste relatório apresentam:

- A Pesquisa – processo de seleção de relatórios e metodologia da pesquisa,
- Principais Destaques,
- Detalhamento do Resultado,
- Conclusões e Recomendações.

INCENTIVOS AOS RELATÓRIOS: A TURBULÊNCIA PERFEITA

Muitos dos incentivos aos relatórios de sustentabilidade no Brasil identificados em 2008 estão ainda presentes atualmente, tendo até se intensificado em alguns casos.

- **Investimentos Estrangeiros:** o Brasil continua a ser visto como importante oportunidade de negócios, e experimenta um crescente fluxo de entrada de investimentos estrangeiros: de Walmart ao Carrefour no setor de varejo, passando por Cargill e Bunge no agronegócio, até um comprovado número de participantes estrangeiros – Veolia, EDP e Gas Natural – que chegaram de enxurrada no setor de geração de energia do país, em rápida expansão. Esses investidores estão altamente interessados e preocupados em entender o contexto da sustentabilidade, os riscos e as oportunidades inerentes ao próprio ramo de negócios, e vêem os relatórios corporativos de sustentabilidade e as classificações de Investimento Socialmente Responsável como fontes vitais de informações e ideias.

- **Negócios brasileiros no exterior:** as multinacionais brasileiras estão cada vez mais atuantes nos mercados globais. Nos últimos anos, várias empresas ampliaram a presença em outros países: a **Vale** (uma das maiores mineradoras do mundo), no Canadá, na Austrália e em outras partes do globo, enquanto a Gerdau (um dos maiores fabricantes e produtores mundiais de aço), a AmBev (a maior empresa de bebidas das Américas) e a JBS (maior multinacional brasileira do setor de alimentos), nos Estados Unidos. Como parte desse processo de globalização, as empresas brasileiras estão aprendendo, e também contribuindo, para a concepção de melhores práticas globais, incluindo-se aí os relatórios de sustentabilidade e a função que estes podem desempenhar na distribuição e na criação de valor para os acionistas e para a sociedade.

- **Global Reporting Initiative (GRI):** esta iniciativa continua a exercer importante influência no contexto local, e muitas das empresas brasileiras que produzem relatórios estão trabalhando para atender a tais requisitos. O impacto e a relevância da GRI foram ainda mais evidenciados com a recente/iminente publicação de uma série de Suplementos Setoriais relevantes para empresas de Energia Elétrica, Serviços Financeiros, de Mineração e Metais e de Óleo e Gás. As organizações que pretendem melhorar o impacto dos próprios relatórios devem inicialmente considerar as diretrizes da GRI. Além disso, a especificidade de tais diretrizes e a presença de um escritório de representação local, são amplamente consideradas como fonte de impacto positivo para a percepção e a qualidade dos relatórios no Brasil. O site da GRI⁶ identifica 17 empresas brasileiras que publicaram relatórios de acordo com as diretrizes em 2006, chegando a 47 empresas em 2010, e esse número continua crescendo.

Uma combinação de fatores culminou com a criação de um ambiente em que os relatórios de sustentabilidade são atualmente um componente essencial para as atividades de negócios em muitos setores. O setor de energia, em particular, tem grande visibilidade entre a geração de relatórios brasileiros, e os setores de mineração e financeiro também merecem destaque.

6. www.globalreporting.org/Home

Os fatores que impulsionam a prestação de contas nesses setores são vários, e incluem:

- **Regulação como incentivo essencial:** desde 2001, a agência reguladora Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) exige que todas as empresas de energia elétrica publiquem relatórios sobre iniciativas próprias em sustentabilidade. Em outras palavras, todas as empresas de energia elétrica devem publicar relatórios sociais e ambientais a cada ano, de forma compatível com as Diretrizes do Instituto Ethos⁷ e da GRI⁸.

- **Diretrizes e premiação:** ainda no setor de energia, há cerca de dez anos, a Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee) firmou parceria com o Instituto Ethos⁹, o Vox Populi e a Fipe para a criação do Prêmio Abradee, cujo foco está na responsabilidade social e na qualidade da gestão, e vem desempenhando um importante papel no incentivo ao conhecimento e à assimilação dos relatórios. O prêmio é altamente interativo, e baseia-se em um processo de compartilhamento de melhores práticas por meio de seminários periódicos, dedicados a aspectos como relatórios sociais e ambientais, satisfação do cliente e qualidade da gestão.

- **Conselho Internacional de Mineração e Metais - *International Council on Mining and Metals*¹⁰ (ICMM):** colaborou com a GRI no Suplemento Setorial de Mineração e Metais, recentemente lançado. Nos últimos dez anos, o ICMM recomendou um processo de abordagem de desenvolvimento sustentável, incluindo relatórios públicos e verificações externas. Em 2010, pela primeira vez, o ICMM realizou uma verificação sobre os progressos alcançados por cada uma das empresas associadas em relação aos compromissos de desempenho. Novos aprimoramentos podem ser esperados em decorrência disso.

- **Autorregulação:** esse é o principal fator de incentivo para a produção de relatórios no setor financeiro, com a consequente pressão para prestação de contas, oriunda da crise financeira global (embora os bancos brasileiros tenham se saído relativamente bem, sem registro de casos de falência, e sem necessidade de aportes financeiros do governo para sobreviver). Não obstante, fusões e aquisições fizeram com que a qualidade dos relatórios piorasse em certas instituições, o que será discutido mais adiante, na seção sobre resultados.

Neste contexto de investimentos estrangeiros diretos, maior presença de nossas empresas em outros países, evolução das normas e da regulamentação, além de compromissos específicos em determinados setores com relação à agenda da sustentabilidade, destacamos aspectos como saúde, juventude e biodiversidade do Brasil, seu povo e seu inigualável cenário natural. Como país – talvez mais do que qualquer outro –, o Brasil é a epitome de uma sociedade sedenta de crescimento e oportunidades em meio a um ambiente natural que o mundo inteiro deseja e que precisa ver florescer e desenvolver-se de forma sustentável. Se cada relatório corporativo funcionar como uma alavanca para a realização de um futuro sustentável no Brasil como um todo, podemos esperar o melhor.

7. www.ethos.org.br/

8. Para mais detalhes, ver Aneel, Despacho nº 3.034, de 21 de dezembro de 2006 e Resolução nº 444, de 26 de outubro de 2001, em www.aneel.gov.br/cedoc/dsp20063034.pdf

9. A parceria entre a ABRADEE e o Instituto Ethos remonta ao ano de 2000, com o objetivo de divulgar a responsabilidade social. As empresas públicas de eletricidade foram as primeiras a desenvolver um conjunto de indicadores para o setor da indústria, juntamente com o Instituto Ethos. Para mais detalhes, ver www.abradee.com.br/bd_vencedoras.asp

10. www.icmm.com



A PESQUISA

O Programa *Global Reporters* – que inclui este relatório – foi criado por meio de um processo consistente, rigoroso e transparente de avaliação da qualidade na elaboração de relatórios. Em **Rumo à Credibilidade 2010**, ele é aplicado de forma a assegurar uma avaliação abrangente e profissional sobre o panorama dos relatórios no Brasil.

Metodologia

A metodologia de avaliação de relatórios do *Global Reporters* foi desenvolvida há mais de 15 anos, e utiliza um conjunto de 29 critérios para testar a qualidade dos reportes e a forma pela qual as questões ligadas à sustentabilidade são abordadas nos processos, nas operações e nas tomadas de decisão.

As quatro principais dimensões exploradas pelos critérios da metodologia são:

- Governança e Estratégia (11 critérios)
- Gestão (9 critérios)
- Apresentação do Desempenho (5 critérios)
- Acessibilidade e Verificação (4 critérios)

Cada uma dessas quatro dimensões e seus critérios são abordados detalhadamente na seção sobre resultados, onde apresentamos uma discussão mais aprofundada dos resultados gerais. O desempenho de cada relatório de acordo com os critérios da metodologia é cuidadosamente avaliado e recebe uma pontuação que vai de 0 (Nenhum) a 4 (Relatório Integrado), como pode ser visto na página 16:

0 = Nenhum	Nenhuma informação, ou informações insuficientes para demonstrar que a empresa entende ou leva a sério os critérios.
1 = Superficial	O relatório demonstra algum reconhecimento sobre o critério e procura apresentá-lo com seriedade, mas não de forma sistemática.
2 = Sistemático	A cobertura demonstra uma abordagem séria e procura apresentar as informações de forma abrangente, mas o desenvolvimento é incompleto ou não se aplica totalmente a todos os departamentos ou problemas da empresa.
3 = Abrangente	A cobertura é séria e sistemática, sem graves falhas de cobertura, apresentação ou interpretação, mas não estabelece ligações explícitas com a tomada de decisão da atividade central.
4 = Integrado	O relatório é sério, sistemático e abrangente e estabelece vínculos claros entre a sustentabilidade e os processos e o desempenho da atividade central.

A pontuação é sequencial. Para que um relatório receba uma pontuação, também deve satisfazer os requisitos das pontuações anteriores.

Embora a metodologia não represente uma análise do desempenho em sustentabilidade, fornece uma avaliação sobre a qualidade da gestão da sustentabilidade e, portanto, pode ser entendido como uma *proxy* do desempenho.

Independência, Credibilidade e Controle de Qualidade

Um Conselho Consultivo especializado e independente supervisionou grande parte do processo de pesquisa, para garantir a imparcialidade, cujos membros são:

Celso Funcia Lemme	Professor Associado do Instituto Coppead de Administração¹¹, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Cristina Montenegro	Representante do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma)¹² no Brasil
Glaucia Terreo	Representante da Global Reporting Initiative (GRI)¹³ no Brasil
Hélio Mattar	Diretor Presidente do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente¹⁴
Pedro Mäder Meloni	Principal <i>Advisor</i> do IFC - International Finance Corporation¹⁵ - na América Latina e Caribe

11. www.coppead.ufrj.br

12. www.pnuma.org.br

13. www.globalreporting.org/Home

14. www.akatu.net

15. www.ifc.org/portuguese

O Conselho Consultivo analisou cada etapa da metodologia.

Para assegurar ainda mais a imparcialidade e o controle da qualidade da pesquisa, cada relatório dos *Top 10* finais foi avaliado por pelo menos dois pesquisadores qualificados da FBDS e um da SustainAbility, reforçando a solidez e a consistência da avaliação e da pontuação.

Os patrocinadores desta edição não desempenham qualquer função na pesquisa. A SustainAbility e a FBDS divulgam de forma transparente as relações com clientes, passadas ou presentes, da lista dos *Top 10*.

Seleção dos Relatórios

A *longlist* inicial de 137 empresas foi elaborada mediante análise de empresas que, devido ao porte e compromisso com iniciativas de sustentabilidade, contam com um incentivo para a elaboração de relatório¹⁶. Para serem incluídos nesta primeira etapa, todos os relatórios devem ter sido publicados em 2009 ou antes do dia 2 de julho de 2010. Em um segundo momento, essa lista foi submetida a dois conjuntos de revisão, considerando uma seleção de critérios básicos extraídos da metodologia *Global Reporters*, como se segue:

1. A primeira análise fez a filtragem dos relatórios de acordo com a abordagem dos critérios específicos de: Identificação e Priorização de Questões; Valores, Princípios e Políticas; Procedimentos de Gestão; Engajamento das Partes Interessadas; e Avaliação de Desempenho em Desenvolvimento Sustentável.

2. Uma segunda análise permitiu que se fizesse uma nova filtragem de acordo com critérios específicos de: Declaração da Alta Administração, Existência de Metas e Verificação.

A partir daí, o Conselho Consultivo prosseguiu com a aprovação de uma *shortlist* de 29 relatórios. Os pesquisadores, então, analisaram as diferenças entre as pontuações desta *shortlist*, e concentraram-se nas 50% melhores, compreendendo 16 empresas (algumas com a mesma pontuação). Os 16 relatórios identificados foram submetidas à metodologia completa da *Global Reporters* para que fossem identificadas os *Top 10*.

"A integração dos relatórios anual e de sustentabilidade é mais do que apenas a união desses dois documentos. Visa à integração da gestão dos desempenhos financeiro e de sustentabilidade e representa, hoje, um grande desafio."
Glaucia Terreo

16. A participação nas seguintes referências foi considerada um critério: Registro no *Corporate Register* 2009/2010, utilização das diretrizes da GRI, presença no ISE 2009, presença no DJSI 2009/2010, empresa de referência no Guia Exame de Sustentabilidade 2009, Época Negócios – As 10 mais em RSA, iBovespa 2010, Revista Valor – As campeãs – edição 2009, presença no IGC 2010, PRI 2010, Princípios do Equador, Prêmio Abrasca 2009, *CR Reporting Awards 10*, *GRI Readers Choice Awards 2010*, Prêmio Eco 2009, Prêmio SESI de Qualidade no Trabalho - PSQT 2008, CDP 2009, *GHG Protocol* 2008/2009.

Destaque: Relatórios Integrados

O conceito de relatórios integrados vem sendo explorado por redatores de sustentabilidade e por contadores há cerca de uma década. Este ano, verificou-se um interesse renovado pelo tema, mandatado oficialmente pela África do Sul. Neste contexto, a GRI e o Projeto de Responsabilidade pela Sustentabilidade do Príncipe de Gales trabalharam em conjunto para formar a “Comissão Internacional de Relatórios Integrados”¹⁷.

Historicamente e em seu sentido mais estrito, os relatórios integrados englobaram a combinação de relatórios financeiros e de sustentabilidade em uma única publicação. Contudo, o conceito vem se modificando cada vez mais, na medida em que as empresas experimentam novos meios de incorporar de forma mais ampla as informações sobre sustentabilidade às próprias publicações financeiras e também a outras formas de comunicação. Entre as empresas brasileiras, os relatórios integrados não são um conceito novo ou externo. A **Natura** publica relatórios integrados desde 2002. O Banco Real Santander também vem explorando essa abordagem, embora com menor sucesso.

Basicamente, os relatórios integrados requerem uma abordagem holística para a gestão da sustentabilidade e do desempenho financeiro. Desta forma, existem muitos caminhos para uma integração maior. Por exemplo:

- No nível mais básico, uma organização pode aproximar melhor as equipes editoriais dos relatórios financeiros e de sustentabilidade, por meio da organização de reuniões preliminares para discutir como os temas serão efetivamente abordados nas duas publicações, e potencialmente compartilhar a mesma data de publicação (por ex: a divulgação de resultados por ocasião da Assembléia Geral Ordinária).

- Além disso, o diretor financeiro pode promover discussões internas sobre como fundir os processos de sustentabilidade e materialidade financeira (por meio da qual todas as questões que provoquem um impacto material sobre a saúde da empresa a longo prazo sejam identificadas e monitoradas).

- Os principais indicadores de sustentabilidade também podem ser auditados com o mesmo grau de confiança dos indicadores financeiros.

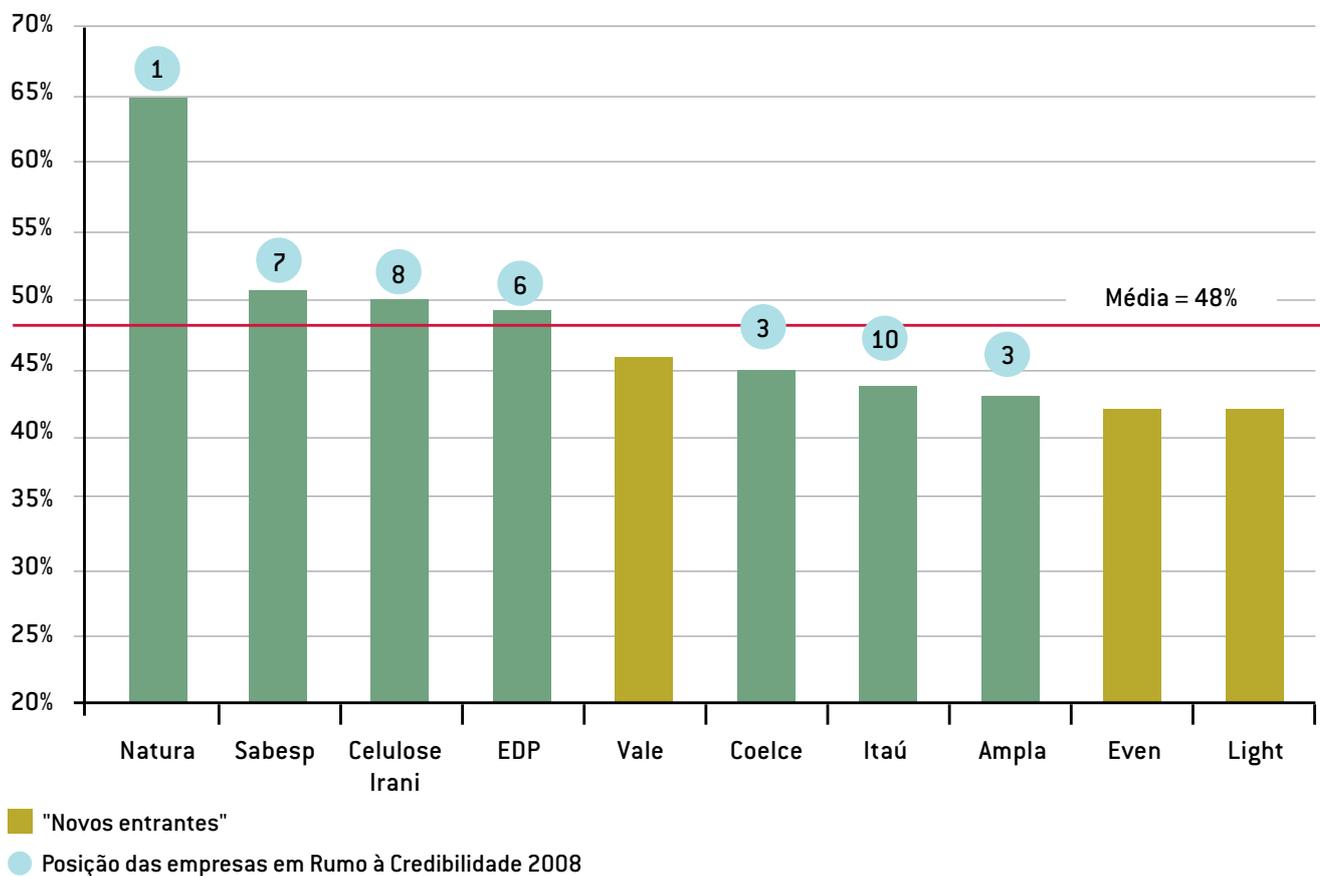
Em suma, os relatórios financeiros e de sustentabilidade tendem a desenvolver-se tendo em mente objetivos distintos. Cada um destina-se tipicamente a alcançar um público diverso: a comunidade financeira ou os guardiões socioambientais. Cada um comunica muitas vezes uma mensagem semelhante sobre o desempenho da empresa, porém de formas diferentes: os relatórios financeiros costumam ser previsíveis e conservadores, comparados com a necessidade intrínseca de um relatório de sustentabilidade em colocar as atividades atuais em um contexto futuro. Em suma, os relatórios financeiros e de sustentabilidade devem ser totalmente complementares – e talvez, na verdade, integrados – caso o mundo e seus mercados pretendam gerar qualquer influência concreta sobre o desenvolvimento sustentável e o valor agregado a ser criado ou eliminado.

17. www.integratedreporting.org

Amplio grupo de especialistas e praticantes do setor, com a missão de estabelecer diretrizes na prática de relatórios integrados.

PRINCIPAIS DESTAQUES

Figura 5 – Classificação dos Top 10



Elevando o Padrão

A lista dos Top 10 vai desde o máximo de 65% (**Natura**) até o mínimo de 42% (**Even e Light**), com uma pontuação média de 48%. Embora a média represente apenas um crescimento de 1% em relação a 2008, ela encobre um pronunciado aumento de 11% da **Natura** em relação ao desempenho de 54% em 2008 (quando a empresa também esteve no topo da lista). Da mesma forma, a

Even e a **Light**, compartilhando o 9º lugar este ano, apresentaram uma pontuação 7% mais alta do que os 35% registrados pelo **Itaú**, que garantiu o 10º lugar em 2008. De modo geral, isto indica um aumento do padrão dos relatórios, embora a **Natura** tenha claramente se distanciando dos demais este ano, com uma diferença de 14% em relação ao segundo lugar.

Os Estreantes

A lista dos *Top 10* deste ano inclui 3 estreantes: **Vale** (uma das maiores empresas mineradoras mundiais), **Light** (a principal distribuidora de energia no Estado do Rio de Janeiro) e **Even**, empresa de construção que garantiu sua posição mesmo sendo esse seu primeiro relatório de sustentabilidade. Em 2008, **Sabesp** e **Celulose Irani** também estrearam a publicação de relatórios sobre sustentabilidade (classificados respectivamente em 7º e 8º lugares) e, desde então, vêm consolidando o desempenho, garantindo, respectivamente, a segunda e a terceira posições neste ano.

Quem subiu e quem saiu desde 2008

Além de **Sabesp** e **Celulose Irani**, **Natura**, **EDP** e **Itaú** também estiveram presentes no *ranking* de 2008, e todas aumentaram as pontuações nesta edição. **Coelce** e **Ampla** chegaram novamente ao grupo dos *Top 10*, embora as pontuações absolutas tenham caído

de forma considerável. E três dos *Top 10* de 2008 não conseguiram obter qualquer classificação este ano:

- Suzano Petroquímica (anteriormente em 2º lugar com 53%) foi incorporada pela Petrobras e não mais existe como entidade isolada;

- Banco Real (anteriormente em 5º lugar, com 51%) que, com a mudança de controle acionário, foi comprado pelo banco espanhol Santander e não apareceu na *shortlist*;

- Bunge (anteriormente dividindo o 8º lugar, com 41%) alcançou a *shortlist*, mas não chegou à lista final dos *Top 10*.

Bem próximo das melhores, mas ainda com diferenças significativas, as 19 empresas que ficaram na *shortlist* estão caminhando rápido e aproximando-se dos *Top 10* (Figura 6). Tudo indica que qualquer uma dessas *fast followers* possam estar na disputa pela lista dos *Top 10* no futuro.

Figura 6 – As 19 empresas da *shortlist* que não fizeram parte dos *Top 10*, em ordem setorial alfabética

Agronegócio	Bunge
Aviação	TAM
Geração e distribuição de energia	Cemig
	Coelba
	Copel
	CPFL Energia
	Eletropaulo
	Tractebel Energia
Mídia	Grupo Estado
Mineração	Alcoa Alumínio
	Anglo American Brasil
	Samarco Mineração
Óleo e gás	Petrobras
Papel e celulose	Fibria Celulose
	Klabin
Saneamento	Corsan
Saúde	Unimed-Rio
Serviços financeiros	Banco do Brasil
	Bradesco

Visão Setorial

Em geral, a distribuição setorial da *shortlist* reflete a distribuição dos relatórios publicados no Brasil:

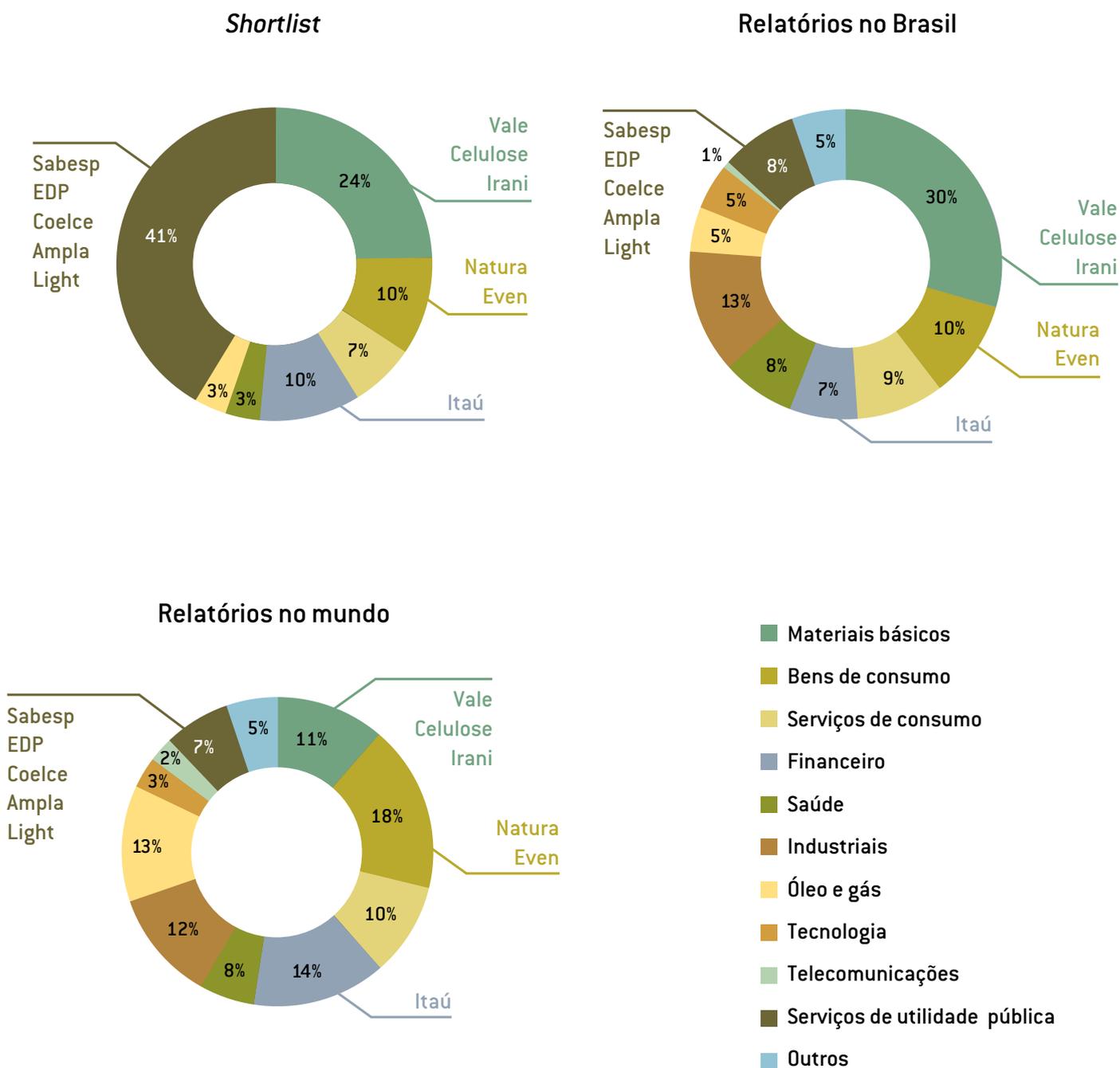
- As empresas de serviços públicos – que incluem os setores de energia, água e saneamento – são responsáveis por um número significativo de relatórios no Brasil e de componentes da *shortlist*. O setor de materiais básicos – que compreende recursos naturais e setor químico – é comparativamente significativo e inclui empresas de mineração, como a **Vale**.

- Um número desproporcional de empresas de energia aparece na lista dos *Top 10* (**EDP, Coelce, Ampla e Light**) e na *shortlist*, representando 34% de todos os integrantes. Isto reflete o sucesso dos incentivos regulatórios e setoriais, e também os elevados níveis de atividade e crescimento nessa área. Das empresas de energia listadas entre os *Top 10*, três são subsidiárias brasileiras de multinacionais espanholas e portuguesas, respectivamente **Ampla e Coelce** (parte da Endesa), e a **EDP Energias do Brasil** (parte da EDP).

- No tocante aos bens de consumo, os relatórios sobre sustentabilidade no Brasil têm uma representação ligeiramente reduzida em comparação com outros países, apesar da contínua liderança da **Natura**.

- Embora três bancos tenham entrado na *shortlist* este ano, somente o **Itaú** fez parte dos *Top 10*.

Figura 7 – Produção de relatórios nos 10 setores básicos¹⁸



Fonte: CorporateRegisters.com

18. Conforme definição da *Industry Classification Benchmark*, os 10 setores básicos são: óleo e gás, materiais básicos, industriais, bens de consumo, saúde, serviços de consumo, telecomunicações, serviço de utilidade pública, financeiro e tecnologia. www.icbenchmark.com/DOCS/Structure_Defs_English.pdf

Competidores Ausentes

Setores como varejo, telecomunicações e infraestrutura estão ausentes da *shortlist*, o que é decepcionante, já que cada um desses setores exerce uma função primordial no Brasil e teria incentivos a reportar:

- O setor varejista tem grande potencial para estimular práticas sustentáveis na cadeia de valor, além de influenciar clientes na adoção de práticas de consumo sustentável. Muitos varejistas em outros mercados internacionais – da Walmart à Nike, IKEA e Marks & Spencer – estão marcando posições de liderança nesta área, servindo para construir suas marcas e fortalecer suas bases de clientes. As abordagens incluem o trabalho junto aos fornecedores para melhorar a sustentabilidade dos produtos; a articulação de objetivos e estratégias que coloquem a sustentabilidade no centro dos negócios e das marcas, e um trabalho de comunicação atuante nas ofertas de varejo sustentável, a fim de estabelecer um entendimento e influenciar decisões de compras.

- O setor de telecomunicações também tem contribuições importantes a fazer em prol do desenvolvimento sustentável e da inclusão social. Embora as empresas internacionais de telecomunicações tenham boa reputação e sejam atuantes no Brasil, tendem a publicar relatórios elaborados nos países de origem (e focados nos mesmos), sem apresentar o necessário contexto para ser interpretado pelo público brasileiro. Enquanto isso, as empresas nascidas no Brasil ainda precisam afirmar o posicionamento no setor. O impacto do setor de telecomunicações em relação à inclusão digital e ao acesso ao conhecimento e às redes – através da internet e de outros meios telefônicos e digitais – é fator fundamental para permitir que as pessoas ajam em prol da sustentabilidade.

- As empresas de infraestrutura exercem importante e duradouro impacto sobre a sociedade e o meio ambiente. Entretanto, já que muitas dessas empresas são privadas e não estão cotadas em bolsas de valores, desprovidas portanto de uma interface evidente com o consumidor, os motivadores convencionais de reporte e prestação de contas podem estar, de algum modo ausentes. Apesar disso, a experiência de outros setores sugere que o exame cuidadoso dessas empresas pode

ser importante, e que uma forte prática de reporte da sustentabilidade pode permitir o desenvolvimento e a implementação de projetos mais robustos para um engajamento ativo nas questões de sustentabilidade e das partes envolvidas.

Manter a Paixão

Uma característica marcante dos *Top 10* deste ano é a natureza bastante mediana das pontuações totais, que – com exceção da **Natura** – ficaram entre 42% e 51%. Esses resultados médios e a distribuição das pontuações para critérios individuais refletem que a maioria dos critérios está sendo atendida. Isso significa que as empresas estão não só aprendendo a reportar, mas também aprimorando e consolidando as abordagens para que os relatórios tornem-se mais completos. Entretanto, ao mesmo tempo em que as empresas vêm aprendendo a prestar contas e as técnicas de reporte estão se consolidando, surge o risco de um insidioso conservadorismo. Os relatórios convencionais não querem, geralmente, experimentar e ultrapassar fronteiras, e com isso tendem a produzir documentos que cobrem todos os requisitos básicos, são satisfatórios, mas carecem de inspiração e criatividade. Um desafio que se apresenta para o amadurecimento dos relatórios está em manter e cultivar a paixão e a inspiração, a fim de criar novas e melhores práticas que forjarão, de maneira radical e transformadora, o futuro dos relatórios de sustentabilidade.

DETALHAMENTO DO RESULTADO

A pesquisa **Rumo à Credibilidade 2010** utilizou a metodologia da *Global Reporters* para analisar todos os relatórios *Top 10* a partir de critérios específicos, de modo a verificar como articulam a sustentabilidade em relação a quatro dimensões básicas: Governança e Estratégia; Gestão; Apresentação do Desempenho, e Acessibilidade e Verificação. Os resultados desse ano apresentaram diferenças marginais nas pontuações médias em comparação a 2008, tanto positivas, quanto negativas (Figura 8). A natureza mediana das pontuações oculta alguns altos e baixos em cada categoria, o que será discutido mais adiante nesta seção.

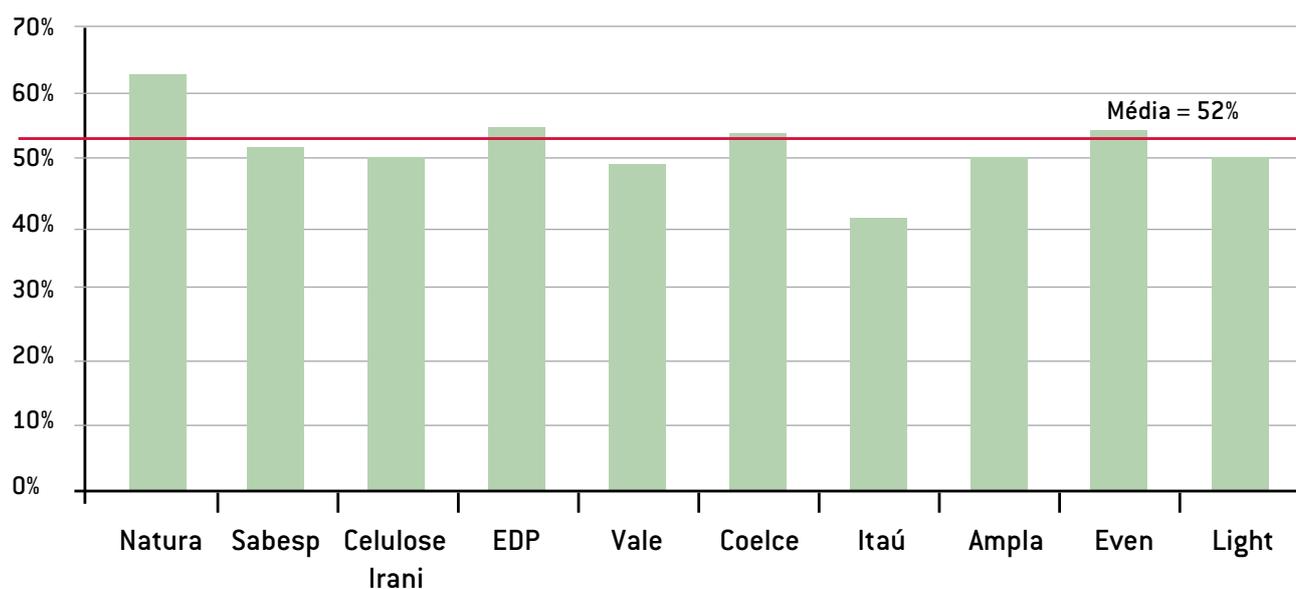
Figura 8 – Pontuações médias nos critérios básicos

Seção	2010 (%)	2008 (%)
Governança e Estratégia	52	51
Gestão	43	44
Apresentação de desempenho	46	41
Acessibilidade e Verificação	49	51
Pontuação total média	48	47

GOVERNANÇA E ESTRATÉGIA

O reporte de governança e estratégia é fundamental para que os leitores e as partes interessadas entendam a visão de uma empresa e a forma pela qual ela está sendo gerenciada e orientada para o sucesso. A metodologia avaliou todos os relatórios em relação a 11 critérios para testar com que grau de eficácia cada empresa articula a visão geral de negócios, a estratégia, as questões críticas e os mecanismos de governança no que diz respeito ao desenvolvimento sustentável. Critérios específicos analisam o posicionamento da alta administração, no intuito de verificar se este é suficientemente convincente e ambicioso, além de testar o alinhamento das abordagens de sustentabilidade com a estratégia de negócios da empresa.

Figura 9 – Pontuações médias dos Top 10 em Governança e Estratégia



Melhorando

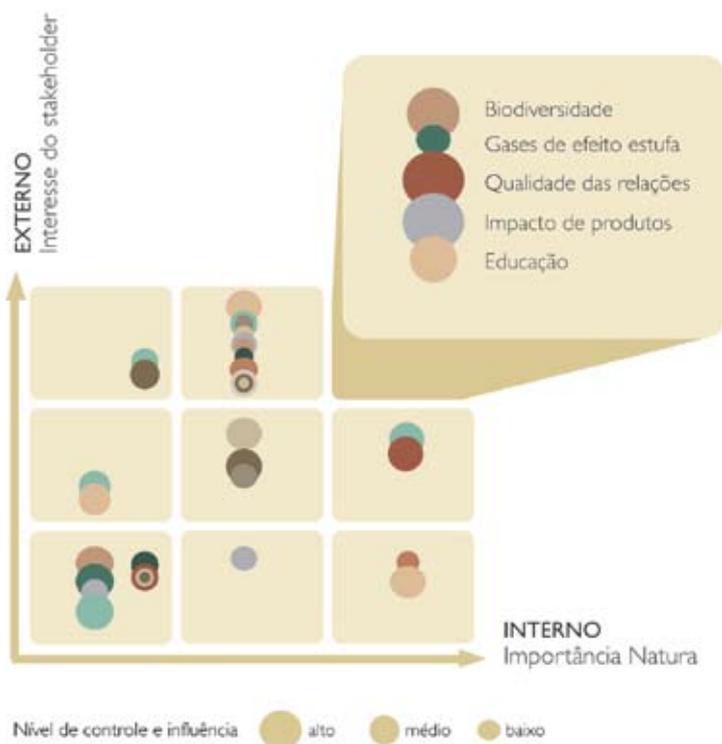
Os *Top 10* atingiram as mais altas pontuações nesta dimensão, graças ao bom desempenho de **Natura**, **EDP**, **Coelce** e **Even**. As práticas que merecem destaque compreendem:

- *Visão de desenvolvimento sustentável (DS) e estratégia de negócios*: diferentemente de 2008, os relatórios articularam melhor as visões sobre sustentabilidade em 2010, tendo a **Natura** alcançado a nota máxima. Para ser referência mundial, um relatório deve estabelecer claramente o caminho e a trajetória de sustentabilidade da empresa. Por exemplo, a empresa varejista britânica Marks & Spencer¹⁹ utilizou o próprio relatório para marcar o caminho rumo à sustentabilidade dos anos 1980 até 2030, ocasião em que pretende ser uma empresa 'positiva em carbono', que não desperdiça, restaura o meio ambiente e melhora a vida das pessoas.

- *Valores, princípios e políticas em DS*: todos os *Top 10* assumiram algum tipo de compromisso público quanto à responsabilidade com o desenvolvimento sustentável. Isso incluiu uma combinação de declarações sobre missão, princípios empresariais, valores básicos, etc. Embora a **Even**, estreada como relatora, ainda precise estabelecer missão, visão e valores ligados ao desenvolvimento sustentável, publicou código de conduta e políticas para fornecedores, investimento social privado e voluntariado.

- *Identificação e priorização de questões*: as empresas também aperfeiçoaram a identificação e ilustração de questões materiais. Todos os *Top 10* apresentaram informações sobre os processos de identificação e priorização de questões materiais e oito empresas publicaram matrizes de materialidade nos relatórios.

Figura 10 – Matriz de materialidade reportada pela Natura



Fonte: Relatório Anual 2009

19. <http://plana.marksandspencer.com/media/pdf/planA-2010.pdf>

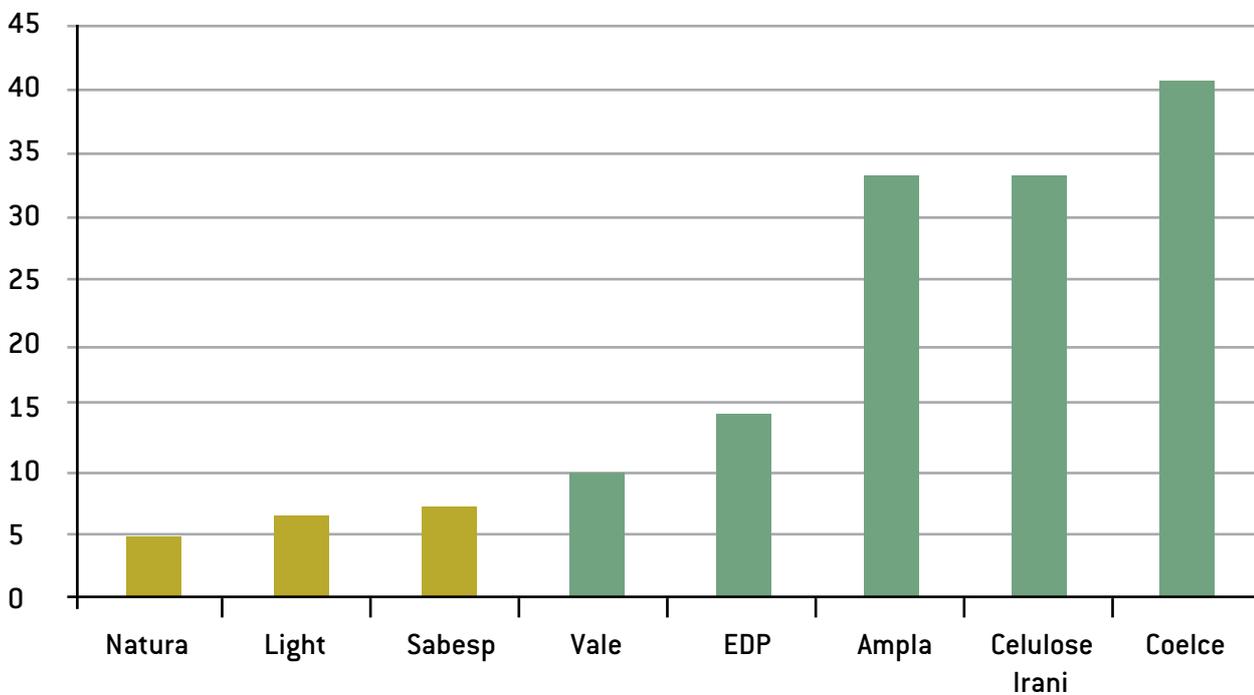
É Preciso Fazer Mais

- *Identificação e priorização de questões:* Embora as empresas estejam aprimorando a identificação de questões materiais, ainda existe espaço para aperfeiçoamento. Mesmo que as avaliações de materialidade permitam a uma empresa identificar um conjunto de questões, na verdade, um *ranking* rigoroso de altos, médios e baixos impactos deverá permitir que a empresa estabeleça com clareza um pequeno âmbito [de 4 a 8] de questões com prioridade máxima. Alguns dos *Top 10* chegaram a identificar cerca de 40 questões materiais, o que – embora todas com alguma relevância – não contribui para comunicar um sentido de prioridade. Para aprimorar-se, as empresas precisam aplicar critérios mais concretos de classificação, destacando as questões de prioridade máxima e alta relevância das demais.

"O desafio da sustentabilidade não é ser uma das partes dos modelos de negócios, mas promover a integração entre todas elas. Como nas orquestras e equipes esportivas, resultados corporativos dependem de coordenação entre as partes, com a atuação orientada por princípios claros e objetivos bem definidos."

Celso Funcia Lemme

Figura 11 – Quantidade de questões materiais reportadas pelos *Top 10*



Itaú e Even não fazem parte do gráfico, pois não publicam matriz de materialidade.

Somente Natura, Light e Sabesp reportam menos de oito questões materiais prioritárias.

Figura 12 – Questões materiais esperadas por setor

Setor	Questões materiais esperadas
Cosméticos	Impactos na biodiversidade e mudanças climáticas; relacionamento com comunidades e clientes, incluindo questões de saúde da mulher e pós-consumo
Papel e Celulose	Impactos na biodiversidade no uso da terra e na sustentabilidade das florestas plantadas; água, mudanças climáticas e relacionamento com comunidades, fornecedores e consumidores, incluindo pós-consumo
Saneamento	Água, impactos nas mudanças climáticas, universalização do acesso ao serviço de saneamento, regulação, educação sobre serviços de saneamento, saúde e higiene
Energia	Mudanças climáticas, transição para fontes renováveis de energia, eficiência energética, educação sobre serviços energéticos, relacionamento com comunidades, cadeia de valor e consumidores
Serviços Financeiros	Empréstimo responsável ao consumidor, empréstimo corporativo responsável, micro-financeiras, seguro ambiental, investimento socioambiental, educação financeira
Mineração	Uso sustentável da terra, biodiversidade, matriz energética, relacionamento com comunidades, cadeia de valor e consumidores
Construção	Uso sustentável da terra, biodiversidade, mudanças climáticas, gerenciamento de lixo, práticas trabalhistas, construção verde, relacionamento com comunidades, cadeia de valor e consumidores

- *Business case*: a maioria das empresas marcou poucos pontos nos critérios relacionados à forma pela qual integram a sustentabilidade aos negócios. Esta falha significa que não fica claro, para os leitores, como os investimentos da empresa em sustentabilidade agregam valor aos negócios. Em alguns casos, percebemos que as atividades da empresa agregam valor, mas, mesmo nesses casos, raramente há uma boa articulação. Por exemplo, o **Itaú** inclui o uso consciente do dinheiro e a necessidade de educar os clientes como uma iniciativa fundamental, mas não esclarece como isso poderia ajudar a criar novos negócios (oportunidades em microfinanças ou desenvolvimento de uma base de clientes com mais recursos no futuro) e reduzir os riscos dos negócios (evitando inadimplências no crédito). Para melhorar o desempenho nessa seção, as empresas precisam se empenhar melhor para mostrar como os investimentos em sustentabilidade são relevantes para a criação de valor e a proteção dos próprios negócios.

- *Desafios na implementação do desenvolvimento sustentável*: Muitas empresas não apresentaram uma visão equilibrada no tocante aos desafios encontrados na implementação do desenvolvimento sustentável. Embora muitas cartas da alta administração abordem os problemas causados pela crise econômica mundial, raramente discutem os próprios problemas ou desafios em relação a questões específicas ligadas à sustentabilidade. **Natura** e **Sabesp** foram exceções neste quesito. A **Natura** relata decepções (por exemplo, aumento de 8,7% no consumo de água e qualidade de serviço inferior ao esperado) e também êxitos (por exemplo, redução de 19% no consumo de energia), enquanto a **Sabesp** destaca os desafios a serem enfrentados ao final de cada seção do relatório. A boa prática exige uma discussão aberta e uma demonstração de como uma organização aprende com as dificuldades e os erros, assim como a celebração dos sucessos.

Destaque: Integração aos Negócios

Vários motivos podem explicar a falha dos relatórios em efetivamente articular a integração da sustentabilidade aos negócios e a consequente geração de valor.

1) *As empresas ainda precisam identificar onde os investimentos e as atividades relacionadas ao desenvolvimento sustentável agregam o máximo de valor às operações e aos acionistas: Identificar e articular o papel da sustentabilidade como alavanca ativa para proteger e incrementar os negócios constitui um desafio que poderá ser enfrentado da melhor maneira por uma equipe multifuncional, que combine o entendimento do modelo de negócios da empresa a uma percepção dos seus maiores desafios e oportunidades em termos de sustentabilidade. A união de diferentes áreas de expertise de negócios para identificar e articular a função estratégica da geração de valor sustentável é uma medida fundamental para integrar a sustentabilidade à gestão dos negócios.*

2) *As empresas não consideram o relatório de sustentabilidade como o canal apropriado para comunicar o valor criado por meio de estratégias e investimentos em sustentabilidade: ao que tudo indica, a maioria dos relatórios de sustentabilidade no Brasil parece ter como metas de audiência ONGs e consumidores, ao invés de acionistas ou investidores. Com isso, as empresas tendem a dar maior ênfase a longas descrições de iniciativas em sustentabilidade, sem necessariamente construir uma justificativa de negócio robusta e inteligente.*

3) *As empresas tratam a sustentabilidade como uma atividade complementar, não essencial para o seu modelo de negócios e que, portanto, não gera valor. Algumas empresas podem estar envolvidas em atividades de filantropia e doações sociais, sem qualquer vínculo com a natureza dos seus negócios ou a contribuição para o desenvolvimento sustentável (positiva ou negativa). Tais organizações deveriam reestruturar totalmente a forma de abordar o desenvolvimento sustentável e o valor estratégico para os negócios da empresa. Se as iniciativas de sustentabilidade não são relevantes para o negócio, não poderão produzir valor estratégico e, conseqüentemente, não terão credibilidade a longo prazo.*

*“A integração dos negócios à sustentabilidade é evidenciada pela Missão da Vale de 'Transformar recursos minerais em riqueza e desenvolvimento sustentável'. Em outras palavras, sustentabilidade, na Vale, está intrinsecamente ligada aos negócios. As atividades de extração dependem do acesso e do uso sustentável de recursos finitos: não há como gerenciar uma empresa sem uma perspectiva de longo prazo e o estabelecimento de uma relação sólida e verdadeira com as comunidades locais. A fim de melhor gerenciar os desafios da sustentabilidade nos processos da empresa, a Vale optou por medir e aprimorar o seu desempenho em DS, por meio de uma série de indicadores publicados anualmente, considerando que a transparência é um valor da empresa e um compromisso com as partes envolvidas nas atividades”. **Katsuo Homma, Gerente Geral de Sustentabilidade da Vale***

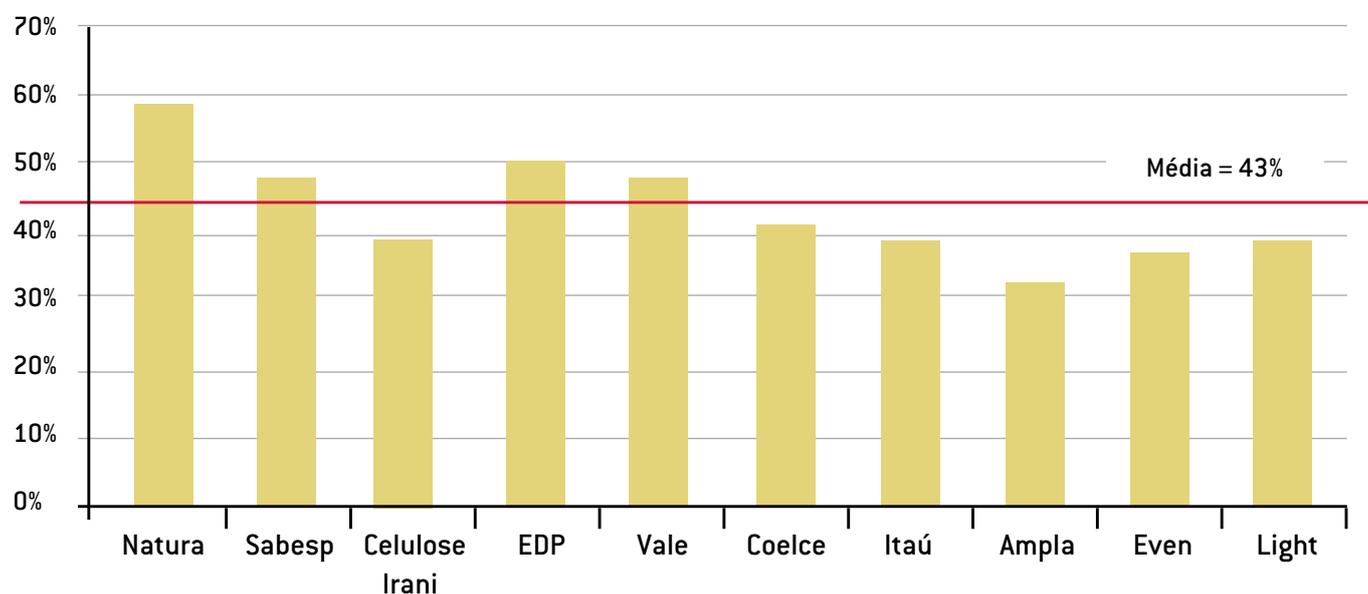
*“A integração da sustentabilidade às atividades da empresa se faz com ferramentas gerenciais, basicamente um BSC Sustentável (Balanced Scorecard). A estratégia da empresa fundamenta-se nos oito princípios de DS estabelecidos no relatório (pág. 22) e é implementada através de um modelo de administração que inclui objetivo – indicador – meta – plano de ação – orçamento. Embora não esteja claramente reportado, a administração incorpora as 'lentes da sustentabilidade'”. **Marilena Gonçalves, Assessora da Diretoria do Instituto EDP***

GESTÃO

Os leitores e outras partes interessadas (stakeholders) valorizam as informações do relatório que os ajudem a entender como uma organização trabalha para gerenciar e melhorar o desempenho no decorrer do tempo. Nesta dimensão, os relatórios foram avaliados em relação a nove critérios específicos que verificam a forma como implementam sua visão e estratégia. Os critérios são aplicados para investigar a abordagem do relatório sobre um conjunto de processos essenciais, com foco na efetiva gestão e no aprendizado da sustentabilidade. Estes incluem não apenas procedimentos de gestão, mas também aspectos como o engajamento de stakeholders, gestão da cadeia de valor, relações com investidores, políticas públicas e filantropia, entre outros.

Os relatórios exibiram um baixo desempenho nesta dimensão em 2008 e se saíram marginalmente pior em 2010. Enquanto a **Natura** obteve cerca de 58% este ano, as demais nove empresas tiveram desempenho médio de 41%. Nossa análise busca oferecer mais orientações sobre as melhores práticas nas áreas cruciais, tanto no Brasil como na comunidade global.

Figura 13 – Pontuações médias dos Top 10 em Gestão



Melhorando

Os critérios ligados aos procedimentos de gestão, gerenciamento da cadeia de valor, engajamento de *stakeholders*, filantropia e investimento social privado tiveram um desempenho relativamente melhor entre os *Top 10*, embora ainda haja espaço para melhorias. As práticas mais destacadas são as seguintes:

- *Procedimentos de gestão*: a **EDP** articula com sucesso procedimentos para lidar com impactos materiais, inclusive sistemas baseados em certificações, como ISO9001:2008; ISO14001²⁰ e OSHAS18001²¹. Para atingirem nível internacional, os relatórios precisam avançar mais e explicar como os procedimentos de gestão desdobram as decisões de negócios e trazem aprimoramento contínuo. A Ford Motor Company²² e a Exxon Mobil²³ são excelentes exemplos das melhores práticas internacionais nessa área. A Ford realiza um grande trabalho ao descrever com clareza as funções da empresa e seus procedimentos gerenciais, fazendo ligações com os padrões externos, como o ISO14001, quando relevante. O Sistema de Gerenciamento da Integridade das Operações da Exxon Mobil (OIMS) é outro importante exemplo de um sistema de gestão corporativo.

- *Gestão da cadeia de valor*: a **Natura** apresenta relatos satisfatórios nesse critério, especificamente quanto ao acompanhamento de uma série de indicadores capazes de avaliar e gerenciar o desempenho de fornecedores no que tange às próprias questões materiais da **Natura**. No futuro, seria bom ver a empresa informar como está aprimorando o desempenho em sustentabilidade nas interfaces com as consultoras de vendas e o consumidor final. O Índice de Sustentabilidade²⁴ do WalMart constitui excelente exemplo das melhores práticas: se concentra

na criação de uma cadeia de valor mais transparente, contribuindo para a inovação dos produtos e, em última análise, para prestar informações aos clientes que os ajudem a avaliar a sustentabilidade de um produto.

- *Engajamento de stakeholders*: a **Light** reporta de maneira efetiva o engajamento anual, realizado com cerca de 60 representantes de diferentes partes interessadas, como parte do processo de identificação das questões materiais. As melhores práticas deveriam avançar ainda mais, demonstrando como a contribuição das partes envolvidas influencia a tomada de decisão na prática. Timberland²⁵, HP²⁶ e SAP²⁷ são líderes na produção de relatórios mundiais nesta área, fornecendo informações detalhadas sobre os resultados dos processos de engajamento, passando por todas as redes de pessoas envolvidas. No Brasil, a Natura Conecta é uma iniciativa *online* pioneira destinada a engajar e dar voz às diferentes partes envolvidas com a empresa. O objetivo consiste em reunir e explorar novas formas de conduzir os negócios com base na inteligência da cooperação. A empresa pretende utilizar essa abordagem para desenvolver o relatório de 2010, de forma a aumentar radicalmente a transparência e a agilidade do engajamento.

- *Filantropia e Investimento Social*: a **Vale** informa como gerencia ativamente os impactos sociais nas comunidades onde opera. A empresa mineradora descreve como trabalha com diferentes organizações locais e órgãos do governo para selecionar investimentos que promovam desenvolvimento social e econômico. As melhores práticas deveriam ir além, relatando os impactos positivos e negativos das

20. www.iso.org/iso/home.html

21. www.osha-bs8800-ohsas-18001-health-and-safety.com/

22. www.ford.com/microsites/sustainability-report-2009-10/default

23. www.exxonmobil.com/Corporate/Imports/ccr2009/community_ccr.aspx

24. walmartstores.com/sustainability/9292.aspx

25. www.timberland.com/corp/index.jsp?page=csr_strategy

26. www.hp.com/hpinfo/environment/index.html

27. www.sapsustainabilityreport.com/

iniciativas de investimentos sociais – a GSK²⁸ e a Cisco²⁹ são líderes mundiais nesta área. A GSK claramente alinha suas prioridades em responsabilidade empresarial na “prevenção de doenças, na construção de capacidade e na promoção da educação” com seus investimentos filantrópicos, incorporando os objetivos de desempenho e informando sobre os progressos alcançados. A Cisco concentra-se em doações filantrópicas por meio de seu “ciclo de vida da inovação” para os investimentos sociais.

É Preciso Fazer Mais

Os relatórios tiveram fraca pontuação nos seguintes critérios, com poucos exemplos de boas práticas entre os *Top 10*:

- *A Gestão de Conhecimento* é essencial para assegurar o uso efetivo das informações e percepções e permitir a adaptação, o aprendizado inteligente e o aprimoramento contínuo em uma empresa. Embora poucas empresas entre as *Top 10* tenham apresentado bom desempenho, a **Sabesp** mostra algumas práticas positivas. A GSK é um exemplo de boas práticas globais, com iniciativas online como *EmpowerMe*, *myGSK*, *myCEO* e *myEHS*, que servem para engajar funcionários, divulgar informações, incorporar *feedback* interno e contribuir para um ambiente de trabalho ao mesmo tempo inteligente e rico em informações.

- *Influência das Políticas Públicas*: a **Sabesp** e a **Natura** são exemplos de boas práticas. O relatório da **Natura**, em especial, articula claramente os princípios da empresa no que se refere ao *lobby*, que incluem Princípios de Relações com o Governo; Políticas de Integridade contra Propinas e Corrupção, e Políticas de Doações de Campanhas Políticas. A **Natura** também vincula claramente a gestão da biodiversidade e dos resíduos como áreas de prática de *lobby* ativo e indica os departamentos que se ocupam dessa atividade. Possíveis aprimoramentos levariam a **Natura** a ser

mais explícita quanto às suas expectativas em relação às políticas públicas e ao público em geral, e a informar até que ponto as atividades de *lobby* são importantes para seus negócios. As empresas européias de energia, como a Shell³⁰, demonstram boas práticas nesta área. Já no Brasil, empresas desse setor destacam-se por informar muito pouco sobre as atividades de *lobby* junto ao governo.

- *Relações com Investidores*: este critério obteve as mais baixas pontuações na análise de 2010. Embora a **EDP** mencione como trata as questões relativas às emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) com os investidores, tudo indica que os relatórios brasileiros precisam ser planejados para ter os investidores como alvo. A GE³¹ é líder mundial neste quesito particular, incorporando a materialidade e as análises financeiras às discussões regulares com os investidores, e publicando relatórios mensais e trimestrais que mostram como está trabalhando ativamente para convencer os acionistas quanto ao valor de sua estratégia em sustentabilidade.

"O sucesso de uma estratégia de sustentabilidade depende, em larga medida, da existência de um efetivo engajamento da empresa com os *stakeholders*. Para que esse processo tenha credibilidade, deve haver um claro compromisso com um diálogo aberto, construtivo e contínuo, como parte de um plano mais abrangente de engajamento."

Pedro Mader Meloni

28. www.gsk.com/responsibility/index.htm

29. www.cisco.com/web/about/citizenship/index.html

30. www.shell.com/home/content/environment_society/reporting/

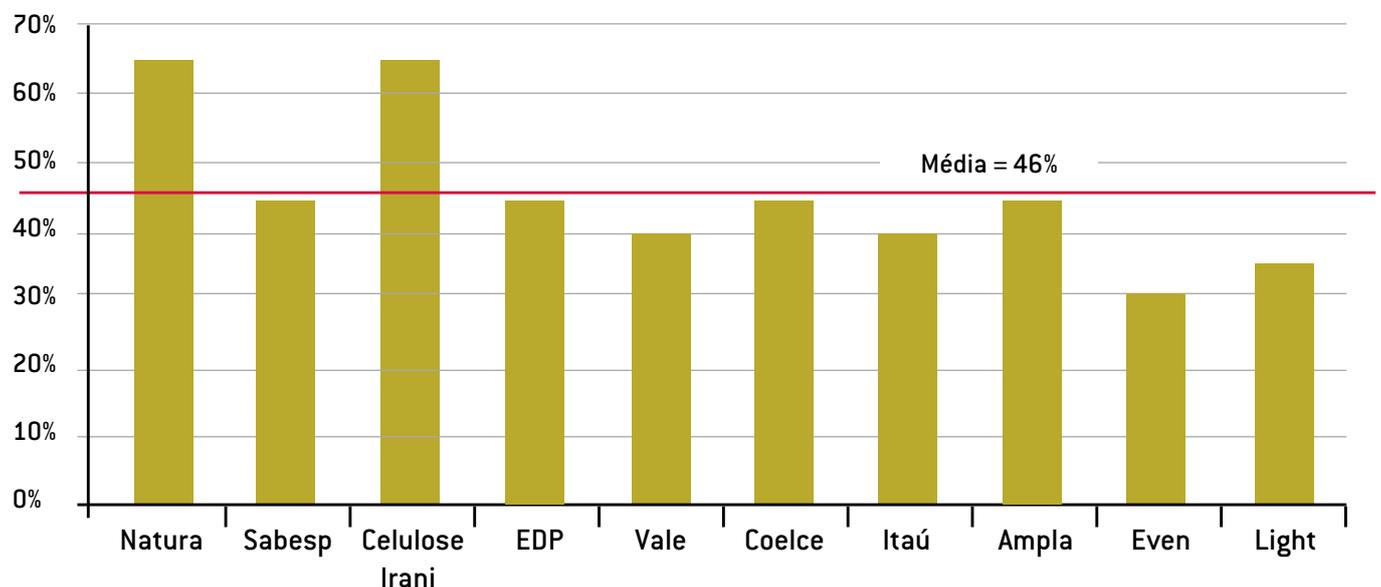
31. ge.ecomagination.com/report.html

APRESENTAÇÃO DO DESEMPENHO

Cinco critérios examinam como um relatório informa aos leitores quanto ao desempenho da empresa. Os critérios examinam a solidez e a relevância dos indicadores de desempenho selecionados de uma empresa, tendo em vista a identificação de questões materiais e estratégia declarada.

Esta dimensão foi a que apresentou o maior aprimoramento geral desde 2008, com uma pontuação média de desempenho passando de 41% para 46%. No entanto, constatou-se uma polarização: **Natura** e **Celulose Irani** ficaram ambas com 65%, ao passo que as demais 8 empresas tiveram pontuação média pouco acima de 40%. A **Even** apresentou a pontuação mais baixa (30%), embora seja comum que empresas estreadas apresentem resultados fracos nessa área, já que é preciso tempo para identificar e desenvolver indicadores fortes que aumentem o desempenho em questões materiais.

Figura 14 – Pontuações médias dos Top 10 em Apresentação do Desempenho



Melhorando

- *Alinhamento entre desempenho e estratégia*: os relatores saíram-se relativamente bem no que se refere ao critério que avalia o grau de alinhamento das informações sobre desempenho com as estratégias declaradas e as questões materiais. A **Celulose Irani** apresentou informações detalhadas e amplas sobre desempenho, fazendo uso de indicadores confiáveis alinhados às questões materiais da empresa, acompanhados por metas sólidas.

É Preciso Fazer Mais

- *Contexto e interpretação*: exceto pela **Celulose Irani** e pela **Natura**, a maioria dos relatórios não conseguiu contextualizar e interpretar de modo satisfatório seus indicadores, de modo a facilitar a compreensão dos leitores quanto ao desempenho ou a importância dos fatos e dados reportados.

- *Estabelecimento de metas*: os relatórios também não foram muito bem ao demonstrar de forma concreta o estabelecimento de metas, elemento fundamental para conduzir e demonstrar o compromisso com um aprimoramento contínuo. As metas efetivas são *Smart* (inteligentes) – *Specific* (Específicas), *Measurable* (Mensuráveis), *Ambitious* (Ambiciosas), *Relevant* (Relevantes) e *Time-bound* (Temporais) – e comunicadas com clareza suficiente para que os leitores possam interpretar seu desempenho e importância. Mesmo que ainda haja espaço para melhorias, a **Coelce** faz uma tentativa clara e consistente de apresentar metas concretas de desempenho. Um exemplo de boas práticas globais é o relatório de 2008 da HP³², que consolida todas as cifras em uma tabela acessível, onde os principais dados sobre desempenho são apresentados com clareza no que se refere a prioridades, juntamente com objetivos, metas e prazos.

- *Avaliação de desempenho em desenvolvimento sustentável*: mesmo que as empresas apresentem uma série de indicadores, a maioria deles não tem a ver com questões materiais. A **Natura** obteve a melhor pontuação neste critério, não apenas por definir medidas destinadas a impactos ambientais, sociais e econômicos, mas também por explicar como os indicadores foram selecionados.

32. www.hp.com/hpinfo/globalcitizenship/08gcreport/downloads.html

Destaque: Mudanças Climáticas

Cerca de 60% das emissões de GEE no Brasil provêm do desmatamento e das alterações no uso do solo, aproximadamente 20% da agricultura e 16% do setor de energia. Na COP-15, o Presidente Lula assumiu compromissos voluntários de reduzir as emissões de GEE do país em mais de um terço até 2020³³. Especialistas no tema esperam que o país cumpra os compromissos voluntários atacando três áreas prioritárias que incluem:

(i) *Uso da terra*: prosseguir com os progressos na redução do desmatamento da Amazônia (em 80%) e no bioma do Cerrado (em 40%);

(ii) *Agropecuária*: melhorar a produtividade;

(iii) *Energia renovável*: incentivar a utilização.

Embora possa parecer que estas áreas prioritárias deixam de fora outros setores brasileiros, houve, de fato, uma série de compromissos voluntários assumidos pelas empresas com relação às mudanças climáticas, principalmente às vésperas da COP-15. Alguns exemplos que merecem destaque foram a Carta Aberta ao Brasil sobre Mudanças Climáticas, coordenada pelo Instituto Ethos, pelo Forum Amazônia Sustentável e pela Vale, e assinada inicialmente por cerca de 22 empresas. A Coalizão das Empresas pelo Clima, criada pela FBDS com o apoio de 23 empresas, e a Aliança Brasileira pelo Clima que reuniu 14 entidades setoriais do setor do agronegócio, incluindo florestas plantadas e bioenergia, dentre outras.

Esse entusiasmo reflete-se em parte nos relatórios dos *Top 10* sobre mudanças climáticas:

- Nove dos *Top 10* apresentam seus compromissos voluntários;
- Sete aderem ao *Carbon Disclosure Project* (CDP);
- Seis apresentam dados sobre as próprias emissões de GEE;
- Todavia, apenas duas estabelecem metas para redução de emissões de GEE.

Apesar do aspecto positivo da preocupação com as mudanças climáticas, as melhores práticas deveriam incluir a fixação de metas muito mais sólidas e completas para que se atinja um aprimoramento contínuo em toda a cadeia de valor das empresas. O entendimento sobre a importância das mudanças climáticas pelas empresas, em geral, e as ligações com questões como biodiversidade e escassez de água, tornam-se cada vez mais evidentes. Desta forma, os principais relatórios deverão demonstrar de maneira crescente como gerenciam os complexos riscos físicos e regulatórios, quais são as abordagens com relação às responsabilidades e rompimento potencial da cadeia de valor, e que oportunidades de inovação estão vislumbrando para as soluções climáticas.

Seja qual for a área de atuação de uma empresa no Brasil, esta tem um incentivo para reduzir emissões. Isto, em parte, para evitar as barreiras não tarifárias dos países desenvolvidos, para ter acesso a recursos e linhas de crédito internacionais de instituições que defendem uma abordagem responsável no que se refere à questão das mudanças climáticas, e para continuar a ser uma empresa confiável no âmbito internacional e nos debates sobre sustentabilidade.

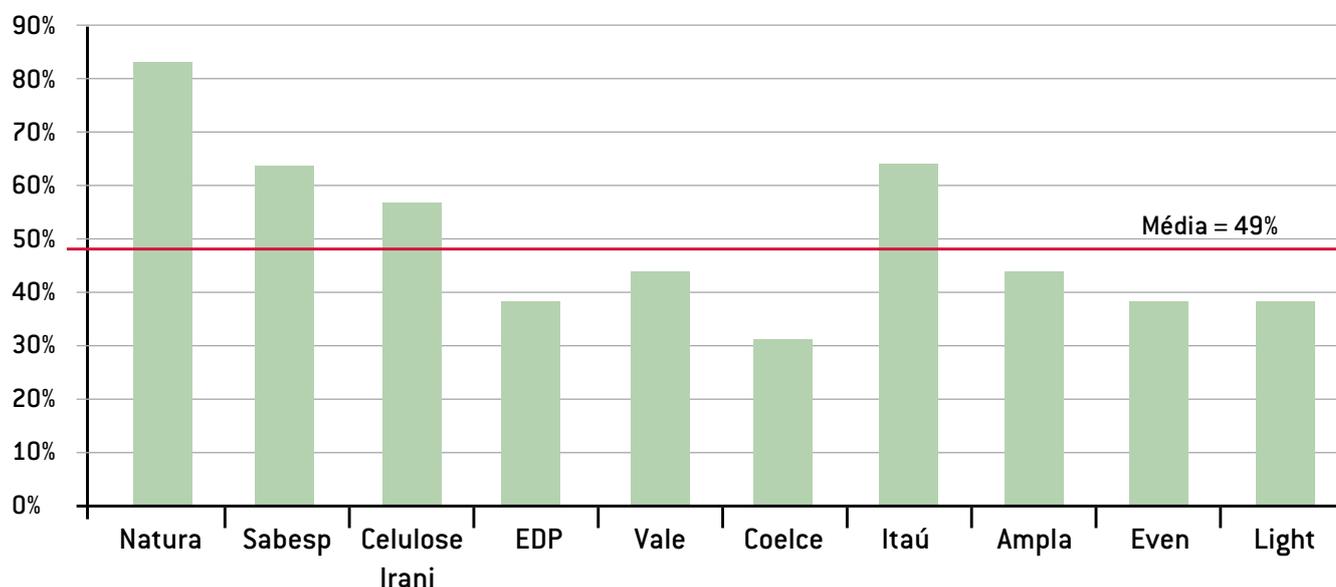
33. Essa redução diz respeito ao que o Brasil estaria emitindo em 2020, projetado em um cenário *business as usual*, considerando o inventário de emissões de GEE de 2005. Para mais detalhes, veja a Política Nacional de Mudanças Climáticas, nº12.187, de 29/12/2009.

ACESSIBILIDADE E VERIFICAÇÃO

Quatro critérios examinaram até que ponto os leitores podem confiar nas informações publicadas. Os relatórios que observam as melhores práticas têm condições de demonstrar que passaram por uma análise externa independente para avaliar e assegurar a qualidade das informações. O relatório também precisa ser bem organizado, ter fácil leitura e demonstrar compromisso com melhor transparência e acessibilidade no futuro.

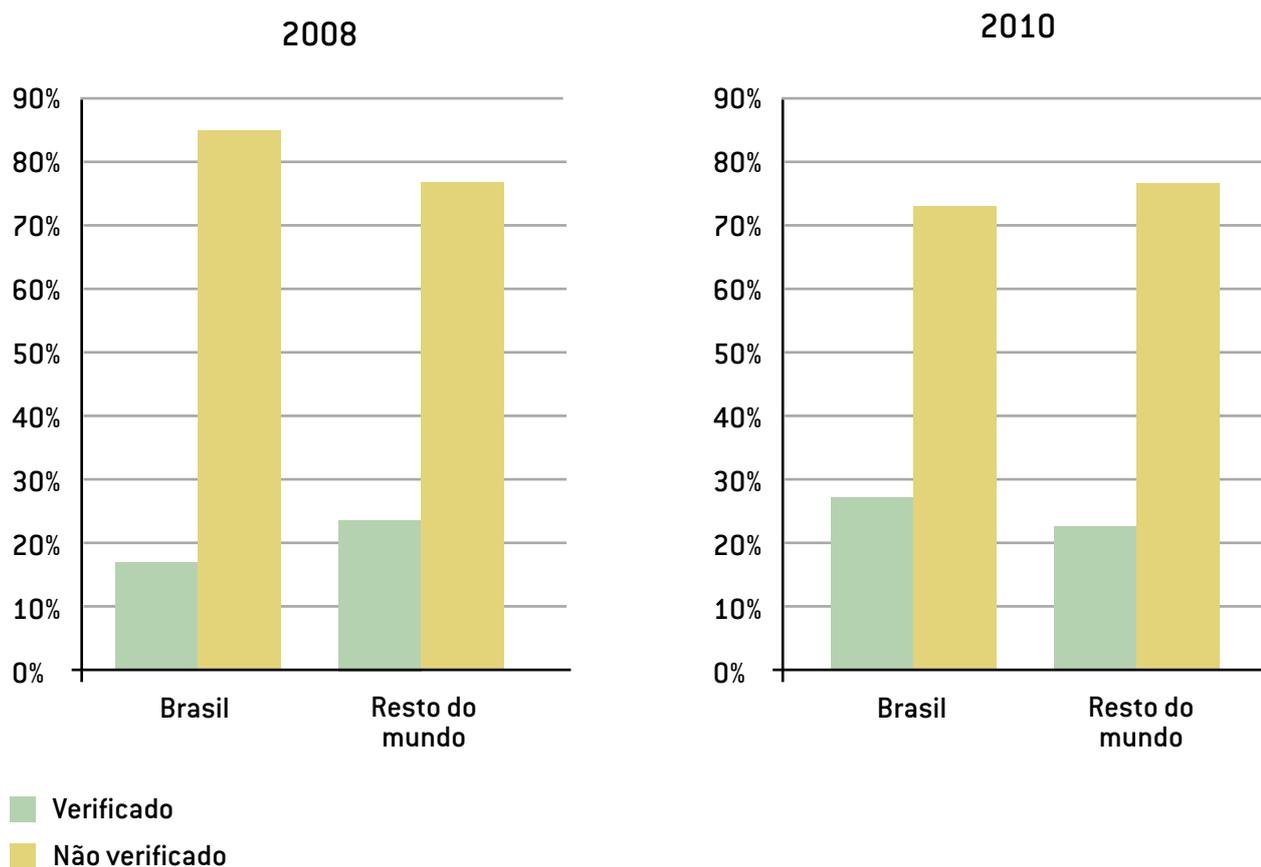
Este ano, a **Natura** atingiu a impressionante marca de 81%, em comparação aos 63% em 2008. **Itaú** e **Sabesp** empataram em segundo lugar, cada um com 63%, e **Celulose Irani** veio em terceiro com 56%. As demais seis companhias colocaram-se bem atrás, com uma pontuação média de 39%, a mais baixa ficando em 31%.

Figura 15 – Pontuações médias dos Top 10 em Acessibilidade e Verificação



A despeito da diversidade dos resultados, se comparados com a média nacional dos relatórios verificados, os *Top 10* esse ano ainda estão acima da média geral brasileira [Figura 16], na qual apenas um quarto de todos os relatórios é verificado. Isto, por sua vez, coloca o Brasil na dianteira global, uma vez que apenas um quinto de todas as empresas tem os relatórios verificados. Se as empresas brasileiras conservarem esse índice de verificação, elas certamente elevarão o padrão mundial.

Figura 16 – Verificação dos relatórios



Fonte: CorporateRegister.com

Melhorando

- *Diretrizes para os relatórios*: todas as empresas descrevem, no mínimo, o uso que fazem das diretrizes para os relatórios. A **Ampla** é um exemplo das melhores práticas – utilizou as diretrizes da GRI, do Ibase, do Pacto Global e do Instituto Ethos para elaborar o relatório e também descreve como o questionário do Ethos/Abradee ajudou a aprimorar os próprios sistemas de gerenciamento.

- *Verificação*: o **Itaú** é um exemplo de boas práticas na constatação de que diferentes partes envolvidas devem necessitar de diferentes tipos de garantias. Clientes e investidores esperam que as informações sobre sustentabilidade sejam analisadas de forma semelhante aos dados financeiros; assim, a auditoria internacional PwC foi utilizada para verificar o relatório. As ONGs e outras partes envolvidas da sociedade civil esperam participar mais ativamente da elaboração de relatórios. Dessa forma, o **Itaú** convocou a BSD Consulting para realizar uma auditoria especializada em sustentabilidade que incluía consultas aos *stakeholders*. O relatório da **Celulose Irani** também incluiu uma declaração de garantia da BSD Consulting, que destaca os desafios da empresa e sugere melhorias para o próximo ano, além de comentários abalizados dos *stakeholders*, que foram incorporados ao longo do relatório. A abordagem seria mais vigorosa se a empresa também informasse o tratamento que dará às contribuições das partes interessadas.

É Preciso Fazer Mais

- *Verificação*: a despeito de algumas boas práticas, é decepcionante o fato de que duas empresas entre as *Top 10* (**Light e Even**) não ofereçam qualquer forma de *assurance* ou verificação. Para alguns públicos de primeira linha, esta carência poderá abalar a credibilidade de todo o relatório. Seria uma surpresa se uma futura lista de relatórios *Top 10* brasileiros contivesse relatórios sem verificação. Assim, **Light e Even** (e outras empresas), se quiserem permanecer entre as líderes no Brasil e ocupar espaço em *rankings* internacionais, deverão certamente considerar a verificação como um elemento essencial.

“É muito importante que as empresas sejam transparentes a ponto de reportar não só as conquistas, mas também os problemas, fracassos e planos de melhoria. Dessa forma, os *stakeholders* sentem-se mais confiantes em relação às empresas e estarão mais dispostos a manter a “licença social para operar” de cada uma. Verificações externas contribuem para aumentar a credibilidade dos relatórios e consequentemente, a confiança dos públicos interessados.”
Hélio Mattar

Destaque: Verificação

Existem várias formas de verificação que podem reforçar a credibilidade das informações reportadas. A verificação de boa qualidade envolve basicamente algum tipo de análise independente, em que uma terceira pessoa qualificada lança um olhar imparcial sobre afirmações ou dados da empresa e os testa em busca de precisão ou solidez. Sem verificação, uma empresa vê limitada sua capacidade de provar que as informações reportadas são exatas e verdadeiras.

Existem muitos tipos diferentes de verificação, mas algumas abordagens importantes são:

- A análise tradicional dos dados em busca de solidez, muitas vezes executada por empresas de auditoria ou especialistas em sustentabilidade.
- Comentários dos *stakeholders*, em que as opiniões de especialistas (tanto a favor como contra) são publicadas no corpo do relatório.
- Painéis com *stakeholders*, quando facilitados de forma independente – e representando as diversas partes interessadas da empresa – poderão se envolver de alguma forma no processo de elaboração do relatório, contribuindo com pareceres sobre a avaliação da materialidade, na seleção de determinado assunto ou conteúdo. Há também, muitas vezes, uma declaração no relatório assegurando a autenticidade e a adequação à estratégia e ao desempenho da empresa.

Muitas empresas associam algum tipo de garantia tradicional/verificação de dados com uma forma de contribuição das partes interessadas. A experiência é encorajada, para que seja encontrada a melhor forma de conferir confiança e credibilidade ao conteúdo dos relatórios, na ótica do público-alvo.

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O crescimento e o alcance dos relatórios de sustentabilidade no Brasil devem ser festejados, e o sucesso de algumas grandes empresas do país só merece aplausos. No entanto, os relatórios de sustentabilidade não são jamais um fim em si mesmos, e a medida suprema do sucesso está no grau com que os relatórios são úteis para levar as empresas a melhorar o seu desempenho em sustentabilidade, e assim exercer o papel ao incentivar ativamente o desenvolvimento sustentável de todas as formas de vida no planeta.

A pesquisa **Rumo à Credibilidade 2010** identificou muitas formas estratégicas e práticas para que as empresas brasileiras continuem aprimorando os relatórios de sustentabilidade. Apontamos as boas práticas no Brasil quando existem, e também identificamos empresas em todo o mundo que lideram a produção de relatórios, em determinadas dimensões. Convidamos os redatores brasileiros a lançar um olhar sobre outros países, a fim de aprender com as melhores práticas e continuar a contribuir com as próprias experiências de sucessos e fracassos. Incentivamos, de forma especial, que se concentrem com entusiasmo nas seguintes áreas ao planejarem futuras iniciativas no que diz respeito aos relatórios:

1. Cultivar visão e ambição: romper fronteiras com relação aos impactos, relevância e contribuição de atividades operacionais sobre o desenvolvimento sustentável e no tocante à forma de reportar o desempenho. Fazer esforços para surpreender os leitores dos relatórios, apontando os caminhos inovadores que empresa está trilhando para contribuir com soluções sustentáveis que possam agregar valor aos negócios.

2. Conhecer os principais problemas: ser extremamente rigoroso em avaliações de materialidade, e somente dar-se por satisfeito com um processo de classificação que permita a priorização, com solidez e credibilidade, de uma gama de 4 a 8 questões prioritárias a serem tratadas no relatório de sustentabilidade. Não deixar totalmente de lado as demais questões, mas considerar a possibilidade de abordá-las em outras mídias, ou pelo menos destacá-las claramente daquelas rotuladas como 'materiais'.

3. Considerar os investidores e reforçar o *business case*: assegurar que os investidores e acionistas sejam o principal público do relatório e garantir o desenvolvimento de conteúdo que satisfaça às necessidades. Para isso, é fundamental demonstrar como o desempenho em sustentabilidade está relacionado aos negócios e também como está servindo para proteger, melhorar e gerar valor para a empresa.

4. Contemplar toda a cadeia de valor: assegurar que o relatório contenha uma percepção do papel, da influência e dos impactos da sustentabilidade da empresa em na completa cadeia de valor – de cima a baixo, passando pelos fornecedores, clientes, varejistas e consumidores – até chegar ao pós-consumo.

5. Integrar relatórios: à medida que o vínculo entre a sustentabilidade e os negócios é reforçado, adotar medidas para integrar a sustentabilidade ao relatório financeiro. Embora não deva abandonar necessariamente a publicação exclusiva sobre sustentabilidade, explorar outras formas de mostrar ao público financeiro como as estratégias de sustentabilidade estão criando valor tangível, e demonstrar a outras partes interessa-

das como a sustentabilidade é crucial para a boa prática empresarial – e ver como esses públicos e mensagens podem sobrepor-se de forma crível.

6. Usar metas e demonstrar aprendizado e adaptação: reportar comparando com metas é a única maneira possível de demonstrar compromisso com o aprimoramento contínuo – use as metas para expressar a ambição e informar os sucessos, as falhas e as lições aprendidas para adaptar e aperfeiçoar o desempenho futuro.

7. Ter uma atitude ativa em relação ao clima: pense holisticamente sobre o clima e as ramificações com a biodiversidade, a disponibilidade de água e outras questões afins. Use o relatório de sustentabilidade para demonstrar como sua empresa está adotando uma abordagem sólida para reduzir os impactos sobre o clima, aumentar a resistência às previsões de mudanças climáticas, e conceber novas soluções para a questão climática. Demonstre claramente como esse tipo de gestão de riscos e pensamento inovador melhora o desempenho e a criação de valor da empresa - aos olhos de muitos investidores internacionais, consumidores, parceiros da cadeia de valor e outras parcelas da sociedade civil.

8. Adotar verificação e ser criativo: o relatório será mais crível se você apresentar uma verificação independente. Use as tradicionais fontes de verificação, mas também explore novas formas com os *stakeholders*. Nos dois casos, demonstre como as percepções captadas estão impulsionando o aprimoramento.

O futuro

Por fim, na Conclusão do nosso relatório de 2008, questionamos se os relatórios de sustentabilidade viriam a desaparecer à medida que as informações sobre sustentabilidade fossem integradas a outras publicações e ao relatório financeiro da empresa, e à medida que a tecnologia permitisse a comunicação sobre desempenho em ‘tempo real’ e a divulgação de informações críticas através de meios sociais e outros recursos di-

gitais. Desde então, muitas empresas entraram nos domínios do *Twitter* e do *Facebook* como forma de estabelecer um contato mais direto e imediato com as partes interessadas e os clientes. A tecnologia também avançou rapidamente, com iniciativas como o aplicativo *GoodGuide*³⁴ para telefone celular, que permite ao consumidor escanear milhares de produtos em busca de informações sobre sustentabilidade ao fazer compras. Manter-se em dia com essas mudanças e sua importância pode ser um desafio instigante e desalentador para as diversas formas de prestação de contas.

Neste contexto, esta é a nossa palavra de incentivo aos relatores brasileiros em 2010 e em tempos vindouros:

- **Saia de sua zona de conforto:** olhe para além do horizonte das atuais práticas e discussões sobre a geração de relatórios e veja a coleção incrivelmente variada e animadora de possibilidades de comunicação que surgem graças às tecnologias Web 2.0 e às extraordinárias oportunidades decorrentes da interação em tempo real. Os principais relatórios do futuro não deverão concentrar-se exclusivamente na produção de um relatório de sustentabilidade – integrado ou isolado. Os relatórios-modelo serão aqueles que aprenderam a transmitir de forma clara e objetiva a sustentabilidade real da empresa, por meio dos caminhos digitais do mundo e em uma rede transparente e completa de interações. Isto pode parecer ficção científica para muitos, mas, se os próximos anos trouxerem tantas mudanças e progressos quanto os dois últimos, os relatórios digitalizados inteligentes – comunicação em que a única opção seja entrar na conversa e influenciar a mensagem, mas na qual a mensagem não tenha um único canal ou controle – não estarão muito distantes.

Para mais informações sobre SustainAbility e FBDS, visite: www.sustainability.com e www.fbds.org.br

Feedback

Seu *feedback* irá nos ajudar a garantir que esta pesquisa continue desafiadora e vital no futuro. Elogios, críticas, correções e sugestões são bem-vindas.

Clarissa Lins - clarissa.lins@fbds.org.br

Jean-Philippe Renaut - renaut@sustainability.com

REALIZADORES

SustainAbility

A SustainAbility é uma consultoria de estratégia e *think tank* que se dedica a inspirar lideranças empresariais transformadoras na agenda da sustentabilidade. Criada em 1987, a SustainAbility oferece previsões esclarecedoras e percepções concretas sobre tendências e questões ligadas ao desenvolvimento sustentável. A empresa opera em âmbito internacional com escritórios na Europa, América do Norte e Índia.

20 – 22 Bedford Row, London WC1R 4EB
United Kingdom
T +44 (0)20 7269 6900
F +44 (0)20 7269 6901
www.sustainability.com

FBDS – Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável

A FBDS é uma fundação sem fins lucrativos, localizada no Rio de Janeiro e criada em 1992, que se diferencia pelo *network* que tem com a comunidade científica, entidades de fomento internacionais e corporações nacionais. Com projetos concentrados nas áreas de mudanças climáticas globais, uso sustentável de recursos naturais e sustentabilidade corporativa, a FBDS vem cumprindo a missão de difundir as melhores práticas de meio ambiente e sustentabilidade e influenciar os públicos de interesse por meio da geração de conhecimento, contribuição na formulação de políticas públicas e realização de projetos de consultoria.

Rua Engenheiro Álvaro Niemeyer, 76
22610-180, São Conrado, Rio de Janeiro RJ Brasil
T: +55 (21) 33224520
F: +55 (21) 33225903
www.fbds.org.br

PATROCINADORES

Diamante



Prata



Apoio ao Programa: Pnuma

Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, Divisão de Tecnologia, Indústria e Economia

A Divisão de Tecnologia, Indústria e Economia (DTIE) do Pnuma auxilia governos, autoridades locais e tomadores de decisões de empresas a desenvolver e implementar políticas e práticas focadas no desenvolvimento sustentável. A divisão trabalha para promover consumo e produção sustentáveis, uso eficiente de energia renovável, gestão adequada de produtos químicos e integração dos custos ambientais no desenvolvimento de políticas.

15 rue de Milan
75441 Paris Cedex 09
France
T +33 (0)1 4437 1450
F +44 (0)1 4437 1474
www.unep.fr

Limitação de responsabilidade Pnuma

As nomenclaturas empregadas e o material da presente publicação não implicam em qualquer sugestão de parecer por parte do Pnuma face à situação jurídica de qualquer país, território, cidade ou área de fronteiras e limites. Além disso, as opiniões não representam necessariamente uma decisão ou a política declarada do Pnuma, sendo que a referência a marcas ou processos comerciais não constituirá endosso.

Apoio para lançamento e publicação: Sabesp



Apoio para dados: Corporate Registers

A CorporateRegister.com é um site de recursos de responsabilidade corporativa (RC) internacional. O site hospeda o mais completo diretório mundial de RC e relatórios de sustentabilidade, destacando cerca de 28.000 relatórios em todo o mundo. Com um arquivo que remonta a 1990, é indispensável para qualquer pessoa que trabalhe no campo da RC e dos relatórios de sustentabilidade. Trabalhando com algumas das principais organizações no campo da responsabilidade corporativa, a CorporateRegister.com hospeda vários registros de relatórios oficiais. Entre outras características do site está um diretório de busca total com cerca de 6.000 organizações ('parceiros de relatórios') ativamente envolvidas na produção de relatórios de RC. A CorporateRegister.com gerencia os prêmios anuais globais online de relatórios de RC, o CRRA (ver www.reporting-awards.com), e é um dos três parceiros de dados dos *rankings* ambientais anuais da *Newsweek*.

www.corporateregister.com
info@corporateregister.com
+44 (0) 20 7014 3366





Rumo à
Credibilidade



SustainAbility



UNEP