

# A SUSTENTABILIDADE NA AGENDA DOS LÍDERES DA AMÉRICA LATINA

CEOs e altos executivos de empresas da região analisam os avanços na agenda de sustentabilidade em seus países, o impacto gerado nos negócios, perspectivas e tendências para o futuro.



Março 2021

# INTRODUÇÃO

Estamos testemunhando fenômenos ambientais cada vez mais extremos. A necessidade de alcançar um equilíbrio sustentável entre vida humana e ambiente está se tornando altamente evidente. Do mesmo modo, a igualdade de oportunidades e condições de trabalho para todas as pessoas e o desenvolvimento de novos modelos de negócios dentro da economia circular são prementes. Nesse contexto, líderes de empresas na América Latina dão sinais claros sobre o papel que a sustentabilidade ocupa e ocupará em suas organizações ao promover mudanças que vieram para ficar.

A CIO Research, empresa líder em pesquisas de mercado no segmento de executivos C-Level da região, e a SEEKMENT, referência na área de avaliação e análise de informações entre diretores e gerentes das mais importantes empresas dos continentes americano e europeu, realizaram um estudo com o patrocínio da SAP com o objetivo de delinear uma primeira abordagem sobre o status da agenda de sustentabilidade no mercado empresarial latino-americano.

Entre outubro e novembro de 2020, mais de 450 executivos de nível sênior das principais médias e grandes empresas de Argentina, Brasil, Colômbia e México compartilharam impressões e experiências de suas empresas sobre a sustentabilidade: impacto nos negócios, avanços na implementação das estratégias e o que se espera para 2021 em termos de recursos.

Embora tenham sido encontradas algumas diferenças entre os resultados por país e por tipo de empresa - produtora de bens ou prestadora de serviços -, foi possível identificar tendências que oferecem um panorama claro sobre o papel da sustentabilidade nas organizações da região, seu progresso e as perspectivas para um futuro próximo. Seguem as descobertas mais importantes.

## UMA AGENDA QUE CRESCE



- A agenda de sustentabilidade das organizações na América Latina apresenta sinais de crescimento contínuo e incorpora temas novos e familiares aos já existentes. É uma agenda múltipla e que dia a dia expande seu alcance. Mais de 60% dos entrevistados indicaram que o perfil da empresa onde trabalham tem uma afinidade importante com as questões levantadas, como igualdade de gênero, economia circular, mudanças climáticas e profissionais do futuro.
- A igualdade de gênero ganhou o apoio da maioria das empresas como principal tema da agenda (60%), colocando o emprego e a formação profissional em segundo lugar (54%). No entanto, ao avaliar as respostas dos líderes das empresas produtoras de bens, a economia circular ocupa o segundo lugar.
- A sustentabilidade permeia toda a organização e deixou de ser um “programa” para se tornar uma forma de abordar os negócios. No estudo, aparece como um conceito que abrange todos os setores e todas as posições. Uma sólida parcela de 45% dos executivos afirmou que suas empresas têm uma estratégia de sustentabilidade em vigor e 22% afirmaram que estão trabalhando para implementá-la.

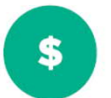
- No entanto, a agenda de sustentabilidade não é propriedade de uma área específica das organizações. Em 28% das respostas, afirmou-se que quem conduz a questão é o gabinete do CEO e do CFO; a área de Responsabilidade Social Corporativa responde por 26% dos casos e a de Sustentabilidade por 11%.

## RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE, IMPORTANTE INSTRUMENTO DE DESENVOLVIMENTO



- De forma uniforme e transversal a todas as organizações consultadas, a figura do relatório de sustentabilidade se apresenta como um instrumento valioso. Isso se reflete claramente em 41% das empresas que confirmaram possuir esse tipo de documento para consolidar e compartilhar ações e resultados do trabalho nessa área.
- Mesmo nos casos em que são elaborados relatórios de sustentabilidade, surge uma heterogeneidade importante no momento de avaliar a gestão - nem todos os relatórios são tratados com indicadores rígidos.
- Nesse sentido, a tecnologia é um pilar de sustentação para a gestão da sustentabilidade nas organizações: 40% afirmaram que a utilizam para divulgar a estratégia e levantar indicadores de forma mais eficaz.

## SUSTENTABILIDADE É LUCRATIVA



- A separação entre sustentabilidade e lucratividade parece ter ficado para trás, pelo menos para 60% dos entrevistados que consideram a sustentabilidade como lucrativa. No entanto, nem todos mostraram o mesmo entusiasmo: 29% indicaram que "dá pouco lucro".
- A ideia de que as estratégias de sustentabilidade são lucrativas não é o único benefício. Sustentabilidade oferece às empresas um valor agregado que vai além do financeiro; impacta os valores da organização, pode elevar o valor da marca e, acima de tudo, pode influenciar positivamente na atração e na retenção de talentos, entre outros benefícios.

## CLIENTES, FUNCIONARIOS E CADEIA DE VALOR, PROTAGONISTAS DAS MUDANÇAS

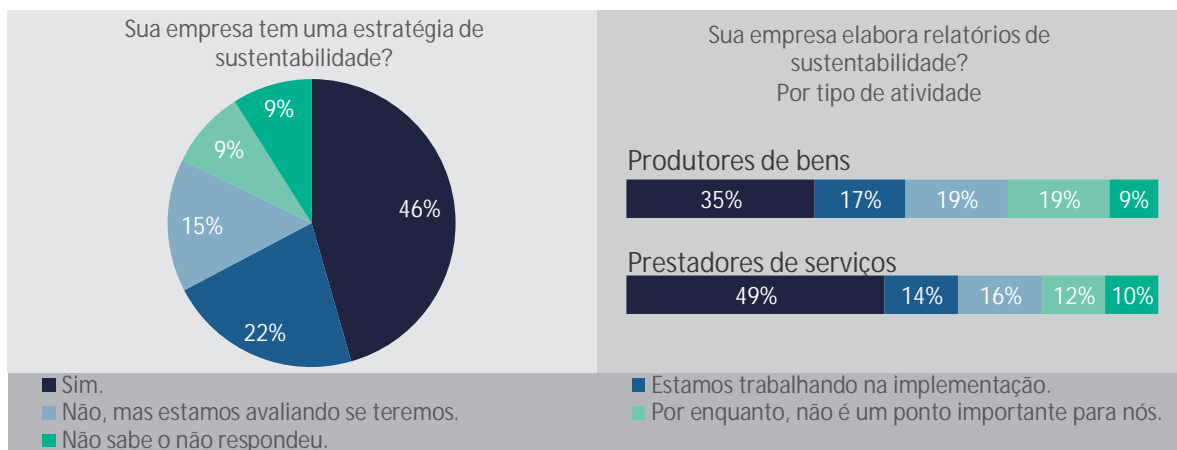


- Clientes, funcionários e fornecedores devem ter protagonismo na agenda de sustentabilidade das empresas. De acordo com as respostas de CEOs e altos executivos, a estratégia de sustentabilidade tem a capacidade de influenciar alguns aspectos de negócio, como vendas e o peso da empresa como marca empregadora.
- Os esforços de sustentabilidade ganham maior força na estrutura das cadeias de valor porque os stakeholders estão começando a fazer uma pressão saudável sobre a necessidade de implementar medidas comprometidas com a comunidade e o ambiente.
- Esses pontos explicam parcialmente por que 28% dos CEOs planejam aumentar os recursos alocados no desenvolvimento das estratégias de sustentabilidade em 2021 e outros 25% estimam mantê-los, embora a região tenha sentido o impacto econômico da pandemia de COVID-19.

## SUSTENTABILIDADE E AS EMPRESAS

Em 1999, foi criado o Índice Dow Jones de Sustentabilidade<sup>1</sup>, referência global mais longa nesse campo. Desde então, a sustentabilidade vem avançando lentamente, ganhando força nos últimos anos. Em [2020](#), houve um aumento de 19% no número de empresas participantes do estudo que sustenta esse índice. Essa tendência é reflexo de como a agenda das empresas vem acrescentando questões relacionadas à sustentabilidade. No entanto, ainda há uma grande variedade de pontos que permanecem pendentes.

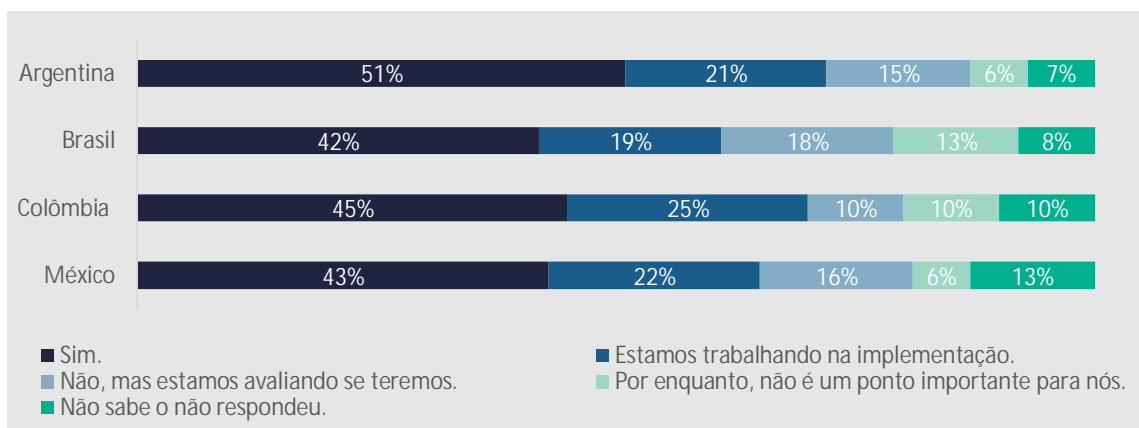
Quadro 1



Dos 45% das empresas que responderam que possuem uma estratégia de sustentabilidade, as produtoras de bens têm dado muito mais atenção a esse tema (49%) do que as prestadoras de serviços (35%).

Quadro 2

Sua empresa tem uma estratégia de sustentabilidade?

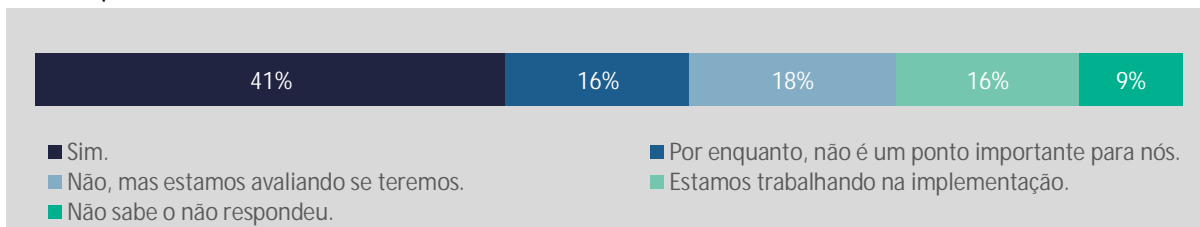


Do ponto de vista da segmentação por países, é possível perceber que as estratégias de sustentabilidade estão um pouco mais avançadas na Argentina. Um dos achados mais interessantes a esse respeito é o alto percentual de executivos do Brasil e da Colômbia (13% e 10%, respectivamente) que não consideram importante ter uma estratégia relacionada a esse tema.

De qualquer forma, será necessário analisar nos próximos anos como evoluem as organizações que estão implementando estratégias de sustentabilidade e aquelas que estão em processo de avaliação para ser possível verificar os avanços reais nesse campo na América Latina.

### Quadro 3

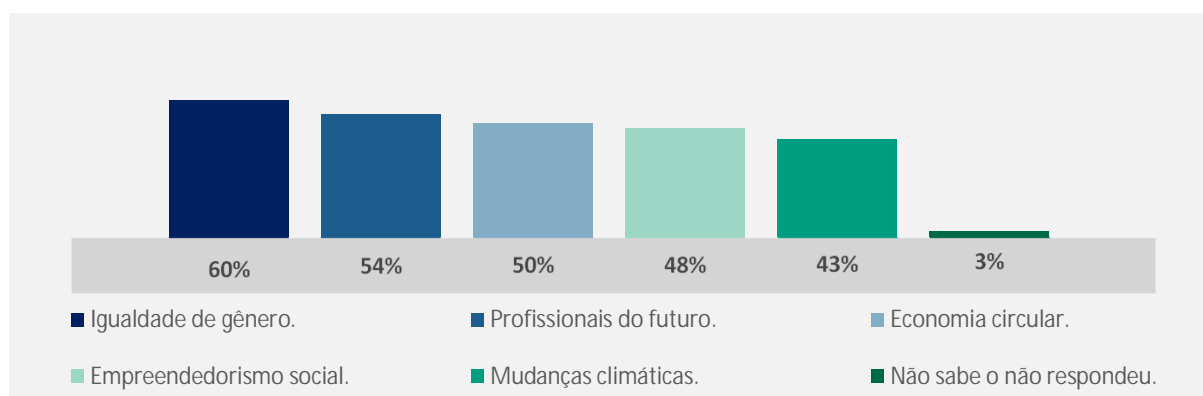
Sua empresa elabora relatórios de sustentabilidade?



Dos 45% das organizações latino-americanas que disseram ter uma estratégia de sustentabilidade, uma proporção um pouco menor informou que elabora relatórios para contabilizar periodicamente os resultados de seus esforços de sustentabilidade (41%).

### Quadro 4

Quais são os aspectos de sustentabilidade com os quais sua organização mais se identifica?



Os cinco temas que dominam as agendas da maioria das empresas pesquisadas na região são igualdade de gênero, profissionais do futuro, empreendedorismo social, mudanças climáticas e economia circular.

Segundo relatórios recentes, a disparidade salarial entre homens e mulheres na América Latina pode chegar a 22% para as mesmas funções<sup>2</sup>. Além disso, o número de mulheres em cargos de CEO ou em conselhos de administração não ultrapassa 30% da participação média nos países da região<sup>3</sup>.

Antes da COVID-19, a Organização Internacional do Trabalho havia previsto uma contração no número de vagas de emprego na região durante 2020. No entanto, a pandemia destacou mais oportunidades de empregabilidade para pessoas com competências e conhecimentos desenvolvidos. Nesse sentido, os executivos têm razões para priorizar o foco em profissionais do futuro - assegurar talentos mais bem preparados é um grande desafio para iniciativas de mudança estratégica.

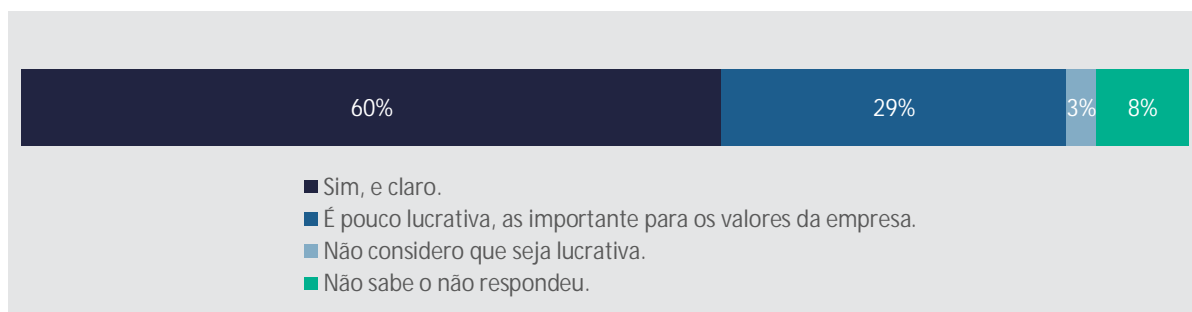
Da mesma forma, a compreensão dos benefícios da economia circular em comparação com a linear mostrou à comunidade empresarial que há um retorno mais claro e concreto para os investimentos, que é possível economizar e ter ganhos associados e que se trata de uma contribuição para melhorar de modo lucrativo a sustentabilidade das organizações.

## O PAPEL DOS STAKEHOLDERS

A sustentabilidade deixou de ser uma área ou um programa para se tornar uma forma de abordar os negócios. Durante o estudo, consolidou-se como um conceito que permeia todos os setores de atividade e todas as funções.

### Quadro 5

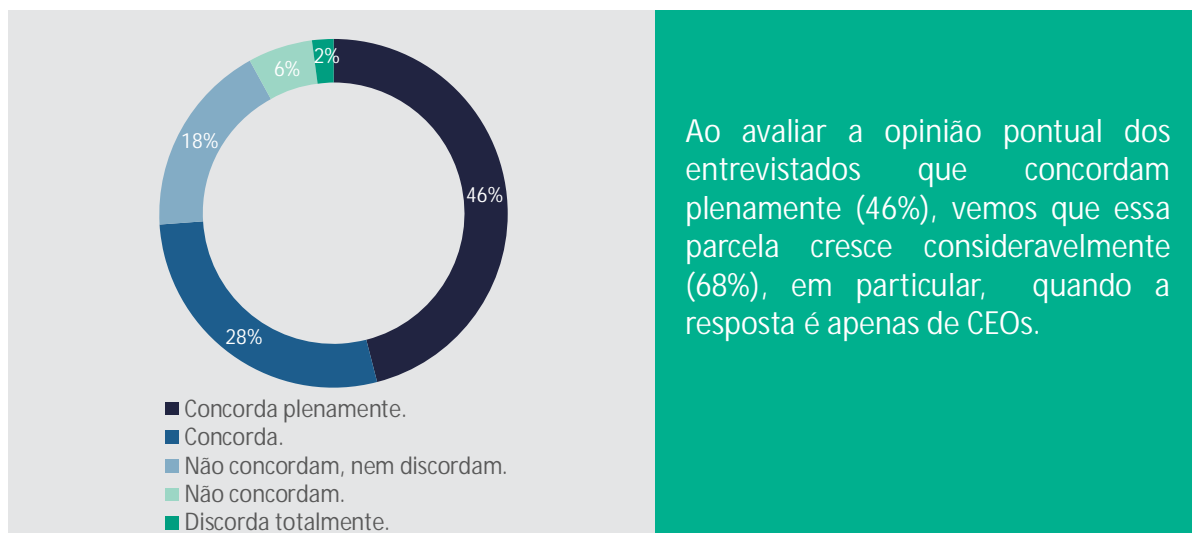
Você considera que a sustentabilidade é lucrativa para sua empresa?



Uma parcela de 60% dos executivos consultados afirmou que sustentabilidade é lucrativa e 29% afirmaram que não é muito lucrativa, mas é importante para os valores da empresa. O nível de indefinição é muito baixo, e ainda menor é o de quem não a considera lucrativa (3%).

### Quadro 6

Você concorda que a estratégia de sustentabilidade dá às organizações vantagem competitiva no momento em que os clientes compram seus produtos ou contratam seus serviços?



Ao avaliar a opinião pontual dos entrevistados que concordam plenamente (46%), vemos que essa parcela cresce consideravelmente (68%), em particular, quando a resposta é apenas de CEOs.

A amostra geral revela que 46% dos executivos concordam plenamente que uma estratégia de sustentabilidade dá às empresas uma vantagem competitiva.

**Quadro 7**

Qual a importância que você acredita que a sustentabilidade da empresa tem para seus clientes...?

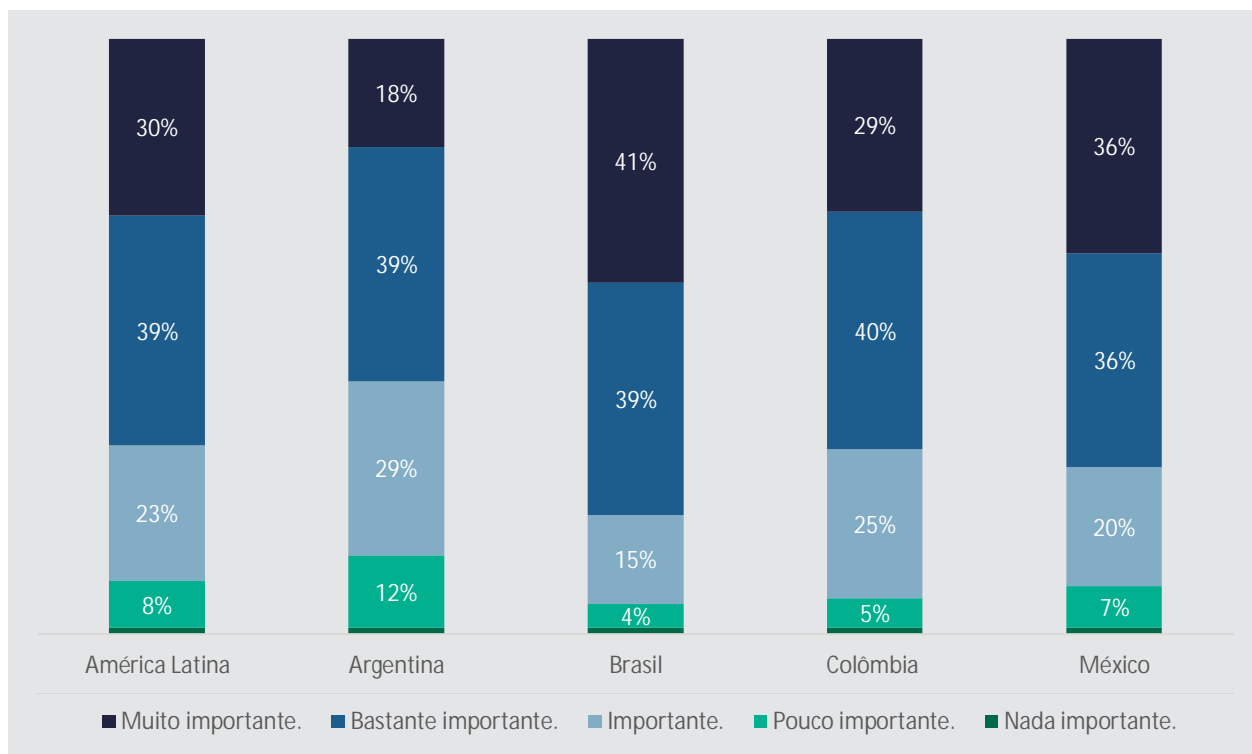


Um grande número de executivos C-Level (46%) concordou que as práticas de sustentabilidade são importantes para seus clientes. O item ficou acima de outros, como solidez financeira, liderança no setor ou políticas sólidas de compliance.

O valor e a importância da sustentabilidade também estão chamando a atenção do mundo financeiro<sup>4</sup>. As organizações que auditam ativos contábeis das empresas passaram a incluir variáveis da agenda de sustentabilidade ambiental ou social ao elaborar análises e relatórios de riscos de seus clientes<sup>5</sup>.

**Quadro 8**

Qual a importância da estratégia de sustentabilidade de sua empresa para seus funcionários?

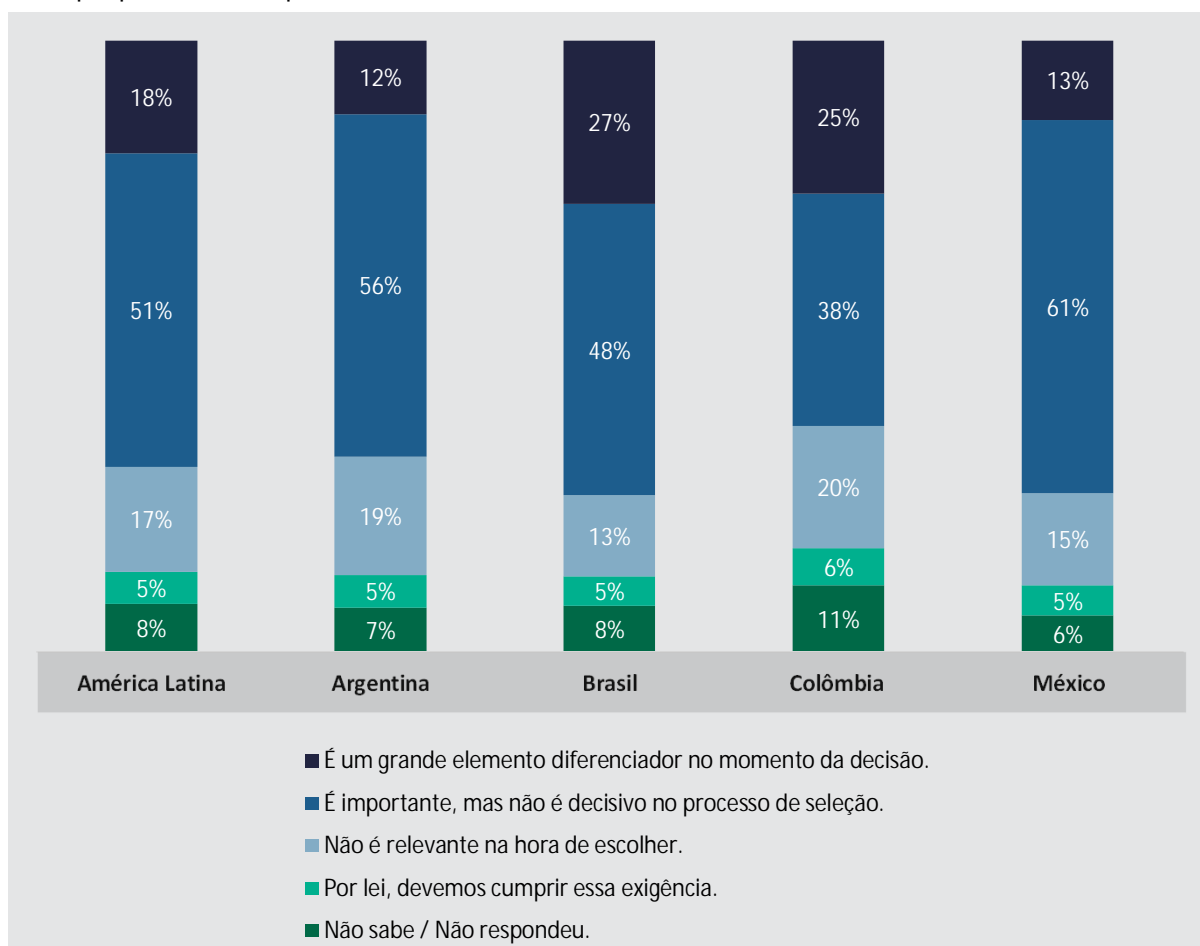


O assunto não se esgota nos clientes: os colaboradores também têm uma participação relevante nessa conversa. A importância da sustentabilidade para os funcionários varia de país para país. Uma média alta a classifica entre "Bastante importante" e "Muito importante". Nesse ponto, destaca-se o Brasil, onde 41% dos executivos a avaliaram como "Muito importante" para seus funcionários, superando em muito a média da região. No outro extremo está a Argentina, que apresenta o menor índice (18%).

A percepção dos executivos sobre o assunto é correta e deve se manter no futuro: segundo o estudo The Millennial Impact Report, os chamados "millennials" ou Geração Y (1981-996) representarão 75% da força de trabalho até 2025 e dão muita importância às questões de sustentabilidade, a ponto de 64% dos consultados afirmarem que trabalharão somente para empresas com práticas sustentáveis<sup>6</sup>.

### Quadro 9

Até que ponto sua empresa leva em conta os esforços de sustentabilidade de seus fornecedores?



Há um avanço nas práticas de sustentabilidade dos fornecedores como critério de seleção (19%). No entanto, para a grande maioria das empresas pesquisadas (51%), ainda não é um fator decisivo. Brasil e Colômbia se destacam com os maiores percentuais que levam em conta essas práticas no momento da escolha de fornecedores, em contraste com Argentina e México.



As ações de sustentabilidade também ganham força ao longo da cadeia de valor, à medida que todos os stakeholders começam a fazer uma pressão saudável em relação à necessidade de implementar medidas comprometidas com a comunidade ou com o ambiente. Em 2020, durante o Fórum Econômico de Davos (WEF), foi destacado que isso abriria uma grande oportunidade de mudança. Um ano depois, na edição de 2021 do evento, um novo relatório revelou que oito cadeias de abastecimento são responsáveis por mais de 50% das emissões globais de dióxido de carbono e que a descarbonização total dessas cadeias elevaria os custos para o consumidor final em apenas 1% a 4%<sup>7</sup>.

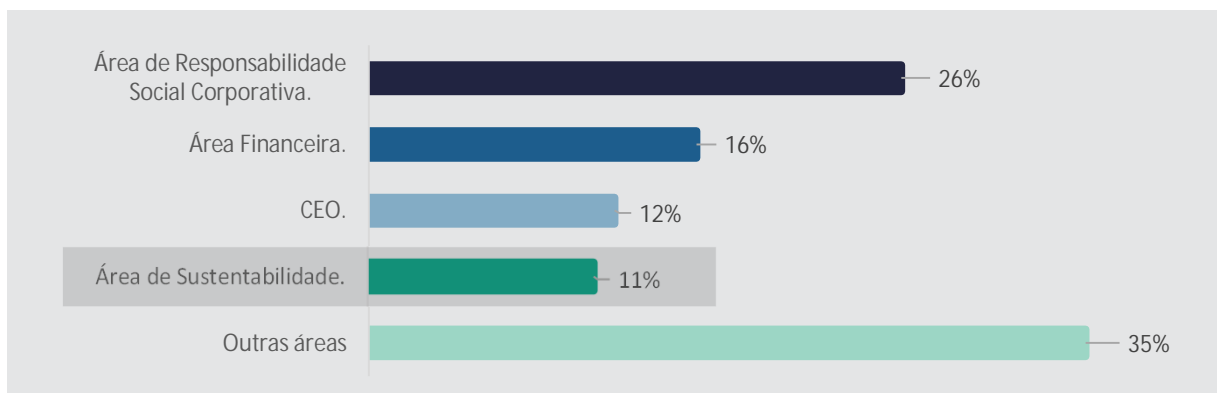
## SUSTENTABILIDADE, INVESTIMENTOS E TECNOLOGÍA

Embora haja um longo caminho a percorrer em termos de sustentabilidade nas empresas latino-americanas, também existe um mar de oportunidades para consolidar a sustentabilidade como prática.

Questionados sobre que área assume o desafio de levar adiante a estratégia de sustentabilidade, constatamos que 11% das empresas consultadas afirmaram já ter um departamento próprio de sustentabilidade, o que reflete um avanço importante.

### Quadro 10

Que área da empresa gerencia o centro de custos atribuído às iniciativas de sustentabilidade?

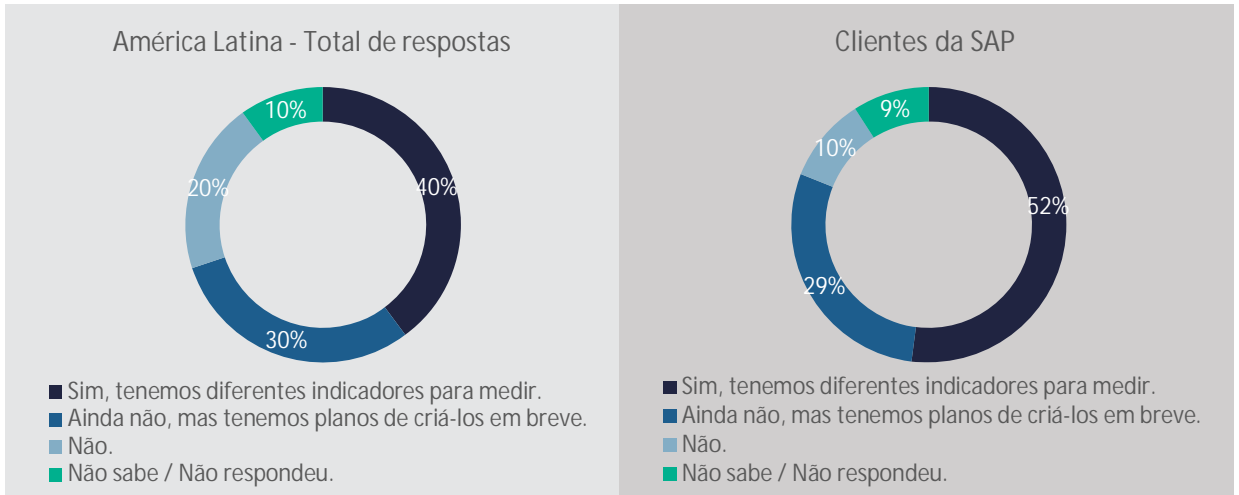


Por outro lado, 26% das empresas mantêm os esforços de sustentabilidade na área de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), seguida pela área financeira e pelo gabinete do CEO, com 16% e 12%, respectivamente. O fato de áreas tão importantes como essas duas últimas somarem uma parcela de 28% reflete a preocupação dos executivos seniores em manter as questões de sustentabilidade sob seus comandos.

O somatório da resposta “Outras áreas” também indica que ainda existem muitas empresas que não possuem uma área específica.

**Quadro 11**

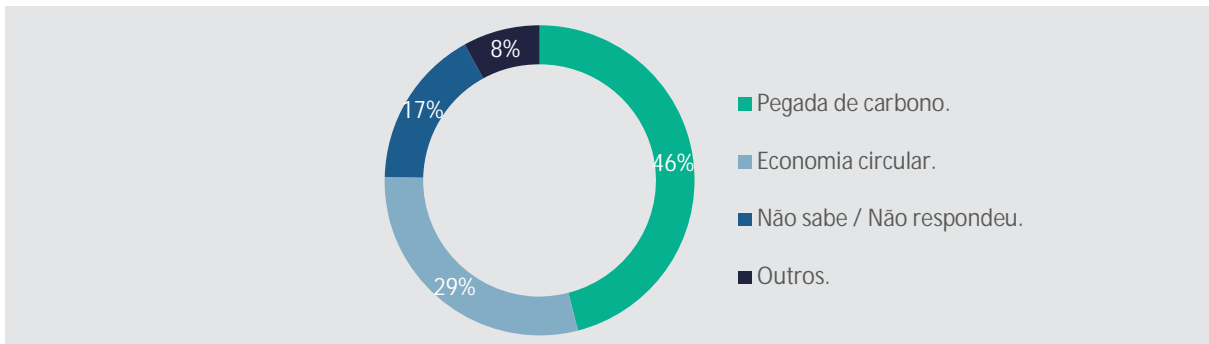
Sua empresa tem indicadores de desempenho para avaliar os esforços de sustentabilidade?



Um percentual de 40% das empresas pesquisadas afirmou ter indicadores (KPIs) estabelecidos para medir os esforços de sustentabilidade. No estudo é possível identificar quais são os clientes da SAP. Nesse grupo, aqueles que indicaram ter KPIs implementados somam 52%.

**Quadro 12**

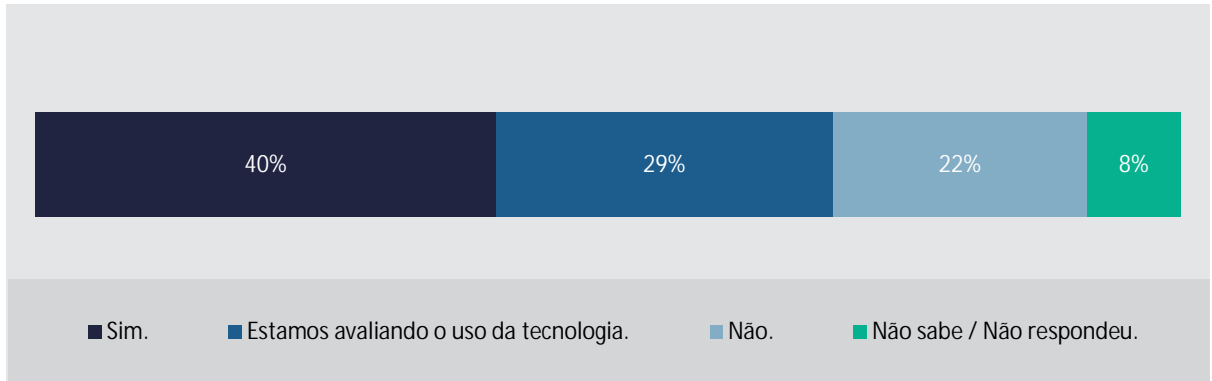
Os KPIs que avaliam a sustentabilidade se concentram em...?



Entre os KPIs que se destacam na avaliação dos esforços de sustentabilidade, estão principalmente efeitos da pegada de carbono e economia circular.

### Quadro 13

Sua empresa usa soluções tecnológicas para impulsionar a estratégia de sustentabilidade?



Para fazer a gestão dos indicadores, a tecnologia é uma aliada fundamental, conforme indicam 40% dos pesquisados, que usam soluções de TI para colocar em prática suas estratégias de sustentabilidade.

### Quadro 14

Nos próximos meses, em relação aos planos de investimento em iniciativas de sustentabilidade, sua empresa...



O valor da sustentabilidade continua sendo uma questão relevante, apesar dos impactos gerados pela pandemia. De acordo com a consulta feita a executivos entre o final de outubro e meados de novembro de 2020 para este relatório, 24% das empresas da região estimaram que vão aumentar os investimentos em iniciativas de sustentabilidade em 2021, e outros 28% vão mantê-los no mesmo nível de 2020. Em todo caso, o grau de incerteza é alto: 28% não deram respostas sobre o assunto e 20% vão reduzir ou não vão fazer investimentos na área.

# PERSPECTIVA

O trabalho de desenvolvimento de políticas de sustentabilidade segue em ritmo de amadurecimento e tem uma agenda que é cada vez mais nutrida em vários pontos. Os indicadores mostram que algumas ações são incipientes e demandam tempo e recursos nem sempre disponíveis. Então, o que esperar do futuro?



## Especialização

Como ocorre habitualmente com questões emergentes, o processo de especialização de uma ou mais áreas dentro das empresas leva algum tempo. Portanto, é de se esperar que o número de organizações com áreas de sustentabilidade cresça em um futuro próximo, da mesma forma que aconteceu com outros temas, como inovação ou, no passado, recursos humanos e comunicação.



## Padrões e indicadores

Para que os relatórios de sustentabilidade adquiram mais valor, a utilização de parâmetros internacionais e o acompanhamento por KPIs são essenciais para que as organizações possam trabalhar em conjunto e, ao longo das cadeias de valor, aprimorar o desenvolvimento de suas atividades. A tecnologia é uma aliada estratégica essencial para relatar os avanços e ajustar as metas.



## Cadeia de valor e além

O caminho a seguir é claro: o número de empresas da região que incluem estratégias de sustentabilidade ao seu DNA está aumentando, e as cadeias de valor não serão exceção. Para as cadeias de suprimentos, ser sustentável deixará de ser uma opção e passará a se tornar uma exigência, se quiserem ser competitivas. Para a maioria das organizações, será uma norma trabalhar com fornecedores que atendam aos requisitos das agendas de sustentabilidade, e isso marcará um caminho de aceleração e estabelecimento desse tema.



## Investimentos

Apesar do efeito da pandemia, ou talvez por causa dela, existe um grupo de organizações que decidiu manter ou aumentar seus investimentos nessa área. Cada centavo e cada recurso deverão ser usados para alcançar resultados que incentivem outras empresas a seguir o mesmo caminho. A tecnologia será, nesse campo, uma parceira essencial que vai ajudar a mostrar o retorno dos investimentos e os impactos da estratégia de sustentabilidade no ambiente de negócios.



## O impacto dos millennials

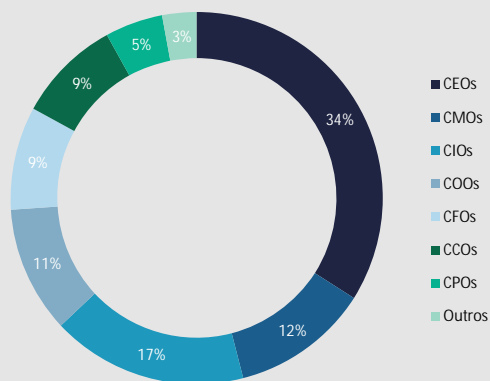
O fato de que os nascidos entre 1981 e 1996 representarão 75% da força de trabalho em 2025 é um claro exemplo do foco que deve ser colocado nas necessidades, preferências e tendências desse grupo. É importante destacar que essa geração valoriza imensamente os esforços de sustentabilidade, e isso será decisivo na hora de comprar um produto, contratar um serviço ou até mesmo aceitar um emprego.

## METODOLOGIA

Os resultados apresentados neste documento se baseiam em um estudo realizado entre o final de outubro e meados de novembro de 2020 nos mercados de Argentina, Brasil, Colômbia e México, envolvendo 455 CEOs e executivos seniores de grandes e médias empresas com operações nesses países.

### Quem participou do estudo?

- A maioria dos executivos entrevistados é de CEOs (34%), seguidos por CIOs (17%).
- Classificamos as respostas por organizações produtoras de bens (47%) e empresas prestadoras de serviços (53%).
- Entre as produtoras de bens, estão as seguintes categorias: Petróleo & Gás; Mineração; Agroindústria; Automotiva; Farmacêutica; Construção; e Bens de Consumo.
- Entre as prestadoras de serviços, estão Serviços Financeiros; Varejo; Saúde; Telecomunicações; e Viagens e Lazer.



## REFERENCIAS EXTERNAS

1. O Dow Jones Sustainability™ World Index compreende líderes globais na área de sustentabilidade identificados pela Robeco-SAM. Representa o grupo de 10% das 2.500 maiores empresas listadas no S&P Global BMI com base em critérios econômicos, ambientais e sociais de longo prazo. Fonte: [Dow Jones Sustainability Indices – Annual Review 2020 :: News :: ChemistryViews](#)
2. A disparidade salarial de gênero em empresas na região da América Latina é de até 22%. Relatório da Aequales sobre a inserção da mulher no mercado de trabalho. Publicado no jornal La República, em 27 de novembro de 2020. Fonte: <https://www.larepublica.co>
3. Observatório de Igualdade de Gênero, CEPAL, 2020. Fonte: <https://oig.cepal.org/es/indicadores>
4. PWC: Riscos não financeiros, uma ameaça crescente aos bancos. 2018. Fonte: <https://ideas.pwc.es>
5. Fonte: Harvard Business Review: [A More Sustainable Supply Chain](#), por Verónica H. Villena y Dennis A. Gioia, maio de 2020.
6. Fonte: The Millennial Impact Report: <http://www.themillennialimpact.com/>
7. Fonte: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Net\\_Zero\\_Challenge\\_The\\_Supply\\_Chain\\_Opportunity\\_2021.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Net_Zero_Challenge_The_Supply_Chain_Opportunity_2021.pdf)