



# Sustentabilidade na Agenda de Lideranças da América Latina

CEOs e altos executivos de empresas da região analisam a evolução da agenda de sustentabilidade em seus mercados, mudanças nos últimos anos, previsões e tendências para o futuro.

3ª EDIÇÃO

2023

**cio**  
INVESTIGACIÓN

**SEKMENT**

**SAP**

## CONTEÚDO

P. 03

INTRODUÇÃO: PROGRESSO E MUDANÇA EM TEMPOS IMPREVISÍVEIS

P. 05

ESTRATÉGIAS E SUA EVOLUÇÃO

P. 08

MESMAS MOTIVAÇÕES, NOVOS DESAFIOS

P. 12

O INTERESSE E O INVESTIMENTO EM SUSTENTABILIDADE NÃO ESTÃO CRESCENDO NO MESMO RITMO

P. 13

ADICIONAR TECNOLOGIA E CERCAR-SE DE ESPECIALISTAS: A NOVA ESTRATÉGIA

P. 14

POLÍTICAS EMPRESARIAIS: FAZER, MEDIR E COMUNICAR

P. 19

CRÉDITOS DE CARBONO: A NOVA OPORTUNIDADE

P. 20

PAPEL E O VALOR DOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE

P. 22

O DESAFIO DE CHEGAR A UM ACORDO

P. 24

UM OLHAR PARA O FUTURO

P. 25

METODOLOGIA

P. 26

REFERÊNCIAS



# Introdução:

## Progresso e mudança em tempos imprevisíveis

---

Desde o Tratado de Paris (2015), a agenda mundial de sustentabilidade vem passando por um processo de revisão de marcos e promessas. As evidências acumuladas ao longo dos anos sobre os efeitos da poluição ambiental e da qualidade de vida das pessoas colocaram mais pressão sobre a necessidade de promover mudanças genuínas e melhorias verificáveis para as gerações atuais e futuras. Isso explica em parte por que, durante a COP27 (Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas), os países iniciaram conversações para reverter, e não apenas mitigar, os efeitos das mudanças climáticas.

Na América Latina, a assinatura do Acordo de Escazú completou cinco anos (2018) e, durante a segunda reunião da Conferência das Partes, realizada em abril de 2023, foi confirmada a disposição dos países da região de trabalhar no fortalecimento do "acesso à informação, participação cidadã e acesso à justiça em questões ambientais". Como veremos neste relatório, a sustentabilidade continua a evoluir e está entre as principais motivações que as organizações consideram para ativar, manter ou expandir suas agendas executivas nessa área.

Mesmo com o progresso que foi feito em termos de acordos e tratados desde 2018<sup>1</sup> até o momento, a lacuna entre leis, regulamentações e aplicação é enorme<sup>2</sup>. A América Latina tem desafios crescentes que incluem não apenas as mudanças climáticas, mas também o desmatamento, a perda de biodiversidade, a poluição do ar e da água, sem mencionar as questões sociais, uma parte vital da agenda ESG.

Ao mesmo tempo, a agenda está crescendo e se expandindo. Está acrescentando elementos e atingindo mais pessoas. Está sendo conduzida por artistas, designers e líderes globais e locais. Para citar apenas um dos muitos exemplos, o Coldplay, uma das bandas mais reconhecidas do mundo, lançou uma estratégia para tornar sua turnê Music of the Spheres sustentável, transmitindo uma mensagem positiva para seus milhões de fãs em todo o mundo e inspirando outras bandas a tomar medidas semelhantes.



Nesse contexto, a CIO Research, empresa líder em pesquisa de mercado no segmento de executivos C-Level na América Latina, juntamente com a SEEKMENT, referência na avaliação e análise de informações entre diretores e gerentes das empresas mais importantes dos continentes americano e europeu, realizou pelo terceiro ano consecutivo, com o patrocínio da SAP, um estudo sobre o estado da agenda de sustentabilidade no mercado empresarial latino-americano.

No início de 2023, 500 executivos seniores das principais empresas de médio e grande porte da região compartilharam suas motivações para realizar programas de desenvolvimento sustentável, os desafios que enfrentam diariamente, o papel da tecnologia aplicada aos negócios e as projeções futuras, incluindo suas expectativas para os próximos meses. Esta edição inclui os quatro países originais dos dois estudos anteriores: Argentina, Brasil, Colômbia, México e Chile.

A partir de suas respostas, conclui-se que o mapa latino-americano, embora com pequenos avanços, reflete situações díspares de contextos e iniciativas, com diferenças entre os resultados por país e por tipo de empresa, dependendo se são produtoras de bens ou prestadoras de serviços. Esta terceira edição do Sustainability on the Latin American Leadership Agenda contribui para que seja possível reconhecer tendências claras de sustentabilidade na região, seu progresso desde o primeiro estudo apresentado em 2021 e uma agenda de oportunidades de melhoria.

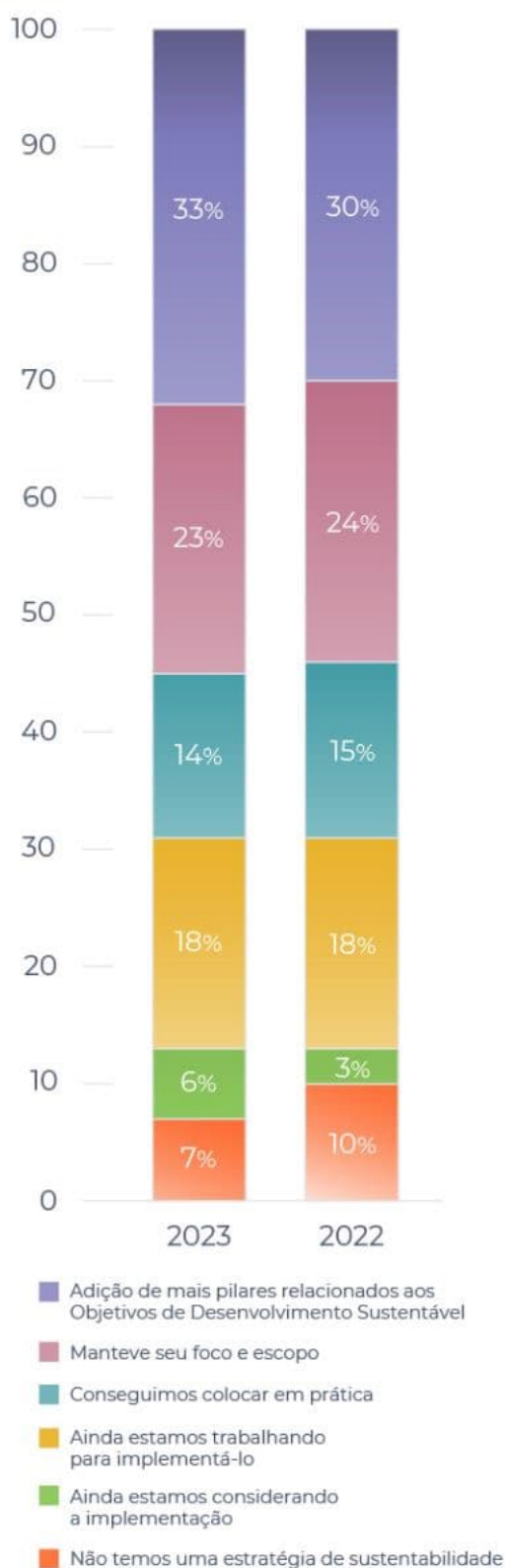
**Seguem as revelações mais importantes.**



## Estratégias e sua evolução

### Quadro 1

## Como evoluiu a estratégia de sustentabilidade da sua empresa no último ano?



O impacto da sustentabilidade vai além da reputação, da responsabilidade social ou do legado que as organizações planejam para o futuro: ele tem um impacto direto no resultado final de seus negócios. De acordo com um estudo da McKinsey citado pelo Fórum Econômico Mundial, uma estratégia de ESG é fundamental para reduzir os custos e contribuir para os lucros operacionais em até 60%.<sup>3</sup>

Já o #CCSIndex, que avalia as tendências em consumo responsável, identificou em 2022 que 67% dos consumidores em nível mundial consideram "importante" comprar de empresas responsáveis e que 36% planejam incrementar os gastos que realizam com esse tipo de organização<sup>4</sup>.

As empresas da América Latina parecem estar atentas ao fenômeno e consolidando suas estratégias de sustentabilidade: embora o número de organizações que declaram ter uma estratégia já em prática tenha tido uma variação positiva (passou de 69% em 2022 para 70% em 2023), um terço afirma ter incorporado novos pilares associados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU.

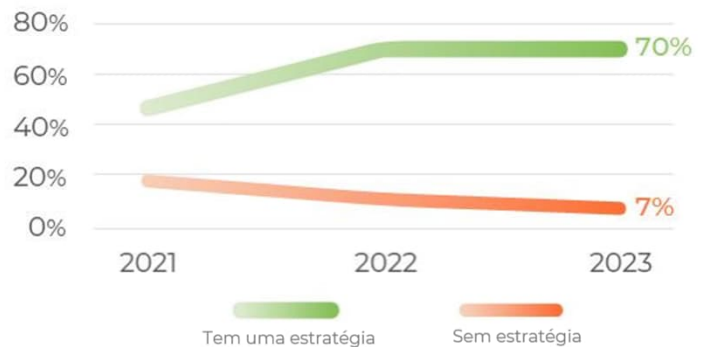
Mesmo em um cenário macroeconômico desafiador, 23% das organizações da região mantiveram o foco e o alcance de suas estratégias de sustentabilidade em relação ao ano anterior e 14% conseguiram colocá-la em prática.

Além disso, continua a diminuir o número de empresas que não possuem nenhum plano nesse campo - apenas 7% delas fizeram essa afirmação em face de 10% em 2022 e 18% em 2021.

**70%** das organizações latino-americanas possuem uma estratégia de sustentabilidade, um ponto percentual a mais que na edição de 2022 e 24 pontos a mais que em 2021.

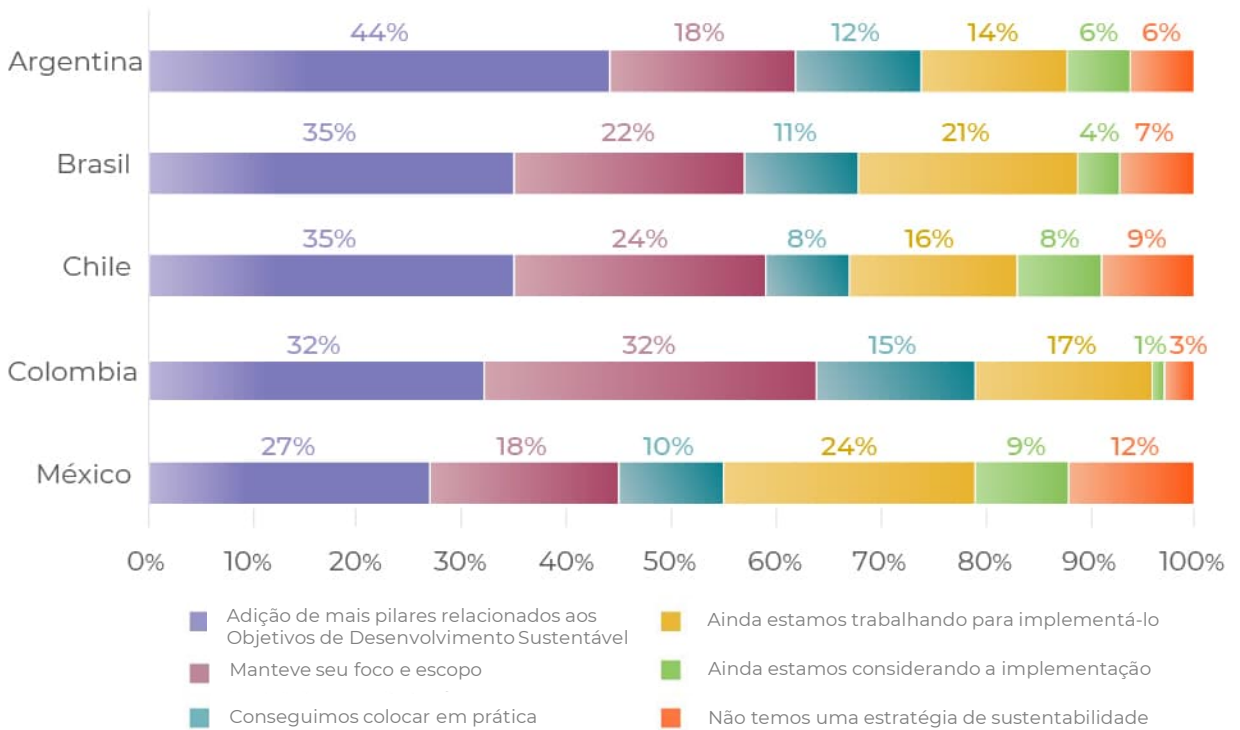
O número de empresas que dizem não ter uma estratégia de sustentabilidade atingiu seu mínimo histórico de **7%**, ante **10%** em 2022 e os **18%** em 2021.

## Quadro 2 Quem tem uma estratégia e quem não tem? Comparação 2021-2023



**Quadro 3**

**Como evoluiu a estratégia de sustentabilidade da sua empresa no último ano?**



Embora haja uma lacuna entre os diferentes territórios, a porcentagem de organizações que está reforçando suas estratégias de sustentabilidade e adicionando novos pilares vinculados a ODS é superior a 27% em todos os países participantes do estudo. No caso da Argentina, esse item atinge expressivos 44%, seguida do Brasil e do Chile, com 35% cada.

O Brasil é o país com menor proporção de empresas que ainda não possuem uma estratégia de sustentabilidade (11%), e a Colômbia, o que mais conseguiu colocar em prática novas iniciativas ao longo do ano (15%). No caso do México, embora ainda haja uma enorme margem de oportunidade, destaca-se que o número de organizações sem nenhum plano vinculado à sustentabilidade caiu em apenas um ano de 17% em 2022 para 9% em 2023, o que é uma boa notícia.

De qualquer forma, a porta de entrada para o mundo da sustentabilidade continua sendo a diversidade e a inclusão. Entretanto, como veremos, o foco está começando a se diversificar e os esforços em outras áreas estão se multiplicando.

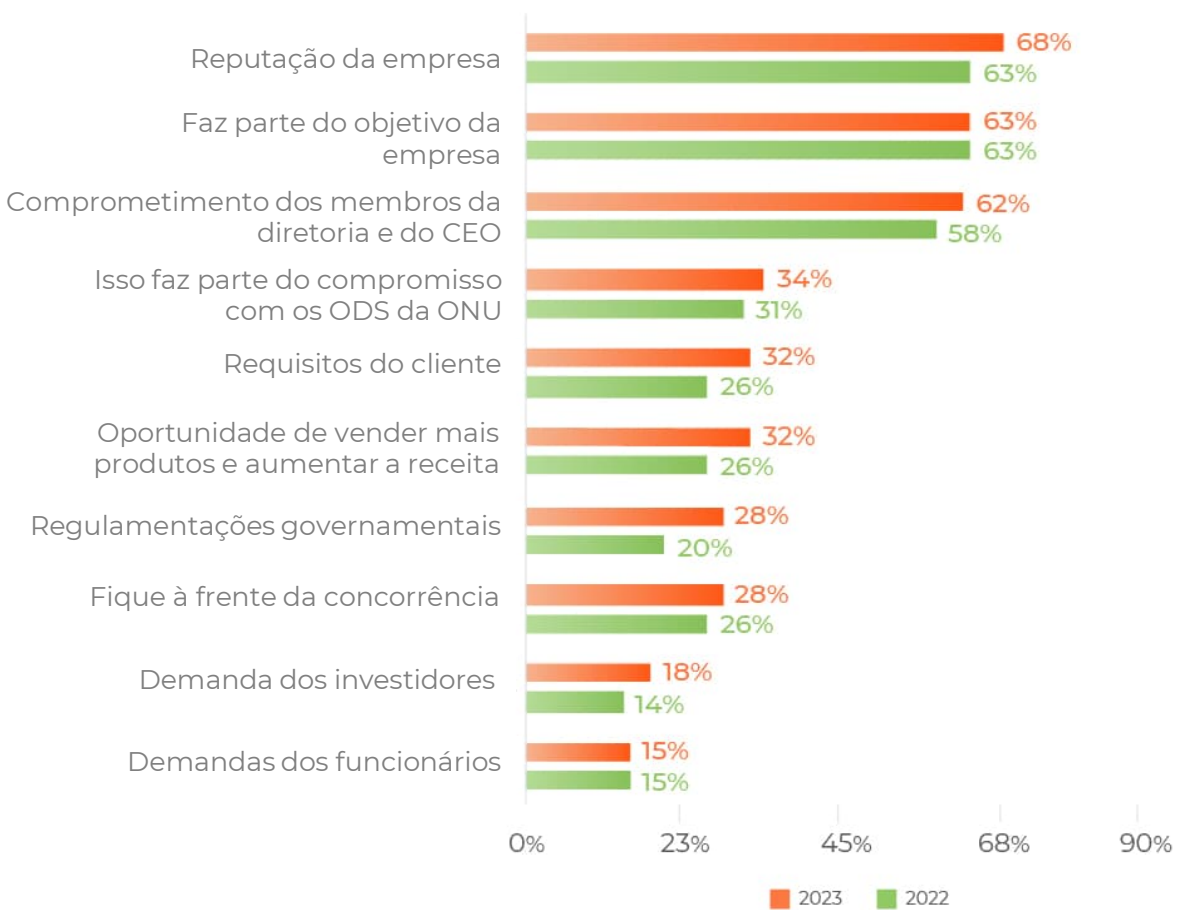


## MESMAS MOTIVAÇÕES, NOVOS DESAFIOS

A reputação e o propósito continuam a ser, tal como no ano anterior, a principal razão pela qual as empresas da região adotam uma estratégia de sustentabilidade. No entanto, o peso relativo de outras variáveis começa a aumentar.

### Quadro 4

## Quais são as forças que motivam sua empresa a ter uma estratégia de sustentabilidade? Comparação 2022-2023



Um dado animador é o maior comprometimento dos membros do conselho de administração e dos CEOs nessas iniciativas (passou de 58% para 62%), já que a participação do "board" é considerada um acelerador das iniciativas de sustentabilidade e um fator essencial para o sucesso dos projetos no longo prazo.

Sustentabilidade também é vista cada vez mais como uma variável de competitividade. Por isso é de se esperar que as demandas dos clientes tivessem um crescimento de seis pontos percentuais, chegando a 32% das respostas. Além disso, a demanda dos investidores também cresceu e hoje representa 18%.



## Pressões regulatórias estão aumentando mundialmente, lideradas pela União Europeia<sup>5</sup>, e o efeito já está sendo sentido nos países da América Latina:

- **A Argentina** tem se concentrado na legislação financeira para sustentabilidade, principalmente em relação à emissão de instrumentos financeiros nesse campo. A Comissão Nacional de Valores (CNV) da Argentina tomou medidas para estabelecer uma estrutura legal para emissão de títulos de sustentabilidade com o objetivo de seguir padrões internacionalmente reconhecidos.
- **O Brasil** aplicou várias leis e regulamentos relacionados às práticas ESG. Uma das mais recentes é a Resolução 59/2021, emitida pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), que obriga as empresas de capital aberto a fornecer informações sobre práticas e indicadores ESG em um formulário de referência com base no termo "cumprir ou explicar". O formulário deve ser enviado pelo menos uma vez por ano e está sujeito a investigações e sanções administrativas em caso de declarações falsas.
- **O Chile** implementou uma série de leis e regulamentos que buscam promover o desenvolvimento sustentável e mitigar os efeitos das mudanças climáticas. Entre eles, a Lei Marco de Mudanças Climáticas nº 21.455, a Estratégia Climática de Longo Prazo do Chile e as Contribuições Nacionalmente Determinadas do Chile (apresentação atualizada de 2020) são iniciativas importantes que buscam reduzir as emissões de gases de efeito estufa e alcançar a neutralidade de carbono até 2050.
- **A Colômbia** apresentou em março de 2022 um esquema de classificação padronizado (Taxonomia Verde) para promover e facilitar a canalização de recursos para investimentos em sustentabilidade e definir diretrizes primárias para o desenvolvimento de finanças verdes. A Taxonomia Verde foi formalmente adotada pelo regulador financeiro SFC (Superintendencia Financiera de Colombia) em abril de 2022.
- **O México** está promovendo práticas ESG, em um movimento principalmente de autorregulação do mercado, em vez de iniciativa do governo, de acordo com relatórios recentes. Muitas empresas mexicanas e multinacionais com presença no México adotaram voluntariamente estratégias ESG para mitigar riscos e melhorar seus níveis de desempenho.

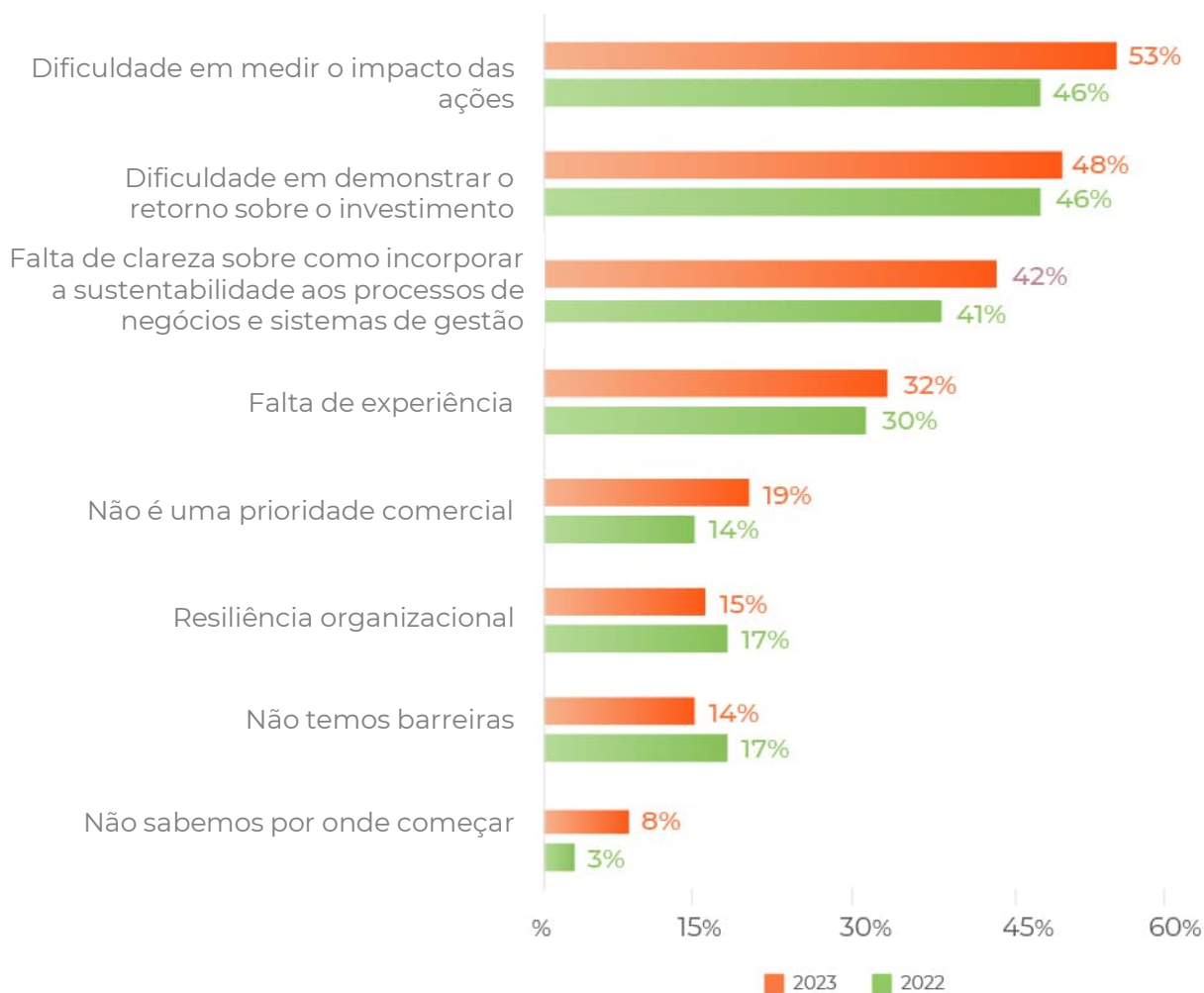
Tudo isso também se reflete nesta nova edição do estudo Sustentabilidade na Agenda de Lideranças da América Latina: 28% dos pesquisados apontaram a questão regulatória como fator de mobilização e, com uma variação de 8%, é o item com maior crescimento em relação ao estudo do ano anterior. Nesse sentido, é possível tomar esse ponto como argumento que justifica a maior participação do pequeno grupo decisório das organizações nas questões de sustentabilidade.

O **marco regulatório** aumentou sua incidência entre as motivações das empresas **em 8 pontos percentuais**.

## ROI E A CAPACIDADE DE DEMONSTRAR O IMPACTO DAS AÇÕES: PRINCIPAIS DESAFIOS

### Quadro 5

**Quais são as principais barreiras que sua organização enfrenta para implementar ou incrementar os esforços de sustentabilidade? Comparação 2022-2023**




As principais barreiras para embarcar em iniciativas de sustentabilidade continuam sendo as dificuldades em medir o impacto das ações (passou de 46% em 2022 para 48% em 2023) e, fundamentalmente, em demonstrar o retorno sobre o investimento, uma dor de cabeça para 53% dos consultados (contra 46% no ano anterior).

Em relação aos obstáculos que essas empresas encontram pelo caminho, houve avanços em alguns aspectos. Por exemplo, o número de organizações que consideram não ter nenhuma barreira cresceu de 14% para 17% entre 2022 e 2023.

No entanto, ainda existem desafios muito profundos, desde questões culturais como a resistência organizacional (15%, queda de dois pontos percentuais em relação a 2022) ou o fato de não ser prioridade para os negócios (19%, aumento notável de cinco pontos percentuais, especialmente considerando o contexto oferecido anteriormente) até o caso de não saber por onde começar (aumento de 3% para 8%).

A importância de contar com o apoio de um parceiro adequado ao longo do caminho fica evidente nessas situações, bem como quando falta de experiência (32%, 2 pontos percentuais a mais) ou não há clareza sobre como incorporar a sustentabilidade nos processos de negócio e nos sistemas de gestão (42%, um ponto percentual acima do ano anterior).

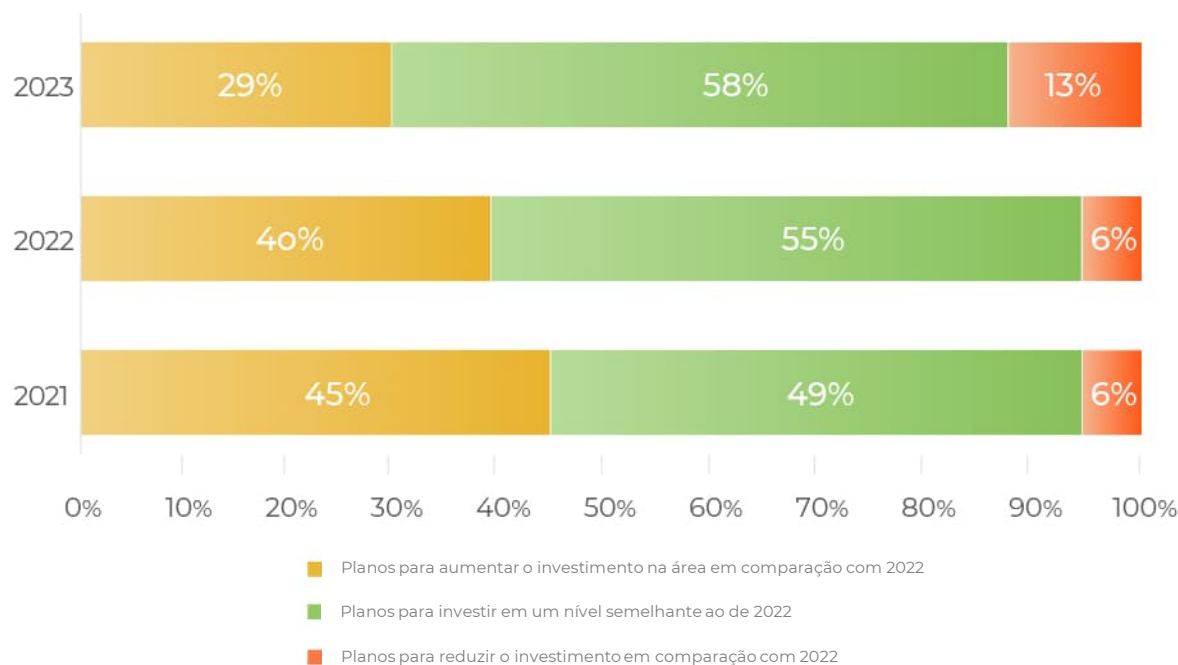


Mais da metade dos entrevistados considera que a maior dificuldade está em demonstrar o retorno sobre o investimento (ROI): **7%** a mais em relação ao ano anterior.

## O INTERESSE E O INVESTIMENTO EM SUSTENTABILIDADE NÃO ESTÃO CRESCENDO NO MESMO RITMO

### Quadro 6

**Nos próximos meses, em relação aos seus planos de investir em iniciativas de sustentabilidade, sua empresa tem...?**



Uma leitura das respostas sobre investimentos reflete uma desaceleração dos investimentos na região e, como consequência, pode ser interpretada como um menor interesse em questões de sustentabilidade. Isso pode ser um reflexo da dificuldade de demonstrar o retorno sobre o investimento ou a dificuldade de medir ações sustentáveis, duas barreiras muito claras e consistentes neste estudo. Entretanto, há alguns fatores a serem considerados ao analisar a evolução dessa resposta ao longo dos anos.

Em primeiro lugar, a proporção de organizações que aumentaram o número de pilares de sua estratégia de sustentabilidade aumentou novamente, e as porcentagens de empresas que mantiveram ou conseguiram implementar suas iniciativas permaneceram iguais de um ano para o outro. Isso pode nos levar a supor que as organizações da região estarão aguardando os resultados do investimento anterior, em um contexto econômico global imprevisível, afetado por variáveis que vão desde um risco de recessão anunciado por organizações internacionais no final do ano passado<sup>6</sup> até os efeitos da guerra na Ucrânia, além da volatilidade política e econômica da própria região, que reduziu as expectativas de crescimento.

Em um detalhamento por país, a Argentina tem a maior proporção de empresas que aumentariam o investimento em relação a 2022 (34%), seguida por Chile e Colômbia (32%), Brasil (29%) e México (20%).

**Interesse crescente, mas nenhum investimento...**  
**Problemas de implementação?**

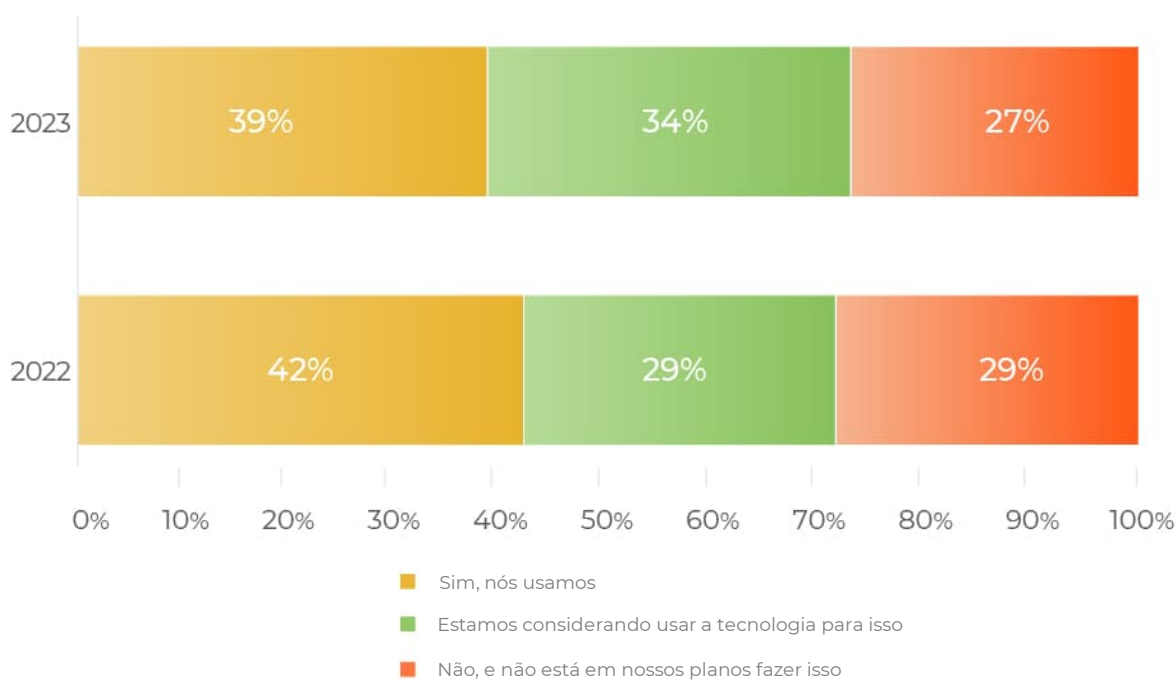


## ADICIONAR TECNOLOGIA E CERCAR-SE DE ESPECIALISTAS: A NOVA ESTRATÉGIA

A transformação digital é um aliado fundamental das estratégias sustentáveis: os dados e as novas tecnologias possibilitam monitorar a eficiência energética, medir as mudanças nas emissões da pegada de carbono, avaliar a sustentabilidade da cadeia de suprimentos de ponta a ponta, apoiar políticas de inclusão e diversidade, eliminar o desperdício na produção, otimizar o uso de meios de transporte poluentes, garantir a conformidade com muitos dos direitos humanos mais básicos, promover estratégias de comércio justo e muito mais.

### Quadro 7

#### Você usa tecnologia para gerenciar a sustentabilidade?



Nesse contexto, 39% das empresas latino-americanas já usam tecnologia para apoiar suas estratégias de sustentabilidade, em comparação com 27% que não planejam fazê-lo. Esses números mostram uma ligeira queda em relação ao estudo de 2022, devido ao fato de que naquela ocasião não foram incluídos executivos de empresas chilenas, que parecem enfrentar desafios maiores do que os dos quatro países que já participaram das três edições deste relatório.

A Colômbia e o Brasil lideram o uso da tecnologia para impulsionar a sustentabilidade, enquanto a Argentina e, mais uma vez, a Colômbia apresentam a maior proporção de organizações que pretendem fazer o mesmo.

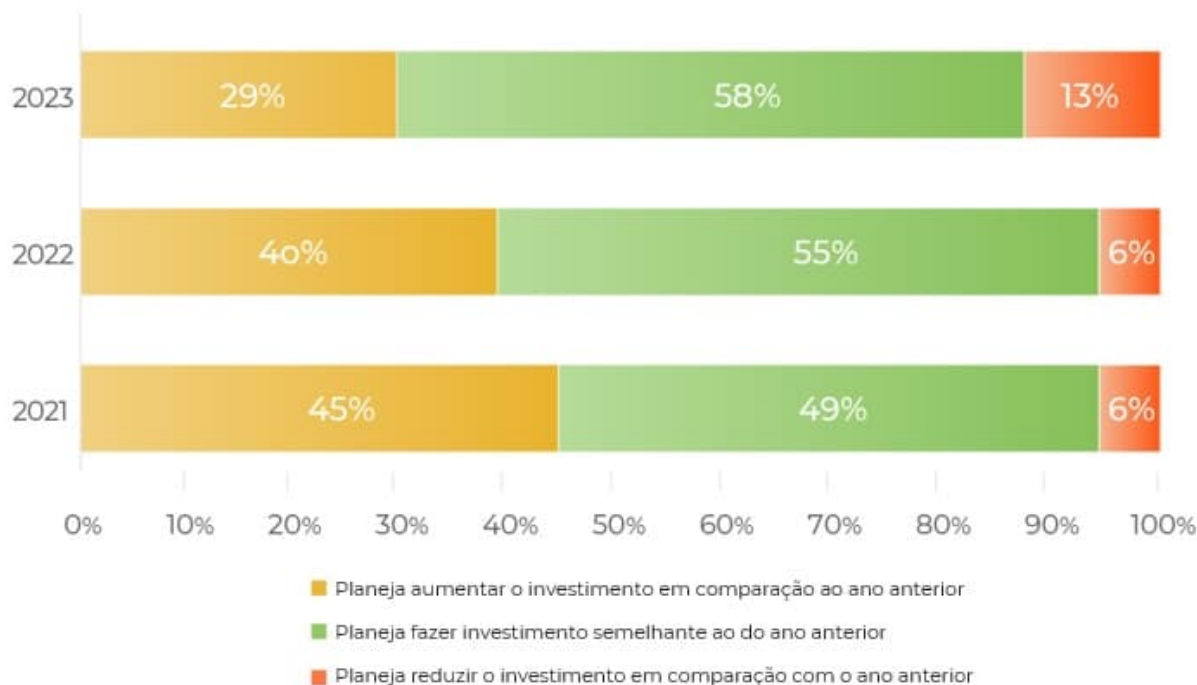
Também perguntamos aos C-Levels da região se, no último ano, eles consultaram especialistas em tecnologia sobre como avançar na medição, controle e gerenciamento de sua estratégia de sustentabilidade e descobrimos que 52% deles procuraram ou marcaram reuniões com esses especialistas.

## POLÍTICAS CORPORATIVAS: FAZER, MEDIR E COMUNICAR

Como nas edições anteriores, perguntamos às organizações sobre o foco de sua estratégia de sustentabilidade, o que nos permitiu identificar padrões e alguns novos desenvolvimentos.

### Quadro 8

#### E você já tem um programa sobre...? Comparativo 2021-2023



O ponto de entrada das organizações latino-americanas no mundo da sustentabilidade continua sendo "Igualdade, diversidade e inclusão": é uma prática que em 2023 foi contemplada por 69% das organizações participantes, o que mostra um crescimento contínuo ao longo das três edições deste estudo.

Longe de se concentrar nesse item, o foco continua a se diversificar: as iniciativas ligadas a cadeias de valor responsáveis representaram 55% das respostas (7% a mais do que na pesquisa de 2021), enquanto o trabalho para reduzir a pegada de carbono representou 53% das respostas (10% a mais do que em 2021). As metas de atingir emissões líquidas zero até 2050 estabelecidas pelas Nações Unidas<sup>7</sup> e o avanço das regulamentações em diferentes regiões geográficas, especialmente na Europa, podem levar as subsidiárias regionais de empresas globais a acelerar essas iniciativas.

Ele destaca a eficiência das ferramentas da SAP como aliadas na medição da pegada de carbono, um dos pilares das estratégias sustentáveis: **65% dos clientes da empresa têm esse como um de seus principais focos sustentáveis, em comparação com 42% do setor como um todo.**

Por outro lado, destaca-se que a economia circular, que ganhou força em 2021, quando esteve presente na estratégia de sustentabilidade de 50% dos entrevistados, muito provavelmente consequência de mudanças de hábitos ligadas à pandemia que ainda estava entre as prioridades das organizações, permanece em torno de 30% (32% em 2022 e 35% em 2023).

Este ano, pela primeira vez, o item “Soluções baseadas na natureza” foi incorporado: 21% das empresas consultadas declararam estar trabalhando no tema. Trata-se do conjunto de ações ou políticas que visam proteger, recuperar e gerir de forma sustentável os ecossistemas para que aumentem sua resiliência, estejam mais bem preparados para enfrentar os desafios adiante (desastres naturais, baixa disponibilidade hídrica, impacto das alterações climáticas) e consigam um equilíbrio entre salvaguardar a biodiversidade e promover o bem-estar humano. Essa é uma área de oportunidades em que a atenção já está dada, mas que possui ampla margem de crescimento.

**55%** das empresas latino-americanas têm iniciativas de cadeia de suprimentos.

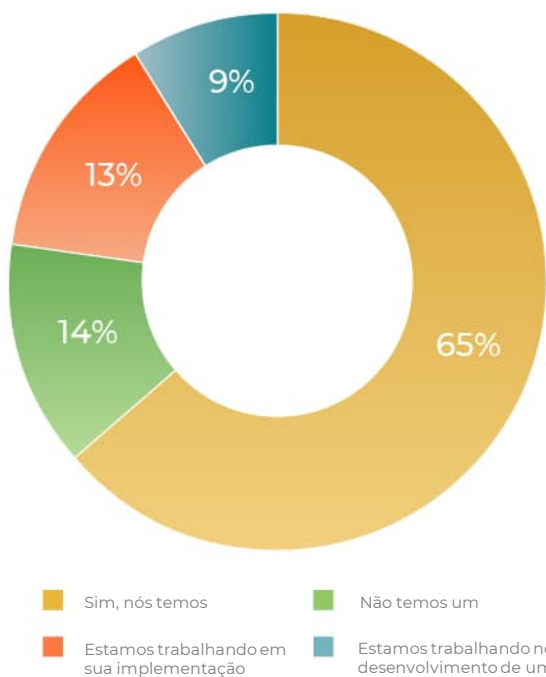


Quando as empresas são consultadas sobre programas específicos de sustentabilidade, fica claro que houve progresso e, ao mesmo tempo, que ainda há um bom espaço para crescimento, mais em algumas linhas de trabalho do que em outras.

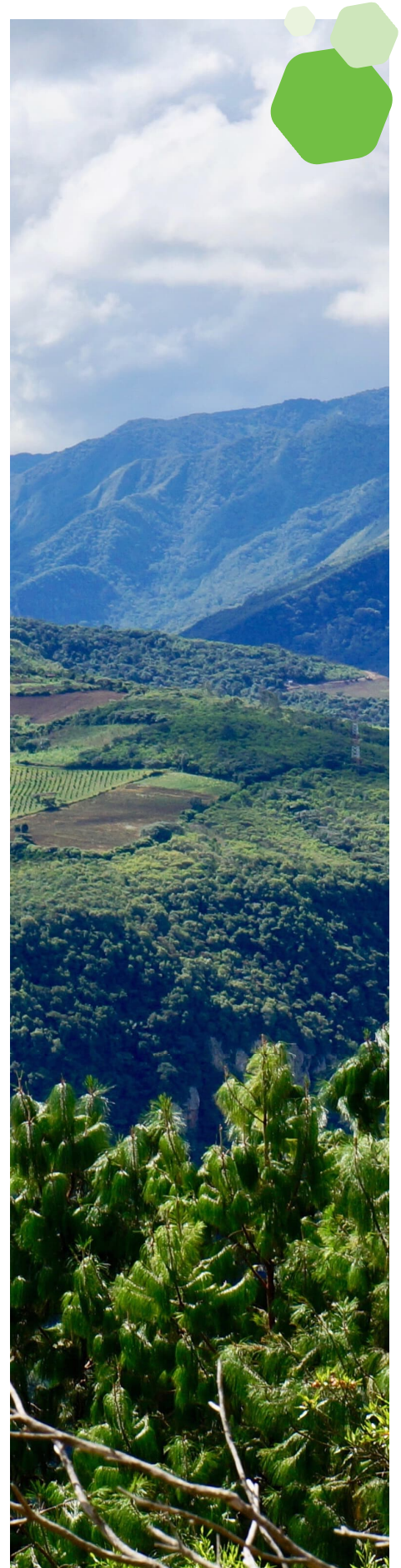
Por outro lado, há evidências de progresso na profissionalização e no aprofundamento do nível de detalhamento com que a agenda de sustentabilidade e seus programas são tratados, o que se reflete, por exemplo, no uso de parâmetros ou padrões internacionais para a geração de indicadores e a construção de relatórios.

### Quadro 9

## Sua empresa tem uma política de diversidade e inclusão?



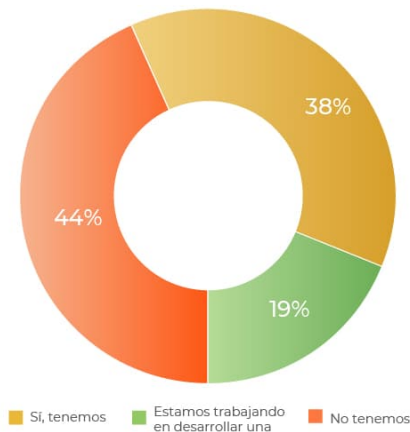
No caso dos programas de diversidade, inclusão e igualdade, houve um aumento de 3% em relação ao ano anterior, consolidando-o como o pilar de gestão sustentável mais forte em toda a região, em todos os mercados.





## Quadro 10

### Sua empresa tem uma política de emissões de carbono?



A redução da pegada de carbono está na agenda de 53% das empresas, conforme mostra a Tabela 8. No entanto, apenas 38% das que participaram deste estudo conseguiram ter uma política formal em vigor, sendo que o escopo também varia.

**24% indicam que a política desenvolvida é de escopo 1 e 2 e os 14% restantes também incorporaram o escopo 3.**

Outros 19% afirmam estar trabalhando no desenvolvimento de uma política. Até 2022, 36% relataram ter uma linha de trabalho nessa direção e outros 18% estavam engajados na implantação de uma. Em outras palavras, de modo geral, há um progresso que pode prometer melhores resultados no futuro.

**Em 2023, há um aumento de 2% no número de empresas que trabalham com uma política de redução de CO2.**

### Quais são os diferentes níveis de escopo e como afetam a medição da pegada de carbono?

Atualmente, as organizações que acompanham a evolução de sua pegada de carbono costumam utilizar padrões ou parâmetros internacionais para sua medição. Esses critérios também permitem diferenciar e ordenar as emissões de dióxido de carbono de acordo com diferentes tipos:

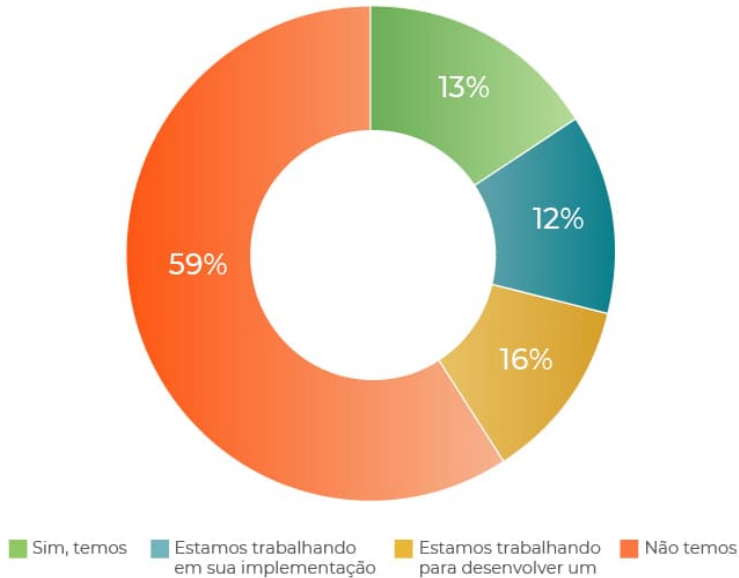
**Emissões de escopo 1:** são emissões diretas, ou seja, aquelas que surgem da própria organização por meio do uso de combustíveis fósseis para veículos, máquinas etc., bem como por meio de perdas de gases refrigerantes, como os usados em ar-condicionado, ou como resultado de processos de produção ligados a fenômenos químicos.

**Emissões de escopo 2:** são emissões indiretas geradas pela energia consumida e comprada pelo emissor. Aqui, parte do que é medido é a emissão de gases de uma parte da cadeia de valor da qual a organização participa.

**Emissões de escopo 3:** uma segunda variante de emissões indiretas, correspondente aos produtos e serviços que a organização adquire para realizar sua atividade e que, pelo fato de existirem, já geraram uma emissão anterior de gases. Isso as torna mais difíceis de rastrear, pois envolvem um aprofundamento na cadeia de valor de uma organização.

### Quadro 11

## Sua empresa tem um programa que ajuda fornecedores a reduzir suas pegadas de carbono ou atingir o equilíbrio das emissões?



Quando os entrevistados foram solicitados a indicar o foco de suas estratégias sustentáveis, 54% se referiram a cadeias de valor responsáveis. No entanto, quando perguntados se eles têm um programa para ajudar os fornecedores a reduzir sua pegada de carbono, apenas 13% responderam afirmativamente. Sessenta e nove por cento nem sequer estão trabalhando nessa questão. Isso significa que aqueles que começarem a trilhar esse caminho estarão um passo à frente de seus concorrentes.

Essa situação não é exclusiva da América Latina: apesar da evidência global de que 90% das emissões de gases de efeito estufa provêm da cadeia de suprimentos de uma organização e que entre 50% e 70% dos custos operacionais também provêm dessa cadeia, um estudo global mostra que 33% das empresas não têm uma referência de cadeia de suprimentos sustentável e quase metade dos entrevistados afirma que suas empresas "têm dificuldade em medir o desempenho das atividades da cadeia de suprimentos sustentável".<sup>8</sup>

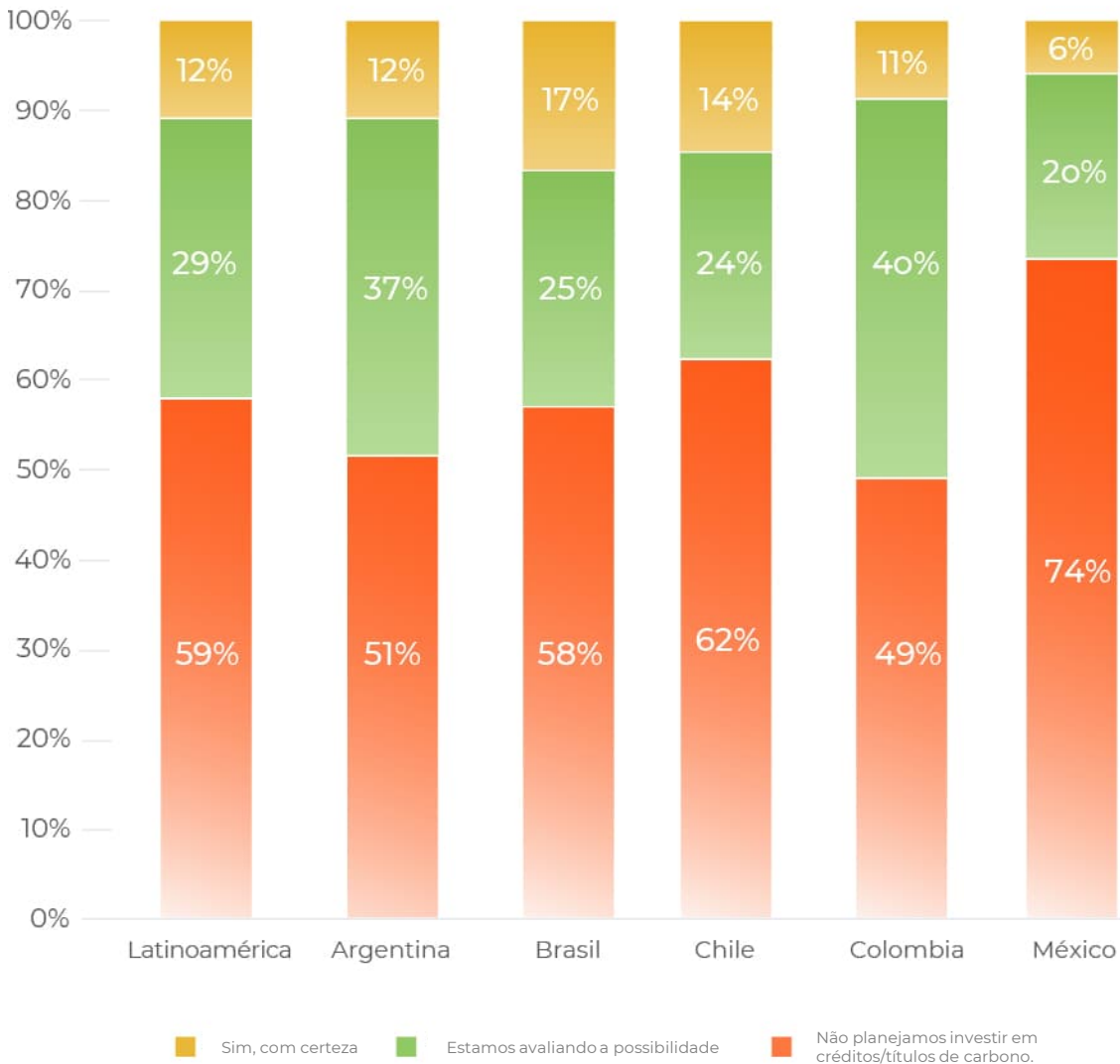
**Os programas vinculados à cadeia de valor sustentável são muito raros: para as empresas que ousam ser pioneiras nesse campo, eles podem significar uma importante vantagem competitiva.**

## Créditos de carbono: a nova oportunidade

Um assunto emergente na agenda é, sem dúvida, a questão dos créditos de carbono ou títulos verdes.

### Quadro 12

## Em 2023, sua organização planeja investir em créditos de carbono?



Quarenta e um por cento das empresas da região já estão procurando investir em créditos de carbono, o que é uma tremenda oportunidade para a América Latina, representando um terço do potencial do mercado global de carbono voluntário com soluções baseadas na natureza.

Se analisarmos o detalhamento por país das empresas que pretendem investir ou já estão investindo, a Colômbia assume a liderança com 51% da amostra, seguida pela Argentina com 49%.

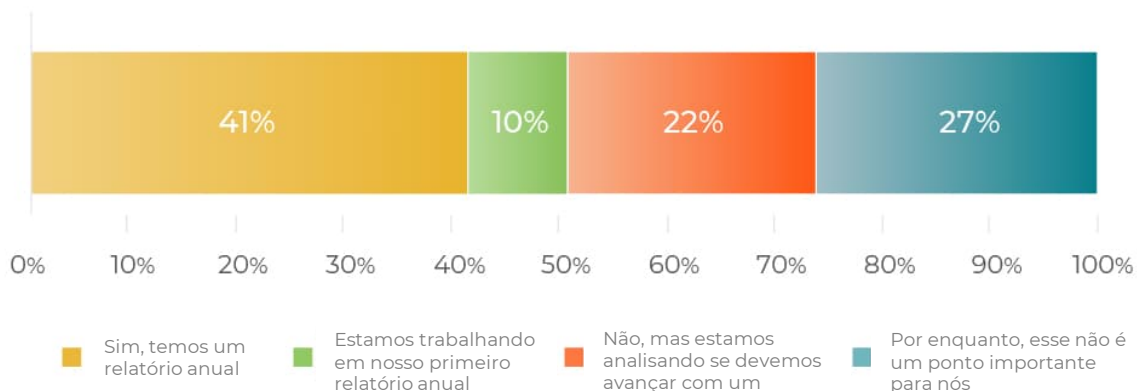
Em resumo, o potencial de progresso dos títulos verdes precisará ser monitorado e acompanhado nos próximos anos.

## PAPEL E VALOR DOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE

O relatório de sustentabilidade é um elemento-chave; ele é o instrumento que nos permite entender o desempenho das ações adotadas, o quanto estamos próximos ou distantes dos objetivos estabelecidos e o quanto a estratégia sustentável definida está sendo bem-sucedida.<sup>9</sup>

### Quadro 13

#### Sua empresa tem um Relatório de Sustentabilidade?



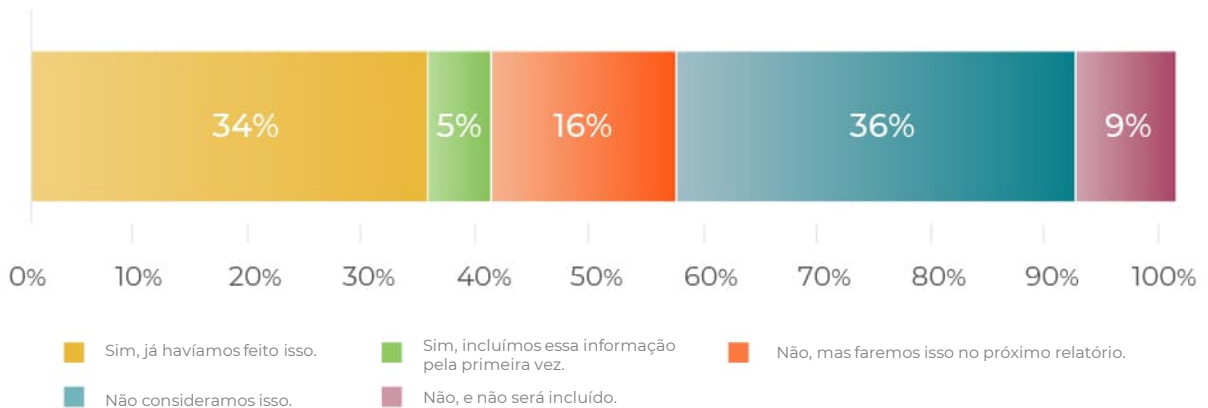
Nesse campo, também há muito espaço para as empresas latino-americanas amadurecerem e se desenvolverem. Especificamente, a proporção de empresas que têm um relatório de sustentabilidade permaneceu a mesma que em 2022: 41%. Talvez o mais promissor neste momento seja o fato de que 10% já estão trabalhando em seu primeiro relatório e 22% estão considerando trabalhar nele. Isso pode fazer com que 7 em cada 10 empresas tenham um relatório de sustentabilidade nos próximos anos.





## Quadro 14

### Sua empresa inclui dados de sustentabilidade em seus relatórios financeiros?



Com relação à inclusão de dados de sustentabilidade nos relatórios financeiros, 34% das organizações já o faziam, 5% o incorporaram pela primeira vez no relatório de 2023 e 16% planejam fazê-lo em seu próximo relatório financeiro. Dos demais entrevistados, 36% ainda não consideraram o tópico e 9% também não planejam fazê-lo no futuro.

**55%** das empresas incluíram dados de sustentabilidade em seu último relatório financeiro ou planejam fazê-lo em seu próximo relatório.

## O desafio de chegar a um acordo

Até agora, vimos que as organizações avançam e fazem relatórios. Agora, como elas medem e por quais critérios?

### Quadro 15

## Sua empresa usa algum modelo padrão de relatório ou métrica relacionada à sustentabilidade (várias respostas)?



Das 500 empresas pesquisadas para este estudo, 62% utilizam algum modelo padrão para seus relatórios ou métricas relacionados à sustentabilidade. A particularidade desse ponto é que há dois fenômenos. Por um lado, o número de modelos de medição é amplo e amplamente distribuído, embora três predominem. Por outro lado, uma média de 3,4 modelos diferentes e coexistentes são usados pela mesma organização. Isso reflete a importância cada vez maior da necessidade de medir, de demonstrar de alguma forma o retorno sobre o investimento e de superar as outras barreiras ligadas aos projetos de sustentabilidade.

Com relação aos três modelos predominantes, podemos destacar que eles têm uma participação geográfica heterogênea e que, em alguns mercados, um é mais predominante que o outro, conforme mostrado abaixo:

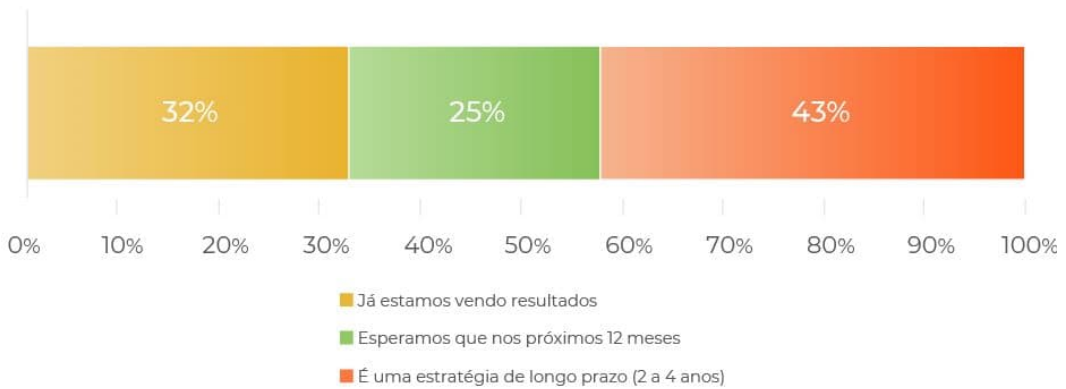
- GRI (Global Reporting Initiative) é escolhido por 43% das empresas da região, com uma incidência muito alta na Colômbia, onde é utilizado por 56% das organizações. O país é seguido por Brasil (44%), Argentina e Chile (38%) e México (29%).
- ISSB (International Sustainability Standards Board) é apontado por 20% dos que responderam afirmativamente ter um modelo de medição. Aqui o principal usuário é o Chile (35%), seguido por Argentina (19%), Colômbia (18%), Brasil (16%) e México (14%).
- ESG (Environmental, Social & Governance) tem uma adoção de 19% em nível regional, com Brasil (36%) na liderança, seguido por México (29%), Argentina (25%) e Colômbia (9%). O Chile não registrou nenhum caso.

A maioria das empresas combina mais de três modelos diferentes de relatórios, **refletindo a necessidade de regulamentar e padronizar a forma como a sustentabilidade é medida.**

## Foco nos resultados

### Quadro 16

## Quanto tempo você acha que levará para que seus esforços de sustentabilidade gerem impactos em seus negócios?



O dado alentador é que 57% das empresas na América Latina já estão vendo resultados de suas iniciativas de sustentabilidade hoje ou esperam vê-los nos próximos 12 meses. Os restantes 43% consideram que é uma estratégia de longo prazo, o que significa que esperam colher o que acabaram de semear em um período de dois a quatro anos.

Em comparação com os números do estudo anterior, vemos uma queda nas expectativas. Com efeito, em 2022 foram 40% dos consultados que responderam “já estamos vendo resultados”.

Qual poderia ser a causa da queda desse número? Vimos em uma seção anterior que o foco das iniciativas de sustentabilidade está se diversificando. Nessa expansão de estratégias, é razoável que muitas empresas tenham traçado novos objetivos e em um prazo mais longo.







## Um olhar para o futuro

### ● Mais organizações para um mundo melhor

O número de empresas que informam que não estão fazendo nada ou que não consideram fazer nada pelo planeta está diminuindo ano a ano, o que é um bom sinal para o futuro imediato. A expectativa é que esse indicador tenda a zero e que o desafio seja articular cadeias de valor sustentáveis em todos os setores.

### ● A estrutura regulatória avança

O avanço dos marcos regulatórios ambientais é claro e concreto. Na região, assim como no restante do mundo, o tema ganha destaque entre a opinião pública, e as organizações sentem cada vez mais o peso de um tema que mostra um interesse pela autorregulamentação. De certa forma, isso levou executivos seniores do setor privado a se envolverem mais com o desenvolvimento da agenda de sustentabilidade.

### ● A medição se torna recorrente

A mensuração das ações de sustentabilidade está sendo estendida como uma boa prática, o que contribuirá para reduzir os pontos problemáticos das organizações: a demonstração do retorno sobre investimento e o fortalecimento de relatórios financeiros com dados verdes. No próximo ano, o número de empresas que pretendem adotar essa prática pode passar de 39% para 55%, consolidando uma tendência crescente.

### ● O interesse está crescendo, mas não o investimento

Embora haja uma clara tendência de crescimento das estratégias sustentáveis, o investimento nelas não está crescendo da mesma forma. Isso pode ser um reflexo da dificuldade de demonstrar o retorno sobre o investimento ou a dificuldade de medir as ações sustentáveis, duas barreiras muito claras e consistentes neste estudo.

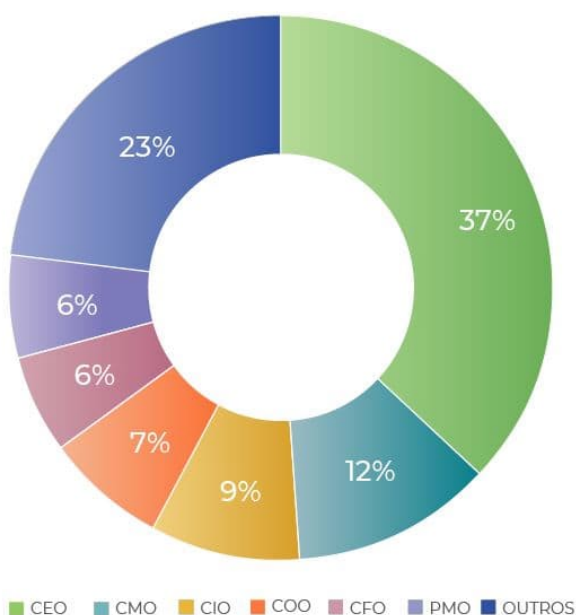
### ● Foco diverso e relevante

O ponto de acesso ou pedra angular das estratégias de sustentabilidade continua sendo as pessoas: motivação dos colaboradores, clientes e investidores, iniciativas de diversidade e inclusão. Olhando para o futuro, o foco será cada vez mais amplo: a preocupação em medir e reduzir a pegada de carbono é crescente, e ecossistemas de cadeias de valor responsáveis começam a se consolidar.

## METODOLOGIA

Os resultados do estudo apresentado neste documento são baseados em uma pesquisa realizada em abril de 2023 com 500 CEOs e altos executivos de empresas de médio e grande portes com atuação na América Latina. Diferentemente das duas edições anteriores, um novo país foi incorporado: nesta terceira edição, além de executivos da Argentina, Brasil, Colômbia e México, participam líderes do Chile.

### Quadro 17 Quem participou deste estudo?



- A maioria dos executivos entrevistados são CEOs (40%), seguidos por CMOs (12%). Esse número representa uma participação maior de CEOs do que nas duas edições anteriores.
- Distribuimos a amostra entre organizações que se dedicam à produção de bens (53%) e as que apenas prestam serviços (47%).
- Entre os produtores de bens, participaram os seguintes setores: petróleo e gás, mineração, agronegócio, automotivo, farmacêutico, construção e bens de consumo.
- Nas empresas de serviços, encontramos os setores financeiro (bancos e seguros), de viagens e entretenimento, varejo, saúde e telecomunicações.



## REFERÊNCIAS EXTERNAS

As seguintes referências externas foram consultadas para complementar e contextualizar as informações obtidas nesta nova edição do estudo Sustentabilidade na Agenda de Lideranças da América Latina.

- 1 Naciones Unidas, Lagunas en el derecho internacional del medio ambiente y los instrumentos relacionados con el medio ambiente: hacia un pacto mundial por el medio ambiente. 2018  
[https://digitallibrary.un.org/record/1655544/files/A\\_73\\_419-ES.pdf?ln=es](https://digitallibrary.un.org/record/1655544/files/A_73_419-ES.pdf?ln=es)
- 2 Globally, the cumulative number of climate change-related cases has more than doubled since 2015, bringing the total number of cases to over 2,000. Around one-quarter of these were filed between 2020 and 2022.  
<https://www.lse.ac.uk/granthaminstitute/publication/global-trends-in-climate-change-litigation-2022>
- 3 World Economic Forum; “Why sustainability is crucial for corporate strategy”, junio 2022.  
<https://www.weforum.org/agenda/2022/06/why-sustainability-is-crucial-for-corporate-strategy>
- 4 Good.Must.Grow; “CCSIIndex”, 2022.  
<https://goodmustgrow.com/cms/resources/ccsi/gmg2022ccsifinal.pdf>
- 5 EY; “ESG regulatory pressure: how to navigate the increasing EU regulations?”, noviembre 2022.  
[https://www.ey.com/en\\_be/assurance/esg-regulatory-pressure-how-to-navigate-the-increasing-eu-regulations](https://www.ey.com/en_be/assurance/esg-regulatory-pressure-how-to-navigate-the-increasing-eu-regulations)
- 6 Fondo Monetario Internacional; Las autoridades deben mantener la mano firme en el timón ante los nubarrones que se avecinan sobre la economía mundial, octubre de 2022.  
<https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2022/10/11/policymakers-need-steady-hand-as-storm-clouds-gather-over-global-economy>
- 7 Naciones Unidas; “Llegar a las emisiones netas cero: el mundo se compromete a tomar medidas”, noviembre 2022.  
<https://www.un.org/es/climatechange/net-zero-coalition>
- 8 EY; How sustainable supply chains are driving business transformation, septiembre de 2022.  
[https://www.ey.com/en\\_gl/supply-chain/supply-chain-sustainability-2022](https://www.ey.com/en_gl/supply-chain/supply-chain-sustainability-2022)
- 9 World Economic Forum; “Word Economic Forum; “Why sustainability is crucial for corporate strategy”, Junio 2022.”, Junio 2022.  
<https://www.weforum.org/agenda/2022/06/sustainability-reporting-why-important>