

Edição Especial 2022: Confira os artigos sobre “ESG”

Ano XIII - nº 24 - Dezembro de 2022 - www.revistaeticanosnegocios.org.br

ÉTICA

nos negócios

(ESG) E

Os padrões de gestão do ESG com o “poder” da Ética

Se a busca pelos padrões de gestão ESG não for fundamentada na Ética, as chances do mercado ver proliferar gurus (e empresas) com discursos tão bonitos quanto vazios são muito grandes, resultando no rebaixamento dos padrões ESG ao nível de mais um modismo mercadológico do que soluções de gestão focadas nos próprios colaboradores, na sociedade e no planeta.

Iniciativa e Realização



Apoio 24ª Edição





CHUBB®

O risco está na essência de todo negócio.
Como você lida com ele é que faz toda a diferença.

Conte com a proteção da maior seguradora de propriedade
e de responsabilidade civil de capital aberto do mundo.

Seja qual for a necessidade de sua empresa,
estamos prontos para oferecer a melhor solução.

Para saber mais, acesse:
chubb.com/br-pt



CELEBRAR OS 20 ANOS DA INSTITUIÇÃO.

Esta é a minha maior motivação!

O ano de 2022 foi o pior em toda a história do Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios. Eu estou bem certo disso!

Desde 2003, quando fundei esta instituição com um grupo de amigos, jamais havia enfrentado um ano tão difícil, nem durante todo o período da crise financeira, iniciada em 2014, muito menos quando o mundo parou, no verão de 2020, por conta da pandemia do novo coronavírus.

Ao longo deste ano, passamos por tempos muito difíceis! Diversas iniciativas programadas foram abortadas por falta de patrocínio e o número de empresas participantes do **Prêmio Ética nos Negócios** e do reconhecimento **As empresas +Éticas do Brasil** foram muito semelhantes com os da edição do ano passado. Como se não bastasse, não conseguimos sensibilizar nenhuma empresa para ser nossa parceira ou apoiadora. De fato, 2022 é um ano para esquecer!

É preciso sublinhar também que o nosso país conseguiu atravessar o maremoto econômico provocado pela pandemia e está dando um exemplo ao mundo durante a avalanche financeira causada pela guerra no leste europeu. Diferentemente das nações desenvolvidas, o Brasil está com a inflação controlada em patamares aceitáveis, o PIB cresce gradativamente e o desemprego vem diminuindo a passos largos, para a felicidade de milhões de famílias brasileiras.

Apesar deste aparente sucesso, lamentavelmente, não temos nada (absolutamente nada) a comemorar! E isso porque, o nosso país vive uma crise sem precedentes que vem se arrastando há anos e não há nenhuma perspectiva de melhora no curto e médio prazo.

Na era republicana pós-redemocratização, nunca vivemos uma crise política tão intensa e nociva, pois, além de polarizar a nossa sociedade, aumentando a intolerância e sendo capaz de blindar resultados econômicos ainda melhores, o nosso Brasil está nas mãos do Judiciário que, a cada dia, vem se apoderando das prerrogativas do Legislativo e do Executivo, com requintes ditatoriais e, antidemocraticamente, reescrevendo nossa Constituição ao bel prazer dos excelentíssimos ministros.

No entanto, existe um motivo para que eu não desista do meu país e continue lutando para levar a bandeira da Ética ainda mais adiante, especialmente, perante os estudantes, os líderes das empresas de amanhã: celebrar o aniversário de 20 anos do Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios.

Sem sombra de dúvidas, 2023 será um ano que ficará na história da nossa instituição. É aguardar para você conferir o que a gente está preparando para marcar o nosso aniversário de 20 anos!

Aproveito para desejar a você e a sua família um Feliz Natal e um Ano Novo repleto das dádivas de Deus.

Boa leitura.

Douglas Linares Flinto
Fundador & CEO
Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios



- 11** | **(ESG)^E : Os padrões de gestão ESG com o poder da Ética**
- 15** | **ARTIGOS SOBRE ESG**
- 16** | **O ESG não afeta só empresas ou o mercado financeiro, afeta a todos nós.**
Por: Laura Velez
- 19** | **ESG não é marketing, é valor Reputacional**
Por: Camila Andrade
- 21** | **O significado crucial do G de ESG**
Por: Pedro Melo
- 23** | **O papel do compliance nas iniciativas ESG das empresas**
Por: Marina Mantoan e Lutz Kuehne
- 25** | **ESG e a auditoria interna**
Por: Paulo Gomes
- 26** | **O modelo de negócio do futuro (próximo)**
Por: Suelma Rosa
- 28** | **Os benefícios do compliance para o ESG**
Por: Flávia Bachmann
- 31** | **ESG e seu impacto no todo**
Por: Ruy Shiozawa
- 33** | **PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS 2023**
- 34** | **PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS 2022**
- 36** | **RESPONSABILIDADE SOCIAL**
- 38** | **Programa Aprender Sempre – Eu Amo Chiquinho**
- 40** | **MEIO AMBIENTE**
- 42** | **Programa Florestar de Reflorestamento Zilor**

- 44** | ÉTICA & COMPLIANCE
- 46** | Governança Corporativa
- 48** | COMUNICAÇÃO & TRANSPARÊNCIA
- 50** | Programa Café com a Liderança
- 52** | DIVERSIDADE & INCLUSÃO
- 54** | Programa Diversidade Inovara
- 56** | Em 2022, todas as empresas são vencedoras
- 58** | AS EMPRESAS +ÉTICAS DO BRASIL 2022

60 | INDICADORES DE GESTÃO DA ÉTICA

62 | EDIÇÃO 2022

64 | Matéria – Norsul

66 | Matéria – Zoop

68 | Empresas Finalistas



PUBLICAÇÃO
 Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios
 Rua Paula Bueno, 1122 – sala 3/B
 Edifício Blue Office – Bairro Taquaral
 Campinas/SP (19) 3326-0453

PUBLISHER
 Douglas Linhares Flinto

ARTE E DIAGRAMAÇÃO
 Agência 3k Comunicacao
 (3kcomunicacao@gmail.com)

CONSELHO EDITORIAL
 Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios

Presidente
 Douglas Linhares Flinto

Conselheiros
 Cícero Rodrigues de Oliveira
 Vice-Presidente

Fabio Hilknner Silva
 Diretor de Relações Internacionais

Marcelo Pissaia
 Diretor Administrativo-Financeiro

Ricardo Vieira
 Diretor Jurídico e de Expansão Internacional

Roberto Fraga
 Diretor de Projetos Empresariais e Educacionais

Fabio Gomes
 Secretário Executivo

Edivaldo Berteli Reolon
(in memoriam)
 Diretor Honorário

A detailed illustration of a hand holding the Earth. The hand is rendered in a realistic style with visible skin texture and fingernails. The Earth is shown from a perspective that highlights the Americas, with vibrant colors for the continents and oceans. The background is a dark, deep blue, suggesting space or a night sky.

(ESG)^E : Os padrões de gestão ESG com o poder da Ética

Em 2001, após cumprir as palavras e o espírito do Código de Ética e prestar denúncia sobre um esquema milionário de fraudes internas e atos de corrupção, na subsidiária brasileira da gigante italiana do petróleo, eu fui demitido em “represália”, por aqueles que eu havia denunciado, incluindo integrantes da diretoria da empresa.

Superado o baque emocional, comecei a estudar sobre gestão corporativa para tentar entender o porquê de ter sido injustamente demitido já que eu havia feito o que era certo ser feito. E não somente isso! Minha atitude em prestar denúncia também havia sido motivada pelas orientações do próprio Código de Ética que afirmava, com todas as letras, que a empresa protegeria o “whistleblower” contra qualquer tipo de retaliação.

Com os meus aprofundamentos no mundo dos negócios, conheci o principal compromisso anotado nas agendas de nove em cada dez executivos e empresários brasileiros: a “Responsabilidade Social”.

O desafio corporativo era conquistar o reconhecimento dos Stakeholders como uma “empresa cidadã” que exercia, não apenas o seu papel econômico, mas também a necessária contribuição para a sociedade.

Você deve se recordar que, a mais prestigiada revista de economia e negócios do país, publicava anualmente o “Guia da Boa Cidadania Corporativa”, destacando os projetos empresariais que, muitas das vezes, supriam a falta de ação social do Estado. No entanto, naquela época, tratar das questões envolvendo o meio ambiente era um pecado mortal para as corporações. Os ambientalistas, inclusive, eram chamados de “eco-chatos”.

Com o passar dos anos e a pressão de organismos internacionais e dos shareholders mais engajados aumentando, as empresas passaram a adotar a “eficiência”. De fato, o meio ambiente estava agradecendo as empresas por economizarem água, papel e energia. Mas, este cuidado empresarial tinha um fator motivador muito interessante: lucros adicionais.

Mesmo assim, a eficiência foi capaz de aplinar o caminho para um novo movimento corporativo: a “sustentabilidade” que, contou com todo o apoio dos gurus de plantão que incentivavam as empresas a se apoiar no “Tripé da Sustentabilidade”, ou seja, levar em consideração as dimensões econômica, ambiental e social no dia a dia dos negócios.

O mercado não falava em outra coisa. O bordão foi tão utilizado que surgiu o “Guia da

Sustentabilidade”, substituindo aquele que tratava da Responsabilidade Social Empresarial. Entretanto, foram tantos os produtos pintados de “verde” que a expressão “sustentabilidade” virou “clichê”, deixando para trás o apelo mercadológico junto aos consumidores ecologicamente corretos.

Como resultado, o mercado brasileiro, impulsionado pela promulgação da nova lei anticorrupção, começou a surfar em uma nova onda: o “compliance”. A publicação feita pela mais famosa revista de economia e negócios foi substituída novamente pelo “Guia do Compliance”.

Mas, o fato do poder Legislativo e Judiciário, com a complacência do Executivo, terem matado e enterrado a operação Lava-Jato, ressuscitando condenados e empresas criminosas, fez o Brasil abraçar a impunidade novamente, podendo tornar a promiscuidade entre o público e o privado ainda mais intensa, o compliance acabou perdendo sua força, abrindo espaço para que fosse plagiado em terras tupiniquins um novo frenesi corporativo global: o “ESG”.

Agora, muitos daqueles gurus da sustentabilidade que estavam esquecidos lá no passado, voltaram a dar as cartas, motivando as organizações a levar em consideração as dimensões ambiental, social e governança. Este é o novo “tripé” das empresas!?

O que está acontecendo com o mercado? Sim, pode ter certeza! Existe uma nova publicação: o “Guia do ESG”. E, como sempre aconteceu, diversos atores estão realizando eventos para promoção do ESG e até consultorias às empresas e cursos visando capacitar profissionais para atuarem como gestores e executivos na área de ESG. Algo super natural e louvável!



“ No entanto, a Responsabilidade Social, a Sustentabilidade, o Compliance e até o ESG tem algo em comum que o mercado nunca se manifestou: a Ética deve (ou deveria) ser o principal fundamento destes movimentos.

Você pode estar se questionando: Mas, se a Ética não for o alicerce do ESG? Então, será apenas uma nova peça teatral, um novo bonito discurso marqueteiro e que, apesar da importância destes novos padrões de gestão para as corporações, esta onda deverá passar e morrer na praia, lamentavelmente.

Por todos estes motivos é que o Instituto de Ética nos Negócios, desde a sua fundação, em 2003, exalta a Ética e tenta sensibilizar as empresas a buscarem a “Eticabilidade” que diz respeito a ser bom, fazer a coisa certa e transformar o mundo em um lugar melhor”.

Juntamente com a Eticabilidade queremos motivar as empresas a adotar o ESG com o poder da Ética, transformando a sigla “ESG” em “(ESG)E” e assim,

as empresas conquistarão o melhor e maior prêmio que uma empresa poderá receber: ser reconhecida por seus Stakeholders como uma **Empresa Ética**. Todo o resto é apenas estética!

Por fim, é importante sublinhar também que a nossa instituição - e falo isso com muito orgulho - é a “única” no país que promove a Ética perante aqueles que estarão no meu ou no seu lugar muito em breve: os estudantes.

Venha se juntar a nós para que juntos possamos levar a bandeira da Ética ainda mais longe!

Douglas Linares Flinto
Fundador & CEO
Instituto de Ética nos Negócios



**ARTIGOS
SOBRE
ESG**



O ESG não afeta só empresas ou o mercado financeiro, afeta a todos nós.

“Ah, mas desde que eu me entendo por gente eu escuto falar sobre mudança climática, e olha, ainda estamos aqui hoje!” “Ah, mas sempre vai existir desigualdade social!” “Ah, mas se o outro não faz porque eu tenho que fazer!”

Essas frases ecoam até hoje. E, vamos combinar, não são novas.

Sei que haverá uma parcela de leitores que ao se depararem com essas frases se sentirão identificados. Vai ter outra que vai se incomodar e até mesmo desacreditar que alguém possa pensar dessa forma.

Vivemos esse paradigma desde sempre. O contraditório, o oposto, existe e não tem nada de errado nisso. É a partir dessa postura que nos permitimos testar novas teorias, encontrar novos ângulos e quem sabe até chegar em consensos. Mas eis aí o fio da meada.

Antes de avançar precisamos ter em conta dois aspectos. Um, estamos falando de pessoas. Dois, até o que é cientificamente comprovado é contestado. Quer dizer que, chegar a um acordo pode não ser tão fácil assim.

Mas como pode ser que mesmo falando de assuntos tão críticos e que põe em risco até a nossa própria existência, como falta de água, insegurança alimentar, violência, violações de direitos humanos, temperaturas extremas, entre outros, ainda existam opiniões tão divergentes?

Creio que não existe uma resposta única; no entanto, tendo a pensar que predomina a nossa natureza egoísta que nos leva a acreditar que a nossa verdade é a única e que o único que importa é o nosso bem-estar, custe o que custar.

Tendemos a esquecer até o mais lógico, como por exemplo, a inata interdependência que existe entre

uns e outros, assim como entre o ser humano e a natureza, inclusive nas próprias relações sociais.

Durante a pandemia testemunhamos muito disso. Nem a pessoa com mais dinheiro do mundo pode fugir dessa realidade. O distanciamento, a falta de vacinas e de informações, o medo da incerteza e a dor da morte foi evidenciada por todos e cada um de nós e ninguém nos preparou antes para nada disso. Notamos também como a união cura e nos fortalece, mas é uma pena que muito disso se desvaneca com o tempo.

E o que tem a ver tudo isto com ESG?

Tudo.

Quando extrapolamos a conversa para o mundo empresarial percebemos primeiro que as empresas são feitas de pessoas, e que não existem avanços reais e sustentáveis sem uma governança sólida. Quer dizer que, quem está na liderança e como as decisões são tomadas, bem como qual o nível de transparência das organizações, importa e muito.

Cabe lembrar que não à toa o movimento de governança corporativa ficou muito forte na época dos anos 90, quando grandes escândalos corporativos saíram à luz e que o termo ESG ganha carona desse movimento uma década depois no seu afã de ganhar a atenção do tão relevante mercado financeiro no intuito de conseguirmos, de forma muito simplificada, nos sustentarmos no tempo sem que isso signifique o deterioramento da qualidade de vida humana, seja pela instabilidade ecológica e/ou social.

Isso em parte porque o poder das empresas é muito significativo, chegando em certos casos até superar inclusive o poder de países inteiros (e não me refiro exclusivamente a valor de mercado), e o mercado financeiro atua como um catalisador chancelando na forma de investimentos ou dívida, as práticas de uma ou outra empresa, ao tempo que absorve os riscos e oportunidades que se desprendem delas. Dependendo do ângulo que se analise, aquela atenção que o movimento de Investimento Responsável (que vem de muito tempo antes do termo ESG ser cunhado nos anos 2000) buscava do mercado financeiro, teve sucesso ou não. É certo que o termo entrou de vez, principalmente nas peças de comunicação tanto das empresas quanto do mercado financeiro, mas isso não

significa necessariamente que ele seja interpretado corretamente ou genuinamente incorporado na cultura corporativa.

Infelizmente, resultados imediatistas prevalecem no mercado financeiro, e informações qualitativas, difíceis de mensurar ou comparar pela sua própria natureza, são simplesmente descartadas ou ignoradas. Esquecemos, novamente, da nossa interdependência e que a longevidade com qualidade exige um olhar holístico e de longo prazo.

Não acredito que ESG deva ser olhado necessariamente como prêmio no valor de uma ação, e sim como a segurança da longevidade da empresa, e vamos combinar que isso implica bons resultados financeiros, a final de contas, acionistas são uma parcela importante das partes interessadas de uma empresa; porém, não são os únicos. Por outro lado, o fato de algumas externalidades ainda não serem precificadas (até porque existem pressões para que isso não seja feito), não significa que elas não existam ou que não prejudiquem a saúde financeira e de qualidade da empresa, muito pelo contrário, o risco está presente, e as empresas que conseguem enxergá-lo primeiro se destacarão frente àquelas que não o enxergam ou não querem enxergá-lo.

Indo para um exemplo prático e atual. Os meses de outubro e o começo de novembro de 2022 se caracterizaram por chuvas intensas e temperaturas mais baixas que o esperado, o que terminou impactando as vendas de muitas empresas do setor de moda que tinham suas coleções focadas no verão. O setor agro também não conseguiu escapar aos impactos das temperaturas extremas e prolongadas. Estima-se que a produção do setor encolheu mais de 40% e registrou perdas bilionárias de aproximadamente 100 bilhões de reais em todo o país. O Paquistão por exemplo, está sofrendo perdas bilionárias devido as enchentes que já registram mais de 1700 mortos e deixam um terço do país abaixo d'água. Infelizmente, todos esses efeitos só tendem a se agravar.

Nessa linha, o recém-criado fundo para “perdas e danos” na COP27, que pretende auxiliar financeiramente países mais vulneráveis aos efeitos das mudanças climáticas, representa um marco na história das COPs; isso sem deixar de lado, claro, a necessária ambição no recorte de emissões que precisamos a nível global.

Lembrando as primeiras frases que deram início a este artigo (“Ah, mas desde que me entendo por gente eu escuto falar sobre mudança climática, e olha, ainda estamos aqui hoje!”) cabe esclarecer que a mudança climática sim tem existido por muitos anos; infelizmente, ela progride lentamente e seus impactos não são tão claros e diretos como aqueles da pandemia por exemplo, mas a longa espera de inação se evidencia hoje com eventos climáticos mais fortes, mais prolongados e menos previsíveis e por isso hoje nos referimos a emergência climática e não mudança climática.

Por outro lado, lembrando a segunda frase (“Ah, mas sempre vai existir desigualdade social!”) vemos países com índices de desenvolvimento humano muito alto e com economias muito sólidas como por exemplo Suíça e Noruega. Confesso que não tem como comparar com Brasil ou qualquer país da América Latina, até porque as histórias que moldaram às culturas destes países são bastante divergentes, mas se algo é certo é que ambas coisas, desenvolvimento econômico e sustentável, não só podem como devem caminhar de mãos dadas.

Segundo a Oxfam, a riqueza dos dez homens mais ricos do mundo dobrou desde o início da pandemia, enquanto a renda de 99% da humanidade está pior em virtude da Covid-19. Não está de mais lembrar que a desigualdade social afeta todos nós. Ela pode desencadear uma onda de violência e de insegurança, enquanto por outro lado, mais pessoas economicamente empoderadas podem dinamizar a economia do país.

Por fim, aquela última frase (“Ah, mas se o outro não faz porque eu tenho que fazer!”), remete não só ao egoísmo como a realidade atual. Infelizmente precisamos de regras claras e às vezes de pressão externa para mudar atitudes e práticas. Se esperarmos pela boa vontade ou pelo bom discernimento das pessoas, provavelmente as mudanças nunca acontecerão. É o caso por exemplo de metas ESG atreladas à remuneração variável, sem essas metas provavelmente não veríamos nenhum avanço em temas materiais atrelados a estratégia de sustentabilidade das empresas (que aliás, ainda tem um belo caminho para permear a estratégia central das empresas). O mesmo se aplica para países. Vemos por exemplo como a regulamentação europeia em certos temas como o de transparência e de gestão climática tem ajudado o mercado a avançar.

Cabe então a todos nós lembrarmos do poder que temos como pessoas, seja em nosso papel como consumidores (incluindo produtos de investimento), como funcionários, como pai/mãe, filho/filha, etc. Tenho a certeza de que todos queremos o melhor para nós mesmos e para nossos seres queridos, e isso passa necessariamente por conseguirmos equilíbrio tanto ecológico como social. Com bases sólidas, não só os resultados financeiros são bons, como eles são perenes.

Laura Velez
Head de práticas ESG
FAMA Investimentos

ESG não é marketing, é valor Reputacional

Não há mais como desconsiderar aspectos chamados de intangíveis para melhor ou pior classificação da Reputação de uma empresa.

Quando transportamos este pensamento para os aspectos pessoais, verificamos que mais do que palavras, a conduta de uma pessoa, a forma como ela trata o outro, como ela se porta em sociedade, como se coloca a favor de valores importantes para o desenvolvimento de um mundo melhor, a torna qualificada a ter Reputação positiva.

A notoriedade não é suficiente, a quantidade de seguidores não é suficiente, o relevante é o que você faz para mudar o mundo. E principalmente, se é genuíno.

Como você trata as pessoas? Como você torna a Ética um estado permanente de SER Ético.

Assim também é válido para as corporações, o consumidor, observa muito mais do que o discurso de uma empresa, mais do que as ações de marketing e publicidade cinematográficas, muitas vezes, mais do que o próprio produto, ou preço, mas principalmente, se esta empresa pratica os valores que exalta, e se está de alguma forma contribuindo com a sociedade.

ESG, do inglês, *Environmental* (Meio Ambiente), *Social* (Social) and *Governance* (Governança), é uma tendência e uma necessária resposta das empresas frente aos desafios e as cobranças da sociedade contemporânea. Diz respeito a geração de valor econômico aliado à preocupação com as questões ambientais, sociais e de governança corporativa, por parte das empresas. E de mostrar responsabilidade e comprometimento com o mercado que atuam, seus consumidores, fornecedores, colaboradores e seus investidores.

Os valores se referem ao posicionamento e ações da empresa em relação a questões ambientais, como, gestão de resíduos, política de desmatamento, uso de fontes de energia renováveis, mudanças climáticas e outros. Sociais, bem-estar dos funcionários, saúde e respeito no ambiente corporativo, benefícios e salários juntos, política de diversidade e antirracismo, programas de carreira iguais para todos, posição clara sobre assédio moral e sexual, trabalho escravo, trabalho infantil, violência contra a mulher e outros.

E aspectos de Governança, que buscam que a gestão executiva e o conselho administrativo atendam aos interesses de vários stakeholders, (funcionários, acionistas e clientes), com transparência financeira, contábil, remuneração dos acionistas com base na viabilidade e lucratividade e outros.

O ESG não é uma questão de Marketing, é preciso que seja convertido em ações que tragam verdadeiras transformações na empresa e na sociedade.

Isto requer um discurso, prática e marketing com base na transparência, verdade e Ética, o que não acontece com empresas que usam o chamado “greenwashing”, usando selos como “empresa amiga da criança”, mas que contratam fornecedores que usam trabalho infantil, “empresa sustentável”, mas que para construir uma fábrica, desmatam ilegalmente áreas de Mata Nativa, e jogam resíduos em comunidades que moram ao redor da planta de produção da empresa.

Não é só uma questão de vender mais produtos e lucrar, mas a prática do ESG potencializa os atributos que fazem parte da formação de uma Reputação positiva, porque cria embaixadores naturais para a marca, retém talentos, gera competitividade de mercado, reduz custos, promove relações éticas,

maior segurança para o investidor, sustentabilidade e ética.

Destaques ESG e de Reputação

O consumidor está cada vez mais exigente e passou a cobrar mais a atuação das marcas com relação a temas relevantes para a sociedade.

Segundo ranking da agência LewLara TBWA, em parceria com a DCode, sobre reputação das empresas nas práticas ESG, o pilar ambiental é o mais lembrado pelo brasileiro na hora de decidir se relacionar com uma marca.

Os dados são da primeira edição do “ESG Consumer Index”, estudo que avaliou a reputação das empresas e a percepção dos consumidores quanto às ações ESG, realizada entre dezembro de 2021 e janeiro de 2022.

Segundo o levantamento, 42% da população geral acredita que as práticas ambientais de uma marca sejam o aspecto mais importante na hora de escolher uma empresa ou comprar um produto, enquanto 32% das pessoas mencionam o Social e 25% citam as ações de Governança, que na pesquisa foi traduzido como “ética e honestidade nos negócios”.

A comunicação sincera e objetiva com o cliente sobre a pauta ESG é determinante para conquistar o mercado e se diferenciar dos concorrentes.

O ranking mostra o quanto os índices positivos de ESG tornam uma empresa bem-vista pela sociedade. Portanto, as marcas que mais estão envolvidas em ser socialmente responsáveis, são as que possuem Reputação positiva, ganham notoriedade, e têm maior potencial de vendas e lucratividade.

Se os valores são verdadeiros, as ações de Comunicação, Marketing e Publicidade, irão atrair consumidores leais, admiradores da marca e até defensores, em eventuais momentos de crise.

Portanto, a Comunicação com base em ações ESG é valiosa estratégia de construção e manutenção de Reputação positiva.

O impacto da pandemia na visão sobre ESG e Reputação

O impacto causado pelos desdobramentos da pandemia da Covid-19 acelerou o debate dos temas

relacionados ao ESG (Meio Ambiente, Social e Governança) dentro das empresas. Essa é a conclusão da pesquisa realizada pela Bravo Research, “Visão do Mercado Brasileiro sobre os Aspectos ESG”.

A pesquisa revela que 93% das empresas entrevistadas afirmam que a temática ESG, se devidamente explorada, podem proporcionar ganhos reais e contribuir para a relevância da marca, fortalecimento da cultura, relacionamento com clientes, consumidores, colaboradores e investidores.

A pesquisa mostrou ainda que, apesar do entendimento da relevância e da tendência de investimentos no tema, 54% dos executivos revelam não possuir ainda uma área dedicada para tratar essa questão. Mais de 65% deles afirmam que o objetivo é a criação de uma divisão exclusiva para tratar dos assuntos relacionados ao ESG e Sustentabilidade nos próximos dois anos.

E dentre as empresas que já possuem uma divisão dedicada, 61% delas pretendem investir na contratação de fornecedores, parceiros, consultoria, treinamento ou tecnologia no curto prazo para alavancar as iniciativas ESG.

Com relação a Reputação, pesquisa da Percepta Marketing e Comportamento, sobre “Desafios do ESG para a Reputação das empresas”, mostra que a pauta ganha investimento e atenção nas organizações, mas nem sempre com aprofundamento em relação aos conceitos e valores do ESG.

Segundo a pesquisa que aborda aspectos relacionado à prática ESG e como elas contribuem para a Reputação de marcas, 71% dos entrevistados disseram que tanto assuntos de ESG como de Reputação tiveram alto impacto em suas empresas em 2021.

Sem dúvida, o ESG não é mais uma escolha, não são somente boas práticas, são as melhores e importantes práticas e valores, que qualificam uma corporação pela sociedade a ter Reputação positiva. E a Comunicação tem papel importantíssimo na disseminação deste propósito, dentro e fora da empresa.

Camila Andrade

Jornalista, apresentadora, Relações Públicas, Diretora de Comunicação e Reputação da Mobgraphia. Fundadora da Casa Porthia Comunicação, Experiências, Network e Reputação



O significado crucial do G de ESG

Os critérios ambientais, sociais e de governança, definidos pelos preceitos de ESG, ganham espaço cada vez mais prioritário na pauta das estratégias empresariais. Dentre as três letras que compõem a sigla em inglês, o “G” de Governança tem especial relevância. A prática, mais difundida do que os outros dois fatores e essencial para que ambos se concretizem, é apontada como uma jornada a ser construída por toda organização na busca pela sustentabilidade dos negócios.

O termo ESG foi cunhado em 2004, em publicação do Pacto Global, em parceria com o Banco Mundial, intitulada *Who Cares Wins*. Surgiu de uma provocação do então secretário-geral da ONU, Kofi Annan, a 50 CEOs de grandes instituições financeiras, sobre como integrar fatores sociais, ambientais e de governança no mercado de capitais. Com as transformações rápidas e profundas suscitadas pelo maior empoderamento da sociedade, riscos ambientais, agravamento das desigualdades e, mais recentemente, a pandemia, o tema teve sua relevância amplificada.

De acordo com o relatório *ESG and Sustainable Investment Outlook*, da *Broadridge Financial Solutions*, do ano de 2021, os ativos em fundos nessa área podem crescer de US\$ 8 trilhões, hoje, para até US\$ 30 trilhões até 2030. Com isso, o setor desempenharia um papel vital tanto na alocação de capital para uma economia mais resiliente quanto no enfrentamento dos desafios de sustentabilidade. Já em 2022, uma pesquisa da Deloitte revela que 57% dos executivos ouvidos relatam ter implementado um grupo de trabalho ESG multifuncional, encarregado de direcionar a atenção estratégica para o preceito e outros 42% estão tomando medidas para fazer o mesmo. Ou seja, a governança, fundamental para tudo isso, tem um aspecto muito amplo e envolve elementos de sustentabilidade e de longo prazo, criando valor para a companhia, estabelecendo mais empatia na sua interação com a sociedade e melhorando sua relação com todos os *stakeholders*.

Porém, essa mudança cultural precisa avançar. Nesse sentido, os pilares defendidos pelo IBGC,

como transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade empresarial, estão consubstanciados no seu Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa (2015). As empresas precisam estabelecer objetivos e planos de ação que conectem a estratégia com o resultado operacional e financeiro.

Assim, é preciso trabalhar de maneira diferente do que foi feito até então, considerando cada vez o *compliance*, a transparência, a diversidade, a boa gestão financeira e a responsabilidade socioambiental. Outro fator que precisa ser considerado para a inserção de ESG na pauta das estratégias empresariais diz respeito às transformações digitais, cujas discussões já vinham crescendo e foram aceleradas e potenciadas pela pandemia.

Todos esses objetivos, inerentes aos riscos relacionados a ESG, precisam ser integrados ao negócio. Muitas empresas já conseguiram chegar nesse estágio e outras estão caminhando nessa jornada. Quando se fala em ativismo de investidores, talvez possa transparecer que se está olhando apenas para as grandes organizações. Mas, ao contrário disso, a governança deve ser inerente a empresas de todos os portes. A questão é como inserir esses valores na estratégia dos negócios.

O primeiro passo é avaliar se esses princípios já não estão presentes, mesmo de modo latente, na estratégia do próprio fundador da companhia, mesmo que ele ainda não os chamasse de ESG. Acredito ser necessário, também, desmistificar um pouco a ideia de que essas boas práticas representam um custo adicional, reforçando que sua adoção, capitaneada pela governança, gera valor em longo prazo. A rigor, trata-se de um investimento com retorno tangível e excelente relação custo-benefício.

Quando se discutem temas contemporâneos relevantes, como economia circular, mudanças climáticas, *compliance*, desigualdades sociais e regulação do mercado global de carbono, estão se delineando estratégias voltadas a garantir o êxito e a perenidade dos negócios. Será cada vez mais imprudente manter empresas desvinculadas da agenda do bem-estar da humanidade e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. Por isso, o “G” de governança é, na verdade, o grande “X” da questão!

Pedro Melo

Diretor-Geral

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).



O papel do *compliance* nas iniciativas ESG das empresas

A governança representa o elemento impulsionador nas empresas dos pilares Ambiental e Social do ESG. Se o ESG não estiver na estratégia e na agenda da alta administração, incluindo conselheiros e formadores de opinião, as empresas terão iniciativas relevantes, mas de característica isolada, o que significa que essas ações podem não receber recursos adequados, nem ser consideradas prioritárias para que sejam efetivamente executadas. Correm o risco, ainda, de estar desalinhadas dos objetivos da empresa.

E não há como falar de governança corporativa sem mencionar *compliance*, o sistema que contempla a empresa como um todo e visa à conformidade dela com normas, regulamentos e leis, além de promover a cultura ética nos negócios, começando por suas relações internas entre os colaboradores. O programa de *compliance* em face às regulamentações nacionais e internacionais sobre anticorrupção e antissuborno, incentivou as empresas a ajustarem suas estruturas através de controles e indicadores para prevenção, detecção

e remediação de desvios de conduta, fraudes e outros crimes.

Além disso, o *compliance* tem lidado com questões de ordem social como assédio moral e sexual, racismo, discriminação, trabalho infantil e análogo à escravidão. Também tem abarcado questões ambientais como análise e acompanhamento de certidões e licenças, bem como avaliação de clientes, fornecedores e quaisquer parceiros de negócio que gerem impacto como por exemplo crimes ambientais, patrocínio ou financiamento de produção em áreas de desmatamento, de indígenas, entre outros. Destaque, ainda, para a preocupação sobre a utilização imprópria dos recursos naturais e com a emissão alta de carbono destes.

Na prática, o *compliance* normalmente está envolvido com outras áreas da organização, na forma de mapeamento de riscos e de implementação de controles e mitigação, o que pode ser feito por meio de ações preventivas, detectivas e reativas, conforme os exemplos a seguir:

- Inclusão, elaboração e apoio às políticas interna e externa em relação às pautas ESG, divulgando a relevância do tema;
- Treinamento para conscientização e fomento das agendas interna e externa, incluindo terceiros (clientes, fornecedores e parceiros de negócio) para que eles também adotem as boas práticas de ESG;
- Realização de due diligence, processo feito antes da contratação do parceiro de negócios (fornecedores, representantes, etc) para analisar seus antecedentes por meio de informações encontradas em bases públicas, sobre eventuais pontos de atenção que possam trazer riscos à sua empresa, a partir daí, trabalhar em mitigadoras ou optar pela não contratação;
- Controles para identificação de aprovações de temas sensíveis e monitoramento de transações e terceiros que podem trazer riscos relevantes de ESG;
- Incentivo e uso do canal de denúncias para reporte de eventuais desvios das políticas e dos procedimentos da empresa, bem como de violações às práticas de ESG, com o objetivo de interromper rapidamente a violação em questão e iniciar o processo investigativo para apurar as responsabilidades e a extensão dos danos financeiros, materiais e humanos.

São inúmeros os benefícios proporcionados pelo programa de compliance para a agenda E e S, do ESG. Permite à organização ampliar a capacidade de propagar a cultura “walk to talk”, ou seja, ações condizentes com o discurso adotado pela empresa, o que incentiva a execução da agenda e dos compromissos ESG. E auxilia a prevenir ações de greenwashing (o ESG apenas como estratégia de marketing, sem ações realmente efetivas ou praticadas).

Em suma, o compliance ocupa papel central na estratégia e execução das ações ESG pelo seu compromisso de assegurar a integridade das informações e contribui para o sucesso da agenda ESG não só em relação ao G, mas a todas as estruturas que ele percorre para que atinja todos os níveis de uma empresa e visando assegurar, dessa forma, sua reputação e transparência junto aos seus diversos stakeholders, que são todas as partes interessadas na companhia, como executivos, funcionários, clientes, fornecedores e sociedade.

Marina Mantoan e Lutz Kuehne

Sócios da EY Brasil na área Forensics and Integrity Services



ESG e a auditoria interna

A sigla ESG, referente às ações de Sustentabilidade, Responsabilidade Social e Governança das empresas, é hoje um parâmetro de exigência do mercado consumidor global, que a Auditoria Interna passa a abordar com critérios e indicadores cada vez mais relevantes. Cada vez mais, e em um ritmo acelerado, a consulta de uma auditoria interna para obter dados significativos sobre as ações ESG das corporações passa a ser um bem estratégico.

No contexto de Governança Corporativa, muito em evidência atualmente, empresas necessitam de um olhar crítico sobre questões que, até pouco tempo, não estavam em pauta no mudo dos negócios. É um caminho que a Auditoria Interna vai ajudar a ser trilhado.

Gerir negócios de maneira a compreender o impacto socioambiental das operações, além da sanidade financeira, é uma responsabilidade que requer abordagens estruturadas, que indiquem, muito além dos riscos de uma má administração nesses termos, oportunidades de reforço positivo no posicionamento da marca em ações proativas na direção desses valores. O caminho pode requerer certificações, associação com entidades e até mudança de cultura. A auditoria interna voltada ao ESG vai apontar para a abertura de um canal comunicação público para que a empresa mostre seus indicadores socioambientais de forma ágil e transparente.

O setor, apesar do crescimento em visibilidade e importância, ainda é desafiador. Em muitos casos, por falta de indicadores passíveis de análise ou da presença da cultura ESG no meio, a Auditoria Interna ainda encontra barreiras a serem transpostas.

Importante lembrar que em fevereiro deste ano o relatório do Instituto dos Auditores Internos (IIA) sobre o papel da Auditoria Interna nas iniciativas ESG, observou que 50% das organizações ficam confortáveis em divulgar suas ações ESG às equipes auditoria interna e que apenas 30% das áreas de auditoria interna são envolvidas nas ações chave ESG das organizações.

Assim, a Auditoria Interna ESG, até então pautada no apontamento e gestão de riscos, abre o leque de oportunidades para a construção de uma transformação, que acontece à medida em que as organizações compreendem que, para conquistar e manter a confiança do mercado, precisa estar pronta para responder por seus impactos e ações para além da ética financeira.

Sobre o IIA Brasil

Fundado em 20 de novembro de 1960, o IIA Brasil (Instituto dos Auditores Internos do Brasil) é uma associação profissional de fins não econômicos, que abrange as áreas pública e privada na prestação de serviços de formação, capacitação e certificação profissional para seus associados. Sediado em São Paulo (SP), o IIA Brasil está entre os cinco maiores institutos de Auditoria Interna em atuação no mundo dentre os afiliados do The IIA (The Institute of Internal Auditors).

Paulo Gomes

Diretor-geral do IIA Brasil



O modelo de negócio do futuro (próximo)

O termo “desenvolvimento sustentável” surgiu nos anos 80, cunhado e conceituado pela diplomata e médica Gro Harlem Brundtland, também ex-primeira-ministra da Noruega. No entanto, a aspiração global pela implantação desse modelo de desenvolvimento tem se intensificado, como deveria, apenas nos últimos anos. Foi preciso que outros conceitos dentro dessa visão sustentável surgissem e se fortalecessem para que esse desenvolvimento fosse mais bem compreendido, ganhasse contornos práticos e de metodologia, para então enxergarmos o ganho de impulso.

Com outros conceitos, me refiro, principalmente, ao tripé da sustentabilidade (triple bottom line) que se baseia em três pilares: pessoas, planeta e lucros, e à sigla ESG (do inglês environmental, social e governance) que se refere a práticas ambientais, sociais e de governança – ou ASG, no português. Ambos os conceitos são muito semelhantes, as nomenclaturas se complementam e impactam fortemente a evolução do desenvolvimento sustentável, especialmente o ESG, considerado

um índice que avalia as operações das empresas conforme os seus impactos nos três eixos que designa.

Hoje, o ESG se transformou em um fenômeno que está mudando o mundo empresarial e financeiro. Após mais de três décadas de existência, é o ESG que tem conseguido materializar o desenvolvimento sustentável ao ter tração suficiente para nortear os negócios e as finanças globais, aqui mora a grande virada de chave. Tanto que, para nós na Unilever, as empresas de sucesso do futuro próximo serão muito diferentes do que testemunhado. Acreditamos que essas empresas irão se posicionar e agir sobre as grandes questões sociais e ambientais que o mundo enfrenta, fazendo um bem maior ao nosso planeta em vez de apenas causar menos danos, e vamos além, elas irão compartilhar a riqueza que geram de maneira mais igualitária e justa.

No Brasil, segundo dados da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), o patrimônio dos fundos de

investimento focados em sustentabilidade e nos critérios ESG passou de R\$ 1,03 bilhão em 2008 para R\$ 2,01 bilhões em março deste ano. No cenário global, estima-se que pelo menos 30 trilhões de dólares em ativos estão hoje sob gestão de fundos que apenas aplicam seus recursos em negócios e empresas com práticas sustentáveis. Esse crescimento é resultado, principalmente, do interesse da sociedade. Os consumidores estão indo às ruas para cobrar que as empresas adotem práticas sustentáveis e se comprometam com uma atuação ética e de inclusão social. Os impactos da pandemia do coronavírus reforçaram esse cenário e aceleraram essa tendência.

Por aqui, a nossa essência é inteiramente ligada à propósitos e o nosso é tornar a sustentabilidade parte do dia a dia de todos. Uma missão e tanto, que nos motiva e engaja todos os dias e nos inclina a respirar e a trabalhar – em tudo o que nos propomos – com os princípios que norteiam os critérios ESG. Na Unilever entendemos que precisamos ser mais que apenas uma empresa sustentável para atingir o nosso propósito, precisamos estar verdadeiramente preparados para o futuro, digitalizados, mais rápidos e ainda mais flexíveis para anteciparmos as muitas mudanças significativas que estão moldando a nossa indústria e a sociedade.

Não enxergo outro caminho para empresas e organizações que pretendem ter sucesso e reputação correspondente no futuro próximo se não for trilhando as premissas do ESG, que possibilitam a entrega do desenvolvimento sustentável tão imprescindível para a manutenção das próximas gerações. Na Unilever essa visão é a nossa estratégia de negócio há muitos anos e é como temos impulsionado um crescimento responsável e sustentável, pois sem um planeta saudável, com pessoas saudáveis, não é possível ter um negócio saudável. Nós queremos usar a nossa escala e influência para criar mudanças positivas

para além das nossas portas, e temos orgulho em contar que estamos conseguindo.

Nossa atuação no mercado brasileiro tem trazido inovações que são entregas mais sustentáveis para a sociedade. Temos revisitado constantemente o nosso portfólio para oferecer ao consumidor, por exemplo, produtos de limpeza e lavanderia sustentáveis e ao mesmo tempo mais acessíveis. O movimento “Futuro Limpo” é uma iniciativa da categoria de ‘cuidados com a casa’, que visa promover o fim do uso de substâncias químicas derivadas de combustíveis fósseis. Um segmento importantíssimo para o Brasil, no qual hoje somos referência, é a economia circular com a reciclagem de embalagens plásticas. Somos pioneiros em utilizar resina plástica pós-consumo em larga escala, atribuindo valor ao plástico após ser utilizado pelas pessoas e ajudando diretamente a combater a poluição plástica. Inclusive, este case levou a companhia à COP26, no ano passado, e nos impulsiona a buscarmos outras tecnologias e inovações para termos cada vez menos plástico virgem em nossas embalagens e, conseqüentemente, no mundo. Com o uso do flexível reciclado foi assim: hoje, ele já vira tampas de desodorantes e cremes de tratamento aqui na Unilever Brasil.

Além do nosso propósito, temos como visão ser líder global em negócios sustentáveis. Com o detalhamento da nossa atuação, acredito que conseguimos demonstrar como um modelo de negócio guiado por propósitos, pronto para o futuro e baseado no ESG consegue resultados melhores e contribui para o desenvolvimento sustentável do mundo, fazendo um bem maior para o planeta e as pessoas.

Suelma Rosa

Head de Reputação e Assuntos Corporativos da Unilever Brasil e América Latina.



Os benefícios do *compliance* para o ESG

ESG não é um tema novo para *compliance officers*, começou a ser disseminado em 2005, com a publicação do relatório “*Who Cares Wins*” pela ONU, uma iniciativa de 23 instituições financeiras e nove países, incluindo o Brasil. Este movimento conectou os mercados financeiros para um mundo em mudança, através de recomendações para maior integração do sistema econômico-financeiro em torno das questões ambientais, sociais e de governança.

Os programas de *compliance* socioambientais nos bancos, envolvem questões em análise financeira, gestão de ativos e corretagem de valores mobiliários, através de recomendações da indústria financeira, para geração de impacto neutro ou positivo das operações de seus principais clientes sobre ESG (*Environmental, Social and Governance*) ou ASG (Ambiente, Social e Governança).

Foi neste momento e contexto que pude, como Head de GRC, em uma grande instituição

financeira, atuar no time de implementação do “*Compliance Socioambiental*” e vi este processo iniciar, organizando-se e crescendo ao longo dos anos.

A atuação dos bancos foi e ainda é muito relevante neste processo, uma vez que consiste não somente em elaborar suas próprias políticas voltadas ao incentivo de práticas corporativas de impacto positivo na preservação do meio ambiente, inclusão, incentivo à justiça social e governança corporativa, mas sobretudo mediante o incentivo de adoção destas práticas, por meio de influência dos bancos perante seus clientes.

Desde aquela época, o “cerco” já se fechava àquelas companhias que não estavam minimamente alinhadas às boas práticas de ESG. Me arrisco a afirmar que muitas já estão fora do mercado.

O papel do *compliance* nas instituições financeiras forçou este movimento no mercado como um

tudo, em outros segmentos da economia real e terceiro setor, e assim o processo foi tomando força e ganhando seus primeiros contornos.

As “companhias clientes” dos grandes bancos, não viram outra opção, aderiram ao movimento, implementando políticas e programas, que hoje estão sendo robustecidos e aprimorados.

Em “*Who Cares Wins*”, as empresas são convidadas a assumir um papel de liderança, implementando princípios de governança ambiental, social e corporativa, também através de políticas para fornecer informações através de relatórios sobre seu desempenho, em um formato consistente e padronizado.

Isso é feito hoje nos Relatórios Anuais de Sustentabilidade, que tanto conhecemos, mas poucos ainda os consideram adequadamente, visando enriquecer o processo de tomada de decisões, envolvendo o ambiente de negócios propriamente dito.

Alguns dos objetivos principais dos Relatórios de Sustentabilidade é identificar e comunicar os principais desafios e enfatizar o compromisso da Alta Direção com a priorização das questões ambientais, sociais e de governança, através da incorporação destes valores aos processos internos, iniciativas, condutas e cultura empresarial.

Em empresas mais maduras, sob o ponto de vista das boas práticas de Governança, Riscos e Compliance, foi delegada a autoridade ao departamento de *compliance*, para estruturação, vigilância e monitoramento dos programas de sustentabilidade empresarial em aspectos ESG.

Uma das grandes referências que o departamento de *compliance* possui para orientar no estabelecimento, manutenção, análise crítica e melhoria no desempenho de programas sustentabilidade empresarial sob aspectos de impacto no meio ambiente e relação da organização em relação à sociedade é a ISO 26000, criada em 2010, norma orientadora.

Muito recentemente foi publicada a ISO 37000, que fornece orientação sobre a governança corporativa das organizações, estabelecendo princípios que ajudarão os órgãos diretivos a cumprir seus deveres de forma eficaz, prudente e

eficiente, enquanto aumenta a confiança, inclusão, responsabilidade, legitimidade, capacidade de resposta, transparência e justiça.

Hoje contamos também com a ISO 14.001 (SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL), ao contrário das anteriores trata-se de uma norma certificável. Efetuar um Assessment acerca da conformidade do Programa “E” da sua empresa, emitindo parecer à Alta Direção e Conselho de Administração, é de grande valor e já é possível certificar a empresa. Este Assessment pode ser efetuado pelo departamento de *compliance*. Considerar a ajuda de uma consultoria independente, conferirá ao Assessment ESG, maior isenção e alinhamento às melhores práticas do mercado/setor.

Todo este processo (ESG ou ASG) nas empresas, aumenta a vantagem competitiva, reputação, capacidade de atração e retenção de talentos, captação de investidores, produtividade dos colaboradores e atração de oportunidade de negócios.

Mas o que o departamento de *compliance* da minha empresa tem relação com todo este processo?

O departamento de *compliance* deve ser envolvido em todas as questões que estejam relacionadas:

1. Descumprimento de legislação e regulação (em negócios que possuem órgão regulador).
2. Condutas desalinhadas ao disposto no Código de Conduta da empresa, ou seja, antiéticas, sob a perspectiva dos valores organizacionais.

Como o Programa de ESG envolve não somente compromisso, mas definição de políticas, controles, avaliação contínua dos riscos e incorporação dos valores relacionados à preservação do meio ambiente, social e governança aos processos e cultura, cabe ao *compliance officer*, atuar sempre como 2ª Linha de Defesa, supervisionando o desempenho do programa, devendo atuar alinhado aos maiores riscos relativos a conformidade das companhias (falta de engajamento, pessoas colocando seus próprios interesses à frente, baixa maturidade para lidar com condutas impróprias e em desacordo com valores empresariais e/ou políticas e procedimentos, dentre outras atribuições).

Os programas de ESG mais bem sucedidos que já tive a oportunidade de conhecer, apresentavam uma mensagem muito clara sobre quais os comportamentos esperados (Cultura = Pessoas), portanto o pilar de treinamento e comunicação deve ser priorizado pelo compliance officer, no tocante às condutas e práticas esperadas pelas empresas em ESG.

Um dos primeiros passos a seguir, pelo departamento de compliance, é a identificação das lacunas (gaps) existentes entre a atual cultura e a cultura desejada. Aplicar como referências as ISOs 26000, 37000 e ISO 14001 são de grande ajuda, afinal quanto mais impessoais as recomendações mais credibilidade e menores conflitos para o Compliance Officer.

Incorporar os valores relacionados a ESG ao Código de Conduta, também é uma etapa inicial e dela deverá desdobrar todas as políticas, procedimentos,

treinamentos, comunicação interna, controles e monitoramento, como parte da construção do efetivo Programa de ESG.

Por fim, o departamento de compliance deve desenvolver um trabalho produtivo com todos os níveis da empresa, agregando valor e apresentar reportes no mínimo anuais ao Conselho de Administração e/ou Diretoria Executiva, no tocante à aderência da empresa ao Programa de ESG.

É possível concluir que somente empresas ESG terão longevidade, esta não é apenas uma tendência, é uma exigência do mercado e o departamento de compliance terá um papel de vigilância e incentivo no ambiente empresarial.

Flávia Bachmann

*Sócia & Diretora Executiva
BACHMANN Advisory*



ESG e seu impacto no todo

Mais do que oportunidades de negócios, precisamos entender a nossa responsabilidade com o negócio.

Poderia até ser mais uma moda no mundo corporativo, mas não é. A sigla que vem despontando nas agendas empresariais - ESG - está longe de ser recente e muito menos passageira. Afinal, os temas envolvendo critérios ambientais (E), sociais (S) e de governança corporativa (G) são discutidos há mais de 20 anos entre executivos, empresários, especialistas e organizações não governamentais. Mas foi em 2019 que essas letrinhas começaram a aparecer com mais intensidade, provocando uma reorganização nos princípios e prioridades de muitas empresas. Só como exemplo de como esse tema ganhou força vou citar alguns números:

1. segundo dados da Morningstar, o patrimônio de fundos com viés ESG no mundo era de 1 trilhão de dólares em 2020;
2. a PwC, por sua vez, projeta um patrimônio de 4,3 trilhões de dólares até 2030;

3. a XP Investimentos calcula 30 trilhões de dólares referente à quantidade de ativos relacionados direta ou indiretamente com alguma estratégia sustentável.
4. no Brasil, os 20 fundos existentes somam já 1 bilhão de reais, de acordo com a Ambima.

O motivo de tamanha movimentação e volume sobre o tema é simples: sobrevivência. ESG sinaliza o risco de destruição de valor de uma empresa e sem uma estratégia que envolva esses critérios a sociedade não irá resistir. Não se trata, portanto, de um caminho para obter ganhos, mas sim para evitar perdas. E perdas em todos os aspectos: caixa, pessoas, planeta.

O Great Place to Work já é referência há mais de 25 anos no S desta equação. Trabalhamos incansavelmente ao longo dessas mais de duas décadas para melhorar as relações de trabalho, diminuir as diferenças hierárquicas e, principalmente, fomentar um ambiente de

confiança. Saltamos de 130 empresas que buscaram pela primeira vez, em 1997, a nossa pesquisa para dar voz aos seus funcionários, para mais de 4 000 que buscam essa ferramenta como principal termômetro e diagnóstico do seu ambiente de trabalho e relações humanas. Se em 1997, a diferença entre a percepção sobre um bom ambiente de trabalho entre diretores e colaboradores era de doze pontos percentuais – sendo que os líderes davam notas maiores do que seus times – hoje essa diferença praticamente não existe. Temos orgulho do caminho que percorremos até aqui, mas temos ainda muita responsabilidade pela frente. E foi com esse propósito – de impactar não apenas as pessoas, mas os negócios e a sociedade – que nasceu a Great People, um ecossistema que coloca as pessoas no centro e visa construir pontes para alcançar o bem de todos, em todas as esferas.

Abaixo do guarda-chuva Great People, temos negócios voltados ao desenvolvimento da liderança (Youleader e Leader!); Saúde Mental (Jungle e Health Place to Work); Recrutamento e Seleção (Caccuri); Pesquisa & Desenvolvimento (The Turing); Consultoria (The Consulting); ESG (Geração Social e KAT), além do Partners, uma rede de consultores associados para que nossa missão e propósito alcance mais e mais pessoas e organizações, impactando toda a sociedade.

Afinal, ESG é uma cultura que deve permear toda a empresa e não apenas um conjunto de práticas

em que você dá mais ou menos peso de acordo com a circunstância ou orçamento. Para que a agenda ESG prospere na organização as três letras precisam estar em pé de igualdade. Não posso ter apenas uma política ambiental eficiente ou uma empresa excelente para trabalhar ou uma boa relação com meus stakeholders ou uma governança inquestionável. Não se trata de “ou” (escolhas) mas sim de “e” (somas).

O conceito por trás de um ecossistema com vários negócios é justamente ter um poder maior de impacto para apoiar organizações a serem cada vez mais sustentáveis e sobreviverem num ambiente de negócios mais ágil, mais dinâmico, mais desafiador. Empresas que nascem visando apenas o lucro não terão lugar no futuro. Porque pessoas buscam mais do que salários e benefícios. Porque a sociedade exige transparência. E porque o planeta precisa de mais ações e menos intervenções.

Que os negócios não sejam visto apenas como oportunidades de ganhos, mas como possibilidade de transformação. Essa é nossa responsabilidade como empresários, líderes e influenciadores. Ser melhor para as **Pessoas**. Melhor para os **Negócios**. E melhor para a **Sociedade**.

Ruy Shiozawa

CEO da Great People e Sócio da Geração Social.



As empresas interessadas em participar da edição de 2023 do Prêmio Ética nos Negócios deverão inscrever projetos que já estejam em desenvolvimento e as inscrições poderão contemplar uma ou mais iniciativas em quaisquer categorias.

Além disso, poderão ser inscritos projetos de empresas em atuação em todo o território nacional e integrantes de qualquer segmento de mercado.

Os projetos inscritos serão avaliados por uma Comissão Julgadora composta por renomados profissionais. Após o julgamento, as empresas finalistas serão chamadas a participar da cerimônia de entrega do Prêmio Ética nos Negócios, época na qual o mercado conhecerá as empresas finalistas e vencedoras em cada uma das categorias de premiação.

A partir de maio de 2023, acesse o portal e inscreva a sua empresa: www.premioeticanosnegocios.org.br

CRONOGRAMA 2023		CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS
Maio	Início das Inscrições de Projetos	Responsabilidade Social	Franquias
Agosto	Encerramento das Inscrições	Meio Ambiente	Pequenas e Médias Empresas
Setembro	Julgamento dos Projetos Inscritos	Comunicação e Transparência	Agronegócio
Outubro	Divulgação das Empresas Finalistas	Voluntariado e Cadeia produtiva	
Novembro	Cerimônia de Premiação	Sustentabilidade	
		Ética & Compliance	
		Diversidade & Inclusão	
		ESG	



PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS 2022

Categorias da Edição 2022

- . Responsabilidade Social
- . Meio Ambiente
- . Ética & Compliance
- . Comunicação e Transparência
- . Diversidade & Inclusão

Agradecimento à Comissão Julgadora

Como sempre acontece, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios é honrado por profissionais que gentilmente integraram a comissão julgadora do Prêmio Ética nos Negócios.

Não poderíamos deixar de abrir espaço, nesta edição especial da Revista Ética nos Negócios, para registrar nossos sinceros agradecimentos a quem engrandeceu o nosso trabalho:

Cássio França: Secretário-Geral do GIFE
Flávia Mentone: Co-fundadora da Repont
Gabriella Dorlhiac: Diretora Executiva da ICC Brasil
Lyllian Brandão: Diretora Geral da Merco Brasil
Paulo Gomes: Diretor Executivo do IIA Brasil
Renato Fiochi: CEO do Grupo Gestão RH
Ricardo Voltolini: CEO da Ideia Sustentável
Vitor Seravalli: Conselho de Administração da Fundação ABRINQ

Seguindo em frente, sem olhar para trás!

Lamentavelmente, os números de projetos inscritos em 2022 foram semelhantes ao total do ano passado, em razão de uma crise que parece não ter fim.

Recordemos que a economia brasileira começou a cambalear em 2014. Dois anos depois, houve o impeachment da presidenta da República, época na qual os indicadores desciam ladeira abaixo. Em 2018, a polarização partidária se intensificou ainda mais. Com o novo governo, quando a economia brasileira começava a dar sinais de recuperação, o mundo parou no início de 2020, por conta da pandemia do novo coronavírus. Passada a turbulência sanitária e

o tsunami econômico, a Rússia invadiu a Ucrânia, fazendo os preços dispararem até nos países desenvolvidos, gerando inflação e decréscimo do PIB. Este ano, quando as coisas pareciam estar melhorando, um novo governo tomará posse em 2023... E a crise tupiniquim continua sem data para terminar!

Mas, a diretoria executiva do Instituto de Ética nos Negócios continuará de cabeça erguida e sem olhar para trás. E isso porque, apesar das dificuldades e dos obstáculos, a missão institucional é nobre, louvável e exemplar, e continuará sendo perseguida e cumprida.



2023: 20 anos de fundação!

Ainda mais agora que, em 2023, nossa instituição completará 20 anos de fundação! Portanto, existe um motivo muito especial para que nós continuemos reconhecendo, destacando, promovendo, difundindo e premiando as “melhores práticas” da Conduta Empresarial Responsável e, desta maneira, esta iniciativa possa servir de exemplo e motivação para que as demais empresas em atuação no país sigam os passos virtuosos e vitoriosos das empresas finalistas as quais se esforçam para conduzir seus negócios de maneira ética, socialmente responsável e ecologicamente correta, visando se alinhar aos padrões de gestão do ESG.

PRÊMIO

ÉTICA NOS NEGÓCIOS



EMPRESAS
VENCEDORAS

EMPRESAS
PARTICIPANTES 2022

inovara **10** ANOS
consultoria e assessoria

zilor
Energia e Alimentos

Instituto Brasileiro de

ÉTICA NOS NEGÓCIOS

RESPONSABILIDADE SOCIAL



zilor
Energia e Alimentos ■



Programa Aprender Sempre – Eu Amo Chiquinho

Através do Programa Aprender Sempre, Zilor busca engajar, formar e impulsionar o jovem para a vida e para o trabalho

Para a empresa, contribuir com a formação e troca de conhecimento é fundamental para a construção da cidadania e de uma sociedade mais justa e igualitária.

95% dos brasileiros possuem a necessidade de impulsionar a sua qualidade educacional. E se pudéssemos levar educação de qualidade e acessível aos jovens das nossas comunidades? Diante desse cenário, a Zilor Energia e Alimentos, multinacional brasileira do setor sucroenergético e de biotecnologia com expertise em projetos de responsabilidade social, desenvolve desde 2001, o Programa Aprender Sempre.

A iniciativa é a principal ação de investimento social realizada continuamente pela Companhia. A ação beneficia jovens estudantes dos ensinos

Imagem/Zilor: Ação voluntária de revitalização da Escola Estadual Francisco Balduino de Souza – “Chiquinho”, em Quatá (SP) realizada em 2019.

fundamental e médio das escolas de Lençóis Paulista, Macatuba e Quatá com atividades estruturantes que fortalecem a cidadania, a diversidade e a inclusão social.

O Programa tem como premissa engajar, formar e impulsionar o jovem para a vida e para o trabalho, com o objetivo de levar para os jovens e estudantes dos municípios de atuação da Zilor iniciativas de aprendizagem inovadoras que dialogam com seu jeito de ser, estimulam o seu interesse artístico,

fortalecem sua participação social e desenvolvem competências socioemocionais e empreendedoras determinantes para o seu sucesso pessoal e profissional.

No último biênio, por causa das restrições impostas pela pandemia de Covid-19, as ações estiveram direcionadas para o incremento das ferramentas digitais para o ensino pedagógico. Durante a pandemia, o Programa Aprender Sempre “Eu Amo Chiquinho” trouxe à tona a necessidade da inclusão digital para professores da única escola pública estadual de Quatá, município onde a Zilor possui unidade e seu maior número de Colaboradores.

Em tempos de isolamento social e aulas a distância, não há dúvidas que a tecnologia se tornou um item indispensável no material escolar. Para incluir alunos e professores da única escola pública estadual do município Quatá, situado na microrregião de Assis, Noroeste de São Paulo, dentro dessa nova realidade, o projeto social tem usado plataformas digitais como ferramenta de educação e inclusão tecnológica, por meio da oferta de mentoria e capacitações para o uso de softwares e contribuiu com apoio psicossocial para os docentes, alunos e seus familiares.

Desenvolvida pela Zilor, em parceria com a Softtek, empresa de TI de origem latino-americana, a iniciativa beneficiou professores que lecionam para cerca de 900 alunos dos ensinos fundamental, médio e EJA (Educação de Jovens e Adultos) da Escola Estadual Francisco Balduino, carinhosamente conhecida como “Chiquinho”, durante a pandemia.

Nos últimos dois anos, foram investidos cerca de R\$8 milhões para a realização de diversas iniciativas que impactaram positivamente as comunidades de Lençóis Paulista, Macatuba e Quatá. Apenas em Quatá, os projetos desenvolvidos por meio do Programa Aprender Sempre “Eu Amo Chiquinho” beneficiaram mais de 900 estudantes que participaram das iniciativas educacionais provocadas pela Zilor.

zilor
Energia e Alimentos

MEIO AMBIENTE

zilor
Energia e Alimentos ■





Programa Florestar de Reflorestamento Zilor

Com investimentos superiores a 20 milhões, Zilor atua no reflorestamento e manutenção da biodiversidade de fauna e flora

Programa Florestar, iniciado em 1998, já plantou mais 1,7 milhões de mudas de espécies nativas nas regiões de Lençóis Paulista e Quatá

A influência humana aqueceu o clima a uma taxa sem precedentes pelo menos nos últimos 2.000 anos (IPCC 2021). Ainda segundo o último relatório publicado pelo Painel Internacional de Mudanças Climáticas (IPCC) todas as regiões do planeta são projetadas para experimentar aumentos adicionais nos fatores de impacto climático quente e/ou frio. Essas mudanças seriam maiores a 2° C de aquecimento global ou acima de 1,5° C.

Recuperar áreas antes dedicada a outras culturas é uma das premissas para o enfrentamento à mudança climática e dos riscos ao negócio. O setor sucroalcooleiro através do programa Etanol Mais Verde iniciou em 2007 sua contribuição para a recuperação de áreas de interesse ambiental no estado de São Paulo. A Zilor, multinacional brasileira com 76 anos de atuação, foi a primeira signatária.

O processo de recuperação florestal depende do grau de degradação do ambiente. Em algumas situações, técnicas simples podem ser implementadas para a recuperação, inclusive, havendo áreas em que a própria dinâmica do ecossistema é auto-suficiente para a regeneração natural. O que varia é o tempo necessário para a regeneração e nesse caso torna-se impossível estabelecer a quantidade e a classificação das espécies. Desta forma, a avaliação das causas

da degradação e o grau de comprometimento do meio são cruciais para o desenvolvimento da metodologia adequada para a recuperação.

Nos anos 2000, a Zilor impulsionou o plantio da área denominada “Cinturão Verde” na Usina Barra Grande de Lençóis. Atualmente esse grande fragmento florestal se impõe aos demais. Foram 420.898 mudas nesta área.

Em 2007, a empresa iniciou, em parceria com a Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq/USP), o Programa de Adequação Ambiental, que permitiu a conservação, o manejo e a restauração das APPs e das Reservas Florestais Nativas das propriedades agrícolas, visando manter a estabilidade hídrica da região, garantir a diversidade de fauna e flora, e servir como instrumento de educação ambiental. De 2015 a 2021 foram plantadas 987.700 mudas, sendo 513.400 na região de Quatá e 474.300 na microbacia do Rio Lençóis.

A principal referência do projeto é o desenvolvimento do ESG – sigla em inglês que significa ‘environmental, social and governance’, e corresponde às práticas ambientais, sociais e de governança de uma organização.



Imagem Legenda: Através do Programa Florestar, a Zilor já plantou mais 1,7 milhões de mudas de espécies nativas, o que corresponde a 1.600 campos de futebol.



ÉTICA & COMPLIANCE



zilor
Energia e Alimentos



Gorvenança Corporativa

Foto/Banco de Imagens/Colaboradores Zilor: Zilor adota modernas práticas de Governança Corporativa como estratégia para perpetuar negócio.

Zilor adota modernas práticas de Governança Corporativa como estratégia para perpetuar negócio familiar de 76 anos

A empresa busca o aperfeiçoamento contínuo da estrutura de Governança Corporativa, através do comprometimento com as melhores práticas de mercado

A Zilor é uma empresa com 76 anos de história, sendo uma multinacional brasileira do setor de Energia e Alimentos, emprega atualmente mais de 3,5 mil colaboradores e é referência no setor sucroenergético. A companhia apresenta um portfólio diversificado que a consolidou como uma das maiores empresas do país de etanol, açúcar, energia limpa e renovável e alimentos a partir da biomassa. A Zilor é uma empresa familiar de capital fechado, que durante sua trajetória investiu nos

pilares de Governança Corporativa (transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa).

A Governança Corporativa é, de acordo com o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, o “sistema pelo qual as empresas e demais organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre sócios, conselho de administração, diretoria, órgãos de fiscalização e controle e demais partes interessadas”, em outras palavras, é o conjunto de boas práticas que uma empresa adota para fortalecer o relacionamento entre os sócios ou acionistas, administração e seus stakeholders, de forma que seja possível garantir que os interesses da empresa fiquem acima dos interesses da administração.

A Zilor busca o aperfeiçoamento contínuo da estrutura de Governança Corporativa, através do comprometimento com as melhores práticas de mercado, da estruturação dos processos internos, da transmissão de confiança aos investidores, da promoção da cultura organizacional e do impulsionamento da sua reputação e marca, com a finalidade de maximizar o valor de mercado da companhia.

Em 2016, a companhia contou com apoio de consultorias especializadas para implementar um sistema de Governança Corporativa robusto

e completo. Dentre as mudanças que ocorreram, houve a definição da composição e das responsabilidades dos comitês, a frequência dos seus encontros, bem como a formalização dos temas discutidos e decisões, além de revisão da composição do Conselho de Administração.

Nos últimos anos, foi possível identificar a evolução da Governança Corporativa da Zilor. O Conselho de Administração, é formado por 10 membros, incluindo 3 externos: o Presidente do Conselho e 2 conselheiros consultivos independentes. Entre suas atribuições, o Conselho de Administração, que realiza reuniões mensais, tem o papel de avaliar a implementação das políticas e dos processos de gestão nas duas divisões de negócio, aprovar os planos de investimento e estabelecer o direcionamento das operações considerando riscos e oportunidades para a Zilor.

No formato atual, o Conselho também conta com o apoio de 3 Comitês de assessoramento, responsáveis por aprofundar as análises e avaliações e por fazer recomendações para a deliberação. A Zilor se destaca, pois, mesmo sendo uma empresa familiar e de capital fechado, optou por implementar um plano de Governança Corporativa robusto e baseado nas melhores práticas de mercado, inclusive adotadas por empresas de capital aberto, o que a diferencia de players da mesma categoria.



COMUNICAÇÃO & TRANSPARÊNCIA



zilor
Energia e Alimentos

Programa Café com a Liderança

Programa Café com a Liderança da Zilor é inclusivo, promovendo diálogo, interação e engajamento dos Colaboradores

Encontros entre Diretor-Presidente e Colaboradores da Companhia promovem o pertencimento e contribuição profissional e empresarial

O Engajamento de Colaboradores é um dos fatores críticos para o sucesso de uma organização, de acordo com um estudo Harvard Business Review Analytics Services, publicado na Revista Você RH da Editora Abril. A pesquisa revelou que colaboradores satisfeitos são 31% mais produtivos, 85% mais eficientes e 300% mais inovadores. Após refletir sobre esses dados, como agir?

O Programa 'Café com a Liderança' é uma importante ação para desenvolver e promover o diálogo, interação, engajamento, pertencimento e contribuição profissional e empresarial dos Colaboradores.

Através de encontros entre o Diretor-Presidente e Colaboradores, em uma pausa para um 'coffee break' no local de trabalho, a Zilor, multinacional brasileira do setor sucoenergético e de biotecnologia, incentiva um espaço para ideias e sugestões. Em busca de promover o alinhamento e compreensão do ambiente organizacional e

fortalecer o engajamento dos Colaboradores, o momento é uma oportunidade de contribuir com os resultados da empresa e a gestão do negócio.

A primeira edição do programa ocorreu em março de 2018, sendo realizado mensalmente nas três unidades da Zilor, no interior de São Paulo. Até o momento foram realizados 72 encontros, impactando positivamente cerca de 720 colaboradores que já participaram do programa. Durante esse período foi realizado o investimento de cerca de R\$ 25 mil nos kits de cafés oferecidos aos colaboradores e materiais de comunicação, entretanto, o maior investimento não é mensurável, que se refere à dedicação e o tempo da alta liderança envolvida na pauta, com a participação direta do Diretor-Presidente da Companhia, gerente de P&O e demais equipes de apoio.

São realizadas reuniões mensais nas três unidades industriais da Companhia no Brasil, Barra Grande (Lençóis Paulista/SP), São José (Macatuba/SP) e Quatá (Quatá/SP). O momento de interação e troca com os convidados é conduzido pelo Diretor-Presidente da Zilor e Biorigin, Fabiano Zillo, com apoio do Departamento de Pessoas & Organização, para cerca de dez (10) Colaboradores que representam as diversas áreas operacionais e administrativas da indústria e agrícola.

Como premissa, os Colaboradores convidados não exercem funções de gestão, buscando proporcionar contato, acesso, diálogo e proximidade dos Colaboradores operacionais com o Diretor-Presidente.

Todo empenho associado ao Programa Café com a Liderança também contribui para a promoção dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável - ODS/ONU, por meio da Agenda 2030 quando a empresa promove a saúde e bem-estar das pessoas, um ambiente de trabalho seguro e que incentiva a integração dos colaboradores, além de abrir espaço para a promoção de ideias e a redução das desigualdades no ambiente corporativo.



Imagem: Café com a Liderança reúne Colaboradores de diversos setores da Unidade Zilor em Quatá para conversa com o CEO, Fabiano Zillo.

DIVERSIDADE & INCLUSÃO



inovara**10** ANOS
consultoria e assessoria



Programa Diversidade Inovara

Fundada em 2011, A Inovara Consultoria nasceu com a missão de atuar na gestão e implantação de programas sociais, visando o desenvolvimento social e econômico e possui como objetivo principal levar aos gestores da iniciativa privada e do setor público um novo conceito para trabalhar a capacidade gerencial no que tange aos instrumentos de capacitação, atendimento e fomento de alternativas práticas, assim como, de ferramentas tecnológicas de monitoramento e avaliação das ações desenvolvidas no campo social.

Oferece apoio técnico de política pública e de educação, capacitação profissional e geração de renda, diagnóstico social, elaboração de plano diretor e de implantação de transparência social, práticas de direitos e deveres no trânsito, Programa Minha Casa Minha Vida rural e urbana, regularização fundiária promovendo seminários e capacitação em controle social entre outras atividades socioculturais.

O trabalho da empresa já impactou aproximadamente 23 mil pessoas de forma direta e outras 115 mil, indiretamente, promovendo transformações

com apoio técnico social qualificado em diversos estados da federação.

“
Acreditamos que ouvindo e respeitando a necessidade de cada participante dos projetos e do ecossistema em que está inserido, podemos propor estratégias inovadoras e sustentáveis de forma personalizada.

Cátia Diniz
CEO da Inovara

Ao longo de 12 anos de fundação vem atuando com colaboradores de diversas especialidades de humanas e exatas, entre psicólogos, sociólogos, estatísticos, advogados, pedagogos, arquitetos, engenheiros, jornalistas e comunicadores oriundos de empresas de serviço público e Instituições Governamentais, além da equipe técnica, estagiários e representantes de comunidades.

Com a participação de aproximadamente 25 colaboradores multidisciplinares, a Inovara Consultoria lançou o projeto **DIVERSIDADE INOVARA**, que tem como objetivo agregar o perfil social inclusivo entre os seus colaboradores. Compactua que desta forma colabora para a mudança de paradigmas que ocorre no mundo todo: o da inclusão e cooperação de talentos, independente da raça, capacidade física, idade, orientação sexual, regionalidade e gênero.

Um dos pilares do projeto é procurar diversificar os seus talentos com profissionais 50+. Por lidar diretamente com pessoas com dores sociais, a experiência técnica e humana é importante. Mais de 50% dos colaboradores da empresa são pessoas dessa faixa etária.



“

Acredito que as oportunidades muitas vezes precisam ser criadas por cada um de nós ou no mínimo estar atentos para aquelas que aparecem. Eu acreditei, conheci pessoas que acreditaram, agora é a minha vez de acreditar também em outras mulheres, pretas e vulneráveis.

Cátia Diniz
CEO da Inovara

A própria CEO da empresa, a assistente social Cátia Diniz, é um exemplo inclusivo. Preta, de família humilde, conseguiu através do serviço social construir uma carreira sólida, ética e transparente na atuação junto aos Órgãos de Governo e entes federados. Hoje é empresária e atua diretamente na orientação técnica para melhorar a vida dos clientes sociais, no empoderamento de mulheres negras e na geração de trabalho e renda para famílias humildes.

Acreditando na importância da conscientização das boas práticas e de mentalidade inclusiva, a Inovara Consultoria desenvolve constantemente um trabalho de comunicação na geração de conteúdo educativo nas mídias sociais. Sendo um importante canal de comunicação com a população assistida, percebe a necessidade de promover a conscientização social, racial, parental, de violência contra a mulher, o empoderamento feminino e de acolhimento, com o objetivo de promover o bem-estar social, inclusivo e humanizado entre colaboradores e clientes promovendo, assim, o seu papel social.

inovara **10** ANOS
consultoria e assessoria

MATÉRIA

Em 2022, todas as empresas são vencedoras



O quadro a seguir, descreve o número de empresas participantes e o total de projetos inscritos, desde a edição de lançamento do Prêmio Ética nos Negócios, no ano de 2010:

Ano	EMPRESA	PROJETO
2010	13	22
2011	12	17
2012	11	18
2013	17	23
2014	20	27
2015	09	15
2016	10	11
2017	06	14
2018	10	17
2019	0	0
2020	08	17
2021	03	05
2022	04	06

Observe que os números refletem os problemas econômicos enfrentados pelas empresas bem como o vislumbre empresarial de dias melhores, pois, existem variações positivas e negativas a partir de 2014, quando se deu o início da crise econômica brasileira que se estende até os dias de hoje. E isso porque, o Brasil, além de enfrentar uma crise política e institucional sem precedentes, atravessou uma pandemia e agora tem como desafios uma guerra na Ucrânia e a posse de um novo governo.

Então, o regulamento do Prêmio Ética nos Negócios precisou contemplar o histórico da realidade das inscrições de projetos neste reconhecimento:

“Caso o número de projetos inscritos em uma categoria específica seja menor do que 7 (sete), automaticamente, todas as empresas serão consideradas finalistas, cabendo à comissão julgadora escolher apenas a empresa vencedora”;

“Se ocorrer de uma determinada categoria ter somente uma empresa inscrita, a empresa receberá um troféu do Prêmio Ética nos Negócios como “Menção Honrosa”.

Como o quadro acima apontou, houve um pequeno acréscimo no número de projetos inscritos quando comparamos 2021 com 2022.

Portanto, neste ano, todas as empresas são “vencedoras”. Parabéns!

O Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios estende suas congratulações aos colaboradores destas organizações que merecem esta honraria por planejar, implementar e desenvolver projetos incríveis.

PRÊMIO

ÉTICA NOS NEGÓCIOS

+ É T I C A S

AS EMPRESAS +ÉTICAS DO BRASIL 2022

Apesar de todos os obstáculos, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios promoveu a entrega da 8ª edição do reconhecimento As empresas +Éticas do Brasil.

Nossa instituição, evidentemente, não tem a mínima pretensão de apontar se uma empresa é mais ou menos ética do que a outra. A principal

motivação em desenvolver esta iniciativa - inédita no país - é exaltar um dos maiores desafios empresariais da atualidade: a "Gestão da Ética".

Todavia, outra questão não pode deixar de ser sublinhada. O reconhecimento "As empresas +Éticas do Brasil" tem a missão de fazer com que as empresas participantes sirvam de modelo, de

referencial, de motivação e de inspiração para as demais empresas e, desta maneira, possam seguir os passos responsáveis das empresas mais éticas do país!

Você pode estar se questionando se uma empresa envolvida em algum escândalo de corrupção, como a Petrobras em um passado recente, poderia participar desta iniciativa? É evidente que sim!

É imprescindível afirmar que as empresas não têm vida, são as pessoas que dão vida a elas.

“

As empresas que fazem parte das +Éticas do Brasil estão soletrando o desenvolvimento do caráter corporativo com apenas cinco letras: Ética!

Portanto, se alguns colaboradores tiverem desvios de conduta e praticarem atos ilegais e ilícitos, em desconformidade com as palavras e o espírito do Código de Ética, este fato não poderá tirar o brilho da prática de se gerir a Ética realizada por inúmeras empresas, inclusive pela maior empresa do país.

Esta afirmação tem uma justificativa: "nada é mais nobre, louvável e exemplar do que as empresas buscarem a excelência quando o assunto é a Ética nos Negócios". Como resultado, as empresas poderão ver a melhora dos seus padrões de atuação, incluindo o "ESG", com o consequente ganho de reputação.

Segundo Douglas Linares Flinto, fundador e diretor-presidente do Instituto de Ética nos

Negócios: "As empresas que fazem parte das +Éticas do Brasil estão soletrando o desenvolvimento do caráter corporativo com apenas cinco letras: Ética!".

Os Indicadores de Gestão da Ética (IGE), ferramenta inédita no país, é o fundamento para a avaliação e validação das informações prestadas pelas empresas participantes do reconhecimento As empresas +Éticas do Brasil.



Instituto Brasileiro de

ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS



INDICADORES DE GESTÃO DA ÉTICA

Valiosa ferramenta para autoavaliação empresarial

Os Indicadores de Gestão da Ética, ou simplesmente IGE, foram idealizados pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios no início de 2012 e começaram a ganhar forma a partir de um “texto base”, elaborado pela Sr^a Izilda Capeletto (ex-Diretora de Ética do Grupo AES Brasil) e pela professora de Ética da FGV-SP, Sr^a Maria Cecília Coutinho de Arruda.

Em seguida, foi criado um grupo de trabalho (GT), composto por alguns executivos de grandes empresas. Este seletivo grupo teve a missão de “construir e divulgar indicadores para auxiliar as empresas na autoavaliação de seu estágio na Gestão da Ética, direcionando as ações para as melhores práticas de Ética nos Negócios”.

Um ano depois e após várias reuniões do GT, os Indicadores de Gestão da Ética foram finalizados e lançados oficialmente em abril de 2014, durante a cerimônia de divulgação dos resultados da 7ª edição da Pesquisa Código de Ética Corporativo, ocorrida na cidade de São Paulo.



Os indicadores de Gestão da Ética são um grande aliado das empresas para se blindarem contra os prejuízos de imagem, de reputação e até financeiros, especialmente, em tempos de regulamentação da Lei Anticorrupção.

Douglas Linhares Flinto

Fundador e Diretor-Presidente do Instituto de Ética nos Negócios

O IGE são uma valiosa ferramenta de autoavaliação, disponibilizada gratuitamente num site exclusivo. São nove tópicos com 72 questões relacionadas às “melhores práticas” da ÉTICA & COMPLIANCE e, ao final do questionário, a empresa saberá em que estágio se encontra (básico, intermediário ou avançado) e a sugestão dos passos a serem dados para que possa galgar os degraus da eficiência e eficácia na Gestão da Ética.

INFOGRÁFICO I: Tópicos e quantidades de questões

TÓPICO	TOTAL	
I	Estrutura do Programa e Supervisão	05
II	Liderança & Recursos	04
III	Padrões & Processos	07
IV	Administração do Risco & Compliance	06
V	Educação & Treinamento	12
VI	Disciplina & Incentivos	10
VII	Métricas & Monitoramento	18
VIII	Outras Práticas	10

* Os dados referentes ao tópico IX (Identificação da Empresa) não são de preenchimento obrigatório. Apenas o campo “segmento de mercado” deverá ter a opção devidamente marcada.

INFOGRÁFICO II: Estágio na Gestão da Ética

BÁSICO	INTERMEDIÁRIO	AVANÇADO
A empresa utiliza muito pouco ou praticamente nenhuma ferramenta de Gestão da Ética.	A empresa já dispõe de algumas ferramentas de Gestão da Ética.	Parabéns! A autoavaliação revela que a empresa tem um sistema avançado de Gestão da Ética.
Para atingir a meta de ter uma Gestão da Ética eficaz, esta empresa deverá estabelecer um programa a ser implementado gradativamente.	Para atingir a meta de ter uma Gestão da Ética eficaz, esta empresa deverá aperfeiçoar algumas ferramentas existentes e implantar algumas novas.	A empresa atingiu a meta da Gestão da Ética eficaz. Parabéns!

HOME | INSTITUTO | INDICADORES | AUTOAVALIAÇÃO | AS MAIS ÉTICAS | CONTATO

IGE
INDICADORES DE GESTÃO DA
ÉTICA

Instituto Brasileiro de
ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS

Faça a autoavaliação, conheça o estágio da sua empresa e os passos para uma Gestão da Ética mais eficaz, direcionando as ações empresariais para as melhores práticas da Ética nos Negócios

EDIÇÃO 2022



A pequena adesão não ofusca o brilho do reconhecimento

O número de empresas participantes neste ano foi superior ao das edições de 2019 e 2020. Mas, mesmo assim, o número é baixo se nos atentarmos ao escopo e os objetivos do reconhecimento "As empresas +Éticas do Brasil", como também com o número de projetos inscritos no Selo Pró-Ética que tem uma finalidade rentável e lucrativa: participar de licitações públicas!

No entanto, a baixa adesão empresarial não pode ofuscar o brilho deste importante reconhecimento desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, desde 2015.

Em todas as edições, as empresas participantes e validadas pelos Indicadores de Gestão da Ética (IGE), no estágio "avançado" e acima de 80 pontos, ocupam a posição de "Empresas Destaque do Ano". E isso porque, devem ser reconhecidas como empresas que estão se esforçando para conquistar ou mesmo manter elevados padrões corporativos quando o assunto é a Gestão da Ética.



“

Este reconhecimento não pode ser uma ferramenta do marketing das empresas, mas sim, um prêmio para ser entregue aos seus stakeholders internos pelo sucesso alcançado na Gestão da Ética.

Douglas Linhares Flinto

Fundador e Diretor-Presidente do Instituto de Ética nos Negócios

A perspectiva de um futuro
mais ético se consolida
com a sua parceria

www.
eticanosnegocios
org.br

Fortalecer nossa causa conscientiza a sociedade e destaca sua empresa. **Associe-se!**

Instituto Brasileiro de
ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS

Fomentar a Ética é um desafio que vem sendo conquistado com bastante sucesso pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios. Com a parceria de empresas que acreditam e apoiam esta causa, conseguimos concretizar iniciativas inéditas em nosso país as quais são destinadas ao meio empresarial e também aos estudantes que serão os colaboradores, executivos e proprietários das empresas de amanhã. É desta forma, contribuindo com a melhoria da qualidade ética das empresas e com a formação de adultos-cidadãos e líderes eticamente responsáveis que potencializamos a perspectiva de um futuro mais ético e assim, naturalmente sustentável!

Rua Paula Bueno, 1.122 - Sala 3B - Blue Office
Taquaral - Campinas/SP - Tel. (19) 3326-0453



Angelo Baroncini
CEO & Presidente da Norsul

A ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Desde 1963, a Norsul empresa de navegação e logística integrada, desponta como uma das maiores na Cabotagem do país atuando também no Longo Curso. Com expertise no transporte de cargas variadas, atua contribuindo para gerar valor à cadeia de logística de clientes de norte a sul.

Temos valores sólidos pautados na confiança, na eficiência e no cuidado socioambiental. Com uma cultura centrada em pessoas, independente do caminho ou da carga, existe algo que permeia todas as nossas relações: a ética.

Somos comprometidos com a manutenção de um ambiente de negócio confiável, em que agir com ética, transparência e coerência são condições imprescindíveis e inegociáveis e fazem parte do nosso legado para o setor.

Lançamos recentemente uma nova versão do nosso Código de Ética, que é a declaração formal da empresa e nos resguarda de conflitos e violações à Lei Anticorrupção (12.846/13), sendo um dos instrumentos para guiar as ações dos colaboradores e nossa postura diante dos diferentes públicos com os quais interagimos.

Entendemos o nosso Código como uma expressão do que já é praticado e um importante meio de

comunicar os princípios éticos que regem o nosso trabalho dentro e fora da organização.

Por isso, as diretrizes do nosso Código de Ética foram construídas valorizando pessoas, respeito e honestidade, recursos, responsabilidade socioambiental, saúde e segurança. É um guia para direcionar nossa conduta na execução das atividades da Norsul e nos relacionamentos com colaboradores, clientes, prestadores de serviços, fornecedores, agentes públicos e acionistas.

Na Norsul, acreditamos no poder de construir juntos. Multiplicamos conhecimento, sucesso e, principalmente, nosso desejo de fazer a diferença. Neste sentido, continuamos nossa jornada de desenvolvimento implantando o Programa de Integridade na empresa, com objetivo de disseminar o valor integridade e fortalecer a ética na nossa cultura. Assim, reforçamos nossa crença no propósito de fazer o que é bom para o mundo.



NORSUL
EXPANDINDO POSSIBILIDADES LOGÍSTICAS

SE NÃO TEM CAMINHO A GENTE CRIA

O pioneirismo faz parte da nossa história, e assim, chegamos aonde estamos. Com um trabalho de referência na logística marítima e quase 60 anos de atuação, somos uma das maiores na Cabotagem brasileira.

Oferecemos aos nossos clientes a possibilidade de serviço de neutralização de carbono no transporte de suas cargas. Além de sermos a empresa privada com maior frota de embarcações para diferentes tipos de carga no Brasil.

Quer fazer seu negócio se movimentar?

Vamos juntos!

www.norsul.com



Acesse o QR Code
e conheça-nos.



Para além das palavras, a Zoop também toma uma série de outras medidas para garantir que o ambiente de trabalho seja o mais seguro possível para seus(as) colaboradores(as), ao promover treinamentos de compliance, a pesquisa anual de cultura ética, a contratação de um canal de denúncias externo e a deliberação de temas conflituosos no Comitê de Ética e Compliance da empresa, com fluxos rígidos para garantir o sigilo, anonimato e a não-retaliação aos(as) denunciante(s).

É com orgulho que destacamos que a empresa se tornou em 2022 signatária do Pacto Global da ONU, maior iniciativa de sustentabilidade do mundo, e do Movimento 100% Transparência, o maior movimento de transparência corporativa do País.

A Zoop tem o propósito de ir além, pois a ética não tem apenas papel complementar no nosso negócio, ela é essencial na forma como planejamos a expansão e a solidificação da nossa cultura interna promovendo um ambiente seguro, diverso e acolhedor para todos e todas.

A Zoop, desde a sua fundação, tem a ambição de revolucionar e democratizar o mercado de meios de pagamento e serviços financeiros no Brasil. Acreditamos que para cumprir essa missão, devemos estar comprometidos com a ética a todo o tempo. Acreditamos que as empresas têm um papel muito relevante no combate à corrupção, seja no dia a dia, com os colegas de trabalho, parceiros de negócio ou com os fornecedores.

Instituímos, há alguns anos, uma equipe de Compliance com atuação voltada exclusivamente ao tema ético na companhia, formalizando nossas diretrizes por meio do Código de Conduta e outros normativos internos.



Código de Conduta

Ofereça uma experiência completa de serviços financeiros com a Zoop!



Personalize seu portfólio e entregue **pagamentos sem fricção.**

Fale com um [consultor clicando aqui.](#)



Conheça as empresas que foram finalistas nas edições do Prêmio Ética nos Negócios

2010



2013

2011





● 2018



● 2020



● 2021



3K
comunicação

Comunicação 360°

Estratégias que geram resultados

A 3K Comunicação trabalha com soluções estratégicas de comunicação online e offline, onde propomos a mais adequada para cada ação da sua empresa.

Design visual
Assessoria de imprensa
Websites
Marketing digital
Edição de Vídeo
Community Management

www.3kcomunicacao.com.br
3kcomunicacao@gmail.com



P R Ê M I O



Instituto Brasileiro de

