

II FÓRUM IBOPE

negócios

sustentáveis

CRIAR RELACIONAMENTOS
CONSOLIDAR VÍNCULOS

Sustentabilidade: **Hoje ou Amanhã?**



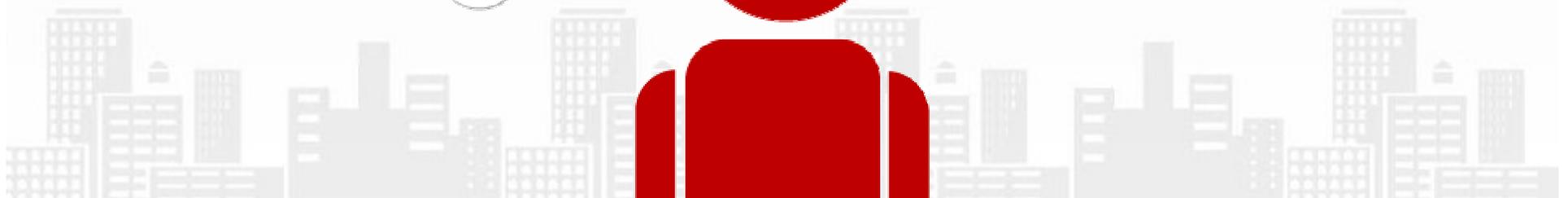
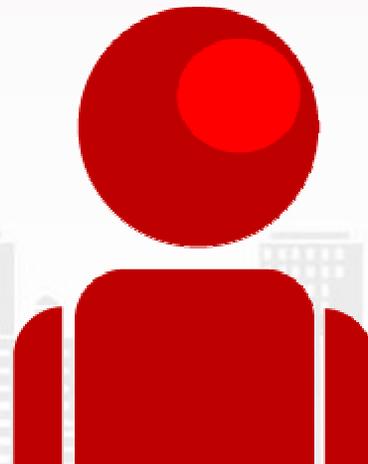


Sustentabilidade

O que isto significa?

*Tem implicações
nas vidas
das pessoas
e organizações?*

**Os cidadãos e os
executivos
estão comprometidos
com isto?**



Um tema relevante e atual

Surgem muitas organizações e inúmeros eventos!
Amplia-se discussão nas empresas e na mídia!

*Empreende-
dorismo Social*

*Desenvolvimento
Sustentável*

*Responsabilidade
Ambiental*

*Responsabilidade
Empresarial*

*Responsabilidade
Social*

*Responsabilidade
Socioambiental*

*Negócios
Sustentáveis*

*Sustentabilidade
Empresarial*

Muitos conceitos, diferentes significados e várias implicações!



Negócios Sustentáveis



- ▶ Qual a sua força neste contexto?
- ▶ Já faz parte da vida das empresas?



Nossos dois projetos lançam uma luz sobre o tema e estimulam reflexões !

(≅ 500)

Executivos

2/3 Top management das empresas



**Serviços
Indústria
Comércio
Administração pública**

(1000) Cidadãos e Cidadãs

Acima de 16 anos das classe A/B/C

79% dos executivos e 55% dos cidadãos já ouviram falar em sustentabilidade empresarial

Conceituações diferentes



Executivos

- ▶ **Ter responsabilidade social (59%)**
- ▶ **Preservar o meio ambiente (58%)**
- ▶ Boa gestão (45%)
- ▶ Gerenciar bem seus recursos humanos (42%)
- ▶ Pesquisa e desenvolvimento (35%)
- ▶ Ter ética (25%)
- ▶ Respeitar clientes (13%)



Cidadãos

- ▶ **Desenvolvimento de Produtos (33%)**
- ▶ **Solidez (23%)**
- ▶ **Respeito e Confiança (22%)**
- ▶ **Proporcionar capacitação profissional (19%)**
- ▶ **Respeito ao meio ambiente (23%)**
- ▶ **Investimentos sociais (13%)**

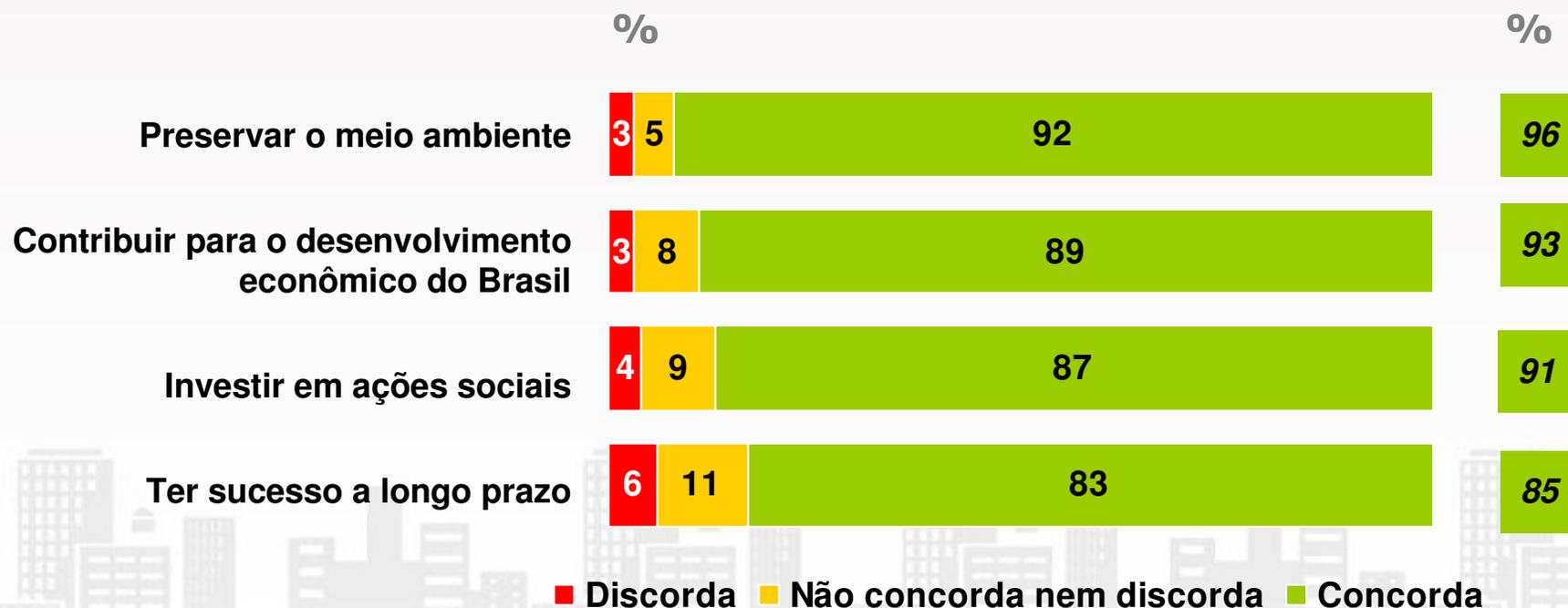
Considerando apenas quatro aspectos que definiriam uma empresa sustentável, observa-se uma conceituação similar entre **Executivos** e **Cidadãos**



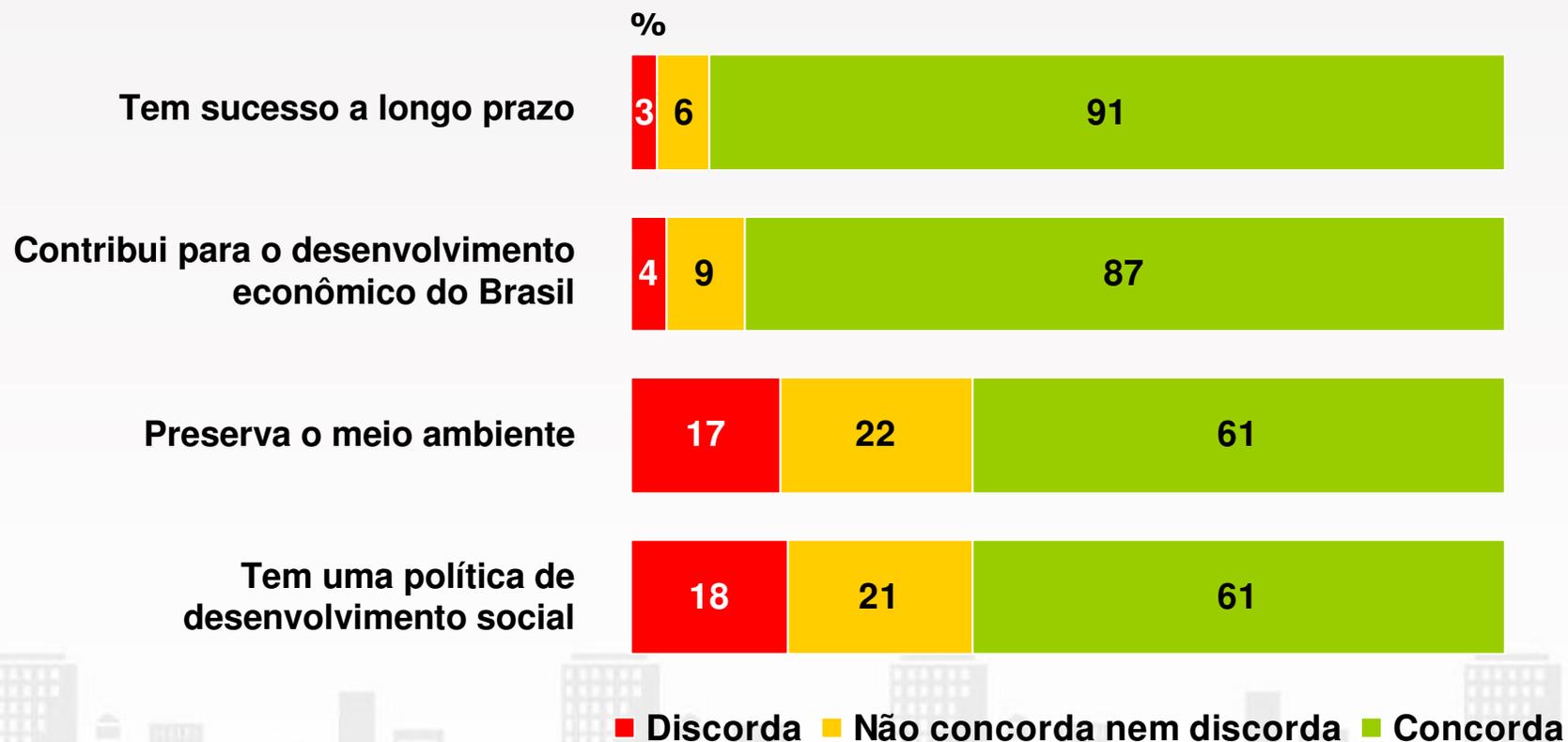
Executivos



Cidadãos



Na prática, do ponto de vista de seus Executivos, as empresas não estão correspondendo às expectativas



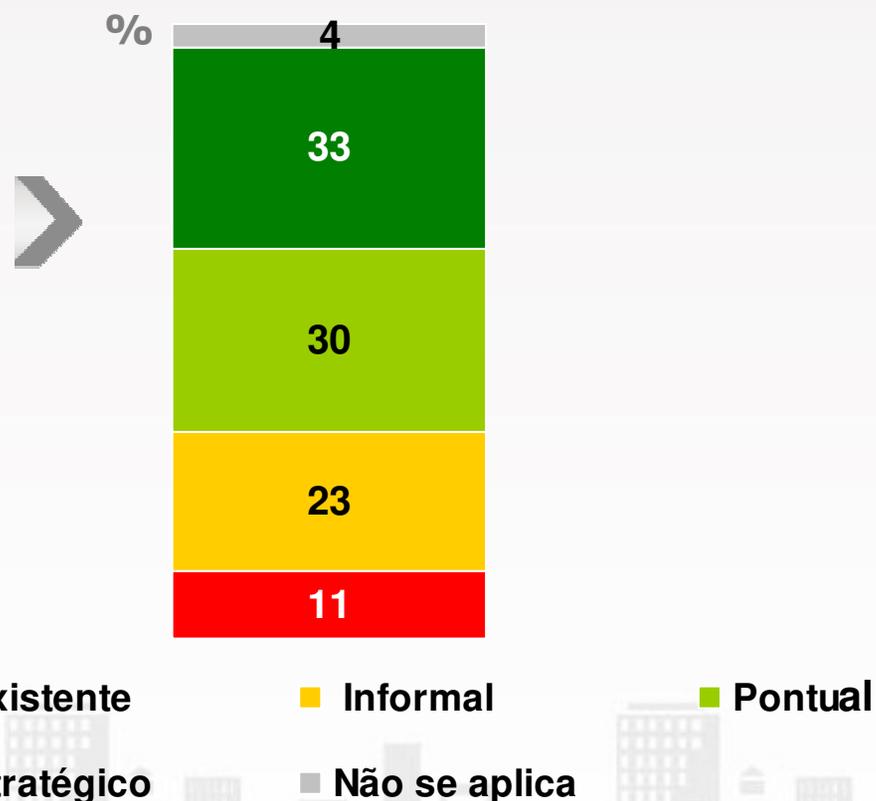
Na caracterização de suas empresas os principais aspectos não estão diretamente relacionados a **responsabilidade socioambiental**

	%		%
Ser ética	80	Incentivar a preservação do meio ambiente	43
Cumprir as leis pagando seus impostos	78	Promover a contratação de funcionários portadores de deficiências	43
Respeitar os clientes	73	Promover a participação de seus funcionários em ações voluntárias	40
Cumprir as leis trabalhistas	72	Promover ações educacionais	40
Ter boa reputação	69	Investir em ações sociais	40
Ter sucesso a longo prazo	69	Fazer coleta/ triagem de lixo	37
Respeitar os consumidores	64	Promover eventos culturais	33
Respeitar os fornecedores	61	Incentivar o consumo consciente	30
Ser uma empresa de tradição	58	Atuar para reduzir os impactos da área onde atua	27
Ser transparente	55	Ter produtos que agradam menos/ não agradam o meio-ambiente	25
		Realizar doações financeiras/ materiais para instituições	23

Mas muitas ações socioambientais estão presentes!

46% afirmam que suas empresas têm políticas de sustentabilidade e 37% têm até um departamento dedicado a práticas de ações de sustentabilidade

Mas o conceito de sustentabilidade empresarial já está devidamente incorporado em suas organizações?



O que pode fazer a diferença é realmente o conceito ser estratégico!



- ▶ **Percepção de que faz parte de um ecossistema e que sua atuação tem impactos na sociedade, no meio ambiente e nos seus negócios**
 - ▶ ***Sentir-se responsável***
 - ▶ ***Respeitar o outro***



A maioria das empresas ainda tem um difícil caminho a percorrer!



Ser **estratégico** ainda se coloca distante das motivações das empresas!



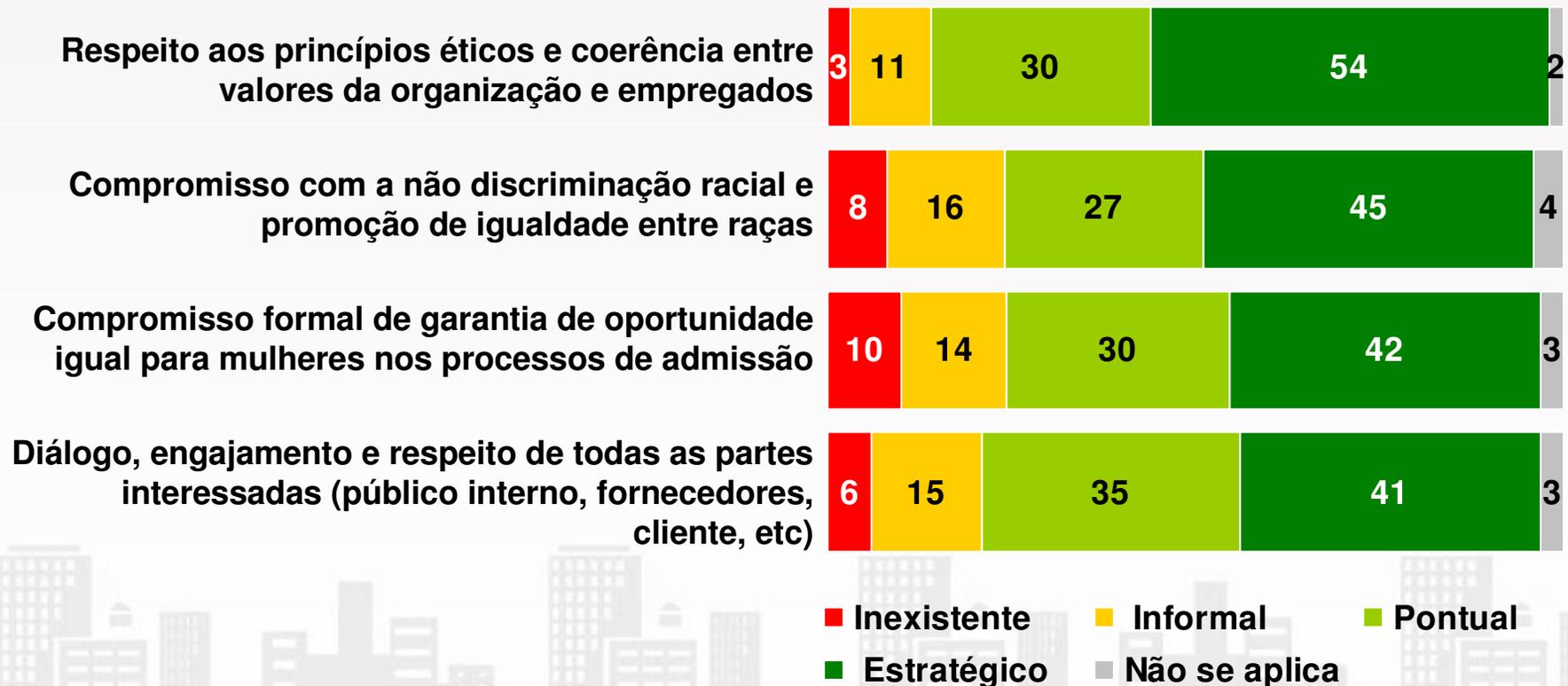
Para **31%** dos cidadãos, a maioria das empresas **monitora** o impacto ambiental de suas atividades

46% dos cidadãos acreditam que as marcas que fazem algo pela sociedade e pelo meio ambiente o fazem somente como **ação de marketing**

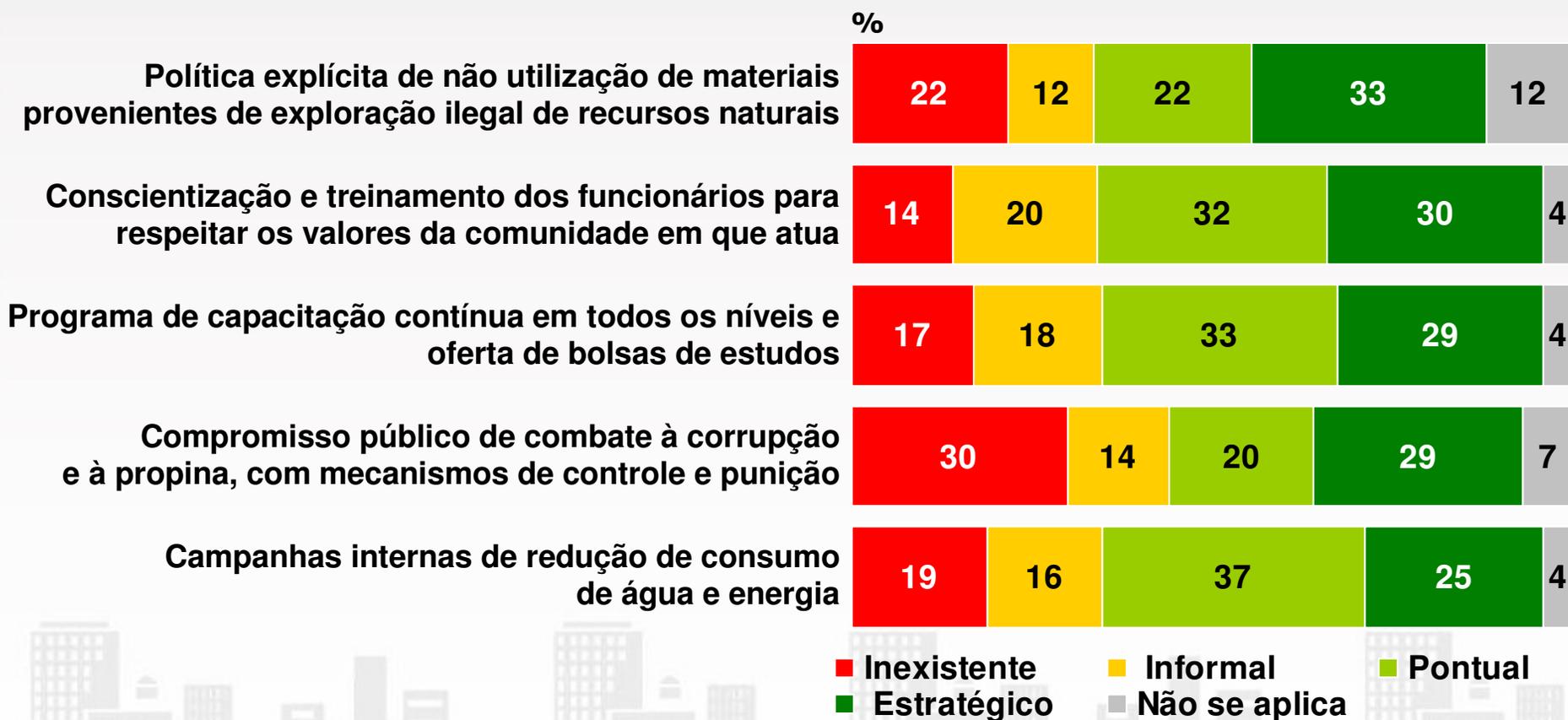
Qual o estágio das organizações em relação a algumas políticas e ações?

Não discriminação e principalmente **Ética** se destacam em relação aos demais

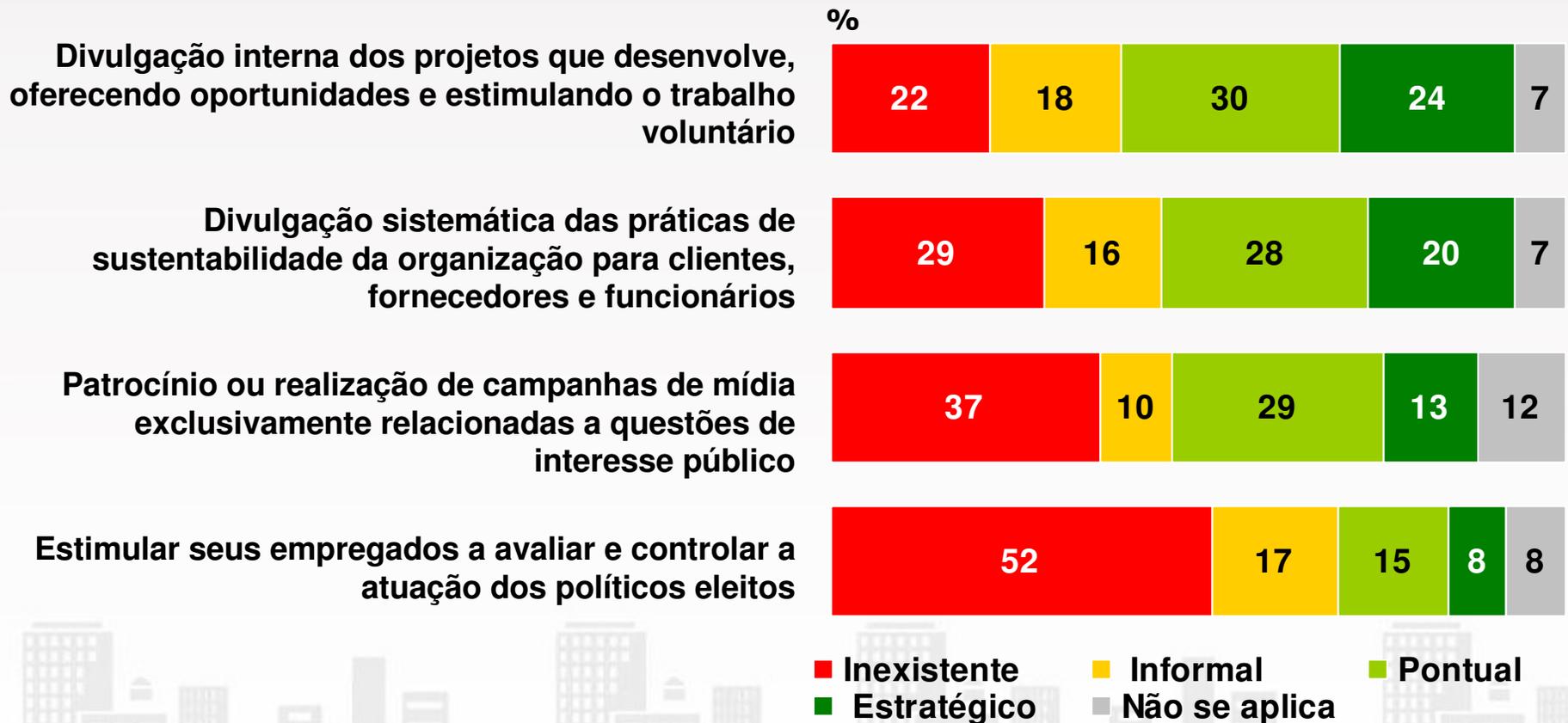
%



Em outros aspectos o ser **Estratégico** está mais fragilizado!



Em outros aspectos o ser **Estratégico** está ainda mais fragilizado!





Se alcançasse o nível estratégico, a **responsabilidade socioambiental** estaria no estágio mais avançado nas organizações!

Caridade

Filantropia
organizada

Investimento
planejado



Informal
Pontual

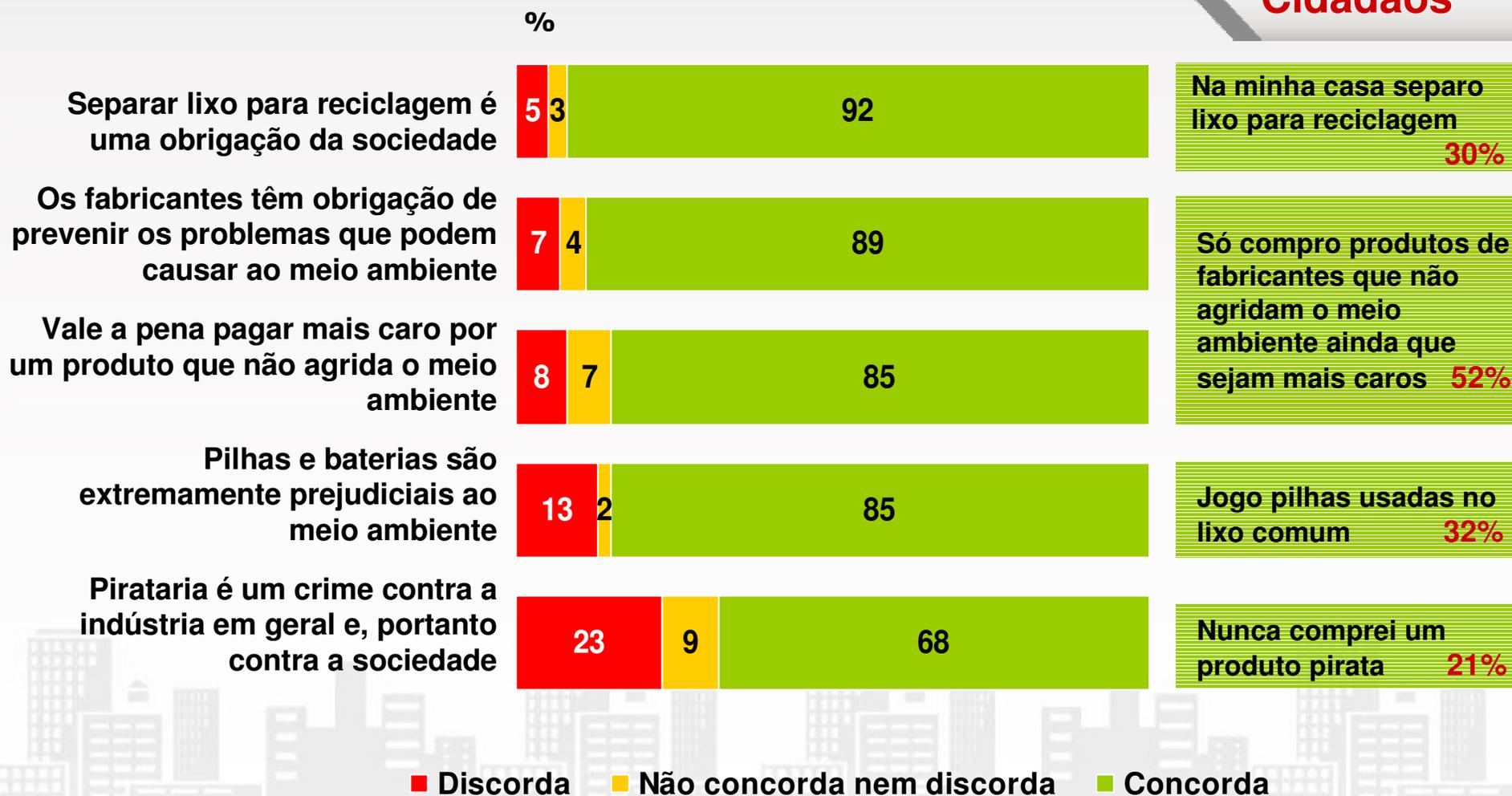
Estratégico

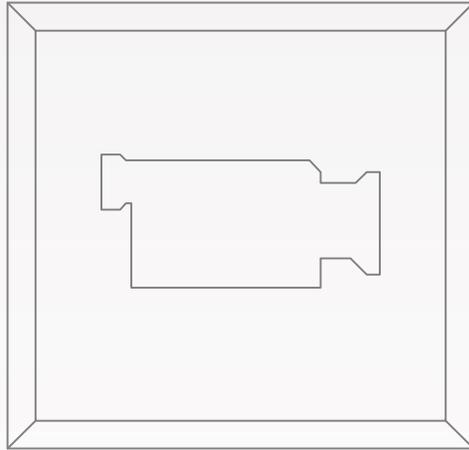
- ▶ Ações de Marketing
- ▶ Altruísmo

- ▶ Foco em resultados
- ▶ Mobiliza recursos
- ▶ Sinergia com o negócio
- ▶ Perenidade
- ▶ Busca a independência dos envolvidos
- ▶ Preservação do meio ambiente

Consciência socioambiental do cidadão ainda em estágios iniciais → distanciamento entre crença e prática

Cidadãos







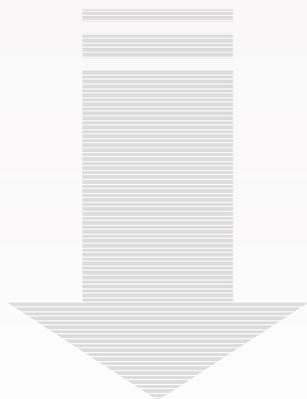
O **cidadão** também tem que percorrer um caminho para ter comportamentos social e ambientalmente responsáveis!

Informações → Relevância

→ Sentir-se no ecossistema

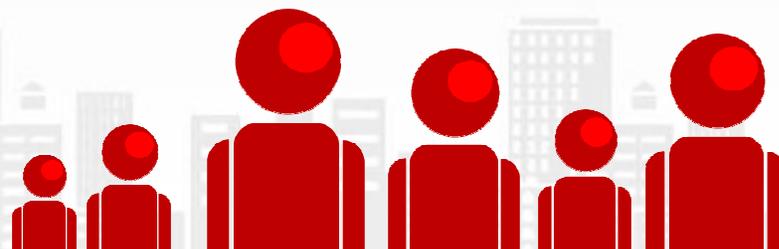
→ Respeito pelo outro

→ Valor pessoal



- ▶ Dirigir escolhas
- ▶ Comportamento adequado
- ▶ Pressionar as organizações

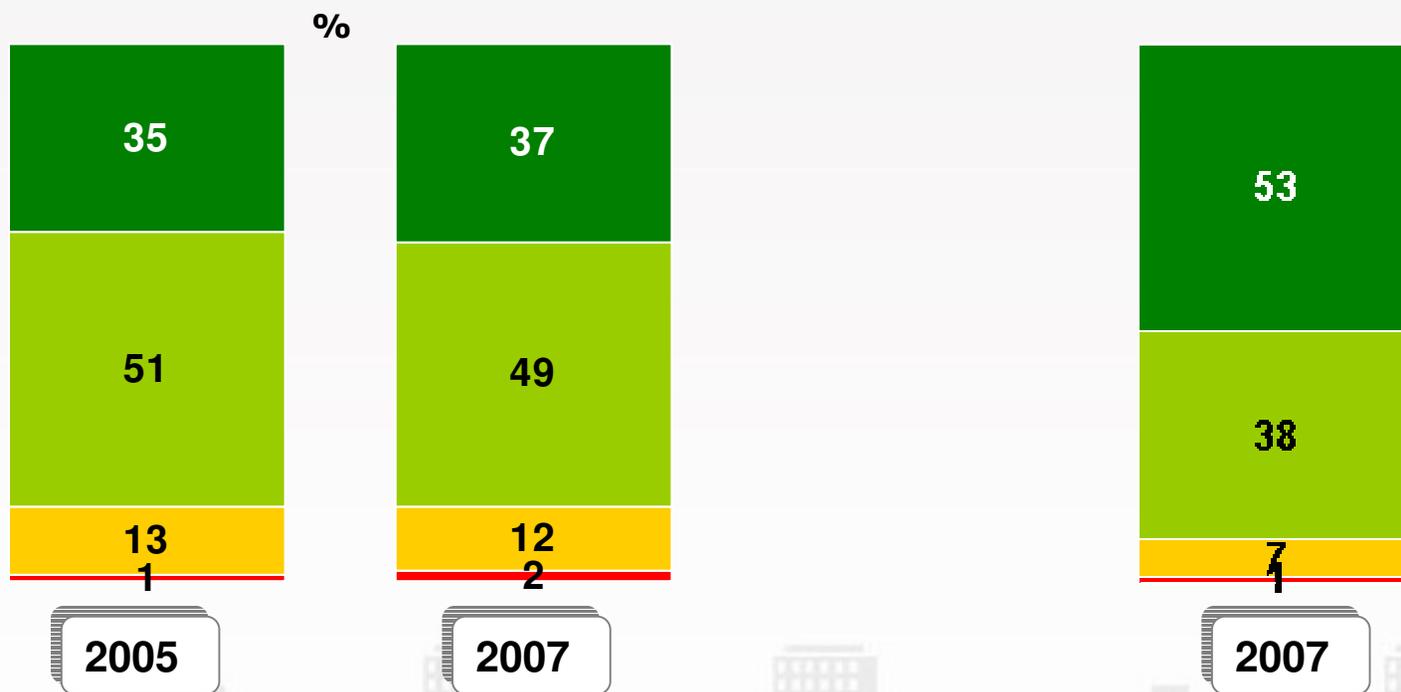
Este parece ser o estágio da **maioria!**



Responsabilidade social nos últimos anos ganhou maior projeção mas não mudou a expectativa de investimentos!

Responsabilidade Social

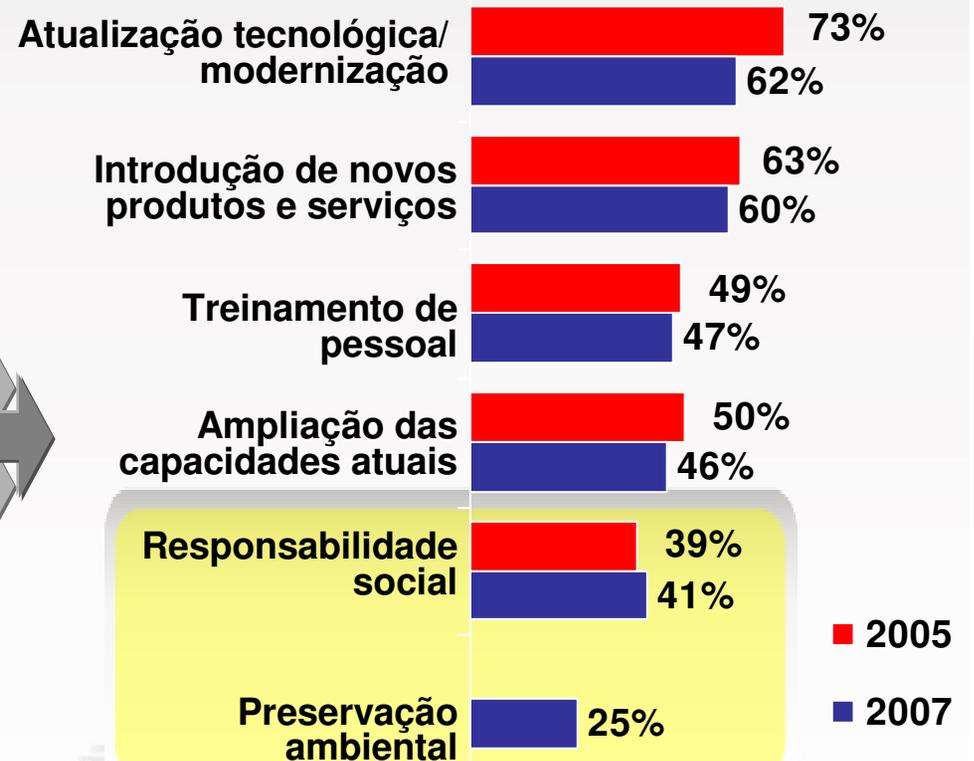
Responsabilidade Ambiental



- Diminuir
- Permanecer estável
- Aumentar um pouco
- Aumentar muito

O tema nos últimos anos ganhou maior projeção mas não mudou a expectativa de investimentos!

Investimentos da organização



■ Diminuir ■ Permanecer estável
■ Aumentar um pouco ■ Aumentar muito



Permanece a mesma **expectativa de investimentos** mesmo considerando mudanças no comportamento do consumidor

%

2005

Programas de responsabilidade social terão muita importância na escolha das marcas

13

24

63

%

2007

Os consumidores procurarão comprar marcas de organizações socialmente responsáveis

12

10

78

Em 2022, o brasileiro denunciará mais casos de corrupção

10

19

71

Os consumidores pagarão mais caro por produtos que não agridam o meio ambiente

17

14

69

Em 2022, o brasileiro se preocupará mais consigo mesmo e menos com a comunidade

55

18

27

Os programas sociais ou ecológicos das organizações não terão muita importância

67

12

21

■ Discorda

■ Não concorda nem discorda

■ Concorda



Talvez porque acreditam que os principais drivers de escolha continuarão sendo o **Produto** e o **Preço**





Investimentos socioambientais **exigem** várias condições!



**Pensar de forma sistêmica
+ sentir-se responsável +
respeitar o outro**



Valor → Estratégico



**Condições externas
favoráveis**

O cenário não é alentador!



Aspectos que podem impactar **negativamente** os negócios

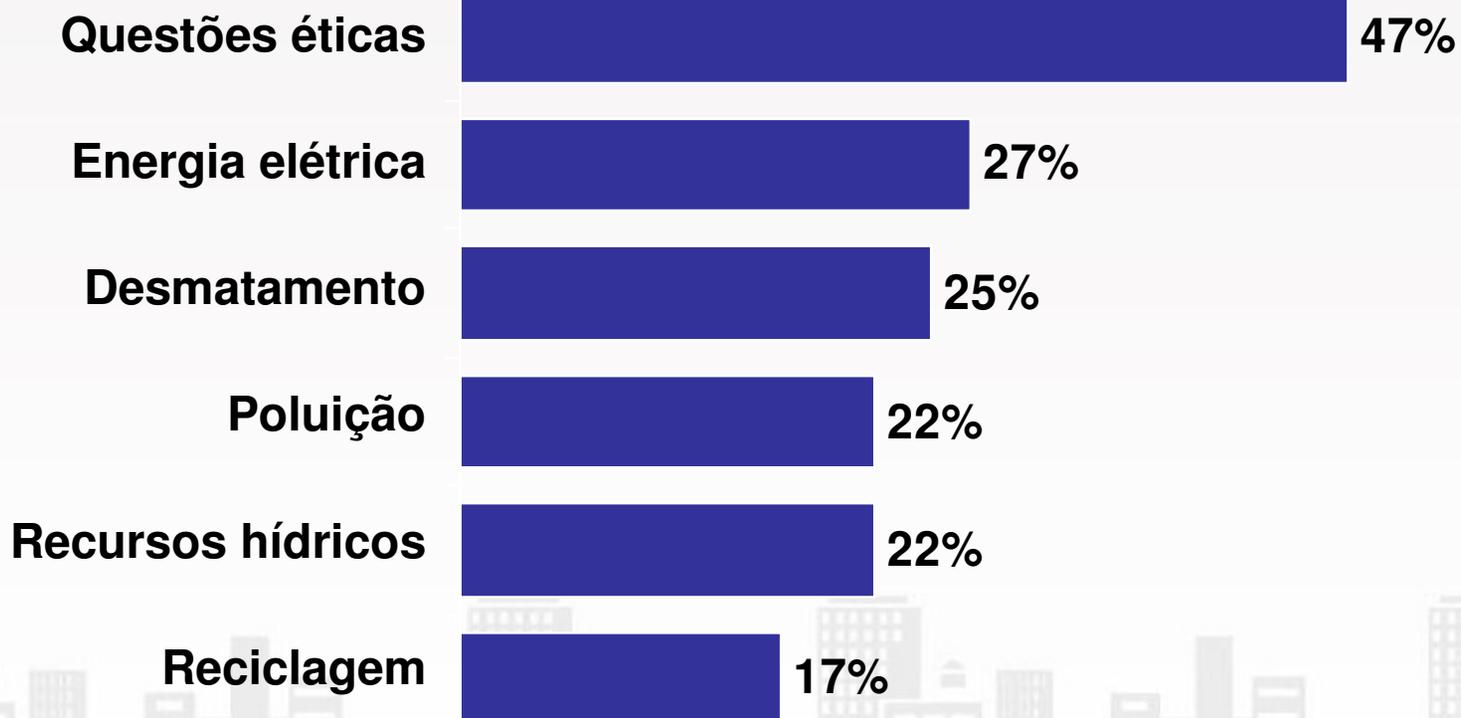
% Top Box = Muito alta





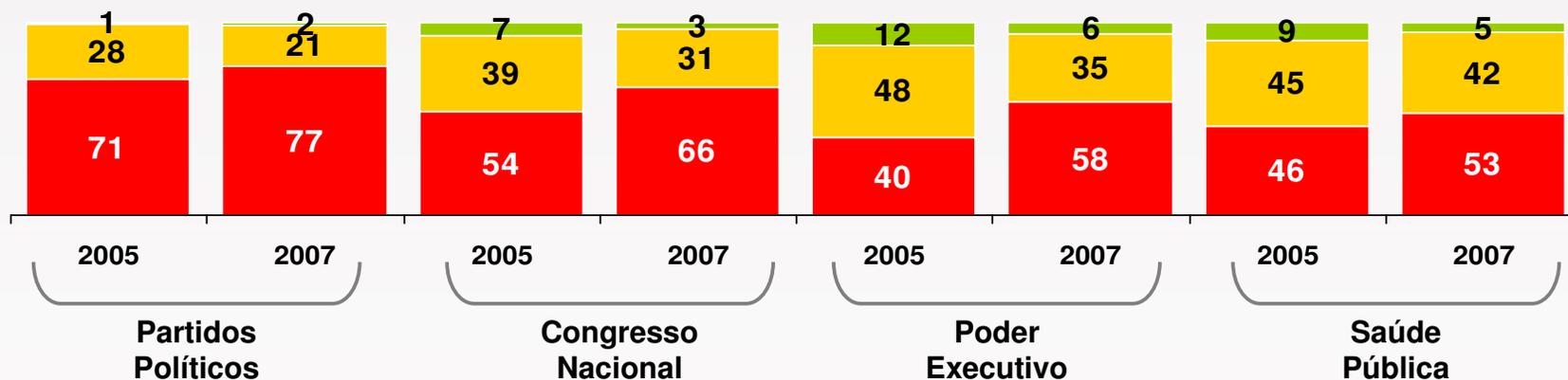
Neste cenário estão também as questões éticas, enquanto que aspectos relacionados ao meio ambiente parecem não fazer parte da agenda das empresas

% Top Box = Muito alta em 2007





Além disso, agrava-se a desconfiança em instituições relevantes!

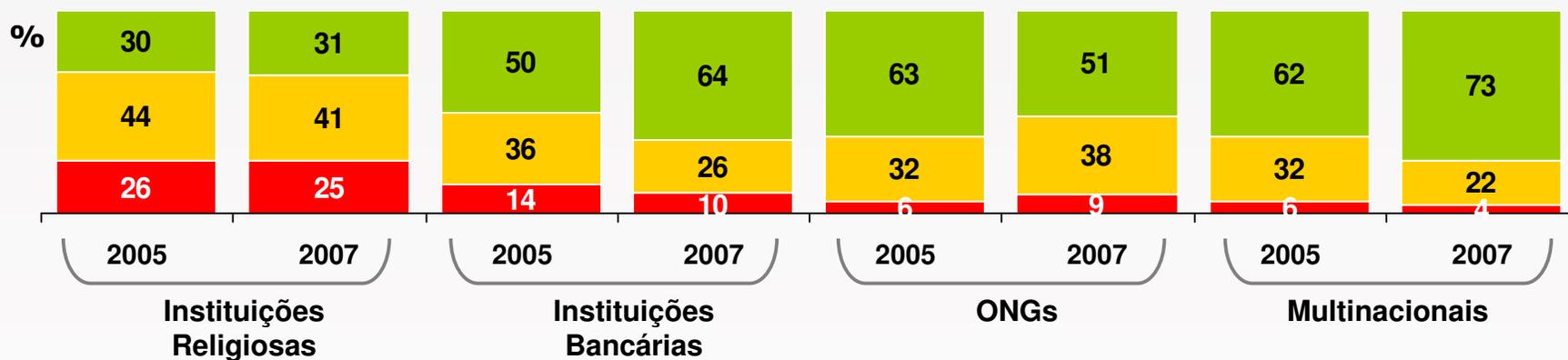


■ Não confia ■ Confia na maioria das vezes ■ Confia sempre





Instituições não governamentais despertam maior confiabilidade



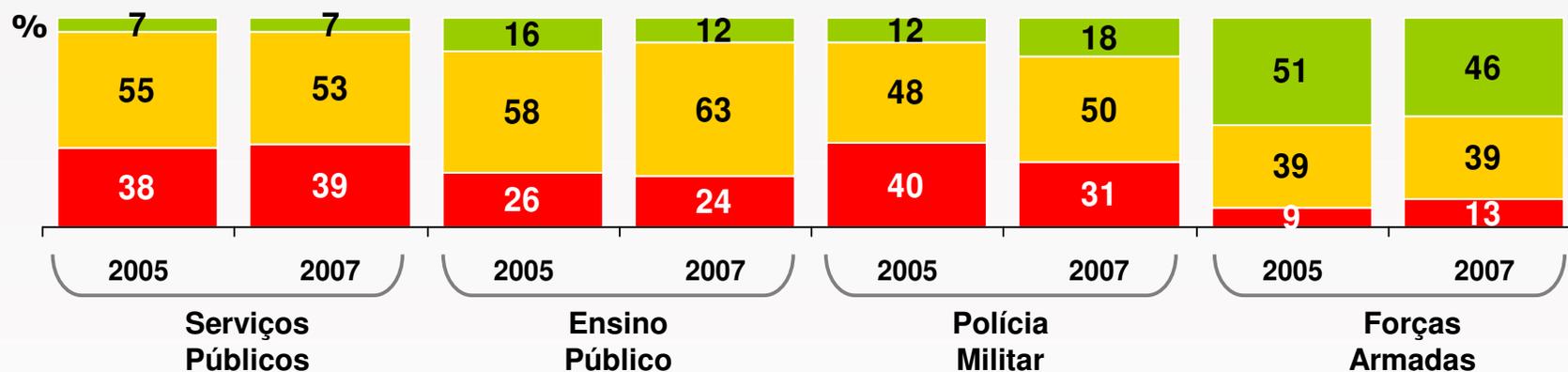
■ Não confia

■ Confia na maioria das vezes

■ Confia sempre



Algumas instituições do Estado têm uma situação mais favorável e os **Correios, uma avaliação diferenciada com 86% de confiança (sempre)**



■ Não confia

■ Confia na maioria das vezes

■ Confia sempre



Entre os **Executivos**, a imagem do Presidente é bastante negativa e piorou em relação a 2005!



Predominam os aspectos negativos

Inexperiente / Despreparado

Perdido

Ineficiente

Incompetente

Não confiável

Não cumpre o que promete

Falso

Dependente

Aspectos positivos de 2005 estão perdendo força

	2005	2007
	%	%
Nacionalista	47	28
Preocupado com o social	46	35
Bem intencionado	52	31
Não citou aspectos Positivos	-	38

A imagem entre os Cidadãos de classes AB é similar à dos Executivos, mas nas classes mais baixas a imagem é positiva

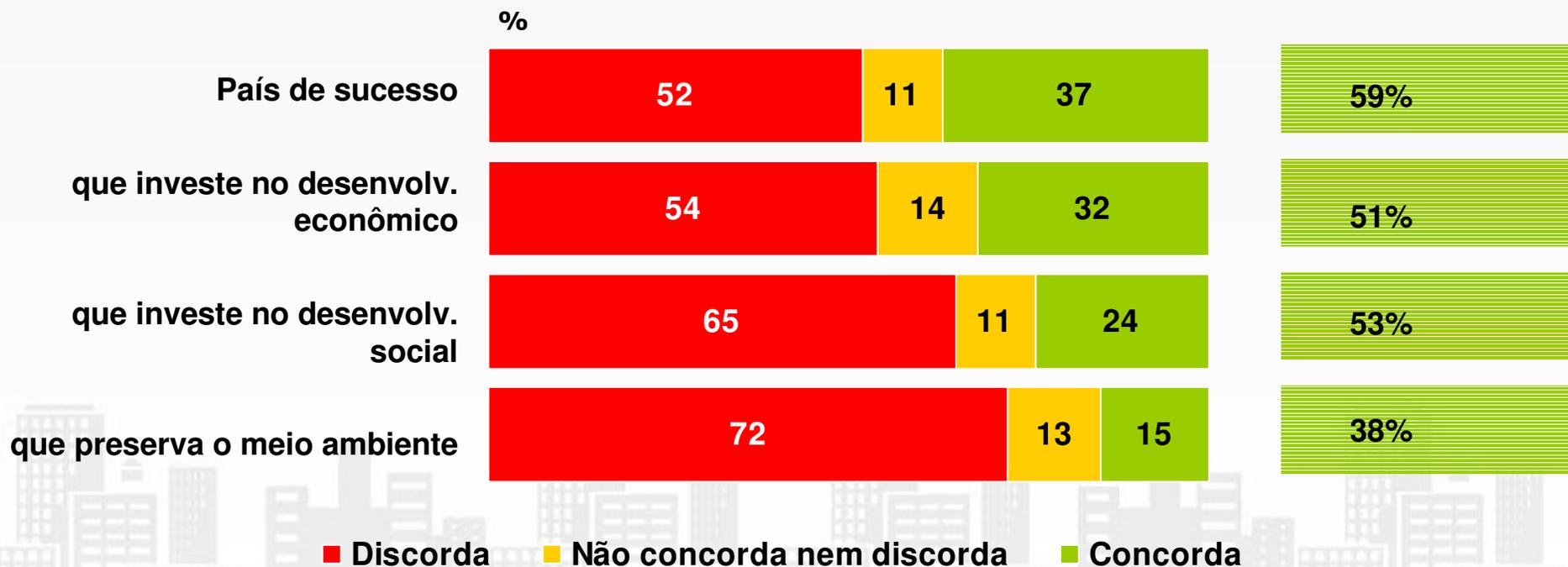
Tudo isto contribui para uma **percepção negativa** do país principalmente entre os Executivos



Executivos



Cidadãos



É um país



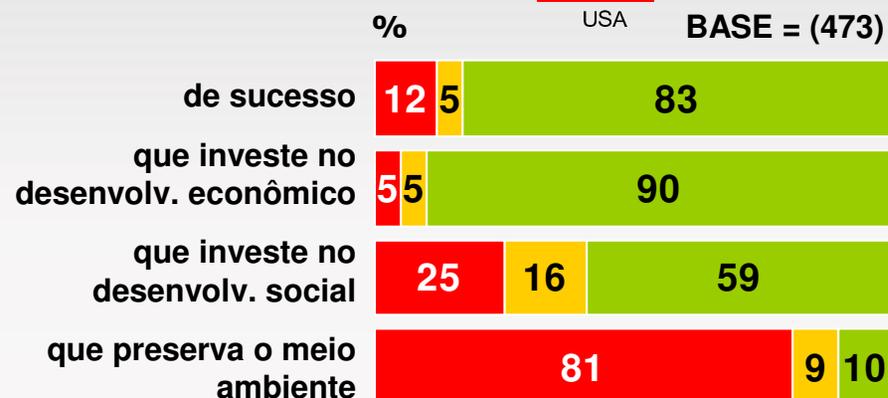
BRASIL

BASE = (474)



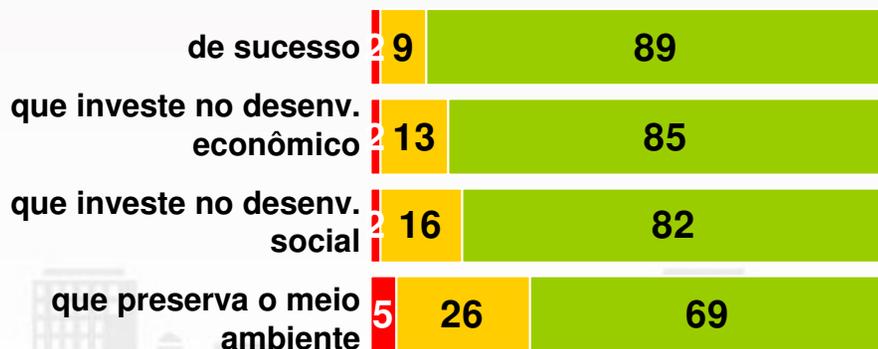
USA

BASE = (473)



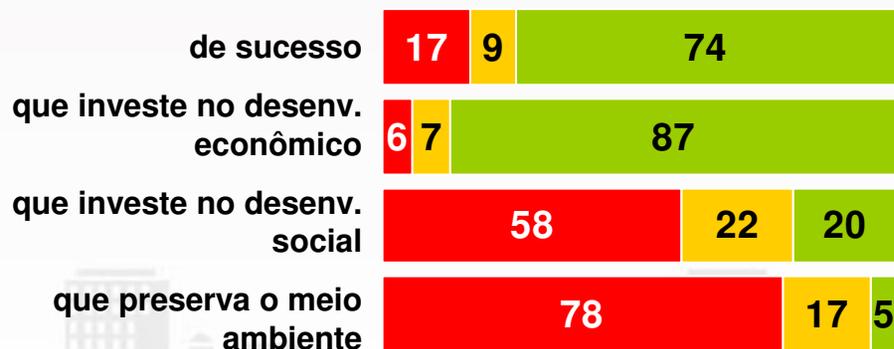
SUIÇA

BASE = (473)



CHINA

BASE = (474)



■ Discorda ■ Não concorda nem discorda ■ Concorda



Um país para se viver? Só para os Cidadãos!

Cidadãos

%

53



BRASIL

%



31



SUIÇA



19



USA



13



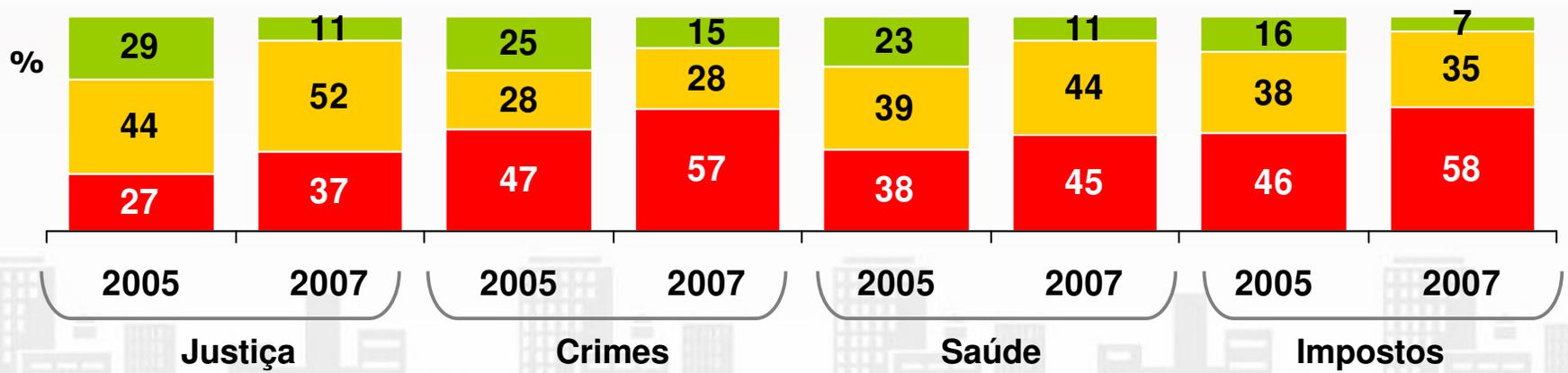
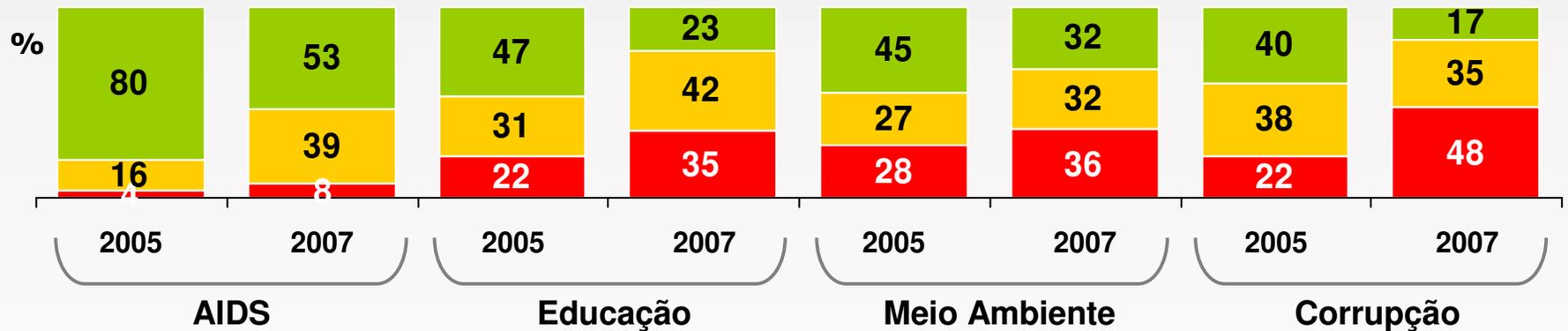
CHINA



■ Nota 10 Recomendaria ■ 9 ■ 8 ■ 7 ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ Nota 1 Não recomendaria

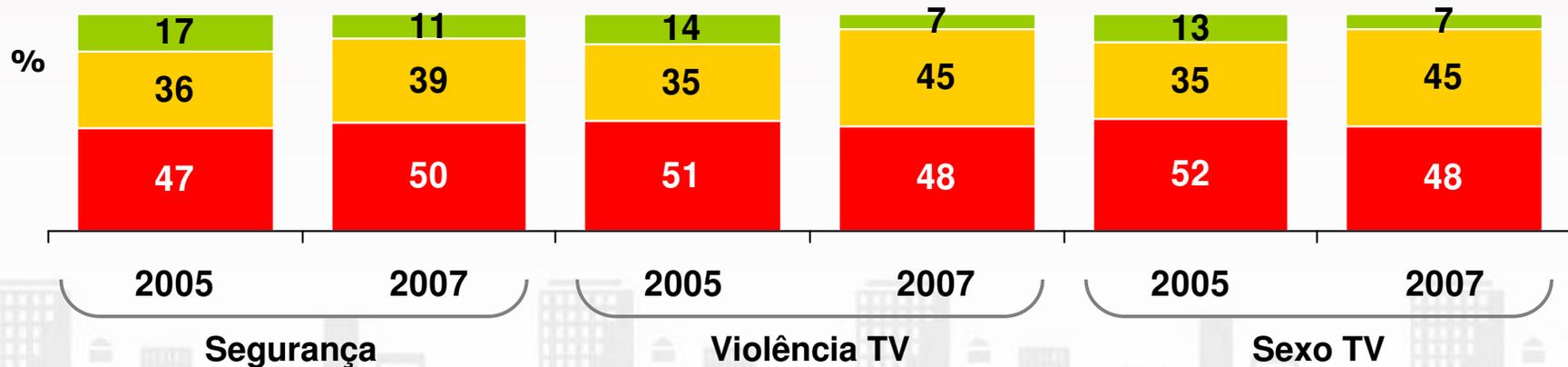
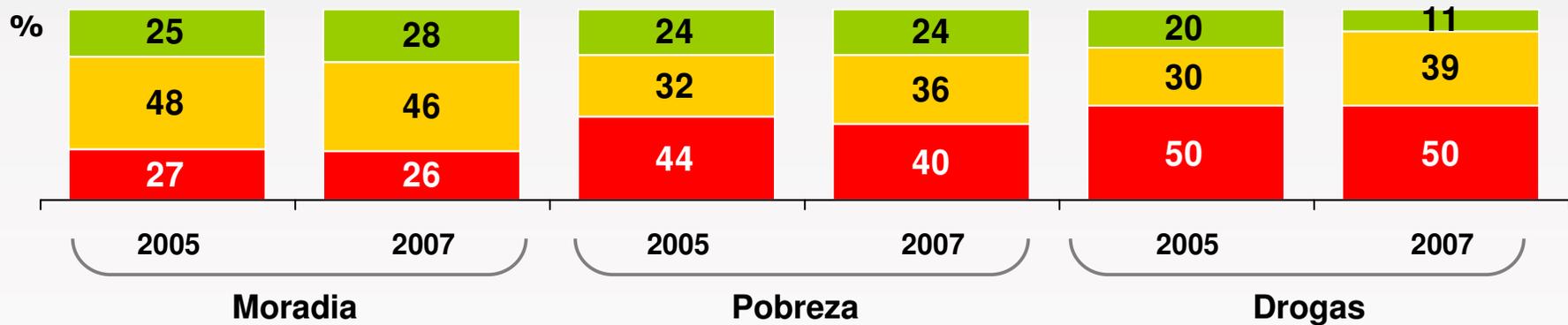


O cenário futuro cria mais pessimismo do que otimismo e **mais intenso** do que o observado em 2005



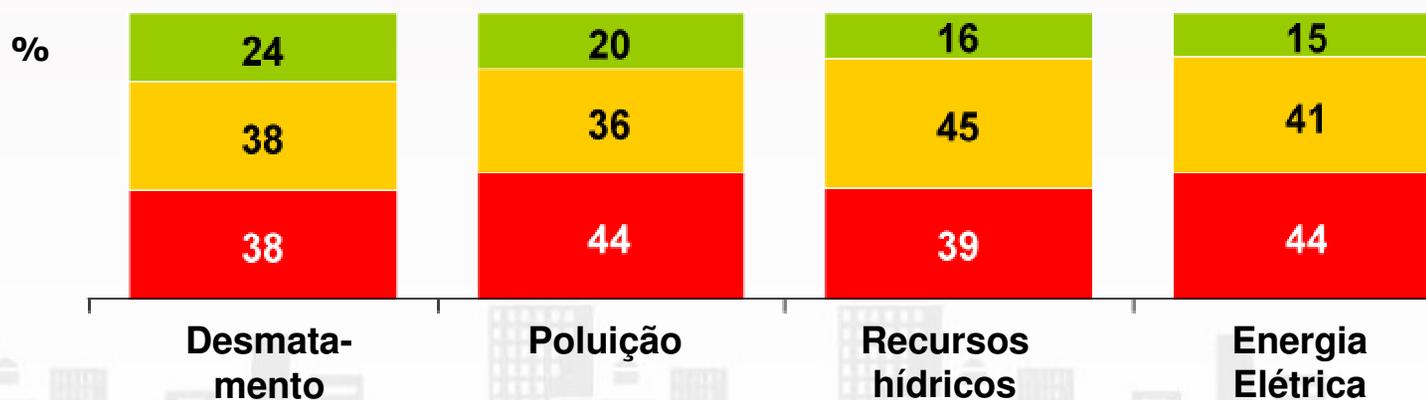
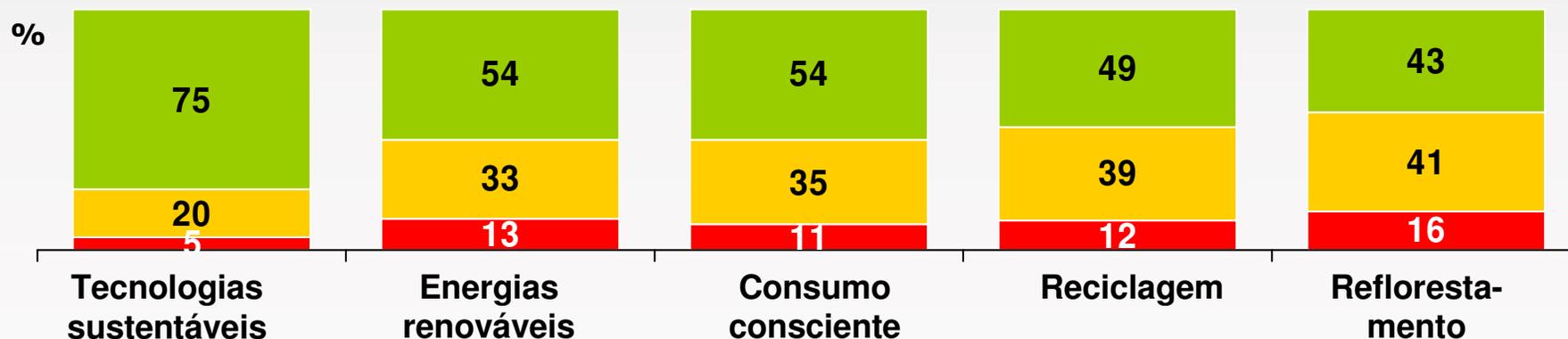
■ Piorar ■ Igual ■ Melhorar

Problemas **crônicos** do país continuam sem alterações



■ Piorar ■ Igual ■ Melhorar

Em alguns aspectos ambientais relevantes não ocorre só pessimismo

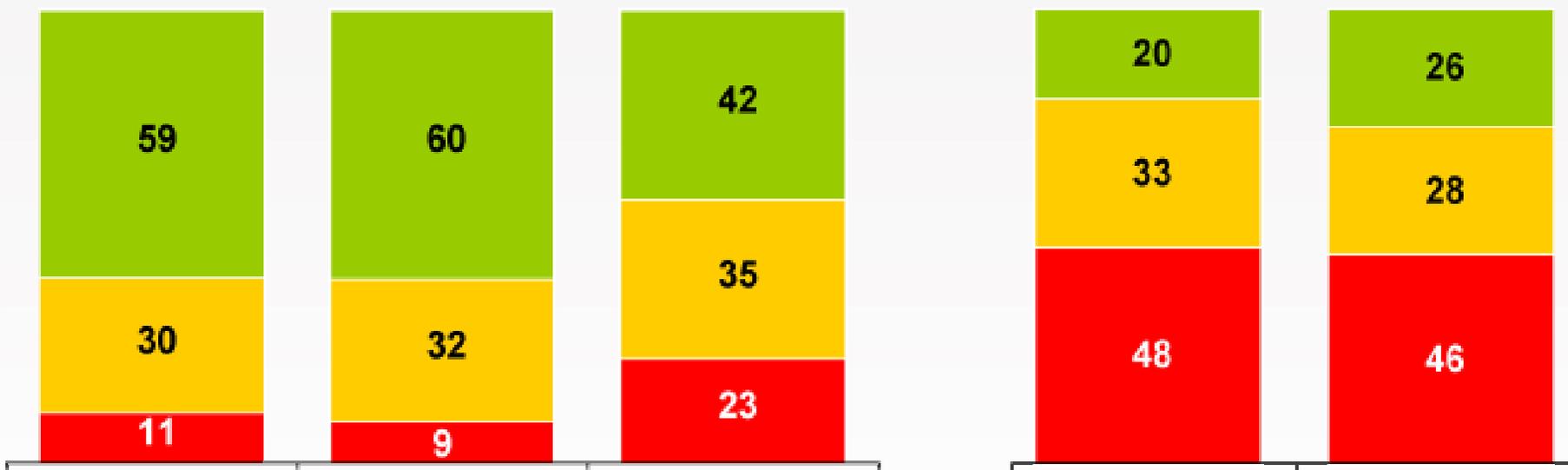


■ Pessimista

■ Nem otimista nem pessimista

■ Otimista

Embora haja uma visão mais otimista da **Economia**, dos Investimentos Externos e do Social, não se altera o quadro pessimista da Política e da Ética



Economia

Investimentos
externos

Social

Política

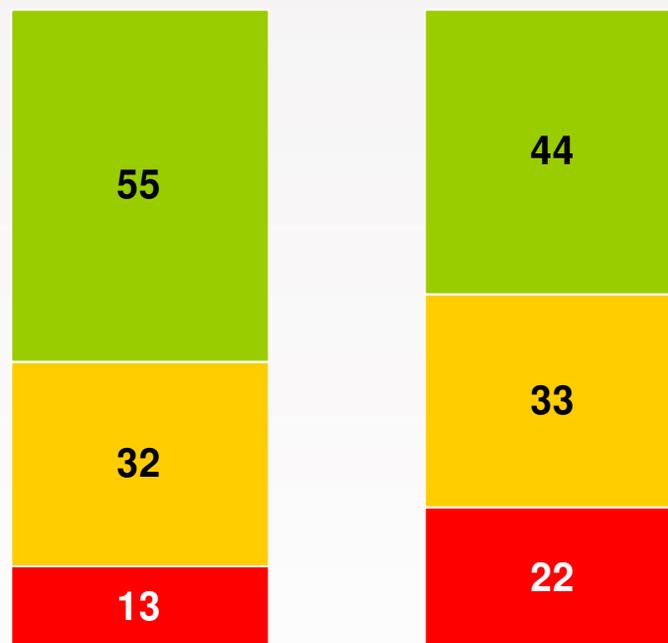
Ética

■ Pessimista ■ Nem otimista nem pessimista ■ Otimista

E assim diminuiu o otimismo em relação ao Futuro do Brasil...



%



2005

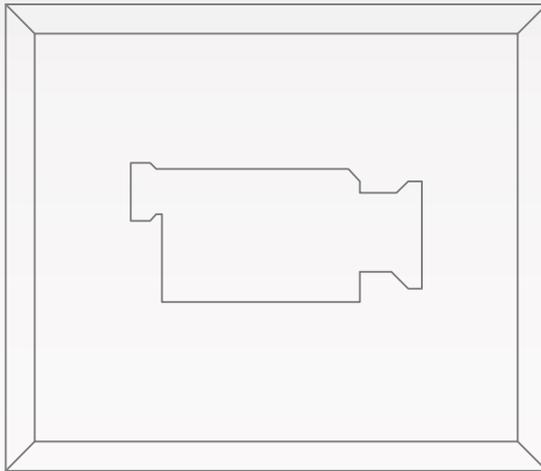
2007



Cidadãos

52 %

■ Pessimista ■ Nem otimista nem pessimista ■ Otimista





Reflexões



1

A existência de muitos conceitos dificulta um foco homogêneo.

2

Reconhecer que tanto Executivos como Cidadãos estão em estágios iniciais do desenvolvimento de uma estratégia de sustentabilidade:

- ▶ **Cidadãos → fase da informação e do julgamento.**
- ▶ **Executivos → nível do Pontual e Informal e não Estratégico.**
- ▶ **Pensar / sentir sistemicamente e desenvolver valor é uma fase posterior.**
- ▶ **Pensar a longo prazo e não colocar em oposição lucro com investimentos .**
- ▶ **Forte preocupação ética acena com possibilidade de mudanças positivas.**



Reflexões



3

Reconhecer que o contexto político atual é um dificultador para que a responsabilidade socioambiental seja percebida estrategicamente.

4

Mudanças no consumidor são fundamentais para desencadear ou fortalecer transformações nas empresas. Neste momento, necessitam de mais informações.

5

62% dos Executivos acham que suas empresas deveriam investir mais em Educação:

- o investimento não deveria ser consonante com a atividade?**
- por que não se voltar mais para o “público interno”?**
- assumir esta responsabilidade não contribui para que o Estado se ausente?**

Muito **Obrigado.**

