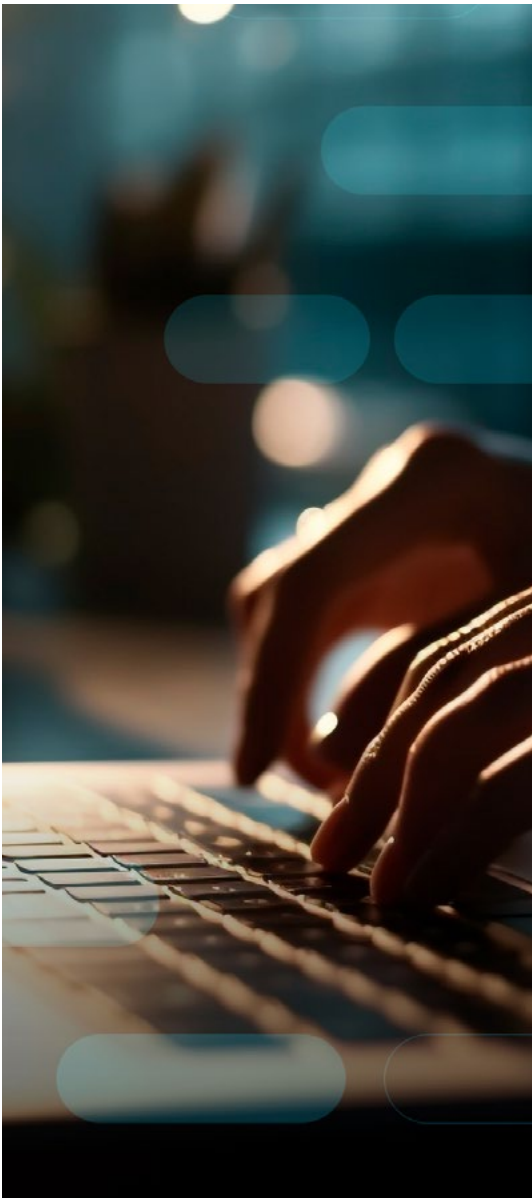




 CIAAL dun & bradstreet

**ESG: tudo o que  
você ainda não  
sabe a respeito**

# Índice



## 1. Introdução

Página 3 →

## 2. O que há de novo no termo?

Página 5 →

## 3. Reputação, ESG e o processo de compra

Página 7 →

## 4. ESG na prática

Página 8 →

## 5. Vantagens de automatizar a contratação de terceiros

Página 10 →

## 6. Reflexões e tendências para os próximos anos

Página 15 →



01

# Introdução

A sigla **ESG não é mais novidade** e nem uma onda passageira nas pautas corporativas. O conceito, que surgiu em 2004 através do documento *Who Cares Wins*, criado pelo Pacto Global da ONU -, instigou as **maiores instituições financeiras globais a adotarem iniciativas corporativas de impactos sociais, ambientais e de governança** cada vez mais positivos no mercado de capitais.

**Assim nasceu a sigla:**



**Environmental**  
Ambiental



**Social**  
Social




**Governance**  
Governança

Anos depois, alavancado pelos sinais dados pelo nosso próprio planeta, nos deparamos com um comportamento de consumo predominantemente voltado para **questões socioambientais**, em que o processo de compra virou um ato político **para além dos diferenciais de produtos e serviços**. Fatores como **propósito** e **reputação** hoje pautam a **tomada de decisões**.


De acordo com pesquisa realizada pela IBM em parceria com a NRF em 2020, os consumidores estão dispostos a **pagar até 35% a mais** por produtos **alinhados a seus valores**. Enquanto um outro estudo comandado pela Verizon Media, consultoria especializada em conteúdo, publicidade e tecnologia, revelou as **três pautas** de maior peso para a **Geração Z: meio ambiente, questões políticas e pautas sociais**.

Esse cenário se intensificou ainda mais nos últimos dois anos, em virtude da pandemia da Covid 19. Enquanto isso, ao mesmo tempo em que o funcionamento de um novo “Capitalismo Consciente” se mostra urgente, **muitas empresas ainda não entenderam** como fazer parte dele. O estudo da IBM também apontou que menos da metade dos consumidores confia nas declarações das empresas sobre suas medidas sustentáveis e que há uma lacuna entre os interesses dessa geração e atitudes visíveis por parte das organizações.

O público ainda tem muita dificuldade em enxergar os temas se tornando ações concretas, então, **o que ainda falta para as empresas entenderem sobre ESG e suas aplicações?**



**35%** dos consumidores estão **dispostos a pagar a mais** por produtos **alinhados a seus valores**.

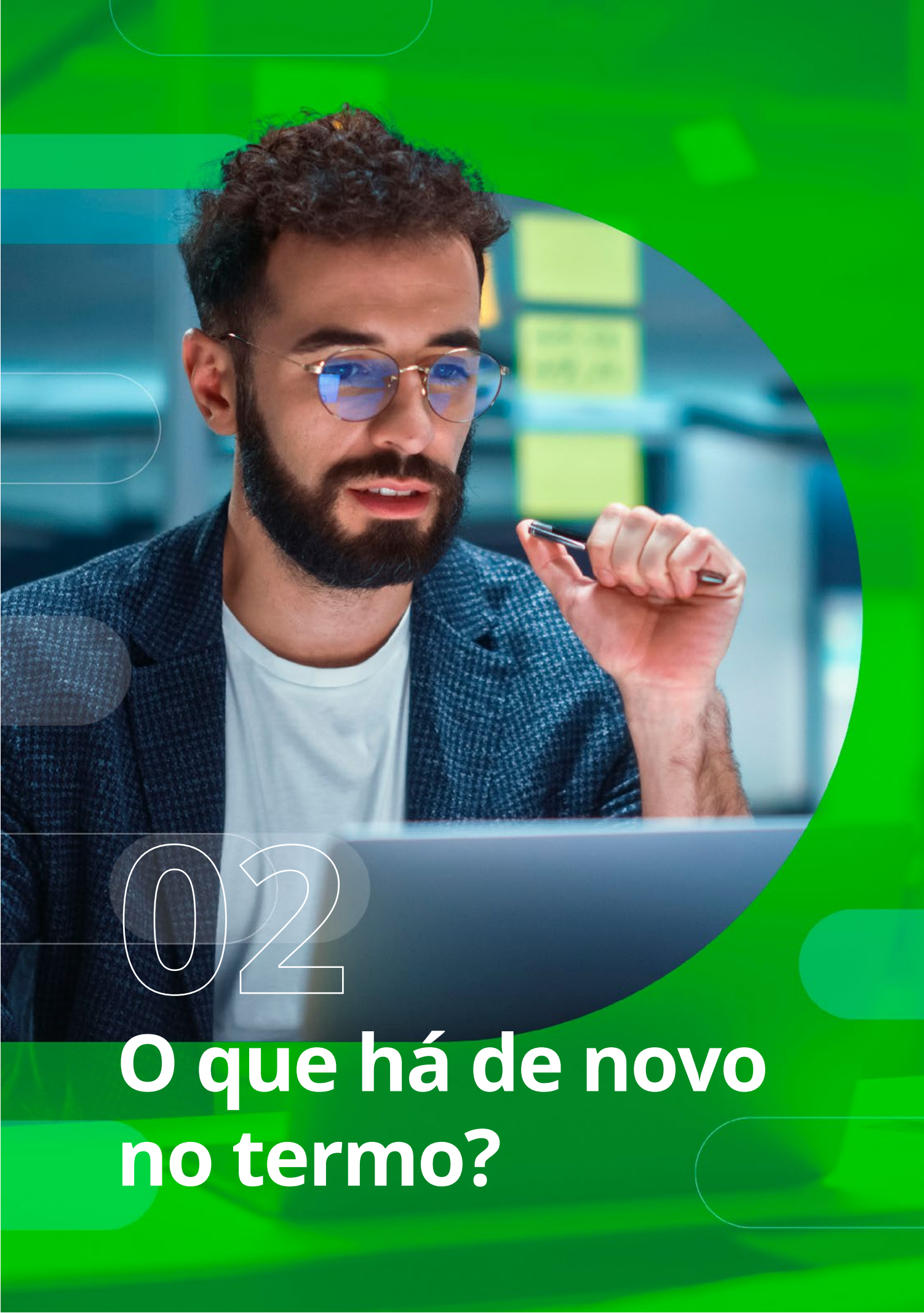


**Meio ambiente**  
**Questões políticas**  
**Discussões sociais**

→ **3 pautas** de maior peso para a **Geração Z**.



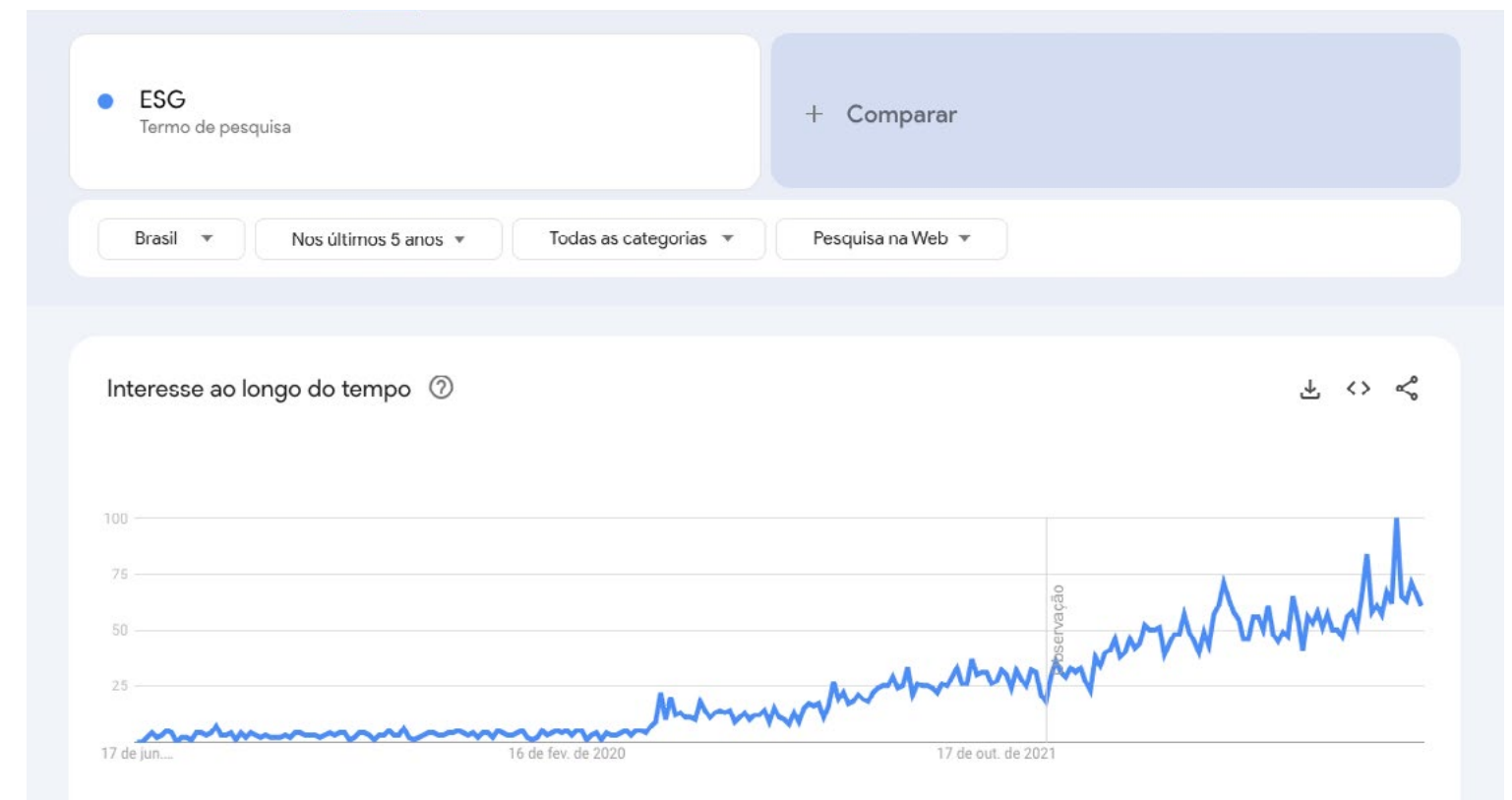
**Menos da metade dos consumidores confia** nas declarações das empresas sobre suas **medidas sustentáveis**.



# 02

## O que há de novo no termo?

Estamos vivendo o **boom do conceito ESG**. Em 2021 o interesse pela sigla atingiu seu volume mais alto em 16 anos nas buscas do *Google Trends*: **a procura foi quatro vezes maior** que a média de 2020 e 13 vezes superior à de 2019. **ESG deixou de ser uma tendência para ser a própria sustentabilidade empresarial**, atestando a responsabilidade das empresas e investimentos, e determinando desde a sobrevivência de marcas até sua transição para o futuro.



Fonte: Google Trends.

Porém, mesmo com toda a visibilidade, muitas empresas ainda encontram **dificuldades em implementar suas políticas** ou **sofrem em metrificar e comunicar** adequadamente o **perfil de sustentabilidade** de suas organizações.

Um estudo realizado pelo Instituto FSB Pesquisa mostrou que apesar de entenderem a relevância do tema, **60% das empresas** entrevistadas ainda **não possuem estratégias** voltadas aos **pilares da sigla** e que mesmo as que tem, não alcançam sucesso em se apropriar da mensagem de uma maneira atrativa para o público. O que possibilita muitas oportunidades para empresas que queiram assumir o protagonismo.



das empresas entrevistadas **não possuem estratégias** voltadas aos **pilares da sigla ESG**.



É preciso, então, abordar o tema de forma mais concreta, assertiva e por onde ele começa: **pela cadeia de suprimentos das empresas**, onde o ESG tem fundamentalmente a sua oportunidade de implementação. Sendo de suma importância que as equipes de compras entendam melhor o peso que o tema pode ter em suas contratações.

Entendemos que o assunto pode ser novo para esse setor. O tema e as discussões sempre giraram majoritariamente entre o setor financeiro e o de *marketing*, nos quais se concentram hoje os maiores investimentos de caráter ESG. Porém, com as **exigências de um consumidor** cada vez mais envolvido em todos os processos que envolvem a oferta de um produto ou serviço final, a parte inicial da **responsabilidade de garantir a reputação de marcas**, é da **cadeia de suprimentos**.



O primeiro contato com fornecedores é **decisivo e estratégico** para **evitar riscos** e **certificar que os valores da empresa** estejam sendo praticados em todos os seus níveis. Em um momento de consumo mais consciente, **qualquer deslize nessa área afeta a percepção de um consumidor**.

Além da pressão da sociedade, o sucesso em **implementar metas ESG** em breve passará de uma recomendação do mercado para uma regulamentação sistemática e as equipes de compras que começarem desde já a estabelecer processos eficientes nesse sentido garantirão uma **enorme vantagem para suas empresas**.

# 03

## Reputação, ESG e o processo de compra

Por estarmos falando de um conceito pouco palpável para muitos, as medidas ESG acabam se tornando também de difícil aplicação para empresas, como vimos nas estatísticas da introdução. As equipes de compras **não sabem por onde começar** e tornar o processo que já existe, em um método que garanta um resultado sustentável e a adequação da empresa aos novos valores. Então, **como dar o primeiro passo?**



**ISO 20400**

Em abril de 2017 nasceu a **primeira norma internacional de orientação em compras sustentáveis** que pode ser considerada uma espécie de bíblia ou cartilha de ações sugestivas para uma integração eficaz da **sustentabilidade** (ambiental, social e econômica) dentro da atividade de compras e das cadeias de suprimento: a **ISO 20400**.

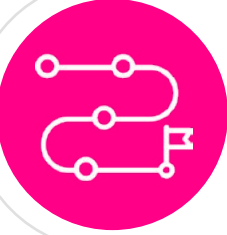
O documento fornece um entendimento de **como o conceito ESG afeta todos os aspectos da atividade de compras** - como a prestação de contas, a responsabilidade social, a transparência, o respeito pelos direitos humanos e o comportamento ético - além de definir os passos necessários para integrar a sustentabilidade na função desse setor.

04

**ESG na prática**




É uma indicação de diretrizes que envolve **três níveis de ação:** estratégico, gerencial e operacional. São eles:



**Garantir** o comprometimento da **alta direção** e o **alinhamento** com as estratégias da empresa.



**Organizar** a função de compras.



**Integrar a sustentabilidade** no processo de compras existente.

A cartilha completa é disponibilizada pela CNI. Porém, mesmo depois de saber como estruturar um projeto de compras sustentáveis internamente e envolver toda a empresa, o **gargalo da seleção de fornecedores ainda continua existindo.**

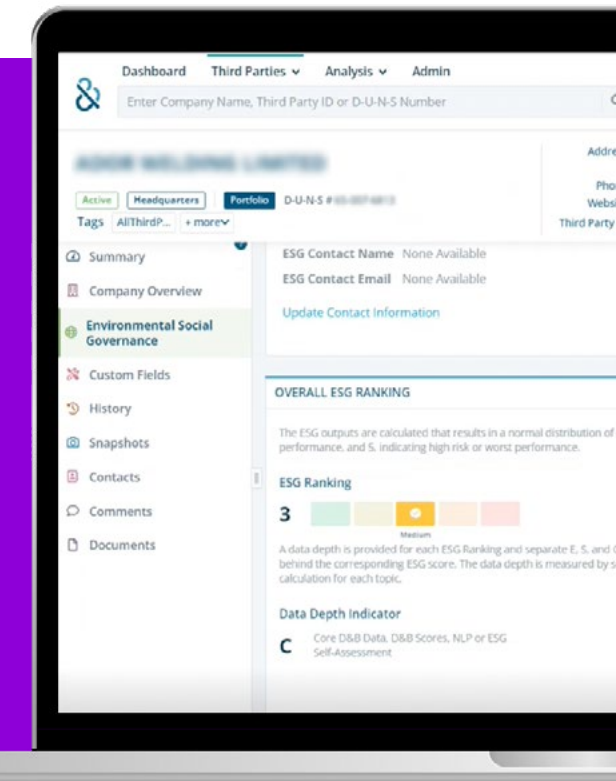


Como **mapear o ESG** na **cadeia de fornecedores**, como não se limitar às **informações de auto divulgação** fornecidas por eles e como acompanhar de perto as **atitudes de seus terceirizados?**

Todos os desafios mencionados anteriormente se tornam um peso e um risco para as empresas que encaram esses processos manualmente. Ficar refém de uma integração lenta, burocrática e nem sempre confiável é um **desgaste que pode ser evitado** com um **gerenciamento automatizado**, de informações e análises.

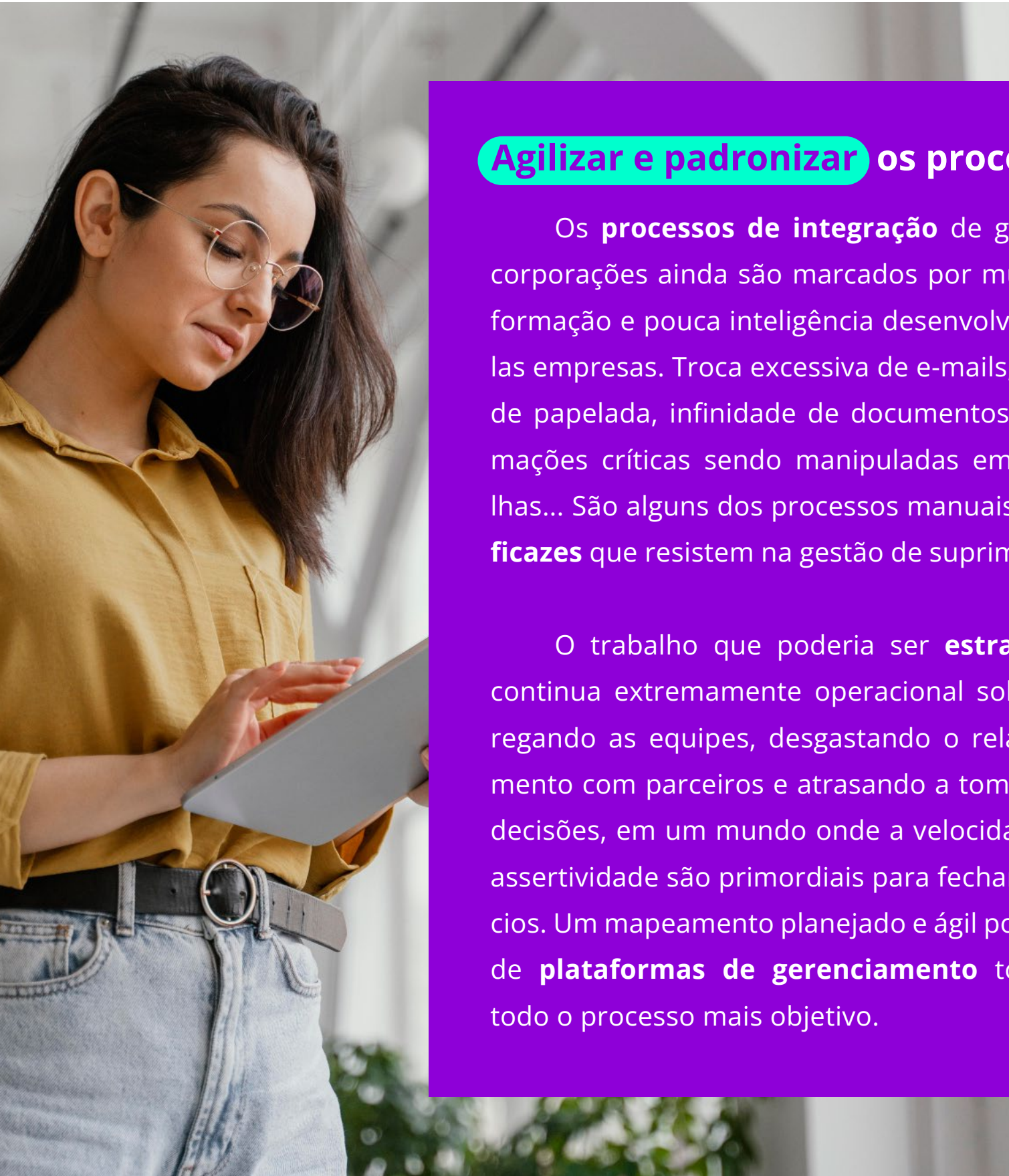
Acesso a **dados globais, monitoramento contínuo das atividades e análises aprofundadas dos fornecedores** em vários níveis, certificam de maneira rápida e eficiente quem é adequado para se relacionar com a sua empresa.

E agora, as **plataformas de Supplier da CIAL** também são capazes de **monitorar** as iniciativas das empresas dentro dos **três pilares ESG**. Com tantos benefícios, vale a pena destacarmos alguns deles para **tornar sua empresa mais segura e alinhada com o novo cenário**.



05

Vantagens de automatizar a contratação de terceiros



## Agilizar e padronizar os processos

Os **processos de integração** de grandes corporações ainda são marcados por muita informação e pouca inteligência desenvolvida pelas empresas. Troca excessiva de e-mails, pilhas de papelada, infinidade de documentos, informações críticas sendo manipuladas em planilhas... São alguns dos processos manuais e **ineficientes** que resistem na gestão de suprimentos.

O trabalho que poderia ser **estratégico** continua extremamente operacional sobrecarregando as equipes, desgastando o relacionamento com parceiros e atrasando a tomada de decisões, em um mundo onde a velocidade e a assertividade são primordiais para fechar negócios. Um mapeamento planejado e ágil por meio de **plataformas de gerenciamento** tornaria todo o processo mais objetivo.

## Mas, como funciona na prática?

- No caso da **CIAL Dun & Bradstreet**, as empresas podem contar com uma **data cloud de mais de 34 milhões de empresas públicas e privadas pelo mundo**, em plataformas fáceis de usar e *insights* acionáveis de forma personalizada para as necessidades de cada uma;
- A automação pode acessar **dados precisos e globais de terceiros**, com um sistema em que você define diretrizes para o **monitoramento contínuo, reduzindo o tempo gasto** para cada verificação;
- Por meio de um **checklist** organizado e elaborado **pelo próprio time interno**, os parceiros podem fornecer de maneira objetiva a documentação e, ao mesmo tempo, tirar todas as dúvidas, **centralizando dados financeiros** e de **compliance** em um só lugar;
- **Gatilhos de dados** podem **alertar** sobre qualquer **mudança nas configurações dos fornecedores**, como o monitoramento automático da validade dos documentos, eximindo o acompanhamento manual;
- **Fluxos de trabalho** podem ser criados baseados em regras que visam revisões manuais onde são mais necessárias, **facilitando o trabalho da equipe**.

Com essas soluções e muitas outras possibilidades, é possível **otimizar o trabalho** e o tempo de todos os envolvidos nas aquisições, **melhorando a gestão** e a comunicação entre as partes.

## Gerenciamento de riscos

Imagine que uma equipe de reportagem entre em uma fábrica de tecidos para investigar denúncias de trabalho em regime análogo à escravidão e encontre sacolas de uma grande loja de departamento à qual esse fornecedor presta serviço. As imagens logo estarão nas redes sociais e o **dano à imagem da loja será praticamente irreversível.**

Quem não pensa logo no exemplo de uma gigante rede de lojas espanhola ao ler isso? Poucas coisas são tão devastadoras para uma empresa quanto sua marca estar envolvida em um escândalo.

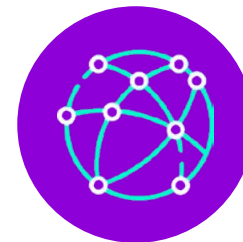
Gerenciar o conjunto de fatores que envolve a **confiabilidade de um terceirizado**, fiscalizar esses parceiros e se prevenir de escândalos costuma ser uma tarefa árdua e na maioria das vezes inviável para as organizações. Mesmo lutando para ter as melhores práticas e procedimentos para identificar riscos, tudo pode sofrer mudanças não anunciadas.

Um exemplo dessa dificuldade são os dados da pesquisa realizada pela *McKinsey* com líderes de cadeias de suprimentos globais, apontando que **52% das empresas não têm visibilidade da sua cadeia além do nível 1** (apenas o seu fornecedor direto). Elas não conhecem o fornecedor do seu fornecedor em uma realidade que o consumidor está de olho em todas as partes do processo. É uma espécie de caixa preta que pode ser aberta a qualquer momento.

A **automação da contratação de terceiros** significa que as organizações correm um risco significativamente menor de deixar passar algo crucial, fornecendo:



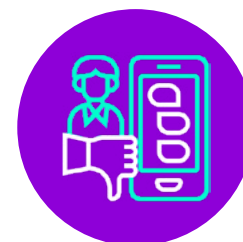
Uma visibilidade mais precisa do **desempenho em tempo real de sua cadeia de suprimentos** em todos os níveis.



Uma **imensa base de dados globais de terceiros** que ajudam a **descobrir padrões de riscos éticos** - como mão de obra escrava, tráfico e corrupção - nas cadeias de suprimentos e clientes em potencial.



O **monitoramento proativo** dos fornecedores a fim de **evitar a escassez de suprimentos**, um dos maiores problemas enfrentados pelas organizações na pandemia da Covid 19.



**Plataformas avançadas** podem até mesmo fazer uso de formas não estruturadas de dados para **identificar preocupações**, como a **varredura de mídias sociais** em busca de negligências.



**Mapeamento de toda sua cadeia de valor** baseado em **princípios ESG**, especificamente na nova atualização das **plataformas da CIAL Dun & Bradstreet**. Metrificando dados atualizados mensalmente sobre as iniciativas de empresas dentro dos **3 pilares**, e categorizando elas em um *ranking* construído em torno de **estruturas de sustentabilidade confiáveis**.

## Retorno de investimento

Certificar que sua **cadeia de suprimentos** esteja **alinhada aos valores ESG** não é só uma questão de tendência, mas também de **oportunidades financeiras**. Pode reparar que quando o mundo dos negócios está obcecado com um termo, a bússola do dinheiro está apontada para lá. O desempenho **socioambiental** e de **governança corporativa** tem significado cada vez mais resultados financeiros relevantes e de curto prazo.

Dados de estudo da Bloomberg publicados pela Folha de São Paulo apontaram que fundos de investimento levando fatores da sigla em consideração no desenvolvimento de estratégias,  **aumentaram seus ativos em 32%** no ano de 2021, atingindo o valor recorde de US\$ 1,8 trilhão (aproximadamente R\$ 10 trilhões).

Um relatório da consultoria PwC também mostrou que **77% dos investidores europeus pretendem parar de investir em empresas “não-ESG”** nos próximos dois anos. Não seguir os princípios ESG entrou então no processo de precificação de risco de investimento. Agora, tanto a pressão da sociedade quanto de investidores, é latente na adoção de critérios ESG pelas empresas.



## Mensuração das ações ESG

A **automação da cadeia de suprimentos** permite às empresas terem uma imagem precisa de seus esforços ESG, o que por sua vez facilita a elas **comunicarem com sucesso as ações ao público final**. Como vimos na introdução, ainda há uma falha grande das empresas demonstrarem atitudes concretas e estabelecerem conexão emocional com os consumidores. Por sua vez, eles não conseguem enxergar muita evolução por parte das marcas nesses temas.

Com uma **plataforma clara e precisa**, fornecedores serão ranqueados de acordo com dados relacionados a seus **desempenhos de âmbito ambiental, social** e de **governança**. E assim, você enxergará com transparência cada atuação para o **entendimento completo da sua cadeia de suprimentos**.



A **ferramenta da CIAL**, por exemplo, consegue **acessar e registrar dados de terceiros** como: recursos naturais utilizados, emissão de gases de efeito estufa, riscos ambientais, relações de trabalho, engajamento com a comunidade, ética corporativa e outros mais.

Tendo essas indicações em mãos, o diálogo com a sociedade pode ser muito mais claro e se transformar em ações poderosas de *marketing*.

## Transformação digital permanente

A **tecnologia** está na base de todas as respostas para os problemas apresentados até aqui. E não apenas como uma parte importante para solucioná-los, mas como instrumento fundamental para o **crescimento e prosperidade das organizações**. De acordo com a mesma pesquisa da *McKinsey* citada anteriormente, empresas bem sucedidas investem duas vezes mais em tecnologia e *advanced analytics* do que as que apresentam problemas nesta área.

Mesmo com esse entendimento, ser verdadeiramente digital ainda é uma questão complexa para muitas empresas brasileiras que implementam a digitalização de forma superficial em seus processos - ou pelo menos era assim **até a pandemia da Covid 19**.

A aceleração da **transformação digital** na pandemia foi notória - e necessária por todos, desde a gestão do trabalho remoto até a implementação de decisões baseadas em **dados mais seguros** naquele momento de grandes incertezas. E a cadeia de suprimentos foi uma das mais afetadas por essa revolução.

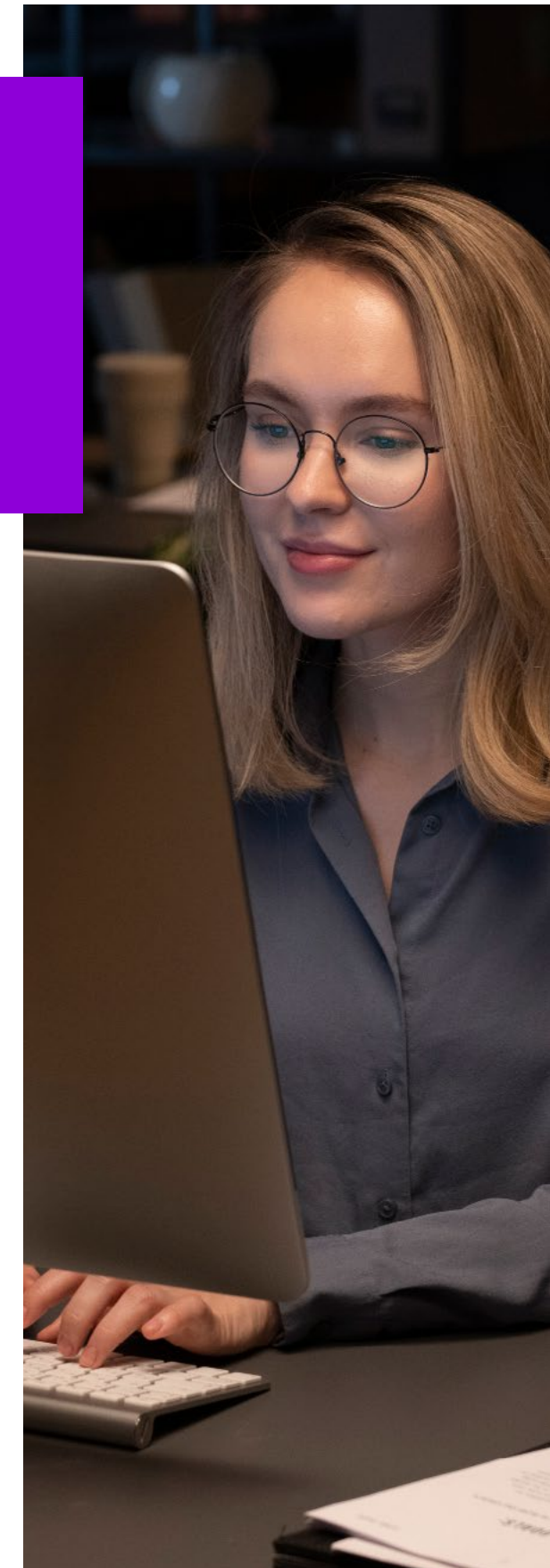
O estudo da *McKinsey* também apontou que a maioria dos entrevistados afirmou ter investido em **tecnologias digitais para a cadeia** durante o ano passado e quase todos **investiram mais do que haviam planejado** originalmente.

De acordo com outra **pesquisa realizada pela Accenture**, divulgada em 2021, as empresas que **investiram em inovação tecnológica** na pandemia **aumentaram a receita 5 vezes mais rápido** do que concorrentes.



Os **benefícios da tecnologia** na gestão da cadeia de suprimentos foram altamente reconhecidos em todos os níveis, no entanto, esse esforço está se desviando no pós-pandemia. Em muitos setores, há sinais de que a taxa de investimento nessa área está diminuindo. Estamos vivendo, portanto, um **momento decisivo** para as empresas decidirem se irão aproveitar o impulso que ganharam durante a pandemia, continuando a modernizar suas tecnologias ou se irão retroceder, retomando aos antigos métodos.

Com um mercado global e local cada vez mais acirrado e consumidores exigentes em todos os aspectos, é importante que gestores tenham em mente que a **transformação digital** acelerada pela Covid-19 **não pode** terminar junto com a pandemia.



Como pudemos ver em todas as análises, estudos e números trazidos aqui, **ESG é realidade e futuro**. É o novo padrão ouro do mundo dos negócios. E as exigências tanto dos investidores quanto dos consumidores é um discurso alinhado com a realidade. Então, a mensagem que gostaríamos de deixar é: **seja verdadeiramente ESG**.


Ainda temos um longo caminho para provar que **ESG não é só mais um termo da moda de um capitalismo marketeiro** disfarçado de capitalismo consciente. É preciso transformar os processos e incorporar as demandas ambientais, sociais e governamentais na cultura da gestão. Começando por ter o controle ativo desde a cadeia de suprimentos até a comunicação final da marca.



06

Reflexões e tendências  
para os próximos anos

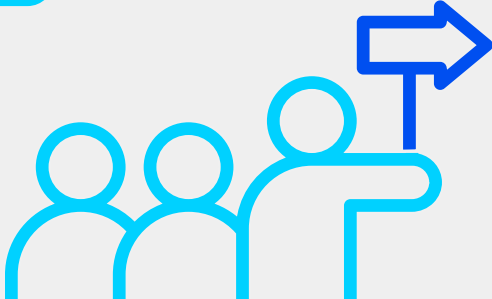
É preciso compreender também desde já **quais são as tendências mais recentes** para que a transformação não comece defasada. Esses serão alguns assuntos que farão a diferença para uma arrancada em busca de **reconhecimento ESG nos próximos anos**:




**S de SOCIAL**

Uma **maior atenção** para a sigla S, de **Social**, incluindo ações tanto para os atores internos – colaboradores – e externos – grupos vulneráveis e comunidade.

Formação de **lideranças** e investimento em **capital humano** alinhados com ESG.



**Medidas de resguardo da saúde mental** dos **colaboradores**, tema que está muito em foco.



**Baixo carbono**

Construção de uma economia de **baixo carbono**, com termos de **descarbonização em destaque** na questão ambiental.

**Aprofundamento digital**, com conceitos como **metaverso**, **NFTs** e **open banking** na mira.



Agora você pode se perguntar, mesmo adotando essas iniciativas, quem atestará oficialmente se um negócio incorpora ou não princípios ESG? Não existe ainda nenhuma entidade para esse fim, mas certamente a **automação das cadeias** de valor de uma empresa **dará o poder de transparência e comunicação dessas ações para o mundo**.





 CIAAL dun & bradstreet

Saiba mais em: [cialdnb.com](https://cialdnb.com)

