



FUNDAÇÃO DOM CABRAL
ESTÁGIOS DA
SUSTENTABILIDADE
CORPORATIVA 2016

Heiko Hosomi Spitzreck
Daisy Campos Qazi
Júlia Gonçalves Bachetti
Luisa Borges



Para ser relevante.

PATROCINADORES



VERSÕES ANTERIORES DA PESQUISA



2012



2014

APRESENTAÇÃO

O Núcleo de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral tem o objetivo de apoiar empresas na busca por sistemas de gestão, boas práticas e referências que criam valor tanto para os acionistas e proprietários quanto para a sociedade em geral. Para ter uma noção se estamos no caminho certo, é importante avaliar o estado da arte da gestão sustentável. Com este fim, apresentamos nossa pesquisa bianual sobre os "Estágios da Sustentabilidade Corporativa". Desde 2012 acompanhamos as práticas de gestão das empresas e a pesquisa nos permite:

- 1 Visualizar o desenvolvimento da qualidade da gestão de sustentabilidade corporativa no Brasil;**
- 2 Identificar destaques e áreas de melhoria;**
- 3 Entender se as empresas desenvolvem estratégias mais sustentáveis e se conseguem implementá-las;**
- 4 Formular recomendações para o futuro.**

Esperamos que a nossa pesquisa ajude as empresas a serem mais competitivas e contribuir para o desenvolvimento sustentável do Brasil.



Heiko Spitzbeck

SUMÁRIO

- 03** apresentação
- 04** introdução
- 05** metodologia
- 07** perfil dos respondentes
- 08** resultados
- 15** diagnóstico
- 16** insights
- 18** conclusão
- 18** próximos passos

A pesquisa Estágios da Sustentabilidade Corporativa no Brasil é um estudo bianual desenvolvido pelo Núcleo de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral que visa avaliar o grau de maturidade do país em questões relativas à sustentabilidade. O estudo serve como referência para a compreensão e evolução da sustentabilidade corporativa no Brasil, apontando quais aspectos que já são levados em consideração pelas empresas e também aquelas que ainda precisam de desenvolvimento. A metodologia utilizada na pesquisa pode ser, ainda, replicada dentro de organizações que queiram avaliar e aprimorar sua gestão para a sustentabilidade, servindo assim como uma ferramenta de diagnóstico.

O instrumento de coleta de dados da Estágios é um questionário eletrônico direcionado a colaboradores e executivos de empresas brasileiras, de todos os portes e setores, para avaliação do atual estado da sustentabilidade corporativa no país de acordo com suas percepções sobre a empresa em que trabalham. A coleta de dados foi realizada durante outubro e novembro de 2016 e totalizou 465 respondentes.

A abordagem teórica utilizada na pesquisa foi desenvolvida pelo Centro para Cidadania Corporativa da Boston College (BCCCC - sigla em inglês) e se chama Estágios de Cidadania Corporativa. A ideia da cidadania corporativa é a de que as empresas devem possuir uma conduta ética, levando em consideração os interesses das pessoas, sejam elas funcionários, fornecedores, comunidade, entre outros.

Essa teoria se traduz em 7 aspectos e 5 estágios da sustentabilidade corporativa, que estão detalhados na próxima página.

O Núcleo de Sustentabilidade da FDC adaptou, então, esse conceito em 35 perguntas que compõem o questionário emitido aos respondentes. Com base na avaliação das respostas, é possível classificar as organizações em estágios gerais e aspectos mais detalhados, como será visto a seguir. Este material contém um resumo da avaliação realizada pela FDC e seus parceiros e uma análise final dos resultados obtidos.

COMO AVALIAMOS AS EMPRESAS?

A pesquisa utiliza como instrumento um questionário de 116 perguntas abrangendo 7 aspectos da sustentabilidade corporativa. Com base nessa avaliação é possível classificar a organização em 5 estágios, como mostrado abaixo:



ASPECTOS

CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE ● INTENÇÃO ESTRATÉGICA ● ESTRUTURA
CAPACIDADE DE RESPOSTA ● STAKEHOLDERS ● TRANSPARÊNCIA ● LIDERANÇA

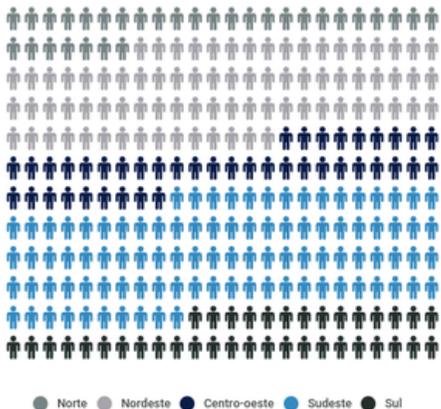
COMO AVALIAMOS AS EMPRESAS?

	Estágio 1 Elementar	Estágio 2 Engajado	Estágio 3 Inovador	Estágio 4 Integrado	Estágio 5 Transformador
Conceito de Sustentabilidade	Empregos, lucros e impostos	Filantropia, proteção ambiental	Gestão de stakeholders	Sustentabilidade ou Triple Bottom Line	Mudar o mercado
Intenção estratégica	Cumprimento da legislação	Licença para operar	Casos de negócios	Proposta de valor	Criação de mercado ou mudança social
Liderança	Expressão verbal, indisponível	Engajado, apoiador	Auxilia os processos de sustentabilidade corporativa	Campeã: à frente da sustentabilidade	Visionário: à frente do seu tempo
Estrutura	Marginal: direcionada à equipe	Propriedade funcional	Coordenação entre funções	Alinhamento organizacional	Mainstream: Direcionada ao negócio
Capacidade de resposta	Defensivo	Reativo, políticas	Responsiva, programas	Sistemas, pró-ativas	Definidora
Relacionamento com stakeholders	Unilateral	Iterativo	Influência mútua	Parceria	Alianças multiorganizacionais
Transparência	Proteção	Relações públicas	Reporte ao público	Garantia	Total transparência

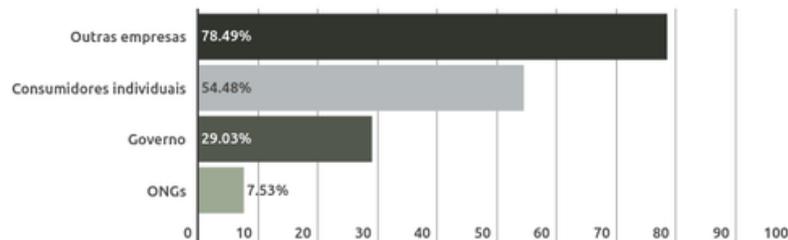
PERFIL DOS RESPONDENTES

- O número total de respondentes do questionário da Estágios 2016 foi 465;
- A maior parte das empresas respondentes possui número de colaboradores maior que 500;
- Os principais clientes são outras empresas;
- O setor terciário é predominante entre as empresas respondentes;
- A maior concentração das empresas é na região Sudeste, embora muitas atuem no Brasil todo, como visto na imagem abaixo:

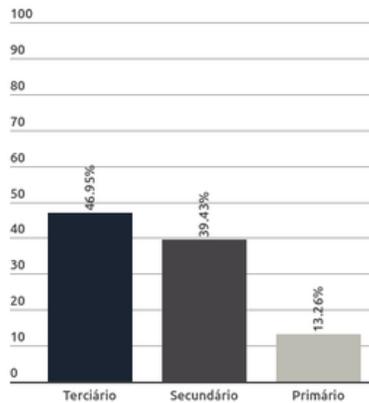
Região de atuação das empresas respondentes



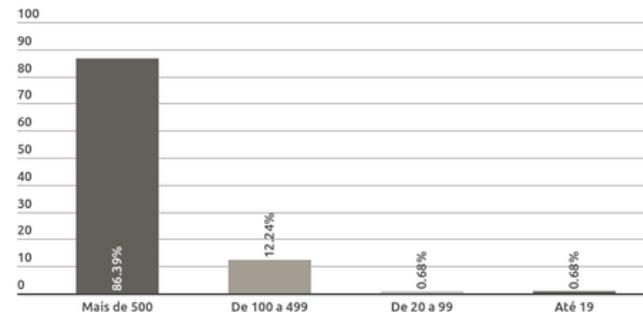
Principais clientes



Setor de atuação



Número de funcionários diretos



RESULTADOS

- 09** conceito de sustentabilidade
- 10** intenção estratégica
- 11** estrutura
- 12** capacidade de resposta
- 13** stakeholders
- 14** transparência
- 14** liderança

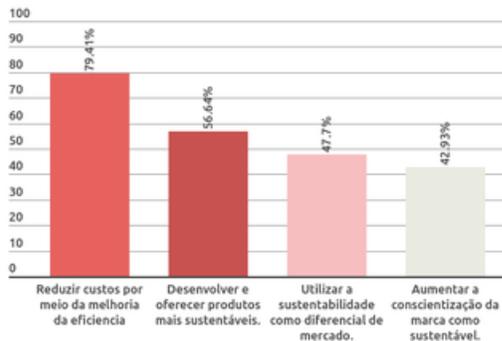
CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE

Como as empresas definem sustentabilidade? Quais devem ser as ações e quais atores devem incentivá-los?

Nas edições anteriores, a pesquisa identificou que os respondentes acreditam na sustentabilidade como prioridade para as empresas, com contribuição tangível para seu resultado líquido; no entanto, esses mesmos respondentes (87%) concordaram que "a maioria das empresas promovem a sustentabilidade, porém não estão verdadeiramente engajadas". Já os resultados de 2016 apontam que as empresas começaram a entender a sustentabilidade como parte do negócio, não se referindo apenas a questões ambientais ou de voluntariado, mas também à diversidade dos colaboradores e a um diferencial de mercado através de uma marca sustentável.

Aspectos sustentáveis na prática

Ordene as seguintes iniciativas associadas à sustentabilidade de acordo com o quanto elas são praticadas pela empresa em que você trabalha.



Importância dos aspectos sustentáveis

Cada empresa adota um significado diferente e um conjunto de ações voltadas à sustentabilidade. Indique o nível de importância dado a cada ação abaixo.



DESTAQUES

Para os respondentes

“OPERAR COM PRÁTICAS EMPRESARIAIS ÉTICAS”

é a ação considerada mais importante para a sustentabilidade corporativa, seguida por

“MARKETING RESPONSÁVEL”

79%

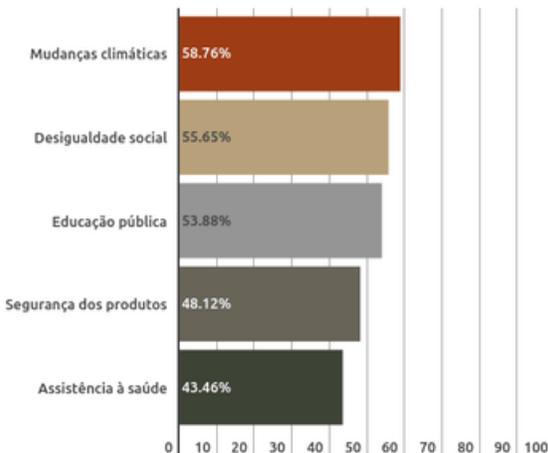
dos respondentes afirmam que suas empresas praticam a redução de custos por meio da melhoria da eficiência, o que mostra um entendimento completo do conceito da sustentabilidade integrado à estratégia e ao core business da organização

INTENÇÃO ESTRATÉGICA

Como a sustentabilidade é vista dentro da empresa? Porque as empresa realizam parcerias para lidar com questões sociais, econômicas e ambientais?

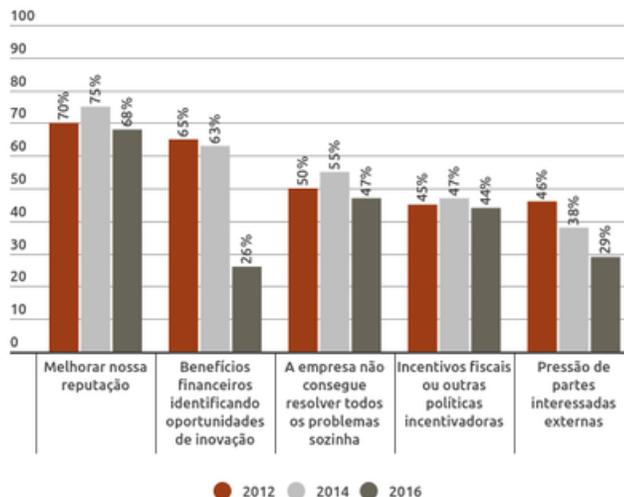
Envolvimento em políticas públicas

Na sua opinião, as empresas, em geral, deveriam estar muito mais envolvidas na solução de quais das questões de políticas públicas abaixo, considerando o atual nível de envolvimento?



Motivação para parcerias sustentáveis

Por que a empresa em que você trabalha estabeleceu parcerias para resolver problemas sociais ou ambientais?



DESTAQUES

A pesquisa atual identificou uma grande diminuição na porcentagem de respondentes que acreditam na identificação de **oportunidades de inovação para conseguir benefícios financeiros**

A principal motivação para a prática da sustentabilidade nas empresas é **aderir o conceito nas tradições e valores da empresa**, mostrando que existe a **valorização dos benefícios da sustentabilidade** para a cultura organizacional das empresas

Os resultados, em comparação com os anos anteriores, mostram que **não houve evolução ou mudança** significativa no pensamento das empresas em relação às parcerias

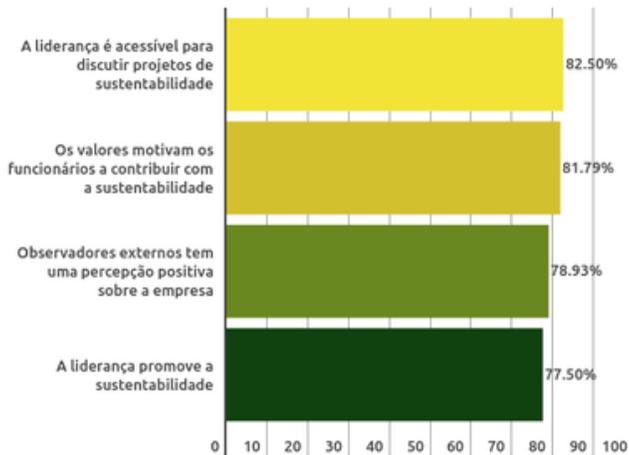
A maior motivação para o estabelecimento de parcerias foi a **melhoria da reputação da empresa**, resultado idêntico ao de 2014 e também de 2012

ESTRUTURA

A sustentabilidade está alinhada e integrada aos negócios da empresa? Há metas, equipe, política e treinamentos voltados para lidar com essa questão?

A organização e a sustentabilidade

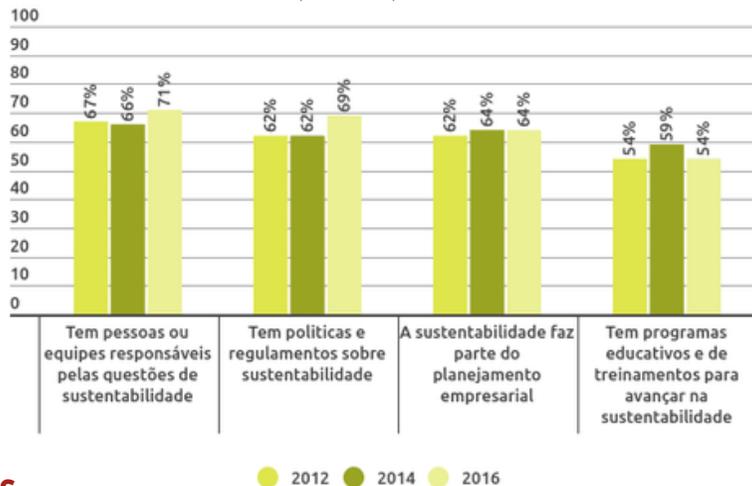
Indique o seu nível de concordância com as afirmações abaixo.



As empresas parecem estar lidando com a gestão de sustentabilidade como projeto de médio prazo, ou em termos formativos, o que pode ser visto pelo aumento de 5% em programas educativos e de treinamento e 7% de aumento na integração com processos de planejamento.

Institucionalização da sustentabilidade

Indique o quanto cada uma das afirmativas se aproxima da realidade da empresa em que você trabalha.



DESTAQUES

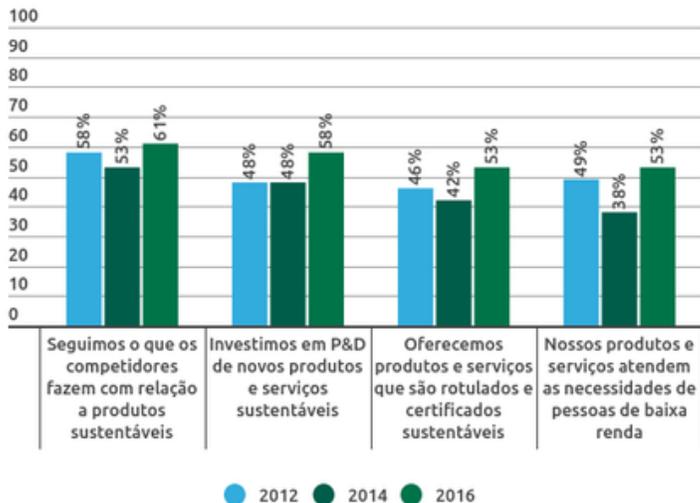
Há uma majoritária percepção positiva das empresas por observadores externos e uma visão positiva dos colaboradores em relação às lideranças de suas organizações no contexto da sustentabilidade.

CAPACIDADE DE RESPOSTA

Quais são as áreas priorizadas pelas empresas no apoio à comunidade, em termos de recursos monetários? Qual deve ser o envolvimento do negócio em questão de políticas públicas?

Produtos e serviços

As afirmativas a seguir se referem a produtos e serviços. Indique quanto cada uma delas se aproxima da realidade da empresa em que você trabalha.



DESTAQUES

Houve também uma significativa melhora nos **desafios que lidam com as necessidades da população de baixa renda** e questões competitivas, em produtos e serviços na dimensão da sustentabilidade corporativa.

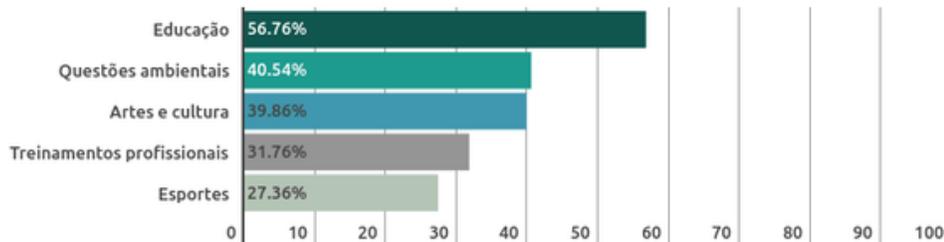
Assim como em 2014, **a Educação continua como área de principal apoio em 2016**, tema também em alta na questão de políticas públicas (ver intenção estratégica).

A **oferta de produtos e serviços certificados e rotulados sustentáveis** se aproxima ainda mais da realidade das organizações em 2016, assim como os **investimentos em P&D para o mesmo tema**.

Na opinião dos respondentes, as empresas deveriam estar **mais envolvidas em solucionar questões de "segurança dos produtos"** e deveriam estar **menos envolvidas em "educação pública"**.

Principais áreas de apoio

Quais são as 03 (três) principais áreas que a empresa em que você trabalha apoiou no ano passado?

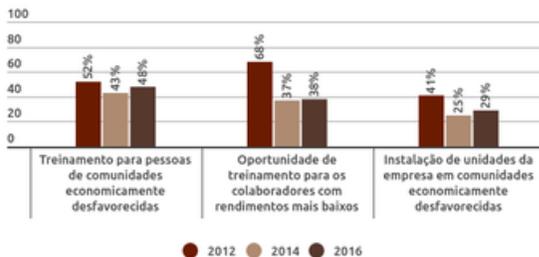


STAKEHOLDERS

Qual é o envolvimento da empresa com a comunidade economicamente desfavorecida? Como a empresa se relaciona com seus colaboradores e clientes? Quais são as parcerias realizadas pela empresa?

Comunidade

Sobre o apoio às comunidades menos favorecidas economicamente, em que medida a empresa em que você trabalha está envolvida nas questões abaixo?

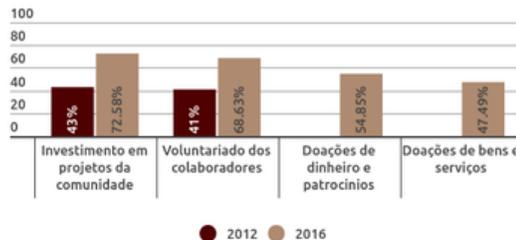


Colaboradores

Indique quanto cada iniciativa de gestão de pessoas se aproxima da realidade da empresa em que você trabalha.



A empresa em que você trabalha apoia a comunidade por meio de alguma das seguintes iniciativas?



DESTAQUES

Na gestão de colaboradores **não houve mudança** em como as empresas lidam com a questão em relações às edições anteriores da pesquisa.

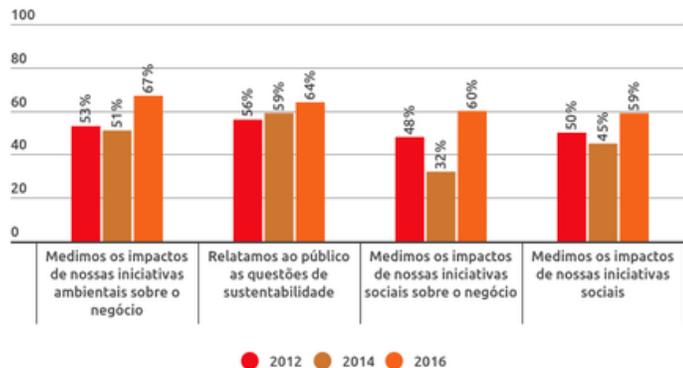
As empresas, entretanto, apoiam as comunidades principalmente com **investimentos em projetos e voluntariado dos colaboradores**, deixando claro evolução no engajamento com as necessidades das comunidades em suas áreas de influência.

Porém, iniciativas mais estratégicas de apoio a comunidades **sofreram declínio ao longo dos anos** analisados, como treinamento e instalação de unidades em comunidades de baixa renda

Houve grande queda no quesito "Oportunidades de treinamento para colaboradores com rendimentos mais baixos", o que pode indicar mudança na **gestão de colaboradores**.

TRANSPARÊNCIA

As iniciativas voltadas à sustentabilidade são reportadas? Os impactos positivos e negativos são mensurados pela empresa?

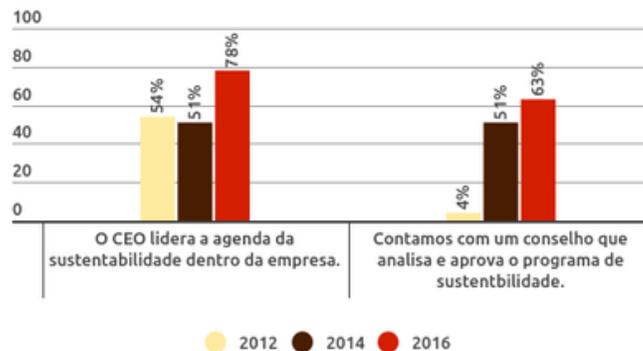


DESTAQUES

Houve significativa melhora na medição de impacto das iniciativas sociais, ambientais e do negócio desde a edição da Estágios de 2012

LIDERANÇA

Qual o envolvimento da liderança e do conselho administrativo em questões relacionados à sustentabilidade?



DESTAQUES

O envolvimento do CEO na sustentabilidade dentro das empresas cresceu bastante, mostrando maior engajamento da liderança em iniciativas sociais e ambientais. O resultado é muito promissor e pode contribuir com a priorização da sustentabilidade no core business dos negócios

DIAGNÓSTICO

A tabela a seguir representa o diagnóstico final após a análise dos resultados através da metodologia apresentada anteriormente.

	Estágio 1 Elementar	Estágio 2 Engajado	Estágio 3 Inovador	Estágio 4 Integrado	Estágio 5 Transformador
Conceito de Sustentabilidade	Empregos, lucros e impostos	Filantropia, proteção ambiental	Gestão de stakeholders	Sustentabilidade ou Triple Bottom Line	Mudar o mercado
Intenção estratégica	Cumprimento da legislação	Licença para operar	Casos de negócios	Proposta de valor	Criação de mercado ou mudança social
Liderança	Expressão verbal, indisponível	Engajado, apoiador	Auxilia os processos de sustentabilidade corporativa	Campeã: à frente da sustentabilidade	Visionário: à frente do seu tempo
Estrutura	Marginal: direcionada à equipe	Propriedade funcional	Coordenação entre funções	Alinhamento organizacional	Mainstream: Direcionada ao negócio
Capacidade de resposta	Defensivo	Reativo, políticas	Responsiva, programas	Sistemas, pró-ativas	Definidora
Relacionamento com stakeholder	Unilateral	Iterativo	Influência mútua	Parceria	Alianças multiorganizacionais
Transparência	Proteção	Relações públicas	Reporte ao público	Garantia	Total transparência

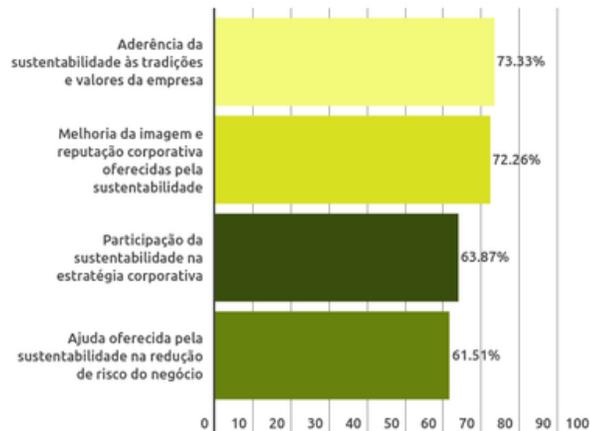
A partir de sua análise, percebe-se que em 6 dentre os 7 quesitos as empresas permaneceram no mesmo estágio da edição anterior, indicando que as empresas não evoluíram nas questões. Um aspecto importante, no entanto, é que o quesito "Liderança" evoluiu um estágio, passando de "apoiador" para "auxilia os processos de sustentabilidade corporativa". Isso significa que houve melhorias no engajamento do CEO e do Conselho nas questões que envolvem sustentabilidade nas empresas, passando de meros apoiadores de iniciativas para líderes que se envolvem e auxiliam o desenvolvimento dessas, ainda que em pequena escala. A liderança nas organizações é decisiva na influência da cultura e das prioridades do negócio, por isso esse resultado pode ser considerado promissor e merece destaque. O atual estágio da sustentabilidade corporativa do do Brasil em cada quesito é encontrado na tabela.

RELACIONAMENTO COM STAKEHOLDERS

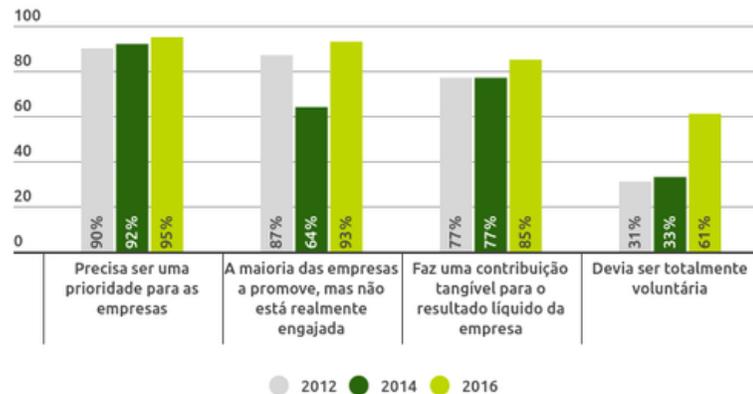
Os resultados sugerem que as empresas se encontram em um estágio no qual a sustentabilidade não é voltada somente à proteção ambiental e filantropia. Colaboradores e fornecedores são entendidos como centrais para a sustentabilidade das organizações. Nesse estágio, a compreensão da sustentabilidade é de que as atividades empresariais devem gerar resultados ambientais, econômicos e sociais equilibrados a todos os seus stakeholders.

DISCURSO X AÇÃO

Assim como na edição de 2014, ainda é possível observar diferenças entre o discurso e a prática das empresas brasileiras. A maioria das empresas acredita que a sustentabilidade deve ser uma prioridade e reconhece que a sustentabilidade traz contribuições tangíveis à organização, porém aproximadamente o mesmo número de respondentes acredita que as empresas não estão verdadeiramente engajadas, o que aponta uma contradição. Outra questão importante que emerge é o papel das legislações para a sustentabilidade. O número de respondentes que acreditam que essa iniciativa deve partir da empresa cresceu com relação aos anos anteriores, porém uma boa parte continuam enxergando a necessidade de leis e regulamentos que incentivem a sustentabilidade, em detrimento de iniciativa sustentáveis voluntárias e espontâneas



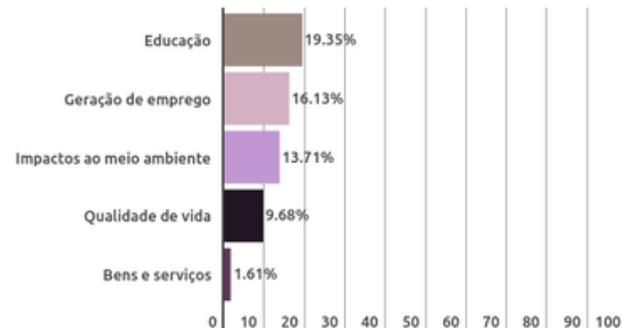
A sustentabilidade...



● 2012 ● 2014 ● 2016

IMPACTO NAS COMUNIDADES

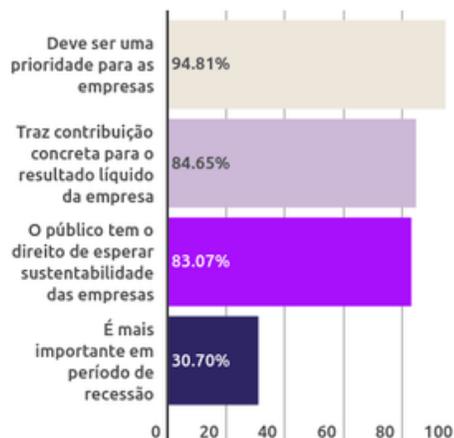
Nas opiniões dos respondentes sobre os quais são os impactos da empresa em que trabalham nas comunidades sob sua influência, a palavra mais citada foi a "Educação", tema recorrente ao longo do Estágios 2016. Todos os temas abordados e suas respectivas porcentagens se encontram ao lado. É interessante notar que, apesar de ser o tema considerado mais importante pelas empresas, a educação foi uma das áreas que mais sofreu cortes com a crise. Nesse sentido, é fundamental que as organizações consigam alinhar a vontade de investir em um tema que julgam relevante e sua estratégia de negócio.



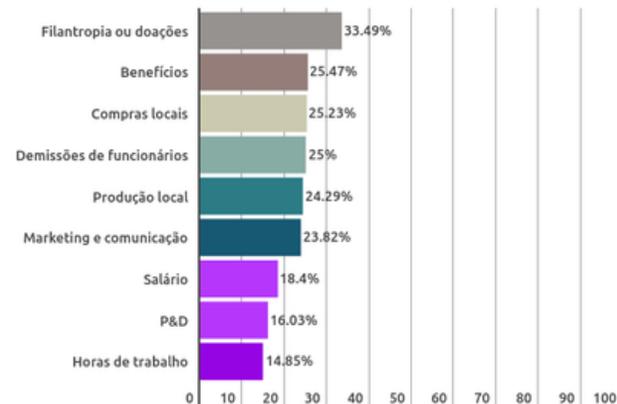
POSTURA EM RELAÇÃO À CRISE ECONÔMICA

A crise econômica que atingiu o Brasil em 2015 afetou de forma clara as ações de sustentabilidade das empresas. A maioria das organizações reconhece a ajuda oferecida pela sustentabilidade na redução de risco do negócio, tanto que não houve queda no P&D das empresas, mas sim aumento com relação a 2014 e 2016, como indicado pela sessão "Capacidade de Resposta". Por outro lado, a maior parte dos entrevistados não concordam que a sustentabilidade se torna mais importante durante a recessão, como revela o gráfico.

Indique se sua empresa concorda com cada afirmação sobre sustentabilidade abaixo.



Considerando as condições econômicas atuais no Brasil, informe o quanto a empresa em que você trabalha reduziu cada um dos seguintes itens:



CONCLUSÃO

A pesquisa de 2016 revela que a Sustentabilidade Corporativa nas empresas brasileiras mudou. Entrou na agenda dos Conselhos de Administração, representado pelo aumento de 4% em 2012 para 63% em 2016, e são lideradas pelos CEO's, tendo o engajamento evoluído de 51% em 2014 para 78% em 2016. Em comparação às pesquisas anteriores o estágio da liderança melhorou de engajado a inovador. Parte dessa mudança vem de um novo entendimento, para 85% dos respondentes, de que a sustentabilidade traz uma contribuição concreta para o resultado líquido da empresa. Assim, a sustentabilidade entra no centro do negócio com a realização de mais benchmarking dos concorrentes (61%), mais P&D (58%) e produtos diferenciados em sustentabilidade (53%). Ao mesmo tempo, no entanto, aumentou o ceticismo: 93% acreditam que as empresas não estão realmente engajadas em sustentabilidade.

Na interpretação dos resultados temos que levar em conta a atual crise econômica e ética no Brasil. Devido à tal contexto, as empresas reduziram mais que 30% seu engajamento em filantropia, cortaram benefícios para empregados e demitiram parte dos colaboradores. Algumas diretorias executivas e Conselhos de Administração tiveram que lidar com processos de compliance e anti-corrupção, um tema que ganhou muito destaque na agenda do país. Como consequência, a liderança teve que se engajar e não pôde negar a importância de certos temas sociais para os resultados econômicos da empresa. Um impacto positivo é que parte das empresas entendem hoje tanto os riscos quanto também as oportunidades da sustentabilidade e, assim, investem em desenvolver produtos e serviços mais sustentáveis que ajuda a se diferenciar da concorrência.

PRÓXIMOS PASSOS

Produzimos o relatório "Estágios da Sustentabilidade Corporativa no Brasil" para avaliar o desempenho das empresas brasileiras, o que permite acompanhar o desenvolvimento da gestão ao longo dos anos. A pesquisa também serve para empresas que querem fazer um benchmarking, identificando, assim, áreas de melhoria, além de destaques positivos. Caso sua empresa deseje usar essa pesquisa como ferramenta de benchmarking e melhora da gestão da sua organização, por favor, entre em contato conosco.

A pesquisa "Estágios da Sustentabilidade Corporativa no Brasil" esta intercalada com a pesquisa "Futuro da Sustentabilidade Corporativa no Brasil". A primeira avalia o status quo da gestão de sustentabilidade, enquanto a segunda vislumbra as tendências do futuro. A dupla de pesquisas nos permite analisar se as empresas estão aptas para um futuro que certamente vai demandar mais compliance ambiental, melhor gestão de recursos naturais e uma abordagem de negócio do tema de sustentabilidade.

Ficha Técnica

Título: Estágios da Sustentabilidade Corporativa no Brasil – 2016

Autores: Heiko Hosomi Spitzneck, Daisy Campos Qazi, Júlia Gonçalves Bachetti, Luisa Borges.

FDC – Núcleo de Sustentabilidade Belo Horizonte, agosto de 2017 - 20 Páginas

Referências:

BCCC. Weathering the storm: the state of corporate citizenship in the united States 2009, 2010. Disponível em:

<<http://www.bcccc.net/index.cfm?fuseaction=document.showDocumentByID&DocumentID=1333>>

Acesso em: 6 set. 2013.

ESQUER-PERALTA, Javier; VELAZQUEZ, Luis; MUNGUIA, Nora. 2008. Perceptions of Core Elements for Sustainability. In: Management Decision, vol. 46 p.1027-1038 HILL, Manuela Magalhães; HILL, Andrew. Investigação por Questionário. 2009.

LAURIANO, L.A.; CARVALHAES, E.; OLIVEIRA, R.T. Estágio da Sustentabilidade das Empresas Brasileiras. 2012. Disponível em:

<<http://www.fdc.org.br/professorespesquisa/publicacoes/Paginas/publicacaodetalhe.aspx?publicacao=16135>>

Acesso em: 6 set. 2013.

LAURIANO, L.A. As Empresas Brasileiras possuem Capacidades Internas para Responder aos Desafios da Sustentabilidade? 2013. Disponível em:

<<http://www.fdc.org.br/professorespesquisa/publicacoes/Paginas/publicacao-detalhe.aspx?publicacao=16139>> Acesso em: 6 set. 2013. LAURIANO, L.A. Rumo à integração da

Sustentabilidade no Sistema de Gestão Empresarial. 2012. Disponível em:

<<http://www.fdc.org.br/professorespesquisa/publicacoes/Paginas/publicacaodetalhe.aspx?publicacao=16067>>

Acesso em: 6 set. 2013.

MIRVIS, P.H; GOOGINS, B. Stages of Corporate Citizenship. 2006. California Management Review. Vol. 48, N°2, p.104-126 REA, Louis M.; PARKER, Richard A. Designing and Conducting Survey Research: A Comprehensive Guide. 1997.

VEJA OUTRAS PUBLICAÇÕES DO NÚCLEO DE SUSTENTABILIDADE

O Núcleo de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral oferece diversas avaliações que permitem entender e desenvolver a sustentabilidade corporativa em empresas. O desenvolvimento de uma avaliação customizada aponta qual é o estágio de maturidade da gestão para a sustentabilidade desta. Dessa forma, é possível avaliar as práticas e ações da organização com relação ao tema e identificar gaps e pontos de melhoria na gestão para a sustentabilidade.

Saiba mais sobre nossos produtos customizados e torne a sustentabilidade um tema estratégico e lucrativo para sua organização:

Guias

TELLO, R. (2014): Guia de Boas Práticas de Sustentabilidade na Construção.

SCACCHETTI, R., HOSOMI, M., SPITZECK, H.; FIGUEIREDO, F. (2014). Mudanças Climáticas – O que Conselheiros precisam saber. Fundação Dom Cabral, Nova Lima.

Pesquisa

Futuro da Sustentabilidade Corporativa no Brasil (2016)

GRS Insight

Como engajar o Conselho de Administração? (2014 e 2015)

Livros

FERREIRA, M.; BOECHAT, C. (2014). Objetivos de Desenvolvimento Sustentável Pós-2015. Livro Eletrônico.

GRAYSON, D., MCLAREN, M.; SPITZECK H. (2014). Social Intrapreneurism and all that Jazz, Greenleaf, Sheffield.: <http://www.altabooks.com.br/intraempreendedorismo-jazz-e-outras-coisas-como-inovadores-de-negocios-estao-ajudando-a-construir-um-mundo-mais-sustentavel.html>

Plataformas Virtuais & Vídeos

FDC Ideas Vídeo "Intraempreendedorismo Social", Fundação Dom Cabral, Brasil, videoteca.fdc.org.br/Videos/130

Globo News (2013): Mundo SA – Negócio Social gera Renda para Comunidades Pobres, veja: <http://www.youtube.com/watch?v=jgzS0lgC4A>

Benchmarkings de Sustentabilidade

Relatório de Benchmarking de Sustentabilidade no Setor de Pneus (2015)

Relatório de Benchmark – Mineradora do Futuro 2030 (2016)

Contato

Núcleo de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral.
sustentabilidade@fdc.org.br

Prof. Heiko Hosomi Spitzreck, email: heiko@fdc.org.br