

CODIM

Comitê de Orientação para Divulgação
de Informações ao Mercado

MELHORES PRÁTICAS DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE SUSTENTABILIDADE

Pronunciamento de Orientação CODIM

COLETIVA DE IMPRENSA

Participantes:

*Relatores: Geraldo Soares – IBRI; Haroldo Reginaldo Levy Neto – APIMEC
(Coordenadores do CODIM)*

Os conceitos de sustentabilidade, responsabilidade social e ambiental partem da premissa de que, além do retorno aos acionistas, as companhias devem divulgar:

- seu comprometimento com o desenvolvimento sustentável,
 - defesa dos direitos humanos,
 - causas sociais,
 - investimentos responsáveis,
 - uso eficiente e consciente dos recursos naturais,
 - práticas de governança e transparência,
 - diversidade e
 - fomento ao desenvolvimento local
- gerando uma economia mais saudável, entre outros fatores.

Tais princípios consolidam-se gradativamente nas companhias de todos os portes.

- As companhias devem prestar contas aos públicos estratégicos sobre as informações socioambientais de forma transparente, clara e integrada às informações econômico-financeiras, principalmente no Relatório Anual, seguindo: diretrizes do GRI, premissas do IR do IIRC e Guia de Sustentabilidade Novo Valor da BM&FBovespa;
- relatório integrado, devidamente alinhadas ao modelo de negócio da companhia;
- importante teste de consistência entre as várias fontes de divulgação de suas informações;
- refletir o atual estágio e posicionamento da companhia, seja positivo ou não. Sugere-se que aquelas que não divulgam expliquem os motivos no Formulário de Referência e no Relatório Anual;
- ampla divulgação das informações através de website específico, de Relações com Investidores, no IPE (Informações Periódicas e Eventuais);
- É recomendável a utilização de um Auditor Externo.

Principais Benefícios:

A agenda de sustentabilidade mitiga riscos e cria oportunidades de negócios, sendo um diferencial nas companhias, pois produz vantagens competitivas percebidas pelo mercado financeiro e por toda a sociedade.

- Possibilidade de maior atratividade e retenção de talentos;
- Possibilidade de redução de custos e/ou incremento de receita com novos produtos e serviços;
- Valorização dos produtos ou serviços sob a ótica dos consumidores impactando o valor da marca, seu fortalecimento e sua visibilidade tanto em âmbito nacional como internacional;
- Melhoria substancial da compreensão dos valores e cultura da própria companhia, proporcionando novas reflexões e oportunidades de negócio;
- Avaliação mais completa e eficiente dos ativos e passivos envolvidos bem como da rentabilidade e dos resultados da companhia pelos profissionais de investimentos, que passam a considerar as informações socioambientais do negócio;
- Possibilidade de participação das ações dessas companhias em índices do mercado de capitais ligados à sustentabilidade, adicionando mais valor para a companhia e, conseqüentemente, para o acionista; ...

...

- Instituições financeiras privilegiam financiamentos voltados a este tipo de companhias e, em alguns casos, restringem o atendimento as que não possuem práticas sustentáveis;
- As companhias passam também a exigir de sua cadeia de relacionamentos práticas sustentáveis, o que pode influenciar na escolha de seus fornecedores e parceiros de negócios, gerando valor para a cadeia com um todo.
- Redução de riscos, multas, interdições e exposição negativa em relação ao mercado.
- A adoção das Normas Brasileiras de Contabilidade (NBC) emitidas pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) faz com que as demonstrações contábeis reflitam a real situação da companhia, o que inspira confiança nas demais informações divulgadas.

O PRI estimula a adoção de ações de ESG pelas companhias, motivando também a transparência em relação a tais práticas, principalmente em relação a seus progressos, já que essas informações são utilizadas nas análises e processos de tomada de decisão de investimentos

- Alinhamento com os Princípios para o Investimento Responsável (PRI);
- No caso específico de companhias seguradoras: aos Princípios de Seguro Responsável (PSI - Principles of Sustainable Insurance) lançados na Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável (Conferência Rio+20) em Junho de 2012.

O envolvimento da alta administração na definição e disseminação da estratégia de sustentabilidade vinculando os aspectos socioambientais aos econômico-financeiros é fundamental para garantir a efetiva integração do tema nos processos de tomada de decisão e no dia a dia do negócio. São as lideranças empresariais que inserem o tema na estratégia de negócios e nas decisões das companhias, influenciando diretamente na forma, conteúdo e principalmente, na força e credibilidade da divulgação dessas informações. O comprometimento dos executivos e dos conselheiros de administração é essencial para o aprimoramento da cultura empresarial.

É fundamental envolver os acionistas, visto que são responsáveis, dentre outros aspectos, pela eleição do Conselho de Administração e pela aprovação dos valores e critérios para a remuneração dos administradores. Para tanto, **sugere-se a criação de canais de comunicação** (vide o item 16 “Das Estruturas para a Sustentabilidade”) entre os acionistas e os órgãos da companhia.

- A avaliação das práticas de sustentabilidade é fundamental para identificar as lacunas e traçar um plano de ação: periódico e divulgado juntamente com as ações que serão tomadas para se atingir as metas traçadas.
- Após a realização do diagnóstico, a companhia deve estabelecer prioridades conforme a relevância identificada para as atividades e impactos na companhia.
- O diagnóstico também deve levar em consideração:
 - a) a eco-eficiência – uso eficiente de recursos naturais e redução dos impactos ambientais por meio da melhoria contínua nos processos produtivos, gerando ganhos econômico-financeiros ao reduzir seus custos;
 - b) relacionamentos com seus públicos estratégicos, incluindo a cadeia de valor;
 - c) as oportunidades de negócios sustentáveis;
 - d) os riscos e os impactos de práticas de sustentabilidade não apenas de ordem econômica, mas social e ambiental, qualificando-os e quantificando-os sempre que possível; e
 - e) a vinculação entre as práticas e os registros contábeis, evidenciando a sua efetiva implementação na companhia.

- Signatária de compromissos gerais ou setoriais - rede e aprendizado e interação (ex.: Pacto Global/ONU; Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo; Carbon Disclosure Project; Water Disclosure Project; Forest Footprint Disclosure; Protocolo Verde, etc.).
- A participação em índices do mercado de capitais baseados em sustentabilidade (Dow Jones Sustainability World Index, ISE, ICO2, etc) reflete o compromisso público com o tema, auxiliando fortemente na disseminação dessas informações.
 - Cabe destacar que o simples preenchimento dos questionários desses índices contribui para uma **análise comparativa** do patamar em que a companhia se encontra em relação a seu setor de atuação, possibilitando gerar base de conhecimento para novas iniciativas sustentáveis.
- Participar das atividades do International Integrated Reporting Council – IIRC, com o objetivo de acompanhar a evolução da integração de dados econômico-financeiros vinculados aos dados de natureza não financeira, antecipando-se à obrigatoriedade na elaboração e publicação das demonstrações financeiras vinculadas às dimensões social, ambiental e às boas práticas de governança.

- É importante que a companhia crie uma estrutura integrada de governança para a sustentabilidade, que alcance os diversos níveis organizacionais, com um **canal direto com as áreas de comunicação da companhia**, principalmente com a de Contabilidade (visando, quando possível, vincular as divulgações com os registros e evidenciações realizados), a de Relações com Investidores, a de Relações Institucionais e a de Assessoria de Imprensa.
- A quantidade de instâncias deverá ser adequada ao **tamanho da companhia e a sua estrutura** (ex.: Comitê vinculado ao Conselho de Administração; Comissões compostas por colaboradores, etc.) que contribuirá para a credibilidade das informações apresentadas.
- A disponibilização de canais de comunicação com os públicos estratégicos é recomendada para garantir o fluxo de informações sobre as estratégias e práticas da companhia, permitindo o recebimento de sugestões, comentários, considerações ou críticas.

- A divulgação das práticas de sustentabilidade influenciará os objetivos e o relacionamento da companhia com seus públicos estratégicos. Desta forma, tais **práticas devem sempre ser revisadas em relação à missão, visão e ao modelo de negócios da companhia**, bem como verificado se os valores da companhia refletem seu compromisso com a sustentabilidade, proporcionando um adequado entendimento de todos os seus colaboradores e gerando uma divulgação coerente e consistente.
- Para a efetiva implantação de uma agenda sustentável é fundamental que toda a organização trabalhe alinhada em torno do mesmo objetivo por meio de uma comunicação contínua que estimule o envolvimento de todos os colaboradores, que são a base da disseminação da cultura sustentável.

- O primeiro passo deve ser o de **mapear os públicos estratégicos** e envolver, sempre que possível, toda a cadeia de relacionamentos da companhia, desde fornecedores até os clientes, garantindo uma comunicação e um engajamento eficientes.
- A seguir deve-se estabelecer uma forma estruturada de diálogo com os públicos estratégicos com o fim de capturar as demandas e receber feedback (ex.: reuniões, pesquisas, negociações, grupos focais, painéis de públicos estratégicos, etc.).

- A companhia deve elaborar e divulgar a sua Política de Sustentabilidade, contendo princípios e diretrizes que orientem as áreas no planejamento e na execução de suas iniciativas. É importante que esta política seja desenvolvida, considerando as expectativas dos públicos estratégicos de forma a estabelecer direcionamentos claros e ações alinhadas às mesmas.
- A companhia deve se **posicionar sobre os denominados assuntos mais sensíveis** pertinentes ao setor em que atua, como testes em animais, mudanças climáticas, biodiversidade, desenvolvimento local, relacionamento com países com regime de exceção, corrupção e demais práticas ilegais, direitos humanos, trabalho decente, proteção ambiental, dentre outros. Esse posicionamento deve ser compatível com as atividades da companhia, para que haja credibilidade nas suas manifestações.

- A companhia deve criar, monitorar e acompanhar indicadores relativos a áreas e unidades operacionais, verificando quais e de que forma eles devem ser divulgados ao público, indicando inclusive os seus investimentos programados e benefícios esperados relacionados à sustentabilidade de seus negócios. Tais indicadores devem estar atrelados ao modelo de negócio e à estratégia da companhia, vinculando os objetivos econômico-financeiros a objetivos socioambientais.
- As companhias devem estabelecer **metas socioambientais claras e objetivas**, que sejam **transparentes e de conhecimento público**, além de serem **passíveis de monitoramento e revisão externa**. Esta postura, além de demonstrar compromisso efetivo, gera credibilidade, fortalece a reputação, minimiza riscos e potencializa oportunidades para a companhia