

Accenture mostra os resultados da maior pesquisa com CEOs sobre Sustentabilidade Empresarial

Chefes executivos acreditam que a sustentabilidade tornou-se fundamental para seu sucesso, e poderia ser plenamente integrada na Core Business Dentro de dez anos.

(Nova York, 22 de junho de 2010) - Apesar da recente recessão econômica, uma esmagadora maioria dos CEOs das empresas – 93% - dizem que a sustentabilidade será fundamental para o sucesso futuro de suas empresas. Além disso, os CEOs acreditam que, dentro de uma década, um ponto de inflexão que pode ser alcançado, em que sustentabilidade se atrele com o core business – em suas capacidades, processos e sistemas, e toda a cadeia de abastecimento global e filiais.

Estas são algumas das principais conclusões de uma pesquisa com 766 CEOs em todo o mundo - o maior estudo com executivo já realizado sobre o tema da sustentabilidade - divulgado hoje pela United Nations Global Compact e Accenture (NYSE: ACN). Além de uma pesquisa on-line, o estudo incluiu entrevistas em profundidade com 50 dos principais CEOs do mundo.

Segundo a pesquisa, [*A New Era of Sustainability: UN Global Compact-Accenture CEO Study 2010*](#), a crise econômica mundial fez pouco para abafar o compromisso das empresas com a sustentabilidade. Na verdade, parece ter feito o contrário: 80 por cento dos CEOs dizem que a crise elevou a importância da sustentabilidade. Enquanto as empresas recorrem aos desafios da crise financeira, a sustentabilidade está sendo reconhecida como uma fonte de ganhos de eficiência e crescimento das receitas. Além disso, muitas empresas visualizam a sustentabilidade como um elemento fundamental na condução do crescimento em novos mercados quando olham para a recuperação econômica.

Os resultados da pesquisa indicam que as empresas estão levando a sustentabilidade mais a sério. Em uma pesquisa similar realizada em 2007, 50 por cento dos CEOs entrevistados disseram que as questões de sustentabilidade tornaram-se parte da estratégia e operações da empresa. No levantamento de 2010, esse número saltou para 81 por cento.

Embora reconhecendo a dimensão e a complexidade dos desafios globais, muitos CEOs dizem que houve progressos ao longo dos últimos três anos no processo de transição do desenvolvimento de uma estratégia de sustentabilidade para sua execução.

CEOs citaram várias barreiras para alcançar seus objetivos de sustentabilidade, incluindo:

- A complexidade na implementação da estratégia em todas as áreas da empresa (citado por 49 por cento)
- Prioridades estratégicas competitivas (48 por cento)
- Falta de reconhecimento dos mercados financeiros (34 por cento)

CEOs acreditam também que algumas condições devem ser satisfeitas antes da sustentabilidade ser completamente integrada ao core business, e que as empresas precisam assumir um papel de liderança ao tratar disso. A ação das empresas será necessária em cinco áreas chave:

- Configurar o gosto do consumidor, a fim de construir um forte mercado de produtos sustentáveis.
- Treinar a gerência (gestão), os funcionários e a próxima geração de líderes para lidar com questões de sustentabilidade.
- Comunicar-se com investidores para criar uma melhor compreensão do impacto da sustentabilidade.
- Mensurar o desempenho em sustentabilidade - e explicar o valor das empresas na sociedade.

- Trabalhar com os governos para definir uma clara regulação e criar condições de concorrência equitativas.

Sobre a questão da criação de um ambiente investidor mais amigável para a sustentabilidade dos negócios, menos de 50 por cento dos executivos entrevistados indicou que a sustentabilidade pauta suas discussões com os analistas financeiros. Ainda que os CEOs acreditem, em sua maioria, que as suas atividades de sustentabilidade têm um impacto positivo na valorização da sua empresa - em termos de crescimento de receita, redução de custos, redução dos riscos e a reputação de marca - quantificar esse valor com métricas tradicionais como redução de custos e crescimento da receita foi ilusório.

"Alcançar uma sustentabilidade social e ambiental leva tempo, esforço e um comprometimento sincero de liderança", disse Georg Kell, diretor executivo do Pacto Global das Nações Unidas. "Dois terços dos CEOs entrevistados estão olhando para o Pacto Global como um fórum para a partilha de boas práticas e ideias emergentes em matéria de sustentabilidade, e estamos ansiosos para ajudar a orientar os seus esforços para desenvolver políticas e práticas eficazes e tangíveis."

Warming investors to the notion that sustainability is good for the bottom line and regaining trust of all stakeholders in the wake of the global financial crisis are other critical issues CEOs face, according to the survey.

Alertar os investidores que a sustentabilidade é boa para a questão central e para a retomada de confiança dos *stakeholders* (públicos interessados) no rastro da crise financeira é outro problema fundamental que CEOs enfrentam, de acordo com a pesquisa.

"Os CEOs nos disseram que têm a necessidade de se retrair durante a recessão, mas que sentem que agora é a hora de começar com o alinhamento da sustentabilidade com a estratégia de negócios e execução", disse Mark Foster, chefe executivo do grupo Accenture. "Os empresários reconhecem que vão ter de assumir uma liderança real, por exemplo, mantendo a linha de sustentabilidade em seus modelos de negócios, a luta contra os obstáculos com diligência no duro de roer áreas como a cadeia de suprimentos e gestão de desempenho e trabalho duro para responder a forma e as exigências dos clientes que se transformam em uma oportunidade de sustentabilidade para o crescimento e inovação".

Segundo as conclusões da pesquisa, três atributos corporativos foram considerados as primeiras - a marca, confiança e reputação - eram de longe as primeiras considerações dos CEOs, mencionadas para agir sobre a sustentabilidade. Eles foram identificados como 72% dos inquiridos como um dos seus maiores motivadores, seguido por: potencial de crescimento de receita e redução de custos (citado por 44%), motivação pessoal (42%), dos consumidores e necessidades dos clientes (39%) e engajamento de funcionários e de retenção (31%).

Além disso:

- 83 por cento disse que a crise econômica elevou o papel da sustentabilidade e ética na construção da confiança nos negócios
- 80 por cento disse que levantou a importância da sustentabilidade como uma questão de liderança para gestão
- 77 por cento disse que os levou a ter uma visão de longo prazo dos negócios e do papel da sustentabilidade

Entre os resultados adicionais da pesquisa:

- Educação e mudança climática foram apontados pelos entrevistados como as "grandes questões" que enfrentam, com a escassez de recursos e de saúde começam a aparecer no horizonte. Educação foi identificada em 72% dos inquiridos como a questão de desenvolvimento mais importante para o sucesso de seus negócios, seguido pela mudança climática, em 66%.

- 91% dos CEOs disseram que suas empresas empregariam novas tecnologias para resolver problemas de sustentabilidade ao longo dos próximos cinco anos, como o desenvolvimento de energias renováveis e a criação de uma maior eficiência energética.
- 78% dos inquiridos acreditam que as empresas deveriam empenhar-se em colaboração com uma variedade de partes interessadas para tratar de questões de sustentabilidade. Exemplos de potenciais parcerias incluem fornecedores, ONGs e governos.

"Fica evidente, a partir dos resultados da pesquisa, que a empresa global tem seu trabalho cortado para a construção de programas de sustentabilidade, que se tornam elementos essenciais do core business de uma empresa", disse Peter Lacy, que liderou o estudo. "Se a sustentabilidade se torna plenamente integrada a empresas globais na próxima década, a regulação, tecnologia, investimentos e mudanças de consumo necessários serão surpreendentes, criando vencedores e perdedores significativos entre as empresas e indústrias.

"Ainda assim, é ótimo ver que algum progresso está sendo feito, e que o movimento em direção a uma economia mais sustentável e no contexto dos negócios esta claramente ganhando ímpeto."