



RELATÓRIO ESPECIAL

# Os desafios das empresas para atingirem os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Bogotá, maio 2016

**d+i** desenvolvendo  
ideias

LLORENTE & CUENCA

1. INTRODUÇÃO
2. UM PASSO EM FRENTE NA DEFESA DO BEM-ESTAR DA HUMANIDADE
3. O SETOR PRIVADO: O GRANDE PROTAGONISTA DA AGENDA 2030
4. CONCLUSÕES
5. A NOVA AGENDA PARA O DESENVOLVIMENTO

AUTORA

## 1. INTRODUÇÃO

Há 836 milhões de pessoas a viver em situação de pobreza extrema. Uma em cada cinco pessoas nas regiões em desenvolvimento sobrevive atualmente com menos de 1,25 dólares por dia. Em 2030 espera-se erradicar a pobreza e «reduzir, no mínimo, para metade a proporção de homens, mulheres e crianças de todas as idades que vivem em situação de pobreza em todas as suas dimensões»<sup>1</sup>. Trata-se de um dos objetivos mais ambiciosos aprovados a 25 de setembro de 2015 pelos 193 Estados-membros das Nações Unidas, e foi incluído no Plano de Desenvolvimento Sustentável.

Desde a sua aprovação, muito tem sido dito sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Há quem os considere confusos e quem considere que se trata de uma tarefa difícil efetuar o acompanhamento de uma agenda tão complexa. O roteiro a seguir pelas empresas e pelos governos nos próximos 15 anos inclui 17 objetivos que se organizam em 169 metas. «É tão amplo que existe o risco de se tornar inoperante», afirma Gonzalo Fanjul, investigador e ativista contra a pobreza<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Nações Unidas. *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. 17 Objetivos para transformar o nosso mundo*. Disponível em: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>

<sup>2</sup> El País. *Ya tenemos 17 Objetivos, ¿y ahora qué?* Disponível em: [http://elpais.com/elpais/2016/02/26/planeta\\_futuro/1456484933\\_719548.html](http://elpais.com/elpais/2016/02/26/planeta_futuro/1456484933_719548.html)

**“Em 2030, espera-se que os habitantes do planeta tenham bem-estar e prosperidade sem descuidar a proteção do meio ambiente”**

## 2. UM PASSO EM FRENTE NA DEFESA DO BEM-ESTAR DA HUMANIDADE

Os ODS representam, sem dúvida, a evolução dos Objetivos do Milénio –ODM –, porque são mais ambiciosos e incorporam temáticas novas, como as alterações climáticas, o consumo responsável, a paz e a justiça. Em 2030, espera-se que os habitantes do planeta tenham bem-estar e prosperidade, sem descuidar a proteção do meio ambiente para garantir que as gerações futuras tenham acesso aos recursos como nós hoje temos.

Amina J. Mohammed, assessora especial do Secretário-Geral das Nações Unidas Ban Ki-moon para o Planeamento do Desenvolvimento, fez a seguinte declaração: «Aprendemos com os ODM (...). O Plano de Desenvolvimento Sustentável é na realidade uma resposta mais vasta e mais profunda aos desafios que enfrentamos. Trata-se em conjunto da situação económica, da situação social e das dimensões ambientais que temos. Creio que é importante, já que estamos a falar de um programa universal, que não deixa ninguém para trás»<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> UN News Centre. Interview with Amina J. Mohammed, Secretary-General's Special Adviser on Post-2015 Development Planning Disponível em: <http://www.un.org/apps/news/newsmakers.asp?NewsID=113#sthash.CxxuJkFN.2jwx8Rx7.dpuf><http://www.un.org/apps/news/newsmakers.asp?NewsID=113>

<sup>4</sup> El País. Ya tenemos 17 Objetivos, ¿y ahora qué? Disponível em: [http://elpais.com/elpais/2016/02/26/planeta\\_futuro/1456484933\\_719548.html](http://elpais.com/elpais/2016/02/26/planeta_futuro/1456484933_719548.html)

<sup>5</sup> Sostenibilidad para todos. La empresa y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponível em: <http://www.sostenibilidad.com/empresas-y-objetivos-desarrollo-sostenible>

No entanto, o desafio é grande para os protagonistas responsáveis pela sua concretização. Jan Vandemoortele, considerado o pai dos Objetivos do Milénio afirma: «existe muita confusão sobre o que fazer. O documento é pouco claro, é um monstro que só alguns em Nova Iorque entendem»<sup>4</sup>.

## 3. O SETOR PRIVADO: O GRANDE PROTAGONISTA DA AGENDA 2030

Hoje perspectiva-se uma responsabilidade partilhada, que inclui uma multiplicidade de intervenientes empenhados, gerando alianças, redes e trabalho em equipa para construir sociedades sustentáveis. Estes desafios em matéria de desenvolvimento constituem metas ambiciosas não só para os estados, mas também para as empresas, que se convertem em protagonistas da concretização dos ODS.

A Organização das Nações Unidas reconhece a sua força transformadora, porque as empresas são as principais fontes de recursos económicos e participam na melhoria da qualidade de vida das pessoas<sup>5</sup>. Todos os setores produtivos e todas as empresas,

“As empresas devem desenvolver os seus negócios de forma responsável”

independentemente da sua dimensão, podem contribuir. Como fazê-lo? É fundamental que as empresas trabalhem em duas frentes:

#### A) INCLUSÃO DOS ODS NOS SEUS PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

- **Elaboração e revisão dos planos de Responsabilidade Social Corporativa à luz dos ODS**

As empresas devem desenvolver os seus negócios de forma responsável. As empresas que estão a preparar estratégias de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) têm a oportunidade de fazê-lo em linha com os ODS, e com as que já têm uma estratégia definida e consolidada podem revê-la para determinar a sua contribuição efetiva e os ajustamentos a que devem proceder.

No que diz respeito a este aspeto, é fundamental entender que, segundo o Pacto Global, nem todos os ODS são relevantes para a contribuição de todas as empresas, de grande ou pequena dimensão. Existe uma bússola e ferramentas para o fazer. A *Global Reporting Initiative (GRI)*, *The United Nations Global Compact (Pacto Global)* e o *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* desenvolveram o *SDG Compass*, um protocolo

de atuação que procura ajudar as empresas a identificar a sua possível contribuição, incentivá-las a assumir compromissos e a comunicar os progressos alcançados nesta área<sup>6</sup>.

- **Conhecimento da envolvente: para lá da área de influência**

Para definir o contributo dado para o desenvolvimento sustentável, as empresas procedem a um exercício inicial de conhecimento da sua área de influência e dos impactos da sua atividade. Neste processo, determinam as necessidades económicas, sociais e ambientais da zona em que exercem a sua atividade, embora, à luz dos ODS, isto não seja suficiente. Por se tratar de um programa global, as empresas deverão conhecer as metas estabelecidas para as regiões e os países em que operam em linha com os ODS e, a partir daí, definir o seu contributo, os indicadores e as alianças estratégicas que devem estabelecer para contribuir para a sua concretização.

#### B) COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA: EM LINHA COM A NOVA AGENDA GLOBAL

Durante anos deu-se ênfase à importância da comunicação para o desenvolvimento sustentável. Neste momento, é prioritária e facilitará o acompanhamento dos progressos na concretização dos ODS.

<sup>6</sup> *SDG Compass*. Disponível em: <http://sdgcompass.org/>

“É fundamental que as empresas contemplem diversas ferramentas que estão ao seu alcance e que atualmente são inseparáveis”

- **Da comunicação bidirecional ao diálogo multilateral**

Os ODS colocam desafios que obrigam as empresas a desenvolver e a reformular a sua comunicação. Para que a contribuição seja sustentável, eficiente e suscetível de criar valor é fundamental evoluir de uma comunicação bidirecional em que participam dois intervenientes (por exemplo, empresa – comunidade, empresa – autoridades ambientais) para um diálogo multilateral no qual devem participar, entre outros intervenientes, a empresa, os seus colaboradores, a concorrência, as associações profissionais, as organizações sociais, as autoridades e as comunidades.

- **Inseparáveis: comunicação tradicional e digital**

Um diálogo desta natureza deve basear-se numa comunicação transparente, oportuna e constante que contribua para o estabelecimento de relações de longo prazo, a favor do bem comum.

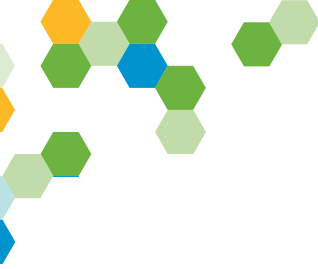
As empresas devem entender que a RSC acompanhada de uma estratégia de comunicação gera grandes benefícios: contribui para os ODS; ajuda a melhorar a produtividade; fideliza clientes, colaboradores e fornecedores; melhora as relações com o governo e com as ONG. Tudo isto se traduz numa imagem corporativa positiva que contribui para o desenvolvimento do negócio.

Considerando que vivemos na era do diálogo e da hipertransparência, e por isso, é fundamental que as empresas contemplem diversas ferramentas que estão ao seu alcance e que atualmente são inseparáveis. De um lado está a comunicação tradicional que inclui o relacionamento com todas as partes interessadas, a comunicação com as comunidades, os relatórios de sustentabilidade (impressos) e a utilização dos meios de comunicação tradicionais – imprensa, rádio, e televisão –. Do outro, está a RSE 2.0. A Internet e as redes sociais constituem uma plataforma privilegiada de diálogo com as partes interessadas, onde podem interagir de forma mais dinâmica, onde é possível, em tempo real, obter informação sobre os progressos em matéria de desenvolvimento sustentável e efetuar um acompanhamento contínuo.

Apesar de algumas empresas serem ainda tímidas, estes meios, se forem geridos de forma estratégica e sistémica, constituirão uma ferramenta eficaz que ajudará a fortalecer a reputação corporativa e a avançar no cumprimento dos ODS.

- **Medir, Monitorizar e comunicar: prioritário e estratégico**

Comunicar em permanência a performance, mais do que reportar resultados, deve fazer parte da estratégia de gestão da reputação de uma empresa. Além de informar as partes



**“A inovação e o desenvolvimento da tecnologia constituirão seguramente mais uma forma de contribuir para o desenvolvimento sustentável”**

interessadas acerca dos seus contributos, constitui uma ferramenta útil de diagnóstico que as empresas usam todos os anos para avaliar a posição em que se encontram, avaliar o progresso dos seus compromissos nas dimensões económica, social e ambiental, e assumir novos compromissos.

Hoje, com os ODS como roteiro para os próximos 15 anos, é prioritário e estratégico para as organizações contribuírem para o seu cumprimento, comunicar os progressos alcançados à luz de padrões internacionais como o *GRI*. Esta metodologia oferece indicadores de desempenho referentes à sustentabilidade, que ajudam as empresas a medir eficazmente o seu desempenho, independentemente do setor e da dimensão do negócio.

#### 4. CONCLUSÕES

Apesar de não ser obrigatório considerar os ODS no interior da estratégia, as empresas que o não fizerem serão ultrapassadas, verão a sua reputação afetada e perderão oportunidades de negócio valiosas. A inovação e o desenvolvimento da tecnologia constituirão seguramente mais uma forma de contribuir para o desenvolvimento sustentável, permitindo que as empresas que desenvolvem soluções em linha com a nova agenda global tenham acesso a novos mercados, aumentando a sua produtividade e mitigando os riscos. Ban Ki-moon, Secretário-Geral da ONU salientou o «papel decisivo das empresas para alcançar os ODS. O setor privado pode contribuir através da sua atividade principal, pelo que se faz um apelo a que valorizem o seu impacto nesta agenda, estabeleçam objetivos ambiciosos e comuniquem os seus resultados com transparência»<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> Boletín Pacto Global Colombia. Disponível em: <http://pactoglobal-colombia.org/index.php/boletin-ods-octubre-9>

## 5. A NOVA AGENDA DE DESENVOLVIMENTO



<sup>3</sup> Nações Unidas. *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. 17 Objetivos para transformar o nosso mundo.*  
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/mdas>

## Autora



**Paola Gómez** é gestora de clientes da LLORENTE & CUENCA Colômbia. Possui uma licenciatura em Comunicação Social e Jornalismo pela Universidade Externado da Colômbia, e tem uma experiência de 11 anos em comunicação a diferentes níveis: Corporativo, Responsabilidade Social das Empresas, Marketing, Situações de Crise, Interna e com a Comunidade.

[pgomez@llorenteycuenca.com](mailto:pgomez@llorenteycuenca.com)



# LLORENTE & CUENCA

## DIREÇÃO CORPORATIVA

José Antonio Llorente  
Sócio fundador e presidente  
jalloriente@llorenteycuenca.com

Enrique González  
Sócio e CFO  
egonzalez@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo  
Sócio e diretor geral corporativo de  
Talentos, Organização e Inovação  
acorujo@llorenteycuenca.com

Tomás Matesanz  
Diretor geral corporativo  
tmatesanz@llorenteycuenca.com

## DIREÇÃO ESPANHA E PORTUGAL

Arturo Pinedo  
Sócio e diretor geral  
apinedo@llorenteycuenca.com

Goyo Panadero  
Sócio e diretor geral  
gpanadero@llorenteycuenca.com

## DIREÇÃO AMÉRICA LATINA

Alejandro Romero  
Sócio e CEO América Latina  
aromero@llorenteycuenca.com

Luisa García  
Sócia e CEO Região Andina  
lgarcia@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo  
Sócio e CFO América Latina  
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

## DIREÇÃO DE TALENTO

Daniel Moreno  
Gerente de Talento  
para Espanha e Portugal  
dmoreno@llorenteycuenca.com

Marjorie Barrientos  
Gerente de Talento  
para Região Andina  
mbarrientos@llorenteycuenca.com

Eva Pérez  
Gerente de Talento  
para América do Norte, América  
Central e Caribe  
eperez@llorenteycuenca.com

Karina Sanches  
Gerente de Talento para  
Cone Sul  
ksanches@llorenteycuenca.com

## ESPAÑA E PORTUGAL

### Barcelona

María Cura  
Sócia e diretora geral  
mcura@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª  
08021 Barcelona  
Tel. +34 93 217 22 17

### Madrid

Joan Navarro  
Sócio e vice-presidente  
Assuntos Públicos  
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla  
Sócio e diretor sénior  
amoratalla@llorenteycuenca.com

Latam Desk  
Claudio Vallejo  
Diretor senior Latam Desk  
cvallejo@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3  
28001 Madrid  
Tel. +34 91 563 77 22

Ana Folgueira  
Diretora geral de Impossible Tellers  
ana@impossibletellers.com

Impossible Tellers  
Diego de León, 22, 3º izq  
28006 Madrid  
Tel. +34 91 438 42 95

### Lisboa

Madalena Martins  
Sócia  
mmartins@llorenteycuenca.com

Tiago Vidal  
Diretor geral  
tvidal@llorenteycuenca.com

Avenida da Liberdade nº225, 5º Esq.  
1250-142 Lisboa  
Tel. + 351 21 923 97 00

## Cink.

Sergio Cortés  
Sócio. Fundador e presidente  
scortes@cink.es

Calle Girona, 52 Bajos  
08009 Barcelona  
Tel. +34 93 348 84 28

## EUA

### Miami

Erich de la Fuente  
Sócio e diretor geral  
edela Fuente@llorenteycuenca.com

600 Brickell Ave.  
Suite 2020  
Miami, FL 33131  
Tel. +1 786 590 1000

### Nova Iorque

Latam Desk  
Adriana Aristizábal  
Consultora sénior  
aaristizabal@llorenteycuenca.com

277 Park Avenue, 39th Floor  
New York, NY 10172  
Tel. +1 917 833 0103

### Washington, DC

Ana Gamonal  
Diretora  
agamonal@llorenteycuenca.com

10705 Rosehaven Street  
Fairfax, VA 22030  
Washington, DC  
Tel. +1 703 505 4211

## MÉXICO, AMÉRICA CENTRAL E CARIBE

### Cidade do México

Juan Rivera  
Sócio e diretor geral  
jrivera@llorenteycuenca.com

Av. Paseo de la Reforma 412, Piso 14,  
Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc  
CP 06600, Cidade do México  
Tel. +52 55 5257 1084

### Havana

Pau Solanilla  
Diretor geral para Cuba  
psolanilla@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3  
28001 Madrid  
Tel. +34 91 563 77 22

### Panamá

Javier Rosado  
Sócio e diretor geral  
jrosado@llorenteycuenca.com

Av. Samuel Lewis  
Edifício Omega - piso 6  
Tel. +507 206 5200

### Santo Domingo

Iban Campo  
Diretor geral  
icampo@llorenteycuenca.com

Av. Abraham Lincoln 1069  
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7  
Tel. +1 809 6161975

## REGIÃO ANDINA

### Bogotá

María Esteve  
Diretora geral  
mesteve@llorenteycuenca.com

Carrera 14, # 94-44. Torre B - of. 501  
Tel. +57 1 7438000

### LIMA

Luisa García  
Sócia e CEO Região Andina  
lgarcia@llorenteycuenca.com

Humberto Zogbi  
Presidente  
hzogbi@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7  
San Isidro  
Tel. +51 1 2229491

### Quito

Alejandra Rivas  
Diretora geral  
arivas@llorenteycuenca.com

Avda. 12 de Octubre N24-528 y  
Cordero - Edificio World Trade  
Center - Torre B - piso 11  
Tel. +593 2 2565820

### Santiago de Chile

Claudio Ramírez  
Sócio e gerente geral  
cramirez@llorenteycuenca.com

Magdalena 140, Oficina 1801.  
Las Condes.  
Tel. +56 22 207 32 00

## AMÉRICA DO SUL

### Buenos Aires

Pablo Abiad  
Sócio e diretor geral  
pabiad@llorenteycuenca.com

Daniel Valli  
Diretor sénior de Desenvolvimento  
de Negócios Cone Sul  
dvalli@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8. C1043AAP  
Tel. +54 11 5556 0700

### Rio de Janeiro

Yeray Carretero  
Diretor executivo  
ycarretero@llorenteycuenca.com

Rua da Assembleia, 10 - Sala 1801  
RJ - 20011-000  
Tel. +55 21 3797 6400

### São Paulo

Marco Antonio Sabino  
Sócio e presidente Brasil  
masabino@llorenteycuenca.com

Juan Carlos Gozzer  
Diretor geral  
jcozzer@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111,  
Cerqueira César SP - 01426-001  
Tel. +55 11 3060 3390



## **d+i** desenvolvendo ideias

LLORENTE & CUENCA

**Desenvolvendo Ideias** é o Centro de Ideias, Análise e Tendências da LLORENTE & CUENCA.

Porque estamos testemunhando um novo modelo macroeconômico e social. E a comunicação não fica atrás. Avança.

**Desenvolvendo Ideias** é uma combinação global de relacionamento e troca de conhecimentos que identifica, se concentra e transmite os novos paradigmas da comunicação a partir de uma posição independente.

**Desenvolvendo Ideias** é um fluxo constante de ideias que adianta os avanços da nova era da informação e da gestão empresarial.

Porque a realidade não é preta ou branca existe

**Desenvolvendo Ideias.**

[www.desenvolvendo-ideias.com](http://www.desenvolvendo-ideias.com)

[www.revista-uno.com](http://www.revista-uno.com)