

INSTITUTO  
**ETHOS**

**INDICADORES**

**A S G**





# índice

---

- 03 **INTRODUÇÃO**
- 04 **INDICADORES ETHOS**
- 06 **CONDUTA EMPRESARIAL RESPONSÁVEL, SUSTENTABILIDADE E ASG: DIFERENÇAS E COMPLEMENTAÇÕES**
- 09 **DESAFIOS E OPORTUNIDADES**
- 11 **A RELEVÂNCIA DA MATERIALIDADE DE UMA EMPRESA ALINHADA AOS CRITÉRIOS ASG**
- 13 **COMO OS INDICADORES ETHOS PODEM APOIAR A JORNADA DOS NEGÓCIOS RESPONSÁVEIS E SUSTENTÁVEIS**
- 15 **SETE FUNDAMENTOS PARA A APLICAÇÃO DOS INDICADORES ETHOS**
- 17 **RECONHECIMENTO PÚBLICO**
- 19 **SOBRE O INSTITUTO ETHOS**
- 22 **SOBRE O IARSE**
- 23 **SOBRE A FUNDAÇÃO PROhumana**
- 25 **O FUNDO CERALC COMO PROMOTOR DA CONDUTA EMPRESARIAL RESPONSÁVEL NA AMÉRICA LATINA E NO CARIBE E SEU APOIO À REVISÃO DE DOIS INDICADORES ETHOS ASG**





# INTRODUÇÃO

Em 2000, o Instituto Ethos foi pioneiro na agenda de responsabilidade social empresarial e lançou os Indicadores Ethos. A ideia foi criar uma ferramenta de autodiagnóstico, facilmente aplicável, para apoiar as pessoas em cargos de gestão a orientar as práticas e políticas empresariais ao desenvolvimento sustentável.

Na época, havia muito interesse no conceito de triple bottom line, criado por John Elkington, ex-conselheiro internacional do Instituto Ethos, que integrava as dimensões social, ambiental e econômica, o que proporcionou uma mudança no conceito de lucro, trazendo a sustentabilidade para perto de si.

Hoje, o conceito de ASG – do inglês, ESG, que significa Ambiental, Social e Governança – incorpora a governança às dimensões social e ambiental, mostrando que, cada vez mais, as lideranças são convocadas ao seu papel de agentes da mudança e que o mercado financeiro está atento às organizações que adotam boas práticas.

Em vista disso, o Instituto Ethos, ao lado do Instituto Argentina de Responsabilidad Social y Sustentabilidad Empresarial (IARSE) e da Fundación PROHumana, com o financiamento do Fondo Conducta Empresarial Responsable en América Latina y el Caribe (Ceralc), desenvolveu, nesta publicação, uma atualização do questionário principal dos Indicadores Ethos.

O processo contou com a consulta a um conselho gestor composto de empresas e organizações latino-americanas para a reformulação dos indicadores, que passaram a integrar os aspectos de ASG, de modo concernente com as demandas atuais do setor privado, e a comitês locais, com o propósito de refletir questões mais próprias de cada um dos países.





# INDICADORES

## ETHOS

Há bastante tempo, os Indicadores Ethos vêm auxiliando as empresas em todo o Brasil e na América Latina. Em mais de 20 anos de existência, eles já foram ajustados em consideração aos vários momentos de difusão do tema da responsabilidade social empresarial. Houve a adaptação para micro e pequenas empresas, os guias setoriais, o estímulo à aplicação dos questionários nas cadeias de valor, a adaptação para o contexto da América Latina, a terceira geração, os guias temáticos e, atualmente, a orientação por aspectos do ASG. No Brasil, já foram feitas mais de 8.200 avaliações – com a conclusão da autoavaliação e a emissão do relatório de diagnóstico por meio da plataforma online.

Nessa trilha de desenvolvimento, constatamos frequentemente o quanto essa ferramenta é potente na orientação das empresas para a ação. Sempre que apresentamos os Indicadores Ethos ou dialogamos com empresas sobre o diagnóstico, observamos o efeito dessa ferramenta nas pessoas, ao trazer para a prática, de forma muito tangível e acessível, temas complexos. Além disso, ela traduz em ações as expectativas dos stakeholders e o que é preciso fazer para ter coerência na relação entre os compromissos, os desenvolvimentos e resultados e a comunicação das ações.

Nesse sentido, os Indicadores Ethos e seus guias são um *roadmap*, facilitando a compreensão do que deve ser feito para garantir uma gestão consistente alinhada e compatível com o desenvolvimento sustentável. Mais do que isso, eles possibilitam e estimulam as pessoas a se engajarem em um processo de melhoria contínua e contribuem para que as empresas desenvolvam uma cultura de sustentabilidade.



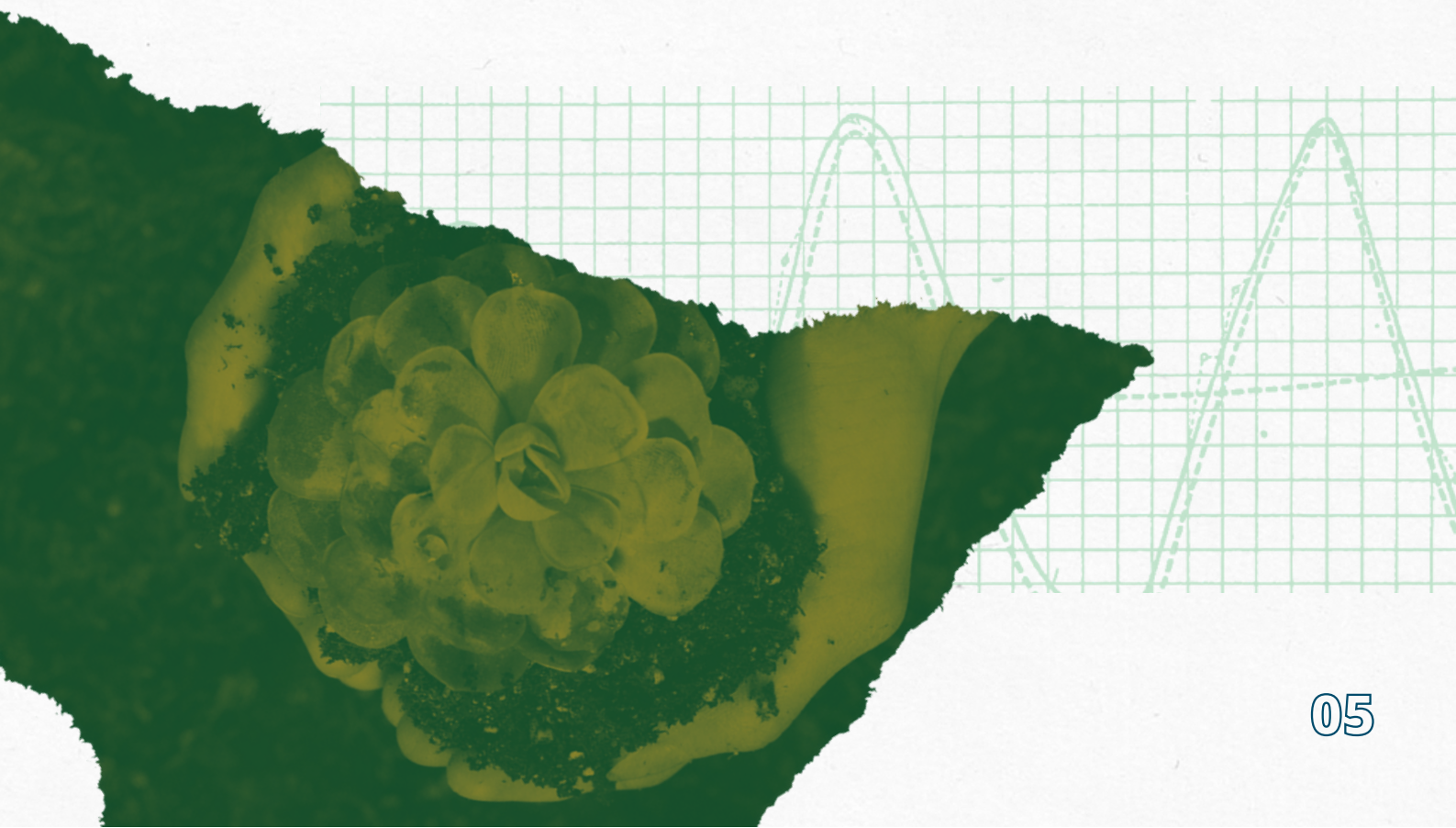
Por isso, disponibilizamos os Indicadores Ethos para as empresas, a fim de que elas tenham um relatório de diagnóstico, agora, na perspectiva ASG. Mas não é só isso: fazemos um convite para que o ASG seja o ponto de partida da evolução e transformação social.

Ao retomar todos os passos dados até aqui, vemos que estamos em um momento particular, no qual a iniciativa privada volta a dar centralidade à conduta empresarial responsável e à agenda do desenvolvimento sustentável, o que é positivo.

Por isso, a atualização dos Indicadores Ethos, resultado de uma parceria latino-americana, é muito oportuna. Por meio dela, criamos referências para o Brasil, a Argentina e o Chile, além dos demais países que desejarem ser parte da mudança.

Entendemos que as empresas são importantes agentes de transformação social. O Instituto Ethos se dispõe a promover um espaço de diálogo, convergência, consenso e parceria. Nem sempre é o caminho mais rápido ou fácil, mas, certamente, é o mais efetivo. Com os Indicadores Ethos, a transformação social está ao alcance das empresas. Eles tornam possíveis as escolhas mais responsáveis e sustentáveis e que as pessoas e as empresas assumam seu papel.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social  
IARSE  
Fundação PROHumana







**CONDUTA EMPRESARIAL RESPONSÁVEL,  
SUSTENTABILIDADE E ASG:**

# **DIFERENÇAS E COMPLEMENTAÇÕES**

Nos últimos anos, uma sigla ganhou força no ambiente empresarial, o ASG. Ele se tornou um parâmetro para os negócios, sendo um dos critérios para o aporte de investimentos e um importante indicador de monitoramento do desempenho empresarial.

Muito difundido nas redes sociais e na imprensa, o ASG tem forte relação com a sustentabilidade. Um termo não é o mero desenvolvimento do outro: ambos estão imbricados. Para o ASG não ser um artifício retórico na prestação de contas e nos relatos de sustentabilidade, e sim o embaixador de métricas, metas e ações das empresas, deve-se dedicar plenamente à atuação no campo do desenvolvimento sustentável.

Esse paradigma, que orienta os negócios para a criação de valor econômico, social e ambiental compartilhado com as partes interessadas, marca a era do capitalismo consciente (ou de stakeholders) e deixa para trás o capitalismo dos acionistas (shareholders), centrado nos resultados dos balanços financeiros. Nessa antiga forma de capitalismo, não havia nenhum engajamento para combater as externalidades que afetam as empresas, como a desigualdade econômica, o desemprego, a fome, a escassez de recursos e a mudança climática.

Por isso, é imprescindível caminhar, rumo ao desenvolvimento sustentável, ao lado dos stakeholders, mantendo as atividades empresariais saudáveis e responsáveis e gerando valor compartilhado. Para se manter perenes, as empresas devem ser incentivadas, por suas lideranças, a exercer a licença social para operar, cujas regras não constam na lei, mas são tácitas na vida social.