

impacto report

Comunicação de Progresso para o Pacto Global das Nações Unidas 2018

report :

sumário

esclarecimento

O processo de relato desta Comunicação de Progresso (COP) – Pacto Global das Nações Unidas serviu para a report como uma preparação para o nosso relato de acordo com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI). Embora o período coberto compreenda de 1º de outubro de 2017 a 30 de setembro de 2018, algumas informações apresentadas procuram contextualizar o histórico da empresa, assim como alguns indicadores refletem um período diverso.

3	nosso impacto
5	conversa com os sócios
10	quem somos
10	nossos compromissos
11	nossa presença
11	nossa participação societária
12	nossas frentes de atuação
12	nossos produtos e serviços
14	nosso time
14	nossos <i>stakeholders</i>
15	nossa governança
15	nossos eventos
16	nosso impacto econômico
18	impacto nos direitos humanos
18	posicionamento e metas
19	prática
19	medição de resultados
21	impacto nas relações de trabalho
21	posicionamento e metas
23	prática
24	medição de resultados
25	impacto no meio ambiente
25	posicionamento e metas
26	prática
27	medição de resultados
30	impacto no combate à corrupção
30	posicionamento e metas
31	prática
32	medição de resultados
33	referência gri
36	créditos e expediente

nosso impacto



nós, diretoria executiva e sócios, declaramos nosso apoio ao Pacto Global, à Agenda 2030 e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

Nosso maior impacto não se encontra na operação, pois somos uma consultoria, classificada como pequena empresa, segundo o critério de número de trabalhadores, ou média empresa, em função do nosso faturamento.

Nossa contribuição mais relevante está em levar a agenda da sustentabilidade para as mais de 250 empresas que atendemos e nos mais de 700 projetos que tocamos desde 2002.

Esse é o impacto report.

nossa crença

a sustentabilidade é a capacidade dos negócios de se alinhar ao espírito do tempo

nosso propósito

Queremos transformar o mundo dos negócios por meio da sustentabilidade

nossos valores

Protagonismo

Queremos estar sempre na liderança do movimento da sustentabilidade, em suas diversas frentes

Inovação

Buscamos soluções que representem avanços para nossos clientes

Colaboração

Gostamos de parcerias e trabalhamos em rede

Comprometimento

Compartilhamos os objetivos de nossos parceiros

Felicidade

Reconhecemos que o trabalho só faz sentido se gerar satisfação

conversa com os sócios majoritários

mundo em transe

transformações cada vez mais rápidas na sociedade exigem respostas constantes do mundo dos negócios. Junto de seus clientes e parceiros, a report trabalha para acelerar a transição para uma nova economia

Ao invés da tradicional mensagem do CEO ou do Chairman, optamos por uma entrevista com os quatro sócios majoritários da empresa, que responderam questões levantadas pela equipe e pela nossa rede de stakeholders. As respostas trazem diferentes visões, algumas complementares, outras divergentes, mas que mostram a urgência do negócio e da sociedade trabalharem neste mundo em transformação acelerada.

QUEM RESPONDE:

Álvaro Almeida, sócio fundador

Estevam Pereira, sócio fundador

Gilberto Longo (Giba), sócio diretor

Sérgio Almeida, sócio diretor

Não está faltando mulher nesta conversa?

Estevam Concordo plenamente. Essa parece ser uma contradição do nosso negócio, que prega diversidade, mas não aplica isso na própria governança. Reputo isso à nossa origem, pois a empresa foi fundada pelo Álvaro e por mim, e depois se expandiu para o design, que tinha como fundadores o Giba e o Sérgio.

Álvaro A ausência de mulheres na diretoria explicita a falta de uma ação afirmativa de nossa parte na tentativa de iniciar esse processo de maior equilíbrio de gênero na empresa.

Sérgio Sinto falta de uma maior diversidade na diretoria, não só de gênero como também de raça e faixa etária, por exemplo, mas deve-se considerar que é uma área com pouquíssima mobilidade. Não entendo como uma contradição evidente porque nunca desconsideramos esse critério, que, na verdade, é caro para nós. Simplesmente não houve oportunidade de mudança.

A report não deveria ter o seu relatório GRI?

Estevam Claro que deveria. Iniciamos esse processo de relato no passado com a ambição de ser uma referência no mercado, fazer o que recomendávamos etc. Com apoio de parceiros *pro bono*, conduzimos consultas a *stakeholders* e chegamos à nossa matriz de materialidade. A ideia era ter um “relatório vivo”, uma plataforma *online* para atualizarmos constantemente o nosso desempenho. Neste longo período, nosso foco foi desviado para enfrentarmos os impactos no nosso negócio de uma economia em crise. Este relatório para o Pacto Global é um passo para retomarmos esse projeto e lançarmos o nosso relatório integrado GRI em 2019. Acabamos de fazer o nosso inventário de emissões e, no último trimestre de 2018, também vamos nos tornar uma empresa do Sistema B – medidas importantes para reafirmarmos nosso compromisso com iniciativas que impulsionamos entre os clientes.

Acho que nem precisamos falar da relevância da sustentabilidade para a report.

Álvaro Nossa origem foi atender a uma demanda emergente de Balanços Sociais, que o Instituto Ethos impulsionava na virada do século. Logo identificamos que a sustentabilidade seria a

abordagem mais abrangente e adequada para o mundo dos negócios e tratamos de estudar e entender o assunto. Nessa trajetória, acompanhamos toda a expansão da Global Reporting Initiative (GRI) no mundo e impulsionamos sua adoção no Brasil. Praticamente todas as pessoas que estão ou passaram pela report acreditam que a sustentabilidade pode e deve transformar o mundo dos negócios. Isso é tão incorporado, que jamais sentimos a necessidade de colocar Crença, Propósito e Valores em nossas paredes.

Qual a estratégia da report para curto, médio e longo prazo?

Estevam Temos uma reputação, uma *expertise* e um conhecimento de mercado que nos motiva a atuar para além do universo dos relatórios. Já trabalhamos para alguns clientes em estratégia de negócios e em comunicação corporativa, mas agora vamos fazer isso de maneira estratégica. Por isso, no final de 2018, abrimos duas novas unidades de negócio, a rpt.estratégia e a rpt.com. Vamos adotar o nome rpt. sustentabilidade para a unidade que continua com foco em processos de relato; a rpt.estratégia nasce para atuar no pensamento estratégico das empresas; e a rpt.com, para incorporar a visão de sustentabilidade, inovação e nova economia à comunicação das

empresas. (nota: nas próximas semanas, deveremos oficializar a parceria que estamos celebrando com uma empresa de comunicação e relações públicas que já atua no mercado).

Giba No curto prazo, a questão ainda é bem financeira e com esforços mais concentrados no negócio relatório. Na perspectiva de receita precisamos manter nosso limiar de faturamento – o que já significa um grande desafio, frente a tendência de queda nos tickets médios. Pelo lado do custo, significa redução – buscando alternativas em nossos processos internos e junto a nossa rede de parceiros – que ajudem a melhorar nossa performance financeira. Na rpt.sustentabilidade, precisamos nos apoiar em tecnologia para melhorar a produtividade. E, nas outras duas unidades de negócios, precisamos de mais esforços e investimentos para aumentar a receita.

Quais os desafios e os objetivos para os próximos três a cinco anos?

Sergio Na rpt:sustentabilidade, nosso maior desafio é nos mantermos rentáveis em meio à crise econômica e ao consequente embrutecimento das relações com fornecedores. Temos que encontrar soluções para manter nossa qualidade e reputação, respeitar nossa

rede e atender nossos clientes, mantendo uma rentabilidade viável apesar do crescente achatamento dos valores dos contratos. Nas outras duas áreas de negócio, rpt:estratégia e rpt:com, o desafio é avançar comercial e operacionalmente, consolidar as duas marcas no mercado, conseguir crescer em reputação, operação e receita e contribuir mais significativamente para o resultado da empresa como um todo.

Que tendências estão afetando o negócio, inclusive de contexto?

Gilberto Temos algumas variáveis importantes, fatos novos e tendências já conhecidas que estão se confirmando. Apesar do aumento considerável de “entrantes” no universo da sustentabilidade, há também um aumento importante dos competidores, o que tem tornado as disputas cada vez mais acirradas – e reforçado a necessidade de sermos cada vez mais competitivos. Companhias que se encontram em estágios mais evoluídos internalizaram processos de gestão e comunicação da sustentabilidade. Por outro lado, precisam de maior apoio para revisar suas estratégias frente aos constantes novos desafios. A entrada de empresas de menor porte nos ajuda a inferir que a pressão das grandes em seus elos

produtivos finalmente esteja surtindo efeito. Também vale destacar que os ODS têm se tornado o novo e pragmático fio condutor da comunicação corporativa dessas empresas, o que nos leva a estudar o tema e nos envolver ainda mais ativamente na agenda 2030.

Quais os principais eventos positivos e negativos de 2018?

Sergio Na rpt:sustentabilidade, pode-se dizer que a provável manutenção do resultado e rentabilidade do negócio em 2018 seja um evento positivo, especialmente se considerarmos a constante diminuição do *ticket* médio e o acirramento da concorrência. Mas os avanços mais marcantes de fato foram a consolidação e lançamento das duas novas áreas de negócio, rpt:estratégia e rpt:com. Podemos ainda citar como eventos negativos a significativa extensão dos prazos de pagamentos de nossos clientes e o grande aumento da ocorrência de atrasos em recebimentos, comprometendo o fluxo de caixa e gerando custos financeiros não previstos.

A empresa vai atingir as metas do ano?

Gilberto As metas de receitas estão bem próximas de ser atingidas: faltando ainda mais de dois meses

para o final do ano, precisamos de menos de 5% da receita bruta total. Por outro lado, os resultados atingidos pelas unidades de negócios acabaram não se compondo como originalmente havíamos desenhado. A rpt:com não decolou no prazo que queríamos. E a rpt:estratégia teve um resultado um pouco abaixo do esperado. Ambas foram compensadas por resultados melhores da rpt:sustentabilidade.

Quais os acertos e os erros nos últimos anos e como eles estão contribuindo para o planejamento de futuro? (Talita Fusco, ex-report e, hoje, na nossa rede)

Estevam Crescemos loucamente até o primeiro semestre de 2012. A partir de então, o mercado começou a mudar e, num primeiro momento, não vislumbramos a necessidade de ajustar o negócio. Esse foi um baita erro que empurrou a empresa a se alavancar e, depois, a tomar medidas duras, como, por exemplo, reduzir a equipe fixa. Aprendemos que não se pode ter medo de tomar decisões. Também aprendemos que precisamos trabalhar mais em rede, envolvendo pessoas que já passaram pela report e novos parceiros.

Sérgio Erro foi, por volta de 2013/2014, não tomar as decisões mais difíceis na hora correta, que eram

chave para a sobrevivência do negócio quando o mercado dava sinais que a era do nosso crescimento anual de dois dígitos estava no fim. Além de uma certa hesitação, contribuiu para isso uma administração de custos e receitas muito primária, sem condições de antecipar cenários, o que atrasou a percepção que o modelo era inviável até chegarmos num ponto crítico.

Acerto foi a convicção de apostar na capacidade e comprometimento da equipe, aumentando sua autonomia, abrindo mão dos mecanismos de controle e promovendo ainda um maior engajamento por meio de total transparência de uma gestão financeiro-administrativa (bem mais aprimorada) e processos de decisão compartilhados. Outros dois acertos: combater custos diariamente e aprimorar os processos de prospecção de novos negócios. Hoje sabemos que é fundamental fazer uma constante gestão de custos, acompanhar de perto o fluxo financeiro com análise de cenários e resultados, adaptar continuamente os processos operacionais, promover sempre o bom clima organizacional e manter o espírito empreendedor em busca de novas frentes de crescimento.

Álvaro Tem lições muito impressionantes: fizemos nossa virada em meio à crise econômica graças, sobretudo, a todos que permaneceram na

report e acreditaram no futuro da empresa. Graças também a uma nova governança, muito mais inclusiva e a uma transparência financeira radical na qual todos os sócios podem acompanhar em tempo real as condições do caixa e das contas a pagar e receber da empresa.

Gilberto Tem um outro aspecto importante que essa nova governança trouxe, que é o engajamento de todos os sócios (e também da rede) em relação às imposições que o mercado traz – questões como competitividade, satisfação e fidelização dos clientes passam a ser tratadas de forma mais transversal e com responsabilidade compartilhada.

Inicialmente se falava em reciclagem, depois responsabilidade corporativa e sustentabilidade. Há a perspectiva de mudança para um outro cenário, que englobe várias outras correntes ligadas ao tema? (Ivalder Rodrigues, da Stilgraf)

Álvaro O conceito de sustentabilidade já traz essa abrangência que permite englobar a diversidade atual de demandas sobre os negócios e, muito provavelmente, as futuras. Isso porque sustentabilidade é muito mais uma jornada do que um ponto de chegada.

A Report é uma empresa diretamente ligada à nova economia, com processos mais flexíveis de trabalho e um modelo de rede. Para além das vantagens, em que medida isso representa um risco ao negócio? (Guto Lobato, sócio)

Álvaro Acho que claramente representa hoje uma fortaleza de nosso negócio. Estamos mais adequados às necessidades de toda a nossa rede de relacionamentos, inclusive a quanto esse mercado está disposto a pagar pelos nossos produtos neste contexto econômico. Isso exige alinhamento constante com toda a rede de relações, transparência e alguma coragem para fazer o novo. Quanto aos riscos, eles têm sido mitigados por meio de muito alinhamento e transparência nas relações.

É possível conceber uma métrica, um indicador, uma metodologia de avaliação, que possa aferir o impacto positivo real de nossos projetos nos clientes? (Marco Antonio Barbosa, sócio)

Álvaro Isso faz todo o sentido e precisa ser desenvolvido. Esse é o novo limiar de exigência sobre as empresas: buscar o impacto positivo por

meio de seus negócios e demonstrar o resultado alcançado. Esta Comunicação de Progresso é a semente deste processo na report.

Tem como amenizar o *greenwashing* e fazer com que as empresas apresentem mais objetivamente os verdadeiros desafios que enfrentam? (Raymond Maddock, da nossa rede de tradutores)

Sérgio Se olharmos numa perspectiva mais ampla, dá para afirmar que, de forma geral, a prática do *greenwashing* reduziu significativamente nos últimos dez anos. Isso se deu principalmente por uma maior maturidade das empresas, que, de publicação em publicação, foram aprimorando seus relatórios. A report sempre contribuiu para isso construindo os relatos e fazendo, no processo, recomendações contra o *greenwashing*, a autopromoção, a supervalorização de *compliance* e outros vícios que já foram bem mais recorrentes. Procuramos deixar claro que essas práticas trazem mais prejuízos do que benefícios para a imagem da empresa e para a própria razão de ser do relatório. Entretanto, o nosso nível de influência nas decisões dos clientes tem limites. O avanço ocorre, mas é lento e sedimentar, pois entra no âmbito da própria cultura de comunicação e gestão das empresas.

A variedade e o desafio criativo impulsionam e trazem satisfação ao designer. A report busca oferecer novos serviços? (Naná de Freitas, da nossa rede de design)

Sérgio Entendo que nossa equipe de design é muito qualificada e tem capacidade para fazer muitas outras entregas, além do material basicamente institucional que é o nosso dia-a-dia. Isso fica claro em algumas marcas e identidades que já criamos, além de materiais de divulgação, como posts, cartazes etc. Mas não temos uma prospecção de negócios nesse sentido, pois nessa área a *expertise* em sustentabilidade não é relevante – e, por isso, acabam sendo trabalhos casuais e esporádicos. De fato, é uma capacidade que não exploramos ainda. Mas não temos planos no médio prazo para trabalhar nisso, a prioridade no momento é consolidar as novas unidades de negócio. Por outro lado, é provável que as duas demandem com mais frequência novos trabalhos para os designers, incluindo apresentações, press kits, materiais de eventos, coisas que podem talvez quebrar a rotina e gerar alguns desafios mais estimulantes.

quem somos

a report é uma consultoria de sustentabilidade com 16 anos de estrada e mais de 700 projetos executados

Fundada no Brasil em 2002, a report tem o propósito de, por meio de atividades de comunicação, consultoria e conhecimento, apoiar as empresas na integração da sustentabilidade nas suas estratégias e na sua gestão.

Pregamos que, mais que um conceito acoplado ao discurso empresarial, a sustentabilidade deve ser um impulso transformador dos negócios, capaz de conectar as organizações ao espírito do nosso tempo.

nossos compromissos

Ocupamos uma posição de protagonismo na disseminação das diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) no Brasil. Trabalhamos também em prol do International Integrated Reporting Council (IIRC) e de iniciativas de referência, como o Sistema B, o Dow Jones Sustainability Index e o Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3. Somos associados ao Instituto Ethos, à Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) e à Rede Brasileira do Pacto Global.



Pacto Global
Rede Brasil

Sistema B

A report se comprometeu a se tornar uma empresa B em 2018. O sistema reúne 1.860 organizações ao redor do globo que assumiram o compromisso expresso de aliar lucro a benefícios sociais (daí o termo “benefit corp”, de onde sai a letra “b”).

Na América Latina, 9 empresas B são provenientes da Argentina, 27 do Brasil, 24 do Chile, 10 da Colômbia, 3 do México, 1 do Paraguai, 2 do Peru e 4 do Uruguai.

A report apoiou a Natura a conquistar a certificação, tornando-se então a maior companhia do mundo a ser Empresa B.



nossa presença

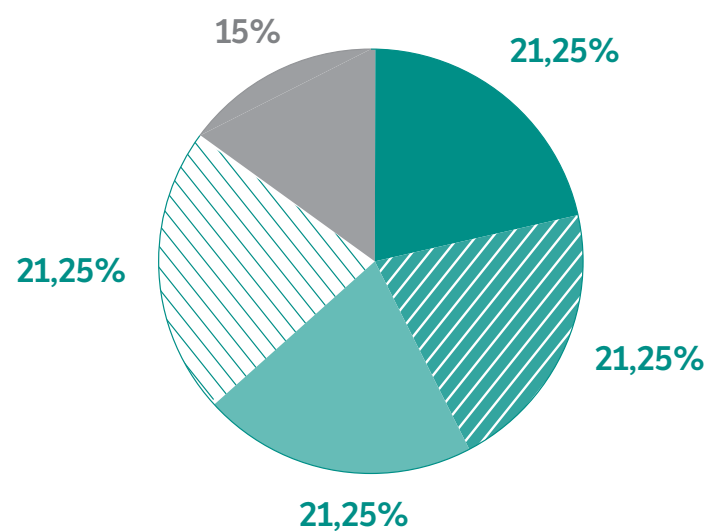
Com presença em São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Belo Horizonte (MG), temos atendido clientes em todas as regiões do país

1. São Paulo
matriz

2. Rio de Janeiro
escritório em *coworking*

3. Belo Horizonte
posto de trabalho em *coworking*

4. Lisboa, Portugal
designer que trabalha remotamente



nossa participação societária*

A report é uma empresa limitada, com o capital distribuído entre 18 sócios

- Álvaro Almeida
- Estevam Pereira
- Gilberto Longo
- Sérgio Almeida
- 14 sócios minoritários

*Em setembro de 2018.

nossas frentes de atuação

Em 2018, intensificamos a reflexão sobre a atuação da report nas suas diversas frentes.

O planejamento da empresa apontou para a necessidade de um posicionamento em três unidades de negócio próprias: relato e comunicação de resultados (rpt:sustentabilidade), consultoria estratégica (rpt:estratégia) e comunicação corporativa (rpt:com).

rpt : sustentabilidade

já consolidada como líder no mercado de processos de relato

rpt : estratégia

início do posicionamento no mercado no quarto trimestre de 2018

rpt : com

em negociação para definição de parcerias e modelo de operação

nossos produtos e serviços

Realizamos, entre outubro de 2017 e setembro de 2018, 65 projetos em 51 clientes dos mais variados portes, setores e regiões do País

Entregamos 41 relatórios integrados, anuais e de sustentabilidade, 11 consultorias em estratégia e gestão estratégica e 5 processos de priorização de temas de sustentabilidade, entre outros projetos.

Ofertamos um conjunto de serviços que, de 2002 a 2018, somava aproximadamente 700 trabalhos, abrangendo cerca de 250 clientes dos mais diversos segmentos e portes.

Com os parceiros que cultivamos em nossa rede, ampliamos a nossa atuação em diversas áreas, tendo sempre como elemento direcionador a sustentabilidade.



produtos e serviços

processos de relato | consultoria para desenvolvimento de relatórios de sustentabilidade, integrados e anuais

materialidade | identificação de temas relevantes para o negócio, com base em padrões globais (AA1000, IFC etc.)

gestão de indicadores | treinamentos, monitoramento, estudos setoriais e gestão dos indicadores GRI, ISE, DJSI, ODS

planejamento e estratégia | planejamento estratégico, definição de propósito e governança (específico de sustentabilidade ou do negócio)

consultoria para prêmios | gestão de processos de premiações e produção de cases

atendimento a pesquisas e questionários | apoio no levantamento de informações e no preenchimento das respostas

encontros e debates | organização de eventos e grupos de estudo e trabalho, com parceiros nacionais e internacionais

relacionamento com *stakeholders* | planejamento, mapeamento, monitoramento e engamento com os diversos públicos estratégicos

investimento social privado | consultoria e estratégia, direcionamento de recursos (causa/ação)

estudos e pesquisas | produção, tradução e revisão de documentos de referência sobre práticas e tendências da sustentabilidade

publicações | conteúdo e design de revistas, livros, formato on-line, folders, vídeos e cartilhas

planos de comunicação e campanhas institucionais | planejamento e criação

assessoria de comunicação on-line e off-line | planejamento, estratégia, divulgação, identificação de oportunidades e canais, preparação de material para exposição qualificação na imprensa e nas mídias sociais

public relations | ações de relacionamento com os públicos

auditorias de imagem de comunicação interna e externa | levantamento da imagem da empresa e de sua comunicação em segmentos específicos

monitoramento de mídias impressas, audiovisuais e digitais | gestão de clipping, sinopses, análises e relatórios

mapeamento de riscos | identificação dos riscos de imagem

programas de prevenção e gestão de crises | preparação de materiais e da equipe para eventuais situações críticas

media training | preparação de porta-vozes para entrevistas e relacionamento com a mídia

nosso time

somos 25 profissionais trabalhando na report, entre associados, contratados sob o regime CLT e terceiros.

Ao considerarmos a rede de parceiros, esse número chega a 50 pessoas.

Nossa rede de parceiros é formada por jornalistas, consultores, designers, webdesigners, programadores, gestores, revisores, tradutores, fotógrafos, infografistas e produtores de vídeo e áudio. Esses profissionais participam de treinamentos e de trocas de conhecimento conosco.

O trabalho em rede é coerente com nossa atuação colaborativa, pois os parceiros fazem parte de uma relação construída com confiança e afinidade de valores.

Também temos uma parceria estratégica com a DNV GL desde 2014.

nossos stakeholders

sócios

Sócios majoritários
Sócios minoritários

equipe

Empregados CLT
Terceiros
Terceiros temporários

rede

Freelancers de conteúdo
Freelancers de design
Consultores parceiros
Ex-report

fornecedores

Fotógrafos
Infografistas
Revisores
Tradutores
Produtores de vídeo
Produtores de áudio
Fornecedores de insumos
Gráficas

entidades

Institutos e organizações
(Ethos, Cebds, Aberje, Pacto Global, Sistema B, GRI, Sustainable Brands)

clientes

Clientes
Ex-clientes
Prospects

mercado

Mídia especializada
Formadores de opinião
Concorrentes
Públicos espontâneos

governo

instituições financeiras

nossos eventos

Procuramos estar presentes em boa parte dos eventos ligados à sustentabilidade e à inovação que são organizados em São Paulo e no Rio de Janeiro, mas também em alguns de fora do País que possam trazer impacto para o negócio.

Estivemos presentes no The Official Integrated reporting Convention 2017 – Unlocking value for future-fit organizations, realizado pelo International Integrated reporting Council (IIRC), em Amsterdã, na Holanda. Também participamos do SDGs in

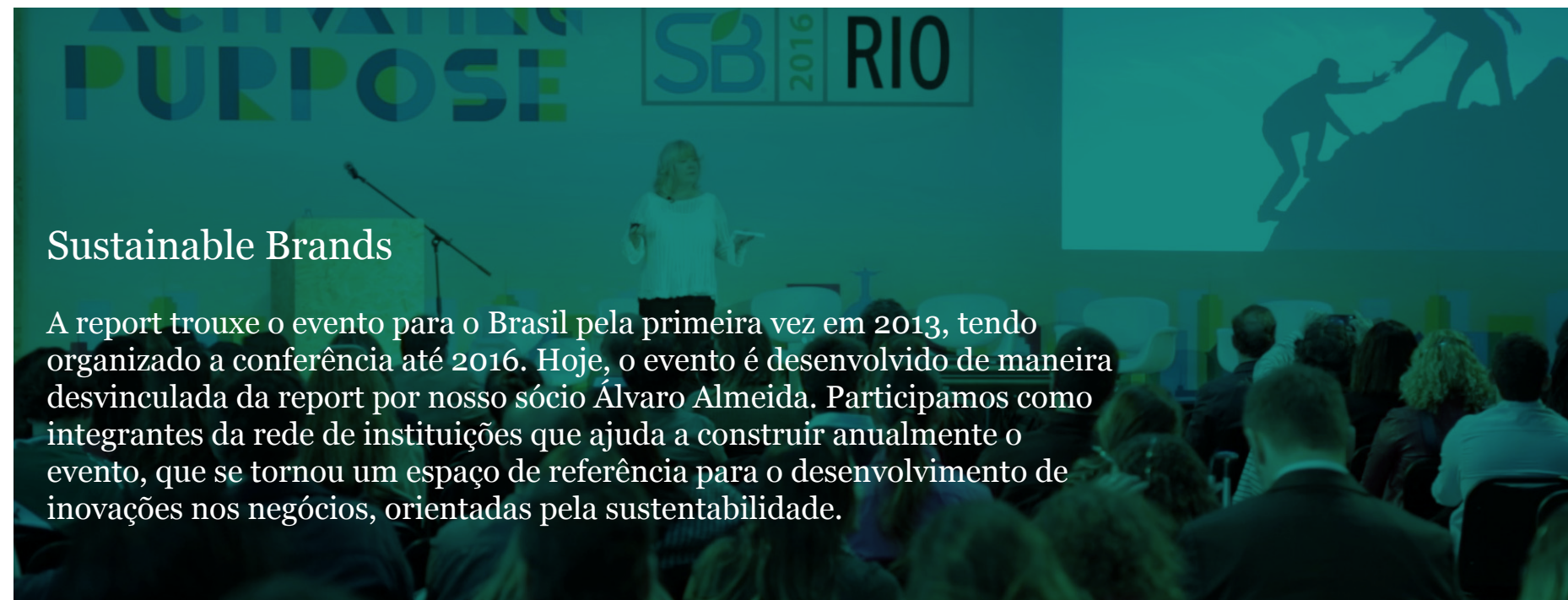
Brazil – The role of the private sector, evento organizado pela Rede Brasil do Pacto Global das Nações Unidas em parceria com a PwC e a World Observatory, em Nova Iorque, Estados Unidos, no mesmo período da Assembleia Geral da ONU.

Realizar eventos presenciais e webinars é outra maneira de compartilhar conhecimento e aprender com clientes e parceiros, abordando temas como GRI Standards, Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e cases de relato e estratégia.

nossa governança

Nas assembleias gerais, organizadas periodicamente ao longo do ano, os sócios majoritários e os minoritários dispõem de um fórum para deliberação e tomada de decisões estratégicas. Entre os tópicos examinados estão:

- **Prestação de contas financeiras;**
- **Apresentação de medidas operacionais;**
- **Apresentação e aprovação do orçamento;**
- **Aprovação da entrada de novos sócios;**
- **Votação sobre assuntos polêmicos.**



Sustainable Brands

A report trouxe o evento para o Brasil pela primeira vez em 2013, tendo organizado a conferência até 2016. Hoje, o evento é desenvolvido de maneira desvinculada da report por nosso sócio Álvaro Almeida. Participamos como integrantes da rede de instituições que ajuda a construir anualmente o evento, que se tornou um espaço de referência para o desenvolvimento de inovações nos negócios, orientadas pela sustentabilidade.

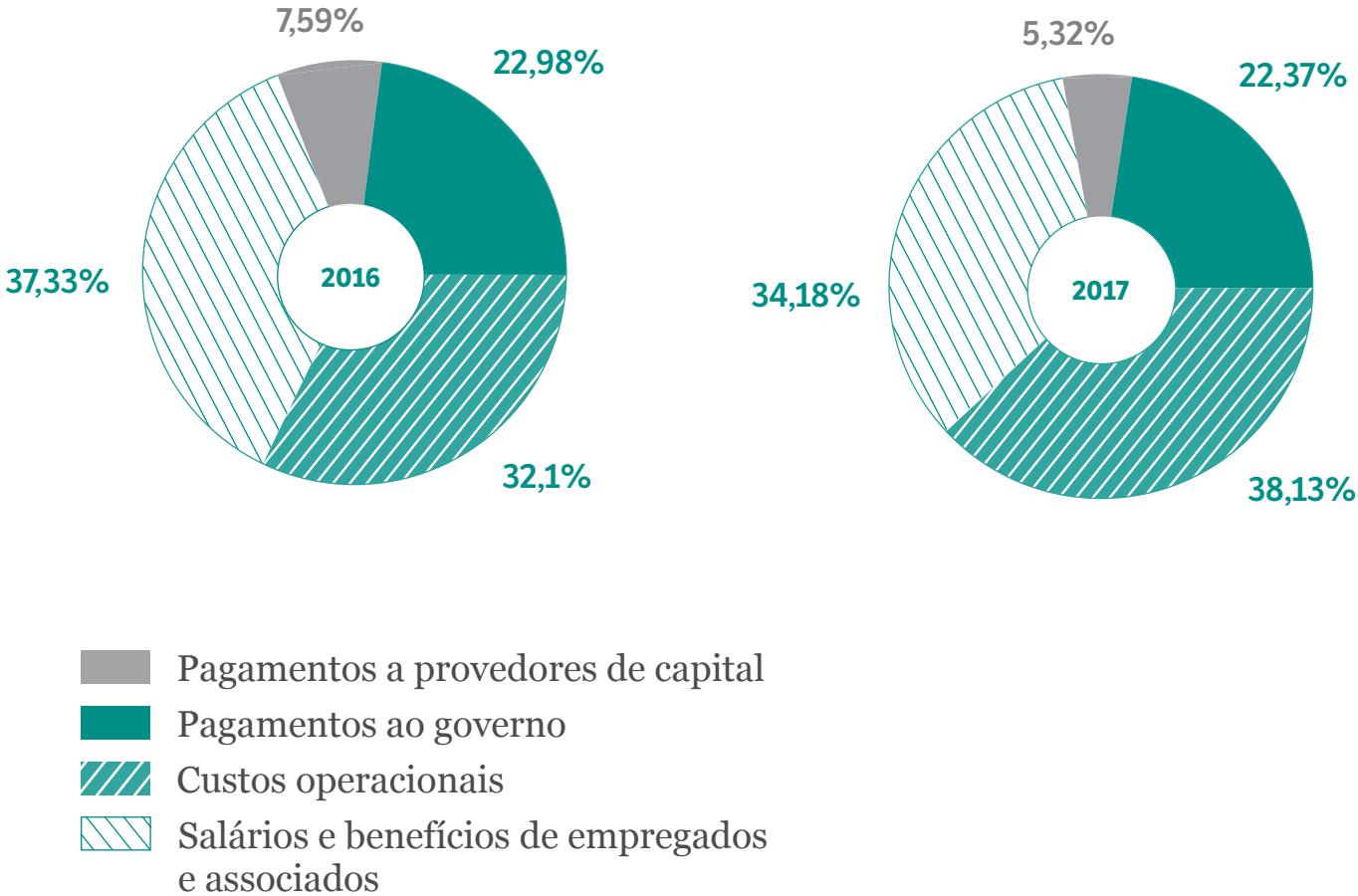
nosso impacto econômico

Demonstração de Valor Adicionado - DVA

	2016	2017
Valor econômico direto gerado (R\$)		
Receitas (R\$)	6.016.512,82	6.393.198,06
Valor econômico distribuído (R\$)		
Custos operacionais	1.767.324,64	2.242.827,58
Salários e benefícios de empregados	2.055.228,30	2.010.208,89
Pagamentos a provedores de capital	417.953,56	312.616,36
Pagamentos ao governo	1.265.413,25	1.315.947,71
Investimentos na comunidade		
Total	5.505.919,75	5.881.600,54
Valor econômico retido (R\$)		
Valor econômico direto gerado menos valor econômico distribuído	R\$ 510.593,07	R\$ 511.597,52

Nota: a Report trabalha por meio de contratos de médio / longo prazo com seus clientes e com prazos de recebimento por vezes extensos, o que dificulta uma análise econômico-financeira por competência. Diante disso, desde 2015 optou-se por realizar a análise e acompanhamento financeiros por regime de caixa. Os dados reportados são gerenciais, que são os que contém informações detalhadas para obtenção do DVA.

valor econômico distribuído



leia mais

sobre a história, os projetos, os cases e outras informações institucionais da report, visite os nossos sites:

www.reportsustentabilidade.com.br



www.rptestrategia.com.br



impacto nos direitos humanos

posicionamento e metas

- > Descrição da relevância dos direitos humanos para nós, incluindo avaliação de riscos.
- > Descrição de políticas, compromissos públicos e metas sobre Direitos Humanos.

princípios de direitos humanos

(UNGC1 e UNGC2)

- **Princípio 1:** As empresas devem dar apoio e respeitar a proteção aos direitos humanos proclamados internacionalmente; e
- **Princípio 2:** certificarem-se de que não sejam cúmplices de abusos dos direitos humanos.

Estamos comprometidos com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, que celebra 70 anos de existência em 2018 e é um marco civilizatório para todas as nações. Defendemos as liberdades individuais e trabalhamos em prol da disseminação de informação qualificada e precisa sobre o assunto.

Entendemos que é nosso dever e responsabilidade levar a agenda de direitos humanos para nossa carteira de clientes, contribuindo para sua reflexão sobre riscos e caminhos de melhoria em seus negócios.

Além disso, trabalhamos para compartilhar conhecimento e práticas na cadeia de valor – especialmente em nossas relações com fornecedores e parceiros comerciais, coibindo e proibindo atos que configurem

riscos ou violações concretas dos direitos humanos.

No nosso Código de Conduta, estabelecemos as linhas gerais sobre o assunto, com destaque para:

- Valorização da diversidade na força de trabalho e nos parceiros;
- Total intolerância a casos de discriminação (por origem geográfica, religião, condição socioeconômica, etnia, gênero, identidade de gênero, posição político-ideológica etc.);
- Comprometimento de todo parceiro de negócio da report com nossos valores e com a proteção aos direitos humanos fundamentais.

prática

> Ações concretas para implementar políticas, gestão de riscos e resposta a violações de Direitos Humanos

Em 2017, elaboramos e começamos a divulgar internamente nosso Código de Conduta. No primeiro semestre de 2018, estruturamos o Comitê de Ética, responsável pela avaliação de queixas e denúncias, e iniciamos um planejamento específico para a comunicação do documento.

comitê de ética

3 membros de diferentes áreas da report participam, em média, de 6 reuniões/ano

código de conduta

[Leia aqui](#)

A construção do código se deu em um processo colaborativo, com um grupo de trabalho que mobilizou pessoas de todas as áreas da empresa – administração, negócios, gestão, conteúdo, consultoria e design. A aprovação do texto se deu no ambiente da assembleia de sócios.

A ideia foi avaliar todos os riscos e caminhos de melhoria da report e sua rede de relações em temas de ética, conduta e integridade.

Além de aspectos anticorrupção, trabalhistas e sociais, os direitos humanos têm destaque, com posicionamento explícito sobre temas como o combate ao trabalho escravo e infantil e à discriminação.

Antes do código, já tínhamos o posicionamento de não trabalhar com empresas envolvidas sistematicamente em violações de direitos humanos. Casos polêmicos são sempre analisados pela assembleia de sócios da empresa.

medição de resultados

> Descrição de ferramentas de monitoramento e avaliação de desempenho

Nosso principal indicador de avaliação em aspectos de direitos humanos, hoje, é o total de casos reportados de violação ao nosso Código de Conduta, acompanhado das medidas tomadas em resposta.

Ocorrências em direitos humanos

Denúncias recebidas pelo Comitê de Ética	1
Natureza	Assédio
Denúncias apuradas entre 2017 e junho de 2018	1
Relacionamentos e parcerias suspensos em decorrência da investigação	1

Adicionalmente, acompanhamos eventuais casos de violação de direitos humanos na Report e em sua cadeia de valor (fornecedores e parceiros) – entre 2017 e 2018, por exemplo, não tivemos registro de riscos e/ou ocorrência trabalho escravo, infantil ou análogo à escravidão. Também não foram registrados casos de discriminação. O único caso de assédio, acima apontado, foi o reportado ao Comitê de Ética.

caso em 2018: nossa resposta

Durante o ano, o Comitê de Ética da report recebeu seu primeiro relato de potencial caso de violação do Código de Conduta. A ocorrência envolveu um representante de um cliente da report, atendido pelo escritório de São Paulo, que teria assediado moralmente nossa equipe.

A denúncia, feita por uma profissional da rede, foi avaliada internamente pelo comitê, com apoio em consulta aos profissionais envolvidos e ao histórico de relacionamento com a empresa. Por fim, decidiu-se que a report não renovaria contrato com o cliente. A empresa foi comunicada de que não apresentáramos proposta, dada a dificuldade de relacionamento. Essa comunicação foi feita por telefone.

Setores empresariais controversos

O dilema de trabalhar ou não com clientes de setores controversos sempre esteve presente na report

Anualmente, de temporada em temporada, avaliamos nossa participação em concorrências e contratações para prestar serviço a empresas que têm negócios potencialmente danosos em aspectos de direitos humanos, sociais e/ou ambientais.

No final de 2017, a questão ressurgiu quando fomos procurados por uma empresa com potenciais impactos na esfera de direitos humanos, divulgados pela imprensa. Uma assembleia extraordinária de sócios foi convocada para tomar a decisão. Apresentaram-se argumentos contra e a favor, e um especialista externo foi ouvido.

Como resultado, seis pessoas votaram por declinar do projeto, sete votaram por aceitar o cliente, mas com ressalvas: a empresa deveria se posicionar de maneira transparente sobre as questões polêmicas.

Apresentamos esse posicionamento para a empresa, mas não fomos contratados. Não podemos afirmar se essa decisão se baseou nas condições que apresentamos ou em outros fatores, como o valor do investimento financeiro.

impacto nas relações de trabalho

princípios do trabalho

(UNGC3, UNGC4, UNGC5, UNGC6)

- **Princípio 3:** as empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
- **Princípio 4:** a eliminação de todas as formas de trabalho forçado e compulsório;
- **Princípio 5:** a abolição efetiva do trabalho infantil; e
- **Princípio 6:** a eliminação da discriminação com relação a emprego e profissão.

posicionamento e metas

- > Descrição de importância dos direitos no trabalho para a report, incluindo riscos e oportunidades;
- > Descrição de políticas, compromissos públicos e metas sobre o assunto.

Somos, na report, uma equipe enxuta de 25 profissionais, distribuídos entre sócios majoritários, sócios minoritários, trabalhadores em regime CLT e profissionais temporários, atuantes na temporada de relato.

Trabalhamos em diversas regiões do País e nosso perfil é multicultural: temos gaúchos, paulistas, paraenses, baianos, paranaenses e cariocas na equipe, atuando presencial ou remotamente em Portugal e nos estados brasileiros de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. A formação também é diversa: jornalistas, publicitários, cientistas políticos, designers gráficos, administradores e artistas visuais.

Com relação ao nível de formação, 4% do quadro tem nível médio, 48% da equipe fixa tem nível superior e 48% conta com pós-graduação *lato e/ou stricto sensu*. Com essa *expertise* que alia academia e mercado, estamos preparados ao dinamismo do mercado e aos segmentos em que atuamos, tendo o conhecimento e o preparo dos profissionais como uma vantagem competitiva da report.

Temos a felicidade entre nossos valores e, na prática, isso se traduz em esforços para garantir um ambiente diverso, acolhedor, seguro, fácil de se aliar à vida pessoal e aberto à qualificação dos profissionais. Em consulta direta ao público interno, mapeamos que bem-estar e qualidade de vida são temas críticos nos quais devemos trabalhar.

nossa equipe fixa*

Por categoria funcional	
Diretoria	4
Técnica/supervisão	8
Administrativo	2
Operacional	11
Total	25

* Os indicadores não incluem profissionais freelancers, temporários e fornecedores; incluem sócios majoritários e minoritários, profissionais CLT e temporários atuantes durante a temporada. Todos os trabalhadores fixos atuam em regime de jornada integral. Dados consideram o período de 01/09/17 a 31/08/2018.

Por contrato de trabalho e gênero			
	Homens	Mulheres	Total
Tempo determinado	4	5	9
Tempo indeterminado	11	5	16
Total	15	10	25

Por região			
	Tempo determinado	Tempo indeterminado	Total
Sudeste – SP	8	12	20
Sudeste – RJ	1	3	4
Exterior – Lisboa	0	1	1
Total	9	16	25

Por faixa etária		
	Homens	Mulheres
Abaixo de 30 anos	2	3
Entre 30 e 50 anos	10	6
Acima de 50 anos	3	1
Total	15	10

14 pessoas

participam da assembleia de acionistas, a principal instância de governança da report

prática

Descrição de nossas ações para implantar políticas, reduzir riscos e responder a possíveis violações trabalhistas.

Temos uma trajetória de estudos sobre nossa cultura interna e nossas oportunidades de crescimento. Nos últimos anos, consultas abrangeram 100% de nossa equipe, com grupos de trabalho que refletiram sobre nossas condições internas e nossa cultura.

Em 2015, com apoio de um parceiro especialista, fizemos um diagnóstico cultural baseado na metodologia de Barrett; como resultado, mapeamos temas críticos, valores e atitudes da report. Esse processo foi pausado, em função de uma reestruturação que vivemos naquele período; no

entanto, até hoje o utilizamos como insumo para planejar ações de estímulo ao capital humano.

Outra etapa de diálogo foi na construção de nosso Código de Conduta, um processo iniciado em 2017 que teve evolução significativa na consulta à equipe e, também, à rede de parceiros.

Não temos políticas ou comitês formais relacionados à gestão de pessoas, algo que consideramos natural dado o pequeno porte da equipe fixa. No entanto, várias ações são adotadas para garantir um bom ambiente de trabalho. Algumas são:

Home office: desde o início da década, temos uma iniciativa de trabalho remoto que permite a quase todos os profissionais da report possam trabalhar em casa, com maior flexibilidade e qualidade de vida. A medida é especialmente relevante por termos pessoas em cidades de regiões metropolitanas e em outro país (Portugal).

Treinamentos e capacitações: periodicamente, realizamos treinamentos destinados aos profissionais internos e de nossa rede, incluindo jornalistas, designers e consultores de sustentabilidade, com informações sobre as normas GRI, padrões de relato e tendências da área. Na temporada 2017/2018 foram três encontros.

Apoio à participação em eventos: a report custeia quando possível a participação de seus profissionais em importantes eventos nacionais e internacionais da área. Entre 2017 e 2018, estivemos na Holanda, nos Estados Unidos e em diversos encontros no Brasil para discutir experiências e casos relacionados à sustentabilidade e inovação. Incentivamos a equipe a frequentar eventos em espaços de inovação, como o InovaBra, o Cubo e o Google Campus São Paulo.

medição de resultados

Descrição de como monitoramos nosso desempenho em aspectos trabalhistas.

Fazemos um acompanhamento contínuo, de modo informal, das condições de trabalho de nossos profissionais e dos parceiros da rede. Todas as situações são, se necessário, discutidas pelos sócios majoritários e/ou em assembleia extraordinária de sócios.

Não temos histórico de casos de violação de direitos trabalhistas, e permanecemos sem ocorrências em 2017/2018. O risco de ocorrência de trabalho escravo ou infantil não é considerado significativo na empresa, dada a natureza do negócio. O tema, porém, está entre as preocupações da report no diálogo com os clientes e parceiros.

No período de 01/09/17 a 31/08/2018, desconsiderando terceiros, houve a contratação de três empregados fixos, todos de São Paulo, sendo duas mulheres com idades entre 30 e 50 anos e um homem com idade abaixo de 30 anos. Isso representa 12% do total de empregados. No mesmo período, deixaram a empresa dois empregados fixos (8% dos empregados), um funcionário e uma funcionária, ambos com idade de 30 a 50 anos, que trabalhavam na unidade de São Paulo.

impacto no meio ambiente

princípios ambientais (UNGC7, UNGC8, UNGC9)

- **Princípio 7:** as empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
- **Princípio 8:** realizar iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental; e
- **Princípio 9:** encorajar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias que não agredem o meio ambiente.

posicionamento e metas

- > Descrição da relevância da proteção ambiental, com riscos e oportunidades para a report;
- > Descrição de nossos compromissos, políticas e metas sobre o assunto.

Por sermos uma empresa de pequeno a médio porte, com pouco mais de profissionais fixos e atividades operacionais diretas em apenas dois escritórios – um em São Paulo (sede), outro em uma estrutura de *coworking* na cidade do Rio de Janeiro –, consideramos não exercer impacto ambiental significativo na operação direta.

Mesmo assim, desenvolvemos ações de eficiência ambiental relacionadas aos processos gráficos e de impressão de relatórios, à reciclagem de resíduos e à busca de modelos mais simples e eficientes de se trabalhar.

prática

Descrição de nossas ações concretas para implementação de políticas, redução de riscos e resposta a incidentes.

Uma das mais relevantes medidas tomadas pela empresa, diretamente ligada às suas atividades e aos negócios, é a adoção de critérios de contratação para empresas fornecedoras de serviços gráficos.

Hoje, nossa política é trabalhar com gráficas que utilizam papel certificado (FSC) e tintas à base d'água, salvo em casos excepcionais em que os próprios clientes têm contratos com gráficas por eles acionadas para impressão. Temos gráficas credenciadas para atuar nos projetos em que indicamos diretamente o parceiro ao cliente.

Em 2017, considerando impressões de relatórios de clientes quando este serviço de acompanhamento das impressões estava previsto em contrato, foram impressas 260.308 folhas, o que representa, adotando uma estimativa de 6,67 gramas por folha em média, um total de 1,735 tonelada de papel impresso.

Além disso, todos os resíduos considerados perigosos ou de maior impacto – lixo eletrônico, baterias e pilhas – são destinados adequadamente. Em relação à geração de resíduos não perigosos na unidade de São Paulo,

estimamos geração média de 0,48 tonelada por ano, com 5% de plástico, 5% de papel e o restante de resíduos orgânicos. Nossos resíduos são coletados e encaminhados pela prefeitura até o Aterro Sanitário de Caieiras, que faz a recuperação do gás metano oriundo da decomposição dos resíduos para geração de energia elétrica.

No que concerne às emissões, a adoção da modalidade de *home office* permite à empresa reduzir, mesmo que de forma indireta e em pequena escala, a sua pegada ambiental. Hoje, praticamente 100% dos nossos profissionais podem trabalhar, ao menos um dia da semana, remotamente (na prática, trabalha-se mais do que um dia). Com isso, reduz-se o uso de combustíveis fósseis em transporte.

Temos contratos empresariais com aplicativos de transporte para nos deslocarmos a reuniões com clientes e controlamos todas as despesas com viagens aéreas em projetos; desse modo, nossas emissões relacionadas à logística estão sendo acompanhadas. Apresentamos a seguir os resultados de nosso primeiro inventário de emissões.

medição de resultados

Descrição de como avaliamos e monitoramos nosso desempenho ambiental.

Por não exercer impactos significativos sobre o meio ambiente, a report não mensura de modo estruturado seus indicadores ambientais. No entanto, estamos nos esforçando para sistematizar métricas de análise para o consumo de energia e água, a geração de resíduos e o volume de emissões de gases de efeito estufa.

Em 2017/2018, realizamos um primeiro exercício de levantamento destes indicadores, abrangendo nosso escritório de São Paulo. Em função de mudanças de endereço no Rio de Janeiro e da gestão do *coworking* por outra empresa, não obtivemos dados daquela unidade.

Energia

De janeiro a dezembro de 2017, a unidade de São Paulo consumiu 9.893 KWh de energia comprada da concessionária de distribuição de energia elétrica, o que representa um consumo de 35,6

GJ. Para o cálculo, usamos fator de conversão do Programa Brasileiro GHG Protocol.

Considerando o período de 1º de setembro de 2017 a 31 de agosto de 2018, foram consumidos 8.985 KWh (32,4 GJ).

Água e efluentes

De janeiro a dezembro de 2017, a unidade de São Paulo consumiu 135 m³ de água da concessionária de abastecimento público, Sabesp. De 1º de setembro de 2017 a 31 de agosto de 2018, esse consumo foi de 155 m³.

Também na matriz, a geração de efluentes ficou em 108 m³ para 2017 e 124 m³ para 1º de setembro de 2017 a 31 de agosto de 2018. O cálculo considerou o coeficiente de retorno de 80% da norma NBR 9649-ABNT.

Emissões de GEE

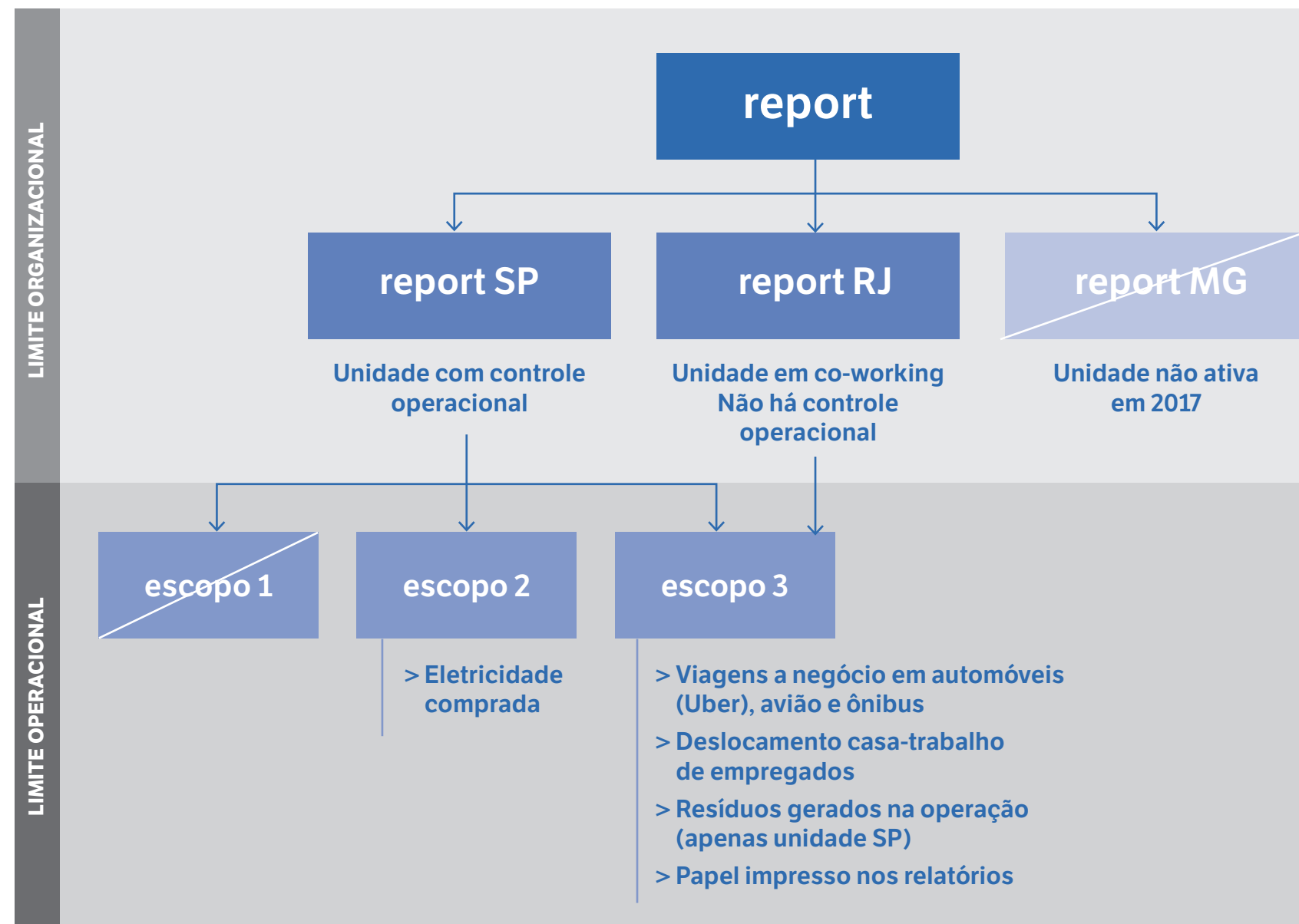
A report fez seu primeiro levantamento para inventário de emissão de gases de efeito estufa, com base na ferramenta do Programa Brasileiro GHG Protocol (versão v2018.1.4) e considerando dados de 2017. Não temos veículos próprios e não geramos energia para consumo próprio – por isso, não foram consideradas emissões de escopo 1 neste inventário.

O escopo adotado é mostrado no esquema abaixo. Nota-se que a unidade de Minas Gerais não foi considerada, por não estar ativa no período; já a unidade report do Rio de Janeiro é em um *coworking*, não havendo controle operacional sobre ela. Nesta última, são consideradas apenas as emissões de escopo 3. Já a unidade de São Paulo é controlada por nossa gestão – com isso, pudemos contabilizar emissões dos escopos 2 (consumo de eletricidade) e 3.

emissões de escopo 3 consideradas:

- > Viagens a negócio em automóvel (da empresa Uber), avião e ônibus;
- > Deslocamentos casa-trabalho de empregados;
- > Resíduos gerados na operação (apenas para a unidade São Paulo);
- > Emissões relacionadas à produção do papel usado em impressões de relatórios de clientes*

*Quando o serviço de acompanhamento das impressões estava previsto em contrato e se as impressões ocorreram em 2017. Nesse caso, foi utilizado o fator de emissão de GEE específico publicado pela empresa Fibria, apresentado em seu relatório do inventário de gases de efeito estufa 2018 (ano-base 2017), que reporta o fator de emissão de 0,323 tonelada de CO₂ equivalente para cada tonelada de papel ([fonte aqui](#)).



O resultado do inventário de GEE da report de 2017, que será adotado como ano-base para os próximos ciclos, foi de 15,842 toneladas métricas de CO₂ equivalente (tCO₂e); sendo:

> 0,907 tCO₂e correspondente ao Escopo 2, ou seja, ao consumo de eletricidade na unidade de São Paulo; e

> 14,935 tCO₂e correspondente ao Escopo 3 (14,910 toneladas métricas de CO₂ e 0,001 toneladas métricas de CH₄). No escopo 3 houve ainda a emissão de 3,68 toneladas de CO₂ biogênico, por conta do uso de combustíveis renováveis nas viagens a negócio e deslocamento casa-trabalho e , também, do fato de o Aterro Sanitário de Caieiras fazer a recuperação de energia do gás metano gerado na decomposição dos resíduos.

Emissões do Escopo 2	Eletricidade (abordagem de localização)
CO ₂ (t)	0,907
CO ₂ e (t)	0,907

Emissões de Escopo 3	Categoria 5	Categoria 6	Categoria 7	Categoria 10	Total de emissões Escopo 3
	Resíduos gerados nas operações	Viagens a negócios	Deslocamento de funcionários (casa-trabalho)	Processamento de produtos vendidos	
CO ₂ (t)	0,000	10,762	3,587	0,561	14,910
CH ₄ (t)	0,000	0,000	0,001	0,000	0,001
CO ₂ e (t)	0,000	10,762	3,612	0,561	14,935
Emissões de CO ₂ biogênico (t)	0,057	0,569	3,054	0,000	3,680

Compensação

A definição sobre a compensação de emissões da empresa será discutida pelos sócios em 2019.

impacto no combate à corrupção

princípios anticorrupção (UNGC10)

- **Princípio 10:** as empresas devem trabalhar contra a corrupção em todas as suas formas, incluindo extorsão e suborno.

posicionamento e metas

- > Descrição da relevância da postura anticorrupção para a report, incluindo avaliação de riscos;
- > Descrição de políticas, compromissos e metas sobre o assunto.

Estamos comprometidos com o cumprimento integral da legislação brasileira e de elevados requisitos de conduta. Além disso, operamos em *compliance* com os códigos de conduta de nossos clientes – em grande maioria, empresas nacionais e internacionais relevantes, que monitoram de forma minuciosa as práticas de suas cadeias de fornecimento.

Nosso Código de Conduta foi construído após meses de atividade de um grupo de trabalho com representantes de todas as áreas da empresa, e de uma consulta com envolvimento direto da equipe

fixa e da rede de parceiros. Para construí-lo, também fizemos um *benchmark* e levantamos as melhores práticas do setor privado nesse quesito.

Apesar de sermos uma empresa pequena, de capital fechado, entendemos que o comprometimento e profissionalismo em torno do tema são critérios éticos e morais que cada funcionário ou parceiro deve defender em sua rotina. Todos os que fazem parte de nossa rede de relações devem estar integralmente em sintonia com o Código de Conduta e a lei.

prática

> Descrição de ações concretas para implementação de políticas anticorrupção, redução de riscos e resposta a incidentes

Por sermos uma empresa prestadora de serviços e atendermos clientes de diferentes setores e perfis jurídicos – empresas privadas ou públicas, nacionais ou multinacionais, médias ou grandes –, acreditamos que boa parte de nossa exposição a riscos de corrupção está nos processos de contratação e realização de negócios. No entanto, nossa resposta ao assunto não deve se resumir a isso.

Assim como no caso do aspecto de direitos humanos, o processo de construção do Código de Conduta foi um importante insumo para mapear riscos e oportunidades em várias frentes – como a gestão de informações e dados de clientes; o respeito a normas concorrenciais, contábeis e fiscais; critérios de participação em licitações e concorrências; contato com áreas contratantes e entes públicos; e atuação seletiva em setores controversos ou críticos.

Entre as diretrizes anticorrupção do código, destacam-se as seguintes:

- > nossos profissionais ou profissionais da rede parceiros não oferecerão ou aceitarão ofertas, pagamentos, entretenimento ou serviços que possam ser interpretados como tentativas de influenciar transações comerciais atuais ou futuras;
- > respeitamos as autoridades públicas e as leis e as normas vigentes e não compactuamos com qualquer atividade que possa caracterizar corrupção nos termos da legislação aplicável;
- > nossa participação em concorrências ou qualquer outra forma de contratação envolvendo ente público deve ocorrer em estrito alinhamento a todos os princípios estabelecidos no código;
- > não oferecemos qualquer item de incentivo pessoal para garantir negócios. Brindes institucionais, oferecidos por cordialidade, sem a finalidade de obter benefícios ou de influenciar uma negociação, podem ser aceitos ou oferecidos.

Caso em 2018: o CNPJ do Rio

Em 2017, decidimos descontinuar o CNPJ do nosso escritório do Rio de Janeiro. O processo junto à prefeitura do Rio de Janeiro se mostrou burocrático e lento. Na prática, alguns contratos se baseavam nesse CNPJ e, por questões de *compliance*, os clientes não conseguiam nos pagar. A situação causava impacto nas nossas contas.

Durante 2018, quando buscávamos uma solução para o caso, um despachante apresentou um orçamento em que prometia resolver a questão em dois dias. A proposta poderia se mostrar tentadora: por um valor irrisório, conseguiríamos resolver o problema e receber os pagamentos. No entanto, não estava claro como isso se daria.

A suspeita de que tal medida pudesse envolver atos de corrupção nos levou a recusar a oferta. Em setembro de 2018, o problema havia sido resolvido do ponto de vista jurídico. No entanto, a informação ainda não constava do sistema de consulta da prefeitura carioca, o que não permitia que recebêssemos os pagamentos.

medição de resultados

Como monitoramos e avaliamos nosso desempenho em relação ao combate à corrupção.

Evitar e combater qualquer envolvimento direto ou indireto de seus representantes em atos ilícitos é compromisso da report em seus 16 anos de história. Todos os casos – como o descrito anteriormente, no encerramento de nosso CNPJ carioca – são avaliados pela diretoria executiva e pelos sócios. Podemos, assim, considerar que 100% de nossa operação direta é avaliada quanto aos riscos de corrupção.

Nosso principal indicador quanto ao assunto é o relacionado a denúncias ao Comitê de Ética, que não recebeu nenhuma manifestação sobre o tema em seu primeiro ano de funcionamento. Em 2017/2018, tivemos apenas o caso de risco potencial de corrupção, imediatamente mitigado por nossa decisão de não desenvolver qualquer relacionamento nesse sentido.

clientes na Lava Jato: nossa posição

Quando as investigações da Lava Jato começaram a atingir diversos dos nossos clientes, passamos (e alguns *stakeholders* passaram) a nos questionar. Como uma empresa corrupta pode falar de sustentabilidade? Como a report pode trabalhar com uma empresa corrupta?

O dilema exigiu conversas entre os sócios da report e nos levou a ouvir alguns *stakeholders*, entre eles o professor Lélío Lauretti, referência em ética empresarial e governança corporativa do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), formado em Economia e com cursos de especialização em Mercado de Capitais (FGV-SP) e Administração para Sócios-Presidentes (Harvard Business School – Boston).

O professor Lélío defendeu que se trabalhe com essas empresas. O argumento apresentado é claro e poderoso: não se pode dizer que uma empresa é corrupta, que todos os seus trabalhadores são corruptos. O que se pode afirmar é que seus administradores corromperam e foram corrompidos. Os administradores merecem ser punidos, não os trabalhadores.

Desde então, o posicionamento da **report** segue essa linha: estamos convictos que trabalhar com as empresas envolvidas na Lava Jato é possível e necessário, desde que esses clientes tratem a situação de maneira transparente em seus relatórios.

Nos casos de clientes atendidos submetidos a investigações e denúncias, buscamos esclarecimentos para assegurar que nossa contratação jamais esteve ligada, direta ou indiretamente, a tais práticas.

referência GRI

Trabalhamos, atualmente, para elaborar nosso primeiro relatório no modelo da metodologia da Global Reporting Initiative e alinhado aos princípios do International Integrated Reporting Council (IIRC) e do Pacto Global. Esta Comunicação de Progresso (COP), a segunda que produzimos, é um passo nessa direção.

No entanto, neste documento já fazemos menção a dados que respondem a enunciados de alguns conteúdos gerais e específicos da GRI. A fim de facilitar a busca das informações, apresentamos uma breve remissão às seções/páginas em que elas são apresentadas.

GRI Standard	Divulgação	Página/URL	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável
Perfil organizacional			
GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-1 Nome da organização	10	
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	12 e 13	
	102-3 Localização da sede	11	
	102-4 Localização das operações	11	
	102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	11	
	102-6 Mercados atendidos	12	
	102-7 Porte da organização	14	
	102-8 Informações sobre empregados e trabalhadores	25	8
	102-10 Mudanças significativas na organização e na sua cadeia de fornecedores	12	
	102-11 Abordagem ou princípio da precaução		
	102-12 Iniciativas desenvolvidas externamente	10	
	102-13 Participação em associações	10	

GRI Standard	Divulgação	Página/URL	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável
Estratégia			
GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-14 Declaração do tomador de decisão sênior	5 e 9	
Ética e integridade			
GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-16 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	4	16
Governança			
GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-18 Estrutura da governança	15	
Engajamento de <i>stakeholders</i>			
GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-40 Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	14	
	102-42 Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	14	
	102-43 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	23	
	102-44 Principais tópicos e preocupações levantadas	21	

GRI Standard	Divulgação	Página/URL	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável
Práticas de reporte			
GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-46 Definindo o conteúdo do relatório e limites do tópico	3	
	102-50 Período do relatório	3	
	102-51 Data do relatório mais recente	3	
	102-52 Ciclo do relatório	3	
	102-55 Sumário de Conteúdo GRI	33	
	102-56 Asseguração externa	Não houve	
TÓPICOS MATERIAIS			
GRI Standard	Divulgação	Página/URL	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável
Desempenho econômico			
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103 Abordagem de gestão	16	1, 5, 8, 16
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	16	2, 5, 7, 8, 9

GRI Standard	Divulgação	Página/URL	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável
Combate à corrupção			
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103 Abordagem de gestão	30, 31 e 32	
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção	30, 31 e 32	16
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	30, 31 e 32	16
Energia			
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103 Abordagem de gestão	27	
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	27	7, 8, 12, 13
Água			
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103 Abordagem de gestão	27	
GRI 303: Água 2016	303-1 Total de retirada de água por fonte	27	6, 7

GRI Standard	Divulgação	Página/URL	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável
Emissões			
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103 Abordagem de gestão	26, 27, 28 e 29	
GRI 305: Emissões 2016	305-2 Emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 2)	27, 28 e 29	3, 12, 13, 14, 15
	305-3 Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 3)	27, 28 e 29	3, 12, 13, 14, 15
Efluentes e resíduos			
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103 Abordagem de gestão	26 e 27	
GRI 306: Efluentes e resíduos 2016	306-1 Descarte de água, discriminado por qualidade e destinação	27	3, 6, 12, 14
	306-2 Resíduos, discriminado por tipo e método de disposição	27	3, 6, 12
Emprego			
GRI 103: Abordagem de gestão 2016	103 Abordagem de gestão	24	
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Taxas de novas contratações de e rotatividade de empregados	24	5, 8

*Os conteúdos gerais 102-9, 102-41, 102-45, 102-47, 102-48, 102-49, 102-53 e 102-54 serão adequadamente respondidos no primeiro relatório GRI da report.

Objetivos do Desenvolvimento Sustentável

1. Erradicação da pobreza
2. Fome zero
3. Boa saúde e bem-estar
4. Educação de qualidade
5. Igualdade de gênero
6. Água limpa e saneamento
7. Energia acessível e limpa
8. Emprego digno e crescimento econômico
9. Indústria, inovação e infraestrutura
10. Redução das desigualdades
11. Cidades e comunidades sustentáveis
12. Consumo e produção responsáveis
13. Combate às alterações climáticas
14. Vida debaixo d'água
15. Vida sobre a terra
16. Paz, justiça e instituições fortes
17. Parcerias em prol das metas

créditos e expediente

redação e edição

Alvaro Almeida, Estevam Pereira e Guto Lobato

indicadores

Caroline Montes, Gustavo Baraldi, Karina Simão. Rafaella Cruz, Erick Krulikowski (iSetor) e Eduardo Cavalheiro Filho (iSetor)

projeto gráfico e design

Sergio Almeida

report sustentabilidade

contato

Estevam Pereira

estevam@reportsustentabilidade.com.br

www.reportsustentabilidade.com.br

www.rptestrategia.com.br

<https://br.linkedin.com/company/report-sustentabilidade>

<https://twitter.com/reportSust>

<https://www.facebook.com/reportsust/>

<http://www.reportsustentabilidade.com.br/pt-br/blog>

report :