

LLYC

GOVERNANÇA
SOB
PRESSÃO

II ESTUDO ESG COMPASS 2024



ESG

CONTEXTO

Sobre o ESG COMPASS LLYC

O **ESG COMPASS** é uma iniciativa das áreas de Consultoria em ESG e Deep Learning da **LLYC Brasil** orientada a avaliar, a partir da análise de Big Data, a repercussão das questões de meio ambiente, sustentabilidade e governança no diálogo público entre empresas, instituições e sociedade civil.

O objetivo do **ESG COMPASS LLYC** é aportar elementos para o enriquecimento desta conversação e destacar aspectos de interesse, preocupação e convergência entre os diferentes públicos que participam deste debate aberto

O **ESG COMPASS LLYC** não tem como foco avaliar as estratégias de comunicação ou posicionamento ESG de empresas ou pessoas, mas sim as temáticas que transitam nos entornos abertos e públicos de diálogo em redes como X, blogs ou mídias digitais, e a forma como a sociedade responde ou se interessa por estas temáticas.

“Governança sob pressão” (2024) é a segunda edição desta iniciativa que se iniciou em 2022, com o estudo **“Dissonâncias do ESG com a sociedade Civil.**

Com esta iniciativa, a **LLYC**, empresa global de consultoria de comunicação, marketing digital e relações públicas, reforça o seu compromisso com a construção de uma sociedade plural e aberta na qual os valores e compromissos das melhores práticas de ESG possam ser um marco de desenvolvimento para nossas sociedades, rumo a um capitalismo cada vez mais consciente, a partir do diálogo e compartilhamento de conhecimento e consenso.

NOSSO PROPÓSITO E COMPROMISSO GLOBAL ESG



Clarity Ai: scoring de 76/100.

A análise destaca a qualidade das informações fornecidas pela LLYC aos mercados e seu bom desempenho sustentável, especialmente na área de governança corporativa, na qual a LLYC recebe uma pontuação de 93/100.



Somos signatários do Pacto Global desde 2022, com respostas ao questionário COP de progresso, sendo uma das únicas consultorias de comunicação no Brasil a ser signatária



Refinitiv: rating "B" en el ESG Score total, con un scoring de 61/100.

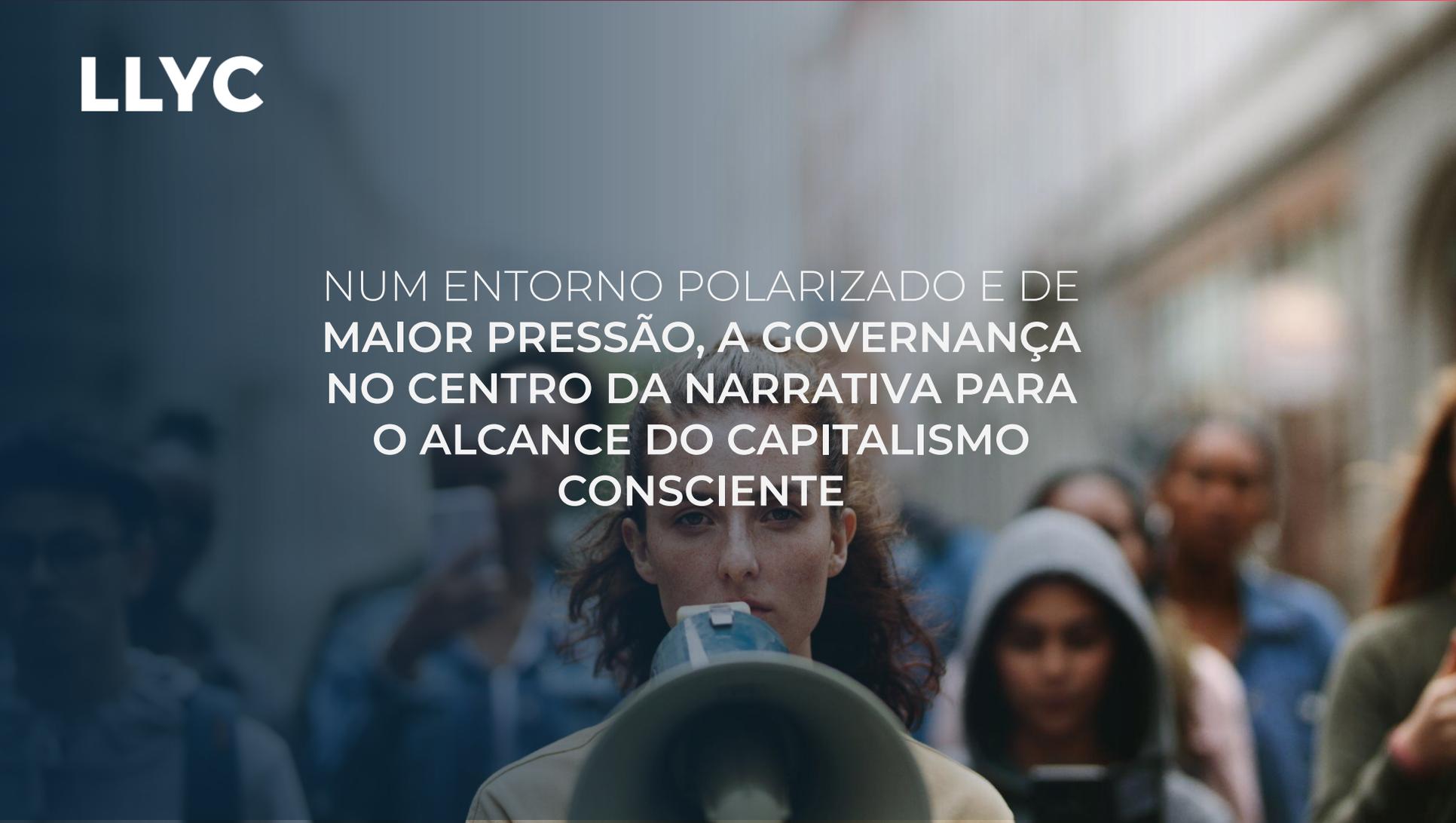
Nos destacamos em aspectos: ambientais, como o uso de recursos; sociais, como políticas trabalhistas, direitos humanos e políticas de relações com a comunidade; e governança corporativa em seu relacionamento com seus acionistas e investidores com classificações de A-.

A LLYC também obteve a classificação mais alta (A+) sob a perspectiva do risco de reputação associado a controvérsias de ESG.

A LLYC está classificada em 38º lugar entre 183 na classificação global de empresas avaliadas com uma perspectiva ESG pela Refinitiv na categoria Mídia e Publicação.



Medição da pegada de carbono global por meio da ferramenta GreeMko.

A woman with curly hair is speaking into a megaphone in the foreground. She is surrounded by a crowd of people, some wearing blue shirts, in what appears to be an outdoor public space. The background is slightly blurred, emphasizing the woman and her action.

LLYC

NUM ENTORNO POLARIZADO E DE
MAIOR PRESSÃO, A GOVERNANÇA
NO CENTRO DA NARRATIVA PARA
O ALCANCE DO CAPITALISMO
CONSCIENTE

CONTEXTO 2024

O “G” DO ESG SOB ESCRUTÍNIO

Não é mais uma questão de como nos orientamos na regulamentação de um setor em seu mercado, como definimos nossas diretrizes e políticas de conformidade e *compliance*, para que nossas empresas e organizações sejam percebidas como confiáveis aos investidores, clientes, consumidores, colaboradores e outros *stakeholders*. Estamos na era do **Capitalismo Consciente e de *stakeholders*** e a tomada de decisões da governança passou a estar sob o escrutínio da sociedade civil, na adoção de melhores práticas de impacto positivo aos desafios da Agenda ESG.

A sociedade civil está muito mais atenta e observadora do papel, responsabilidade e impactos positivos e negativos de uma organização, e já está atenta de que para acelerar a transição ao capitalismo consciente, as tomadas de decisão da governança perpassam por práticas que incluem um propósito maior, lideranças mais conscientes, orientadas aos *stakeholders* e a uma cultura mais ética.

Neste contexto, conduzimos nosso **Estudo ESG Compass 2024** para analisar o pilar G do ESG, até então classificado como o menos vulnerável e “mais estável”, para analisar a percepção da sociedade civil, seu entendimento sobre as melhores práticas, o que é governança nas companhias e organizações, associado às demandas e propósitos dos *stakeholders*.

É nesse cenário que sociedade se conscientiza mais e pressiona as empresas, as organizações e o governo sobre a transparência na demonstração de seus desafios e os impactos positivos sociais e ambientais, demonstrando sua transformação cultural para um capitalismo consciente..

METODOLOGIA

ANALISAMOS A CONVERSAÇÃO ESG NOS ÚLTIMOS 25 MESES

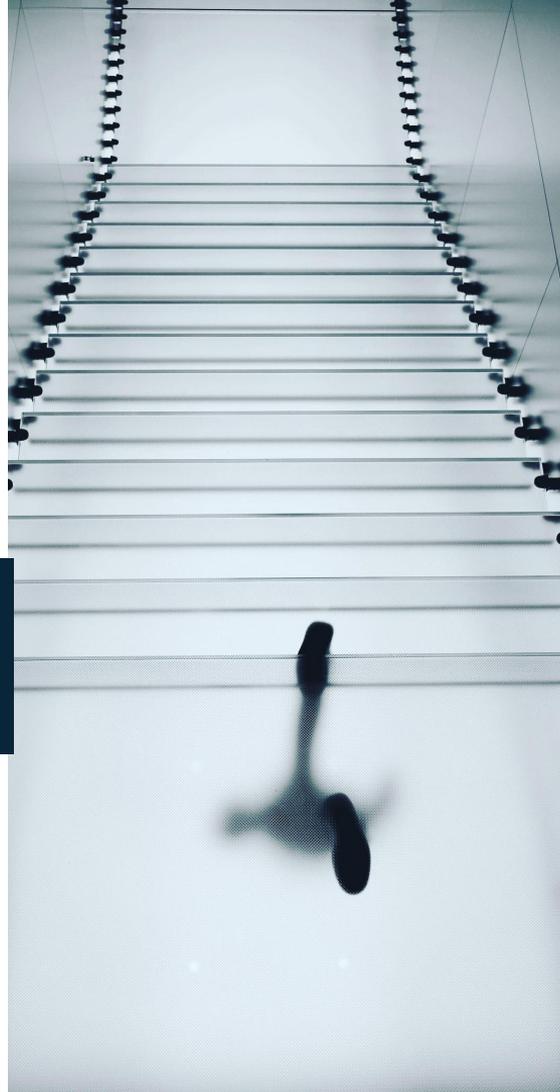
IDENTIFICAMOS



Estudo desenvolvido pelas áreas de
ESG E DEEP LEARNING DA **LLYC**

Fonte de dados

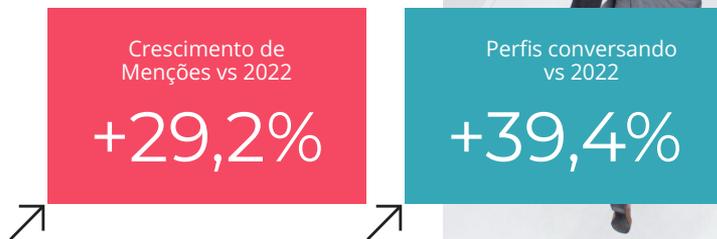
X (TWITTER)
REDDIT - TUMBLR
NOTÍCIAS E BLOGS



O G ASCENDE NA SOCIEDADE CIVIL

Ao analisarmos a conversação sobre ESG, encontramos um amplo diálogo sobre o tema, com volume de aproximadamente **518.124** menções no período de **25** meses.

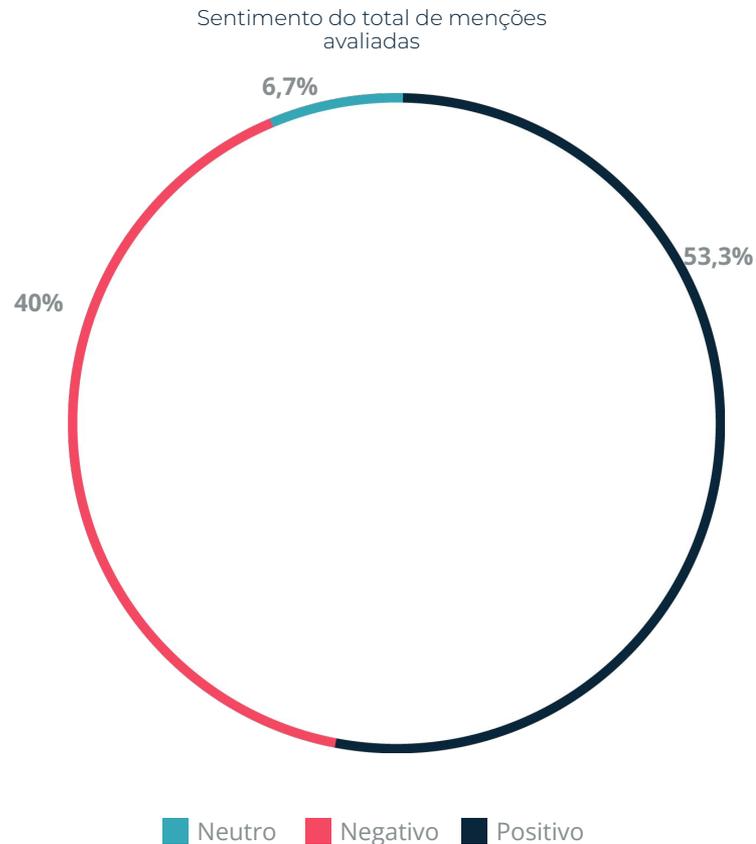
Ao comparar o período avaliado (2023/2024) com o último estudo **ESG COMPASS 2022**, vimos que o interesse por esta temática aumentou um **29,2%**, o que sinaliza a uma maior democratização do termo na sociedade civil, a sua interpretação associada às melhores práticas, demandas e propósitos da sociedade civil, mas também ao alerta de seu uso como “argumento” de desinformação e *fake news*, influenciando stakeholders, em parte da sociedade.



O SENTIMENTO NEGATIVO É MOVIDO PELO WASHING

Embora o interesse da sociedade civil para entender o que é governança, responsabilidade e melhores práticas nas empresas tenha aumentado, **esta narrativa tem sido pautada pelas crises de *washing* das companhias, influenciando um sentimento negativo de percepção sobre a governança e a tomada de decisão ética.**

Identificamos uma ampliação de comunidades que têm influenciado esta conversação, abordando erros de auditorias, corrupção, precarização do trabalho, *gaps* em diversidade e inclusão e impacto ambiental negativo. Estes tópicos refletem que a narrativa e posicionamento da governança das companhias precisa ser didatizada e melhor comunicada aos seus *stakeholders* e à sociedade civil, para que o entendimento sobre os desafios e as melhores práticas das organizações sejam percebidos com maior positividade pela sociedade, e as empresas/organizações se blindem melhor aos *WASHINGS*.



OS TERRITÓRIOS E RISCOS DE RESSIGNIFICAÇÕES

É positivo o aumento do interesse da sociedade civil para entender o que é governança, responsabilidade e melhores práticas nas empresas. Os perfis mais influentes nestas conversações **associam governança ao mercado corporativo, e poucos à gestão pública.**

Neste contexto, entre todos os entornos analisados, o território que desponta nas menções é o da **transparência, seguido aos de integridade, ética e compliance (Top 5).**

Estes territórios refletem os significados que a sociedade civil e os *stakeholders* passam a associar à governança, mas também alertam para a hipertextualização e novas ressignificações ao termo, com a difusão de desinformação e *fake news*, que viralizam em momentos de crise das organizações.



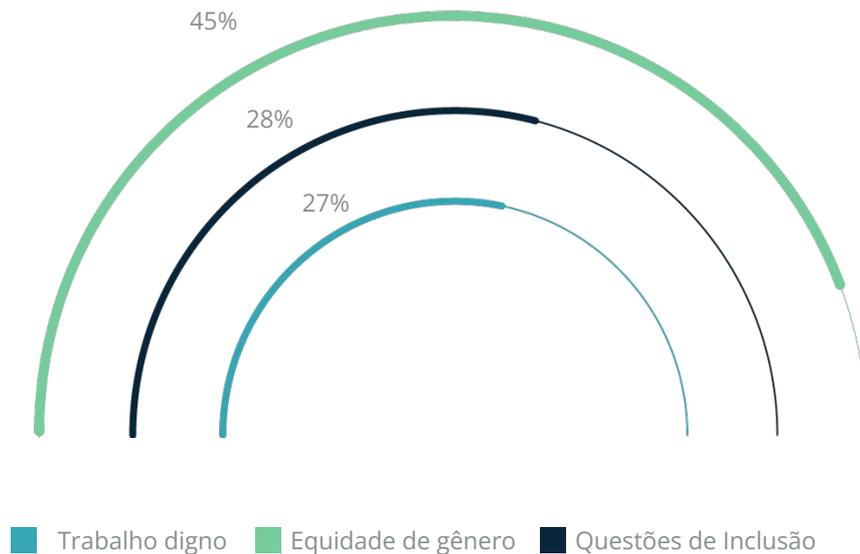
DIREITOS HUMANOS PAUTAM A CONVERSAÇÃO

Sob o escrutínio da sociedade civil, as questões sobre políticas, diretrizes e a tomada de decisões sobre melhores práticas em direitos humanos, relacionadas aos **ODS da Agenda 2030 (ONU)**, são os que mais se destacam nas conversações.

Há um forte **sentimento negativo sobre a falta de diversidade nos conselhos**, tanto sobre equidade de gênero quanto na inclusão de povos ancestrais, CPDs e seccionalidades em temáticas de gênero.

Neste contexto, **as conversas que citam empresas/organizações** têm um viés de maior pressão para que as tomadas de decisão das companhias estejam pautadas a partir de uma maior equidade, trabalho digno e inclusão, com **pressão para a uma tendência de exigência à formação de Conselhos Conscientes e Diversos** que aceleram a Agenda ESG Global, de forma equitativa.

Seccionalidades de DH em menções às empresas/organizações



TRANSPARÊNCIA COMO MAIOR DESAFIO À GOVERNANÇA

A transparência é o segundo tema mais proeminente na conversação e está ligada à responsabilidade com os reportes fidedignos de resultados das empresas, assim como seus relatórios de sustentabilidade.

Além das questões de DH comentadas anteriormente, as (denúncias de trabalho precário e desigualdade salarial, e também as menções ambientais, são as principais temáticas relacionadas à Governança associadas ao *WASHING* nas empresas, ampliando sua exposição em momentos críticos, por uma comunicação imediatamente associada e análoga ao reporte de dados não transparentes, gerando crises de imagem às companhias.

Transparência

Menções	perfis
68.990	10.428



#WASHING
#ESGWASHING
#SOCIALWASHING
#GREENWASHING
#PINKMONEY

CIDADÃOS EXIGEM GOVERNANÇA ÉTICA, AMBIENTAL E SOCIAL

Comparado ao estudo de 2022, identificamos a tendência de crescimento de comunidades de *stakeholders* consumidores ativistas, que passam a questionar produtos e serviços de empresas em função de seu compromisso ético ambiental e social, já influenciando na decisão de compra (+37%). Entre estas comunidades, detectamos maior reivindicação de temas ambientais (68%) e sociais (32%).

Estas comunidades no território da ética, mencionam à **necessidade de lideranças mais conscientes nas organizações, com maior comprometimento com temas da Agenda Global ESG, como descarbonização, diversidade e inclusão.**

Assim, estes grupos têm avaliado a reputação das companhias e a sua governança, a partir do que entendem por suas melhores práticas, sinalizando a um crescimento de tendência de boicote e influenciando as decisões de compra.



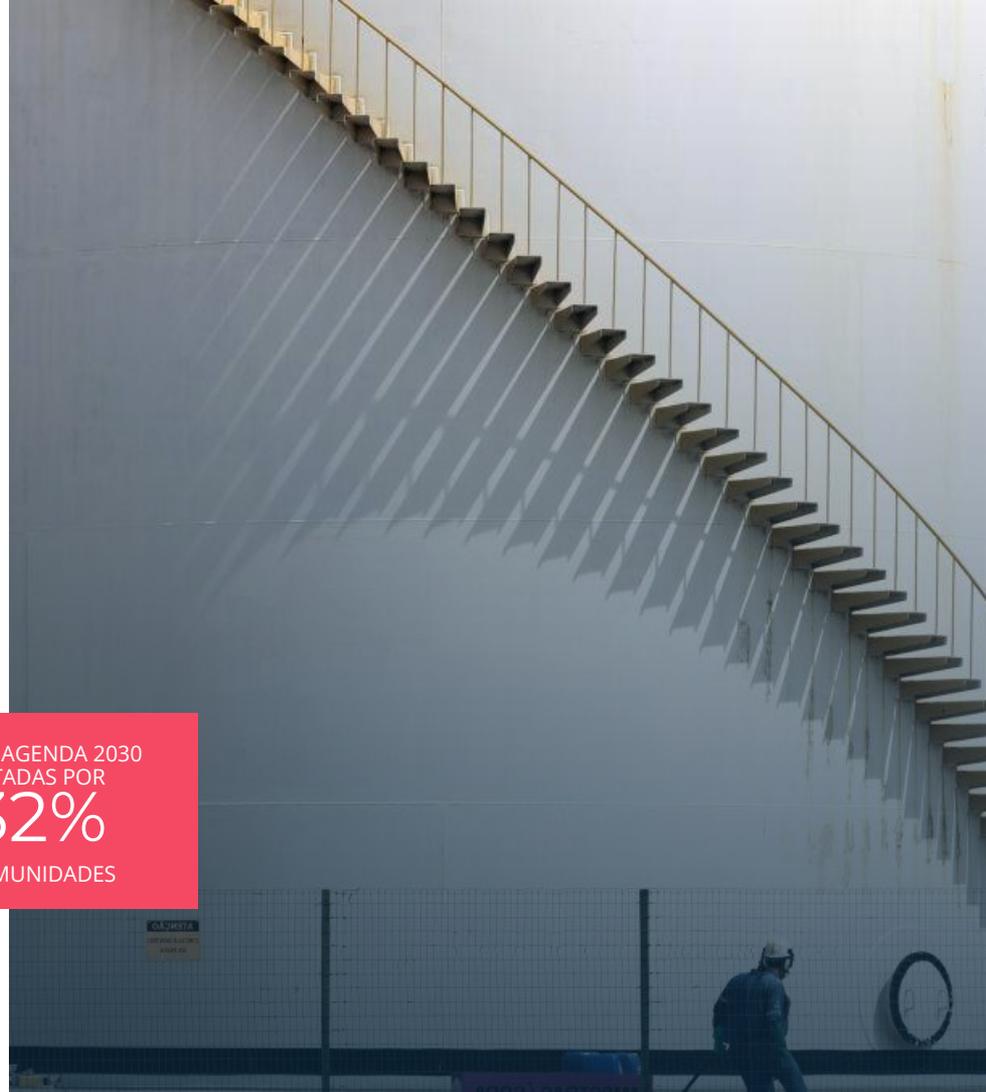
AGENDA É GLOBAL, PORÉM DESFOCADA DO ENTORNO

Embora as grandes companhias e organizações estejam avançando na tomada de decisões baseada na Agenda ESG global, com as metas dos 17 ODS, estes impactos ainda não são bem percebidos pela comunidade e sociedade civil do entorno.

A narrativa da Governança está pautada em indicadores *standard* internacionais, pouco conhecidos pela comunidade, demonstrando uma narrativa das empresas desconectada ou não didatizada a estas comunidades, e, muitas vezes, sem impacto no entorno dos ativos

As menções sobre esta desconexão foram encontradas em **32% do total das comunidades**, com críticas de que estes impactos ainda não alcançam suas regiões, retroalimentando a conversação e a falta de confiança nas empresas, com exemplos de *WASHING*.

ODS E AGENDA 2030
CITADAS POR
32%
COMUNIDADES

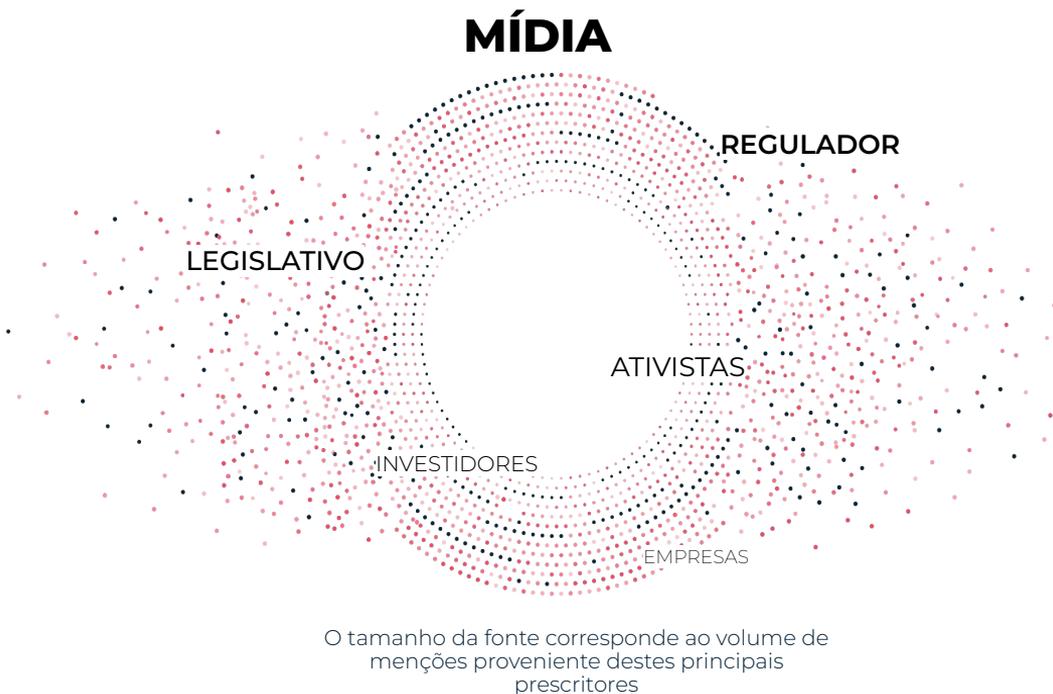


OS PRINCIPAIS PRESCRITORES SE RETROALIMENTAM

Mapeamos que a conversação sobre governança, melhores práticas, impactos e resultados retroalimenta os principais prescritores desta conversação, negativa ou positivamente. E destaca entre estes prescritores, o papel da **Mídia** como a principal fonte de repercussão.

Em acontecimentos “negativos”, há ainda uma viralização com desinformação à sociedade civil, engajando outros *stakeholders* relevantes, como **órgãos reguladores e o poder público**.

Além destes prescritores, destaca o papel cada vez mais relevante dos **ativistas** (como dito anteriormente) e, especialmente, das comunidades de **investidores** cada vez que a conversa implica em companhias de alta relevância ou de capital aberto.



INVESTIDORES TORNAM-SE ATIVISTAS E INFLUENCIADORES

Entre as comunidades de prescritores, identificamos o crescimento e influência dos **investidores ativistas**, que acompanham e relacionam resultados das companhias a seus impactos e propósitos, com oscilações e volatilidades no valor das ações nas bolsas em que operam.

Esta é uma tendência crescente em comparação ao aumento destes perfis, do Estudo ESG *Compass* 2022, que sinaliza para uma atenção maior na divulgação dos resultados pelas áreas de RI das companhias, de forma consonante com informes, *releases* e *reports* mais didáticos dirigidos à sociedade civil, com o objetivo de reduzir os ruídos sobre a tomada de decisões da Governança da Companhia.

PERFIS DE INVESTIDORES IDENTIFICADOS

4.544



REGULADORES MAIS FISCALIZADORES

Em momentos de crise das companhias, identificamos um maior engajamento dos reguladores e legisladores, pautados pelas comunidades, em resposta à sociedade civil, atuando como interlocutores na pressão de um fato sensível, e demonstrando seu papel aos *stakeholders*, mas muitos desinformados pelo escasso posicionamento das companhias em seus canais autorais, com agilidade.

É importante olhar estes posicionamentos com a sinalização de que representantes dos reguladores e do legislativo se retroalimentam dos ruídos sobre a governança, e são influenciados pela desinformação e interesses.



LLYC



ESC

**COMO PODEMOS AVANÇAR PARA UMA
AGENDA POSITIVA?**

BOAS PRÁTICAS NUM CONTEXTO COMPLEXO

DIDATIZAR O G NA SOCIEDADE

A governança das companhias necessita narrar com mais didatismo as questões ESG, assim como representá-las em equidade, impactos positivos, e transformação cultural. Aprimorar o *storydoing* para o *storytelling*.

APERFEIÇOAR OS REPORTS RI/ESG

A narrativa de governança das organizações precisa estar dirigida, de maneira uniforme a todos os seus stakeholders, com foco em ESG, para que as companhias não vivam crises de *washing*.

INFORMAR NO TIMING DA MÍDIA

Informar melhor a mídia sobre marcos, caminhos e desafios da companhia, para alimentá-la com pautas positivas, mitigando impactos em momentos de crise.

TRANSPARÊNCIA É PREMISSA

Reportar as informações, indicadores ESG, em diferentes formatos, com visão de impactos, cenários e desafios, com maior transparência na comunicação da companhia à sociedade, evidenciando seu propósito e esforço.

MAPEAR OS RISCOS (WASHING)

Mapear os riscos da Governança para evoluir na gestão e narrativa, mitigando ruídos e crises, se antecipando e gerando sinergia com as áreas de negócio da companhia, para evitar riscos de informações desencontradas.

ACELERAR A AGENDA ESG LOCAL

Relacionar-se com estas comunidades e perfis para entender suas expectativas e mover uma agenda coletiva ESG, que demonstre a tomada de decisões também relacionada aos impactos positivos do entorno dos ativos.

MOSTRAR LIDERANÇAS CONSCIENTES

Promover mais diversidade e inclusão nos conselhos de administração e apresentar suas lideranças conscientes com maior visibilidade à sociedade, demonstrando o esforço da companhia na formação de um conselho de tomada de decisões diverso e inclusivo, para alcance dos ODS e da Agenda 2030.

MAPEAR E SE RELACIONAR COM COMUNIDADES DE INFLUÊNCIA

Identificar e ampliar a comunicação e relacionamento com perfis de comunidades de influência, para retroalimentar a comunicação e gerar percepção positiva.

PRIORIZAR STAKEHOLDERS REGULADORES/GOVERNO

Antecipar a comunicação, com priorização de mensagens aos reguladores e governos sobre tomadas de decisão, para torná-los cientes e neutros em momentos críticos.

COORDENADORAS DO ESTUDO



Anatricia Borges

Diretora Stakeholders Management/ESG
Email: aborges@llyc.global
T.: +55 11 3060 3390 / C.: +55 21 9 6733 2814



Vivian Raffaelli

Diretora de Brand & Ad Latam Sul
Email: vr Raffaelli@llyc.global
T.: +55 11 3060 3390 / C.: +55 21 9 6742 8120

Sobre a LLYC

A LLYC é uma empresa global de consultoria de comunicação, marketing digital e relações públicas que ajuda seus clientes a enfrentar desafios estratégicos com soluções e recomendações baseadas em criatividade, tecnologia e experiência, buscando reduzir riscos, aproveitar oportunidades e cuidar do impacto à reputação.

No atual contexto confuso e incerto, a LLYC ajuda seus clientes a alcançar suas metas de negócios no curto prazo e traçar uma rota, com visão de médio e longo prazo, para defender sua licença social de modo a operar e aumentar seu prestígio. Oferecemos consultoria em comunicação corporativa, marketing, assuntos públicos e deep digital business, abrangendo 18 especialidades interligadas, para responder aos desafios de nossos clientes.

A LLYC (BME:LLYC) está cotada na bolsa de valores alternativa espanhola, a BME Growth. Atualmente, a empresa tem 20 escritórios na Argentina, Brasil (São Paulo e Rio de Janeiro), Colômbia, Chile, Equador, Espanha (Madri e Barcelona), Estados Unidos (Miami, Nova York e Washington, DC), México, Panamá, Peru, Portugal e República Dominicana. A empresa também presta seus serviços por meio de companhias afiliadas nos demais mercados da América Latina.

Somos mais de 1.100 profissionais, com perfis de comunicação multidisciplinares e mais de 65 engenheiros. Com experiência, criatividade, inovação e tecnologia, ajudamos empresas e instituições a solucionar com sucesso seus desafios de comunicação, marketing e influência institucional. As duas publicações líderes do setor classificam a LLYC entre as mais importantes empresas de comunicação do mundo. A empresa é a número 36 em receita em todo o mundo, de acordo com o Relatório de Negócios de Agências Globais da PRWeek 2022 e está classificada em 42º no Ranking Global de 2022 da PRovoke. A LLYC foi eleita a Melhor Consultoria de Comunicação na Europa 2022 no PRWeek Global Awards e a Consultora de Comunicação do Ano na América Latina no International Business Awards 2021.

Nosso histórico e a qualidade do trabalho que fazemos para nossos clientes são endossados por mais de 500 prêmios e reconhecimentos internacionais e nacionais em disputas como: Cannes Lions, Prêmios Eficacia, Brand Film Festival, SABRE Awards, International Business Awards, IPRA Golden Awards ou Effie Awards, entre outros.



LLYC

GOVERNANÇA
SOB
PRESSÃO

LLYC.GLOBAL



ESC