

GD Capital Aberto  
5 de novembro de 2019

# Um propósito para as corporações

BRUNSWICK

Nos últimos anos, temos observado um foco crescente nos propósitos das empresas. Companhias são provocadas a mostrar de que modo agregam valor à sociedade.

Essa pressão vem de diferentes partes: consumidores, funcionários, ativistas, acadêmicos e até mesmo investidores.

 **ESTADÃO**

## Entre a razão de ser e a razão social

Propósito corporativo não é slogan nem filantropia, é o novo normal do capitalismo

14 de outubro de 2019

## EPOCA

AUMENTA O NÚMERO DE BRASILEIROS QUE COMPRAM OU BOICOTAM UMA MARCA POR POSICIONAMENTOS SOCIAIS OU POLÍTICOS

Empresas estão atentas às reações dos consumidores nas redes sociais e buscam fazer campanhas publicitárias que as aproximem dos brasileiros

09/11/2018

**EXAME**

Marketing de causa “pega bem” aos olhos da maioria dos brasileiros

É o que revela o estudo Edelman Earned Brand 2018, que avaliou a percepção das pessoas sobre posicionamento de marcas em relação a causas e valores

5 nov 2018

Muitas companhias acabaram caindo nas 'armadilhas do propósito' como resultado do não entendimento real do que deve ser, efetivamente, o propósito corporativo

# Cinco armadilhas do propósito

1 Mensagens sem significado

2 Falta de diferenciação

3 Dissociação com a estratégia corporativa

4 *Purpose-washing*

5 Dissonância em evidência

# 1 Mensagens sem significado



Propósito: "empoderar cada pessoa e cada organização do planeta a conquistar mais"

FOLHA DE S.PAULO  
\*\*\*

LUCY KELLAWAY

**Declaração da missão da Microsoft:  
tantas palavras, a maioria delas vazias**

"O principal problema da missão não é sua grandiosidade, mas o seu vazio. Alcançar mais o quê?" – Lucy Kellaway

# 2 Falta de diferenciação



"Re-imaginando a mineração para melhorar a vida das pessoas"



"Produzimos materiais essenciais para o progresso da humanidade"



"Desenvolvendo a mineração para um futuro melhor"

# 3 Dissociação com a estratégia corporativa

A maioria dos executivos acredita que o propósito importa...

**89%** afirmou que um forte senso de propósito coletivo gera satisfação dos funcionários.

**84%** afirmou que o propósito pode afetar a capacidade de transformação de uma empresa.

**80%** afirmou que o propósito pode ajudar a aumentar a lealdade dos clientes.

... mas apenas uma minoria declarou que suas empresas são orientadas por propósitos

**46%** afirmou que suas empresas têm um forte senso de propósito.

**44%** afirmou que suas empresas estão tentando desenvolver um senso de propósito

# 4 *Purpose-washing*

Segundo levantamento da consultoria EY, a maioria das companhias considera que seu principal desafio é levar o propósito para o centro de suas estratégias.

Esse é um passo fundamental para evitar o *purpose washing*, ou seja, a tentativa de criar uma imagem que não corresponde à realidade.

## Forbes

### Brand Leaders: Here's How To Avoid The Purpose Trap

#### campaign

**Is purpose-washing damaging the industry?**

Some brands have made authenticity their marketing strategy, rather than a business one.

## EXAME

### Cada vez mais empresas buscam uma razão de ser além dos números

Empresas tentam definir um propósito que não se resume a ganhar dinheiro – e traga um apelo convincente para consumidores e funcionários

# 5 Dissonância em evidência

facebook

Propósito: "dar às pessoas o poder de construir a comunidade e aproximar o mundo."

 **1,63 bilhão**

usuários ativos diários no Facebook (setembro de 2019)

 **2,45 bilhões**

usuários ativos mensais no Facebook (setembro de 2019)

 **2,2 bilhões**

usam o Facebook, Instagram, WhatsApp ou Messenger diariamente

 **2,8 bilhões**

usam pelo menos um dos serviços do Facebook mensalmente

FOLHA DE S.PAULO

\*\*\*

## Senado pressiona Zuckerberg em depoimento e o acusa de negligência

10.abr.2018

EL PAÍS

## Facebook compartilhou dados sensíveis de usuários com mais de 150 grandes empresas

Nova investigação de 'The New York Times' revela o trato com tecnológicas enquanto a rede social defendia a privacidade

19 DEC 2018

The Guardian

## Ocasio-Cortez stumps Zuckerberg with questions on far right and Cambridge Analytica

Democratic lawmaker challenges Facebook CEO during hearing over Libra cryptocurrency

23 Oct 2019

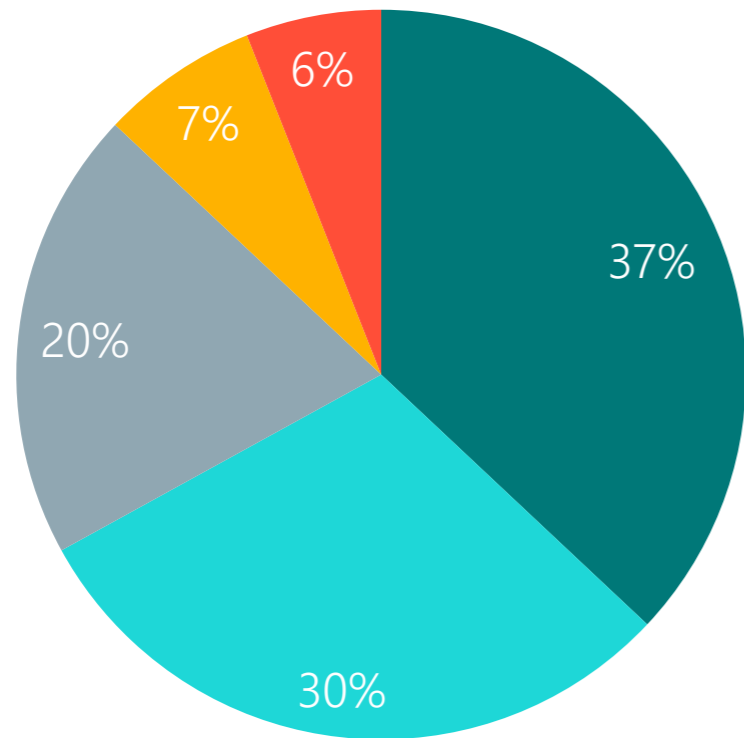


# The Great Purpose Debate Brunswick Insight



BRUNSWICK

# A maioria das pessoas acredita que, quando os negócios são bem-sucedidos, todos se beneficiam



- Concorda totalmente
- Concorda um pouco
- Nenhuma das alternativas/Não sabe
- Discorda um pouco
- Discorda totalmente



Pensando especificamente nas empresas do seu país, até que ponto você concorda ou discorda da afirmação a seguir?

*Quando as empresas do meu país se saem bem, o país inteiro se beneficia.*

# As pessoas esperam que as empresas ajudem a enfrentar grandes desafios sociais, ambientais e econômicos

Consolidado global

80%

Ajudar a resolver grandes desafios ambientais

 87%

78%

Ajudar a resolver grandes desafios econômicos

 84%

76%

Ajudar a resolver grandes desafios sociais

 85%

Os líderes empresariais deveriam...

# Falando sobre as questões sociais e políticas, a maior parte do público espera que líderes tenham participação ativa

Consolidado global

69% 56%

Ser mais vocais em **questões sociais**

 83%

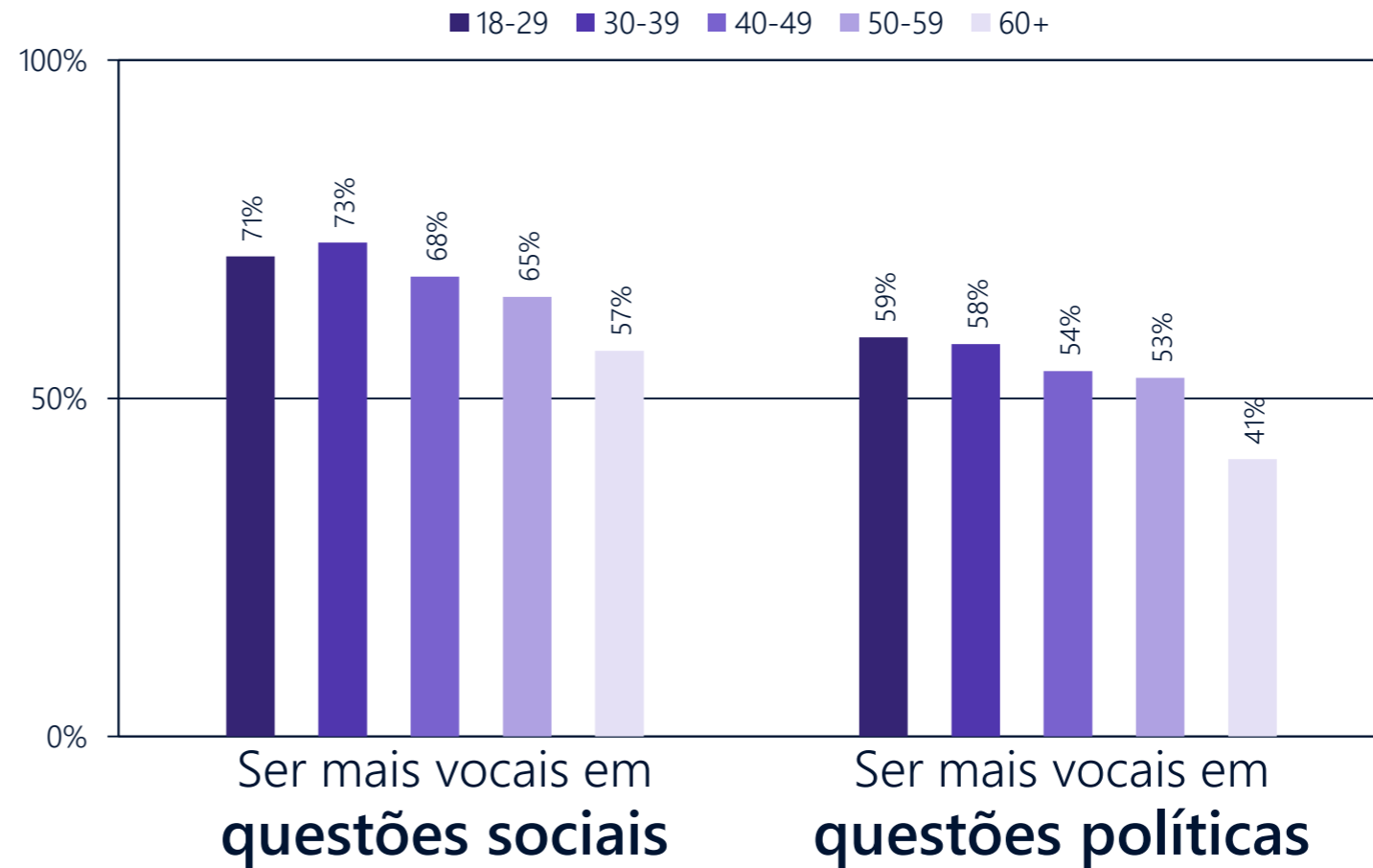
Ser mais vocais em **questões políticas**

 70%

Os líderes empresariais deveriam...

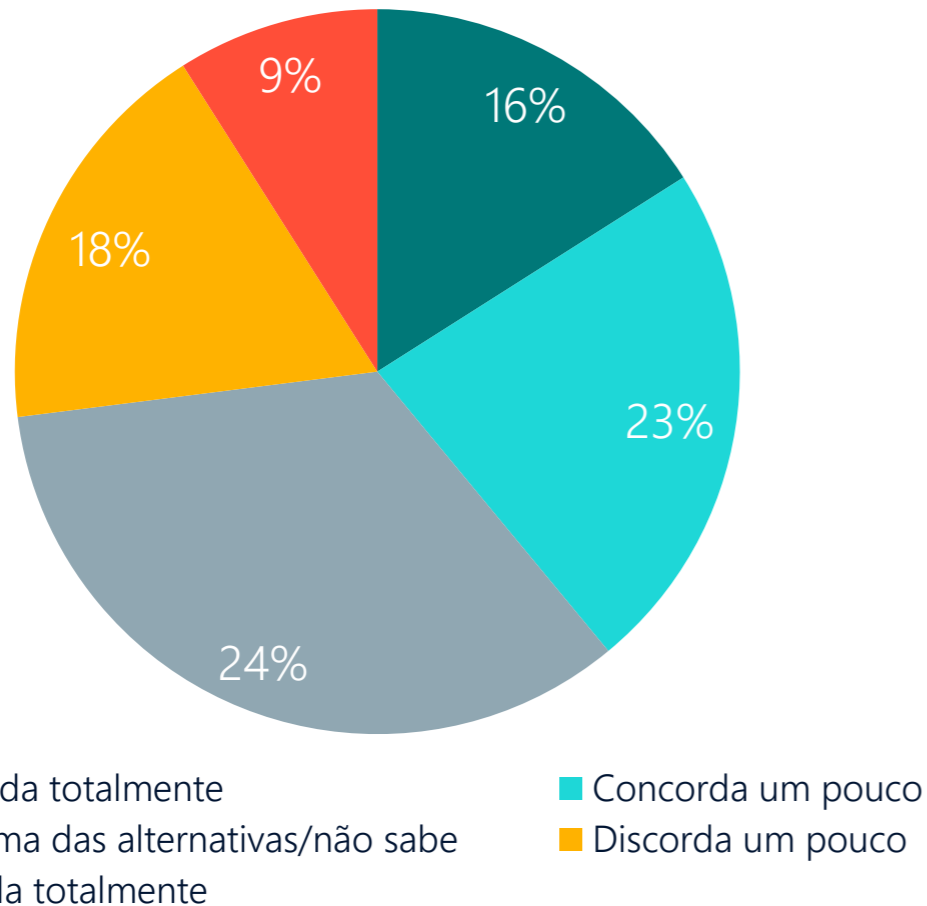
# Como as diferentes faixas etárias enxergam as questões sociais e políticas globalmente

Os líderes empresariais deveriam...



Pensando especificamente nas empresas do seu país, até que ponto você concorda ou discorda das seguintes afirmações?

# Ainda assim, apenas 4 em cada 10 pessoas sentem que as empresas são honestas e confiáveis



Pensando especificamente sobre os negócios no seu país, em que medida você concorda ou discorda da seguinte afirmação?

*Empresas no meu país são honestas e confiáveis.*

# Globalmente, 6 em cada 10 pessoas enxergam as empresas e seus líderes como “desligados da realidade”



Consolidado global

67%

Acreditam que os líderes empresariais **ganham muito dinheiro**

 83%

61%

Acreditam que os líderes empresariais **não entendem os desafios que as pessoas enfrentam no dia a dia**

 69%

54%

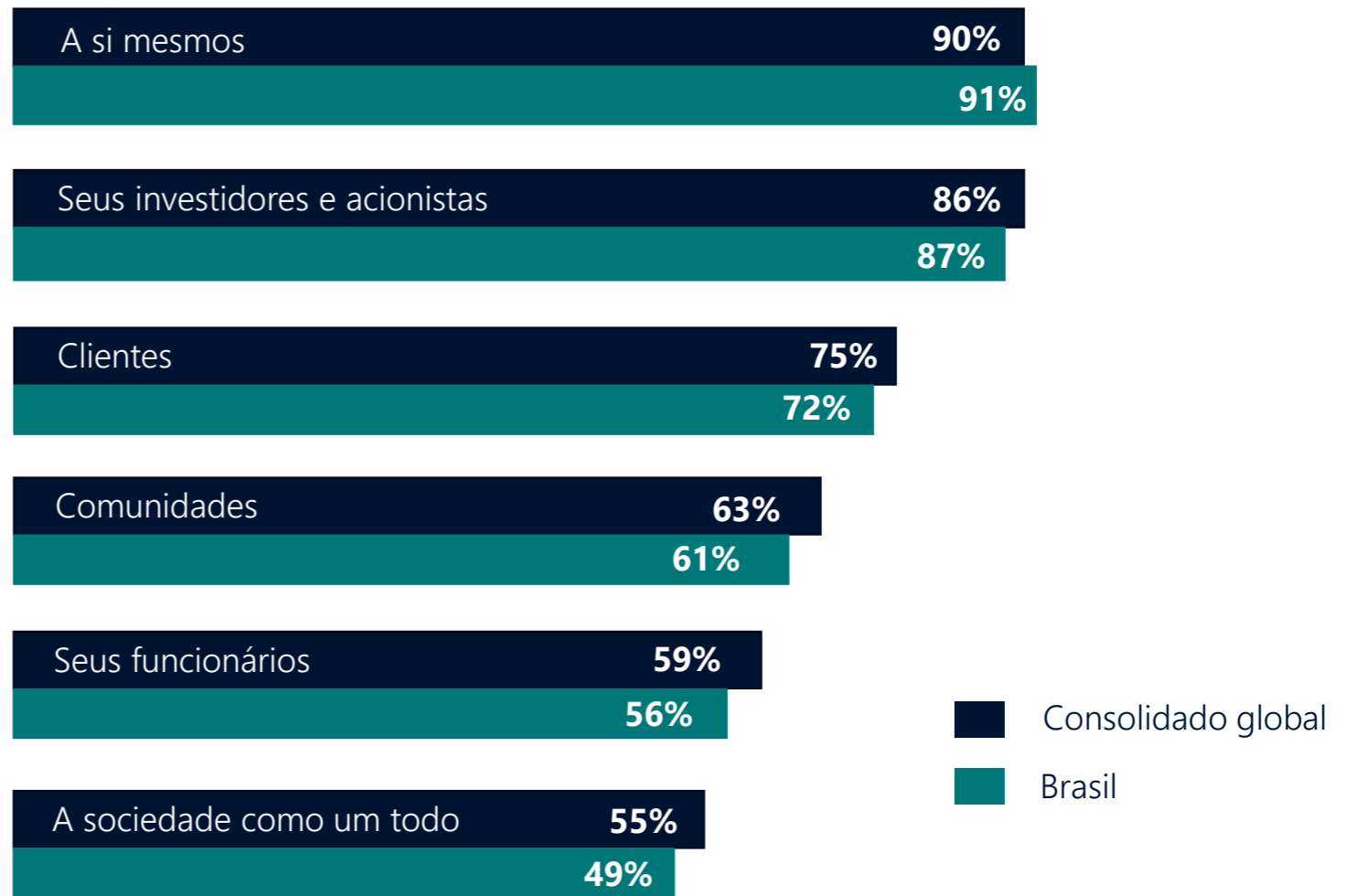
Acreditam que as empresas **ajudam a população mais rica e fazem pouco pelos mais pobres**

 58%

Com qual destas declarações você concorda mais?

# Como os líderes são vistos pelo público?

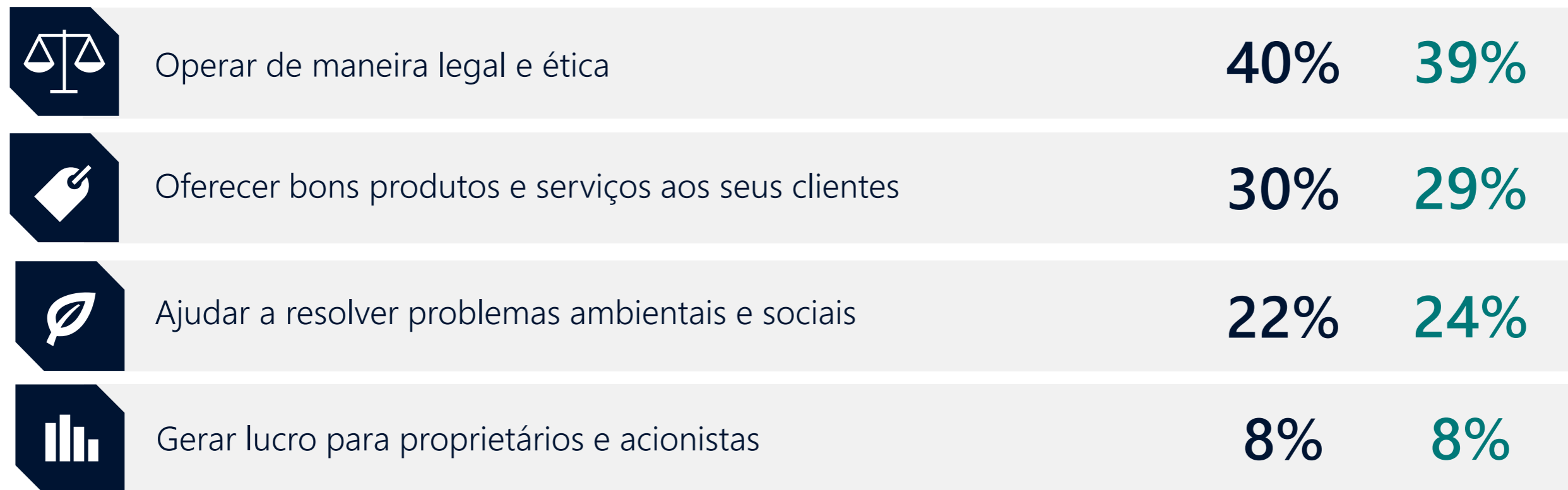
O quanto  
você acredita  
que os líderes  
das maiores  
empresas do  
seu país **atendem**  
aos seguintes  
stakeholders?





# O público acredita que as empresas devem priorizar a ética em suas operações em vez de lucro

Como as empresas deveriam priorizar cada um dos seguintes tópicos?

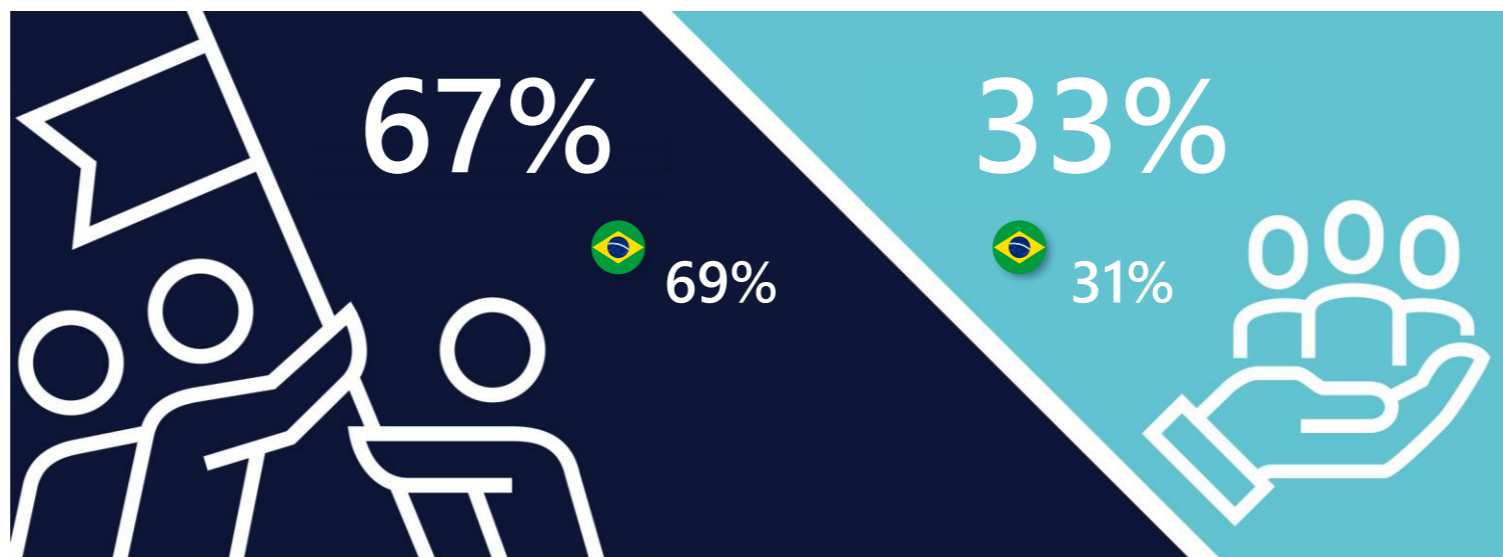


■ Consolidado global ■ Brasil

No entanto, quando se trata de empresas que agem em questões sociais e ambientais, as pessoas permanecem cínicas sobre suas motivações

Com qual dessas duas afirmações você **concorda mais?**  
Empresas se envolvem em questões sociais e ambientais ...

Por  
publicidade  
e para  
parecerem  
boas



Porque  
querem ter  
impacto  
positivo

Existe a expectativa de que companhias façam parte da solução para os problemas socioambientais além dos econômicos – criando a pressão para a existência de um propósito corporativo...

... mas ainda prevalece o ceticismo quanto às motivações que levam as companhias a adotar seus propósitos

# Como articular e colocar seu propósito em ação?

Não desse modo...	Mas sim...
Não apenas "por que"	Sobre o que a empresa faz, como faz e porque isso importa
Não é um caminho único	Uma visão do seu papel na sociedade
Não apenas marketing ou RH	Um diálogo com diversos tipos de <i>stakeholders</i>
Não separado dos negócios	Por meio do negócio principal e investimento social alinhado
Não muito abstrato ou grandioso	Sobre gerar impactos positivos e possíveis
Não sobre o quão bom você é	Sobre a sua contribuição para a sociedade
Não é sobre você	Sobre os assuntos que interessam ao mundo

**One firm.**  
**Globally.**

BRUNSWICK

Abu Dhabi  
Beijing  
Berlin  
Brussels  
Chicago  
Dallas  
Dubai  
Frankfurt  
Hong Kong  
Johannesburg  
London  
Milan  
Mumbai  
Munich  
New York  
Paris  
San Francisco  
Sao Paulo  
Shanghai  
Singapore  
Stockholm  
Vienna  
Washington, D.C.

[www.brunswickgroup.com](http://www.brunswickgroup.com)



Brunswick Group



Brunswick Group



@brunswickgroupllp



@BrunswickGroup