

Integrantes

- ☐ Breno Vargas Pereira - RA: 823134327.
- ☐ Natan Cardoso de Oliveira - RA: 823120309.

GRI - Global Reporting Initiative

Definição

O que é?

A Global Reporting Initiative (GRI) é uma organização internacional sem fins lucrativos que se dedica a promover a transparência e a responsabilidade das empresas e organizações em relação ao impacto econômico, ambiental e social de suas atividades. A GRI é mais conhecida por desenvolver e fornecer um dos principais padrões de relatórios de sustentabilidade do mundo. A GRI desempenha um papel fundamental na evolução das práticas de negócios sustentáveis, ajudando a alinhar os interesses das empresas com as expectativas sociais e ambientais.

Principais Funções e Objetivos

- ☐ **Desenvolvimento de Diretrizes de Relato:** A GRI elabora padrões de relatórios que ajudam as organizações a medir e comunicar seu desempenho em sustentabilidade. Esses padrões são utilizados globalmente para elaborar relatórios de sustentabilidade;
- ☐ **Promoção da Sustentabilidade:** A GRI incentiva as empresas a integrarem a sustentabilidade em suas estratégias de negócios, ajudando-as a identificar e gerenciar riscos e oportunidades relacionados à sustentabilidade;
- ☐ **Facilitação da Transparência:** Ao promover a divulgação de informações sobre práticas de sustentabilidade, a GRI ajuda a criar um ambiente de maior transparência e responsabilidade nas operações empresariais;
- ☐ **Engajamento com Stakeholders:** A GRI envolve diversas partes interessadas, incluindo empresas, investidores, governos e organizações da sociedade civil, para desenvolver suas diretrizes e promover melhores práticas em relatórios de sustentabilidade;
- ☐ **Capacitação e Recursos:** A GRI oferece recursos, treinamentos e apoio para ajudar as organizações a implementar as diretrizes e melhorar seus relatórios de sustentabilidade.

WSA - World Steel Association

Definição

O que é?

A World Steel Association (WSA) é uma organização internacional que representa a indústria do aço. Fundada em 1967, a WSA reúne cerca de 150 membros, incluindo produtores de aço, associações nacionais e institutos de pesquisa, tornando-se uma das principais vozes do setor global de aço. A WSA desempenha um papel fundamental na promoção da indústria do aço, ajudando a garantir que ela continue a ser um componente vital da economia global e uma parte essencial da infraestrutura moderna.

Principais Funções e Objetivos

- ☐ **Representação da Indústria:** A WSA atua como porta-voz da indústria do aço, representando os interesses de seus membros em fóruns internacionais e promovendo a importância do aço na economia global;
- ☐ **Coleta e Análise de Dados:** A associação coleta dados estatísticos sobre a produção, consumo e comércio de aço em todo o mundo, fornecendo relatórios e análises que ajudam os membros a entender tendências e desenvolver estratégias de mercado;
- ☐ **Promoção da Sustentabilidade:** A WSA incentiva práticas sustentáveis na produção de aço, promovendo inovações tecnológicas e processos que reduzam as emissões de carbono e o consumo de recursos naturais. Ela também trabalha para comunicar a contribuição do aço para a sustentabilidade e a economia circular;
- ☐ **Desenvolvimento de Normas e Diretrizes:** A associação desenvolve padrões e diretrizes que ajudam os membros a melhorar a qualidade e a segurança do aço, além de promover melhores práticas na indústria;
- ☐ **Educação e Capacitação:** A WSA oferece programas de capacitação, workshops e seminários para ajudar os membros a se manterem atualizados sobre as melhores práticas, inovações e tendências no setor de aço;
- ☐ **Inovação e Pesquisa:** A WSA apoia a pesquisa e o desenvolvimento de novas tecnologias e processos que possam melhorar a eficiência e a sustentabilidade da produção de aço.

Greenwashing

Definição

O que é?

Greenwashing é uma prática de marketing em que uma empresa ou organização tenta enganar o público, promovendo a ideia de que seus produtos, serviços ou operações são mais

ecológicos ou sustentáveis do que realmente são. Essa tática é utilizada para melhorar a imagem da empresa e atrair consumidores preocupados com questões ambientais, sem que haja um compromisso real com a sustentabilidade.

Volkswagen

- ☐ **Produto:** Carros a diesel.
- ☐ **Prática:** A Volkswagen foi envolvida em um escândalo em 2015, conhecido como "Dieselgate", onde foi descoberto que a empresa instalou software em seus veículos a diesel para manipular os testes de emissões. Embora a empresa promovesse seus carros como "limpos" e "eco-friendly", a realidade era que os veículos emitiram poluentes em níveis muito superiores aos permitidos.

Nestlé

- ☐ **Produto:** Água engarrafada (como a marca Pure Life).
- ☐ **Prática:** A Nestlé foi criticada por promover suas águas engarrafadas como sustentáveis, enquanto, na verdade, a extração de água para engarrafamento tem um impacto significativo sobre os recursos hídricos locais. Em 2020, a empresa anunciou que deixaria de extrair água em algumas regiões, mas a imagem de sustentabilidade foi frequentemente contestada.

H&M

- ☐ **Produto:** Coleção "Conscious".
- ☐ **Prática:** A H&M lançou uma linha chamada "Conscious", promovendo produtos feitos com materiais sustentáveis. No entanto, a marca foi criticada por sua prática de fast fashion, que incentiva o consumo excessivo e a produção de resíduos têxteis. Especialistas argumentam que a coleção não aborda adequadamente os problemas mais amplos da indústria da moda.

ExxonMobil

- ☐ **Produto:** Combustíveis fósseis.
- ☐ **Prática:** A ExxonMobil tem investido em campanhas de marketing que enfatizam seus esforços em energia renovável e tecnologias de captura de carbono, enquanto continua a ser uma das maiores emissoras de carbono do mundo e a promover uma forte dependência de combustíveis fósseis.

Coca-Cola

- ☐ **Produto:** Bebidas em embalagens recicláveis.

- ☐ **Prática:** A Coca-Cola se posiciona como uma empresa ambientalmente responsável, promovendo suas embalagens recicláveis e suas iniciativas de sustentabilidade. No entanto, a empresa foi criticada por ser uma das maiores contribuidoras para a poluição por plásticos, e seus esforços de reciclagem não são suficientes para mitigar seu impacto ambiental.

British Petroleum (BP)

- ☐ **Produto:** Combustíveis fósseis.
- ☐ **Prática:** A BP rebrandou-se como "Beyond Petroleum" em uma tentativa de se posicionar como uma empresa de energia sustentável. No entanto, a maioria de seus lucros ainda provém da extração e venda de petróleo, e a empresa tem sido associada a diversos desastres ambientais.

Bibliografia

1. Global Reporting Initiative (GRI). *About GRI*. Disponível em: <https://www.globalreporting.org/about-gri/>.
2. World Steel Association (WSA). *About Worldsteel*. Disponível em: <https://worldsteel.org/about/worldsteel/>.
3. HOFFMAN, A. J.; BAZERMAN, M. H. Changing the Culture of a Firm: A Case Study of Greenwashing at the Volkswagen Group. *Academy of Management Perspectives*, v. 31, n. 3, p. 303-308, 2017. DOI: 10.5465/amp.2016.0020.
4. MEYER, D. *The Greenwashing Handbook: How to Avoid Misleading Environmental Claims*. New York: Routledge, 2020.
5. NESTLÉ. *Nestlé Waters: Our Sustainability Commitment*. Disponível em: <https://www.nestle-waters.com/en/our-commitments/sustainability>.
6. H&M. *Sustainability at H&M*. Disponível em: <https://hmgroup.com/sustainability/>.
7. EXXONMOBIL. *Sustainability Report*. Disponível em: <https://corporate.exxonmobil.com/sustainability>.
8. COCA-COLA COMPANY. *Sustainability Report*. Disponível em: <https://www.coca-colacompany.com/sustainability>.
9. BRITISH PETROLEUM (BP). *Sustainability Report*. Disponível em: <https://www.bp.com/en/global/corporate/sustainability.html>.