



ideia
SUSTENTÁVEL



20
anos
educando para
a sustentabilidade

ESTRATÉGIA E INTELIGÊNCIA EM SUSTENTABILIDADE



Ideia Sustentável:

Estratégia, inteligência e gestão de conhecimento em sustentabilidade para quem quer liderar uma nova economia

*Disseminando a mensagem da sustentabilidade:
Comunicando com seriedade e conhecimento o tema da
sustentabilidade para as pessoas, empresas e para o mundo.*

Internet e Revista



Credibilidade



Prêmio
Jornalistas&Cia/HSBC
de Imprensa e Sustentabilidade

*Veículo Especializado do Ano em Sustentabilidade
Prêmio Jornalistas&Cia/HSBC de Imprensa e Sustentabilidade 2010*



*Veículo premiado na categoria ouro pelo V Prêmio
ANATEC de Mídia Segmentada 2009*

Criada em 2005, a revista é a primeira do Brasil especializada em sustentabilidade corporativa. Tem parceria de conteúdos com a publicação britânica Green Futures; a consultoria Volans, encabeçada pelo idealizador do conceito de Triple Bottom Line, John Elkington, que assina artigos a cada edição; o IMD, da Suíça; e a Market Analysis, instituto de pesquisas especializado em sustentabilidade.

Novo formato

*A revista **Ideia Sustentável** entrará numa nova fase editorial. Neste ano de 2014, terá edições temáticas para tratar de temas importantes identificados pelo **NEXT: Observatório de Tendências em Sustentabilidade**, metodologia criada para monitorar tendências em sustentabilidade.*



Edição 35

A edição 35 dará início a nova etapa da revista Ideia Sustentável, trazendo 10 tendências de RH e sustentabilidade.

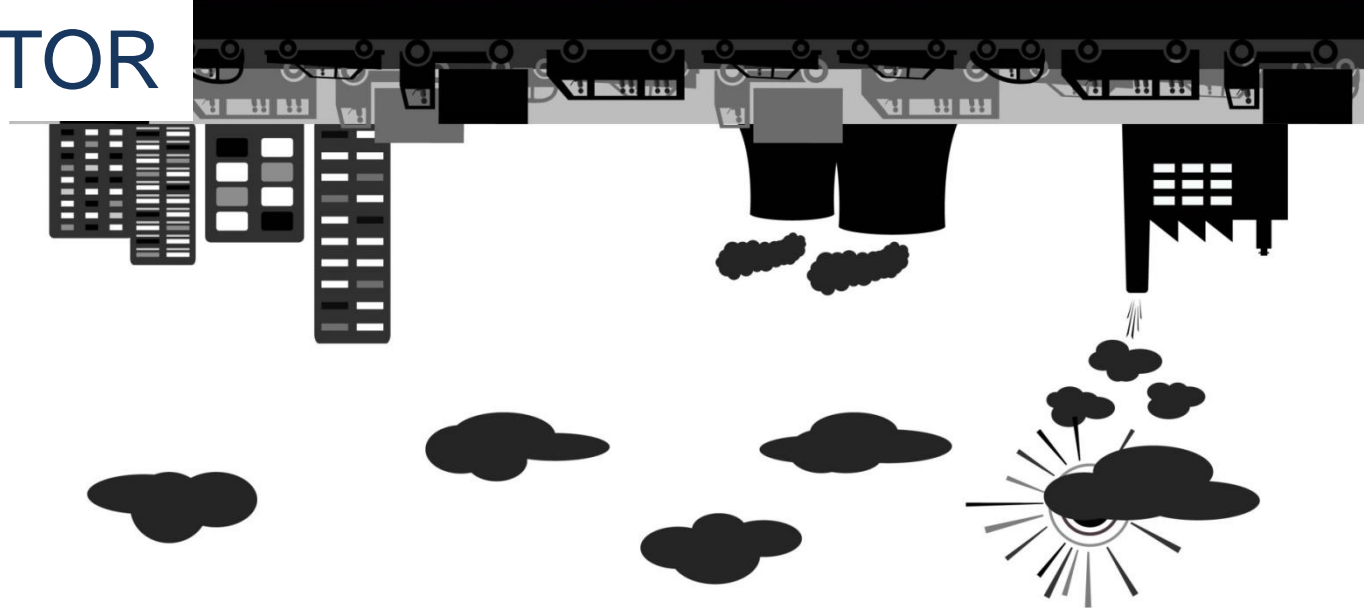
Em relação à sustentabilidade, o RH quer ser passageiro do banco de trás ou motorista?

Com esta chamada, a edição pretende aprofundar as tendências identificadas e chamar os departamentos de Recursos Humanos para a discussão do tema. Serão apresentados resultados de pesquisas com organizações globais, opiniões de especialistas e cases empresariais.





PÚBLICO LEITOR



*A revista **Ideia Sustentável** atende a um grupo de leitores diferenciados, formadores de opinião ou responsáveis pela tomada de decisão nas empresas, nos setores públicos e nas organizações da sociedade civil.*

Fazem parte desse universo: LIDERANÇAS DE EMPRESAS, FUNDAÇÕES, INSTITUTOS e ONGs, ACADÊMICOS, JORNALISTAS, INVESTIDORES, PROFISSIONAIS DE MARKETING, AUTORIDADES POLÍTICAS e LÍDERES DE GOVERNO.

INTERNET

22

Média mensal

MIL VISITAS

20

MIL VISITANTES ÚNICOS

37

MIL VISUALIZAÇÕES DE PÁGINAS

2:38

TEMPO MÉDIO DE NAVEGAÇÃO

REVISTA

10

30

Audiência

MIL EXEMPLARES

MIL LEITORES

Cada edição é lida em média por 3 pessoas

REVISTA

47%

HOMENS

36%

MULHERES

17%

PESSOA JURÍDICA

REVISTA

42%

40 A 49 ANOS

35%

22 A 39 ANOS

21%

+ DE 50 ANOS

2%

17 A 20 ANOS

REVISTA

69%

Perfil do público

PRIVADO

19%

TERCEIRO SETOR

12%

PÚBLICO

REVISTA

Perfil do público

34%

DIREÇÃO

19%

PRESIDÊNCIA/VICE

16%

PROFISSIONAL LIBERAL

13%

GERÊNCIA

7%

SUPERVISÃO / COORDENAÇÃO

6%

ACADÊMICO

3%

PROPRIETÁRIO / SÓCIO

2%

OUTROS

Assinante Corporativo

Ao adquirir uma assinatura corporativa, essas empresas apoiam **Ideia Sustentável**, contribuindo com a disseminação de informações qualificadas para o desenvolvimento profissional, junto aos seus públicos de relacionamento (*stakeholders*). Dessa forma é possível fomentar a construção de uma rede de sustentabilidade, a promoção de debates e o fortalecimento dos assuntos mais importantes da atualidade.

ODEBRECHT
Realizações Imobiliárias


Senac


KPMG
cutting through complexity™




Instituto **ARCOR** Brasil

Oportunidades de negócio



Oportunidades de negócio

The screenshot shows the homepage of the Ideia Sustentável website. At the top, there is a navigation bar with the site's logo and the tagline 'Estratégia e Inteligência em Sustentabilidade'. Below this, there are several featured articles and sections. One prominent article is titled 'Sustentabilidade PENSE sobre' with the subtitle 'Ideias para pensar o desenvolvimento sustentável a partir da noção de oportunidade'. Other sections include 'Cultura o elo perdido da sustentabilidade', 'Revolução Industrial de baixo carbono', 'Modelo Chinês na emersão', and 'Sustentabilidade não é competição é colaboração'. There is also a search bar, social media links, and a newsletter sign-up form. At the bottom, there are logos for partners like ITEVA, MARKET ANALYSIS, and envolverde.

Banners no portal

Formato: Super Banner

- Arquivo: SWF, GIF ou JPG
- Formato: 768x90 px
- Peso: 40Kb

Formato: Banner Retângulo

- Arquivo: SWF, GIF ou JPG
- Formato: 300x250 px
- Peso: 40Kb



Oportunidades de negócio



11 de fevereiro de 2014



"Nenhum negócio será perene sem os princípios da sustentabilidade", afirma presidente da Duratex



Veja as dicas de sete presidentes de empresas sobre gestão sustentável

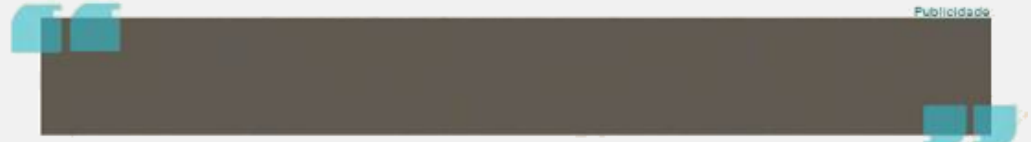
Engajamento, diálogo, paixão e princípios devem fazer parte do dia a dia dos negócios, segundo os novos integrantes da Plataforma Liderança Sustentável.



Novos vídeos Plataforma Liderança Sustentável já estão no ar

Veja as apresentações de Tânia Cosentino (Schneider Electric) e Ricardo Vescovi (Samarco Mineração) sobre como inserir a sustentabilidade na estratégia do negócio.

Boletim Quinzenal



Formato: Super Banner

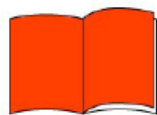
- Arquivo: SWF, GIF ou JPG
- Formato: 768x90 px
- Peso: 40Kb

Disparo quinzenal para os cadastrados com um resumo informativo dos principais assuntos.

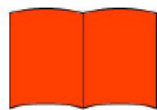
Quantidade: 7 mil e-mails válidos

Oportunidades de negócio

Revista



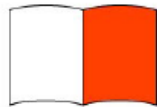
Dupla de abertura



Página dupla



4º Capa



Página Simples



½ Página

- ❖ Número de páginas: 80 + capas
- ❖ Formato: 21 x 28cm (5mm sangria de c/lado)
Lombada Quadrada - Arquivo PDF
- ❖ Produção gráfica: 4 cores, lombada quadrada
- ❖ Papel Couchê / miolo (certificado): 115gr
- ❖ Papel Couchê / capa (certificado): 230gr
- ❖ Veiculação: Nacional

Dossiê Verde

ideia
SUSTENTÁVEL

Dossiê

conhecimento para a sustentabilidade

5

Tendências em Relatórios de Sustentabilidade

Ricardo Voltolini*

Este estudo é uma sondagem de natureza qualitativa baseada em roteiro com 40 questões abertas e discursivas e entrevistas feitas com os responsáveis pela gestão dos relatórios de sustentabilidade em 50 empresas líderes.

A pesquisa tem como propósito central identificar a evolução, os desafios e as tendências relacionadas às principais práticas de sustentabilidade com base em três momentos: (1) Como Faziam (Do primeiro relatório até o de 2007); (2) Como Fazem (Hoje, considerando o ano de 2008/2009) e (3) Como farão (Projetando o futuro a partir de 2010).

Para estabelecer a amostragem, **Ideia Sustentável**, baseada em análises de documentos e recomendações de especialistas, definiu duas listas: uma **estendida**, com 114 empresas, e outra mais **concentrada**, com 54 corporações.

Na seleção da primeira, realizou amplo levantamento utilizando como critérios cruzados, o perfil da corporação (grande), a adoção da empresa ao modelo de Balanço Social baseado ao modelo de Balanço Social baseado na década de 90, a inclusão em listas e índices importantes (ISE, ISE EAME, Dow Jones, Top 500) de sustentabilidade, a adoção de ferramentas mundialmente consagradas (GRI) e a notoriedade (reconhecimento), espaço na mídia e recomendação de especialistas nas questões de sustentabilidade.

Para chegar à lista **concentrada**, utilizou como critérios os maiores, 25 com maior exposição de marca e as presentes em listas/índices de sustentabilidade considerados os mais relevantes no Brasil. Como nem todas as empresas da lista concentrada aceitaram participar do estudo, a amostragem final foi uma composição das duas listas.

Sob a coordenação de Ricardo Voltolini, o estudo contou, na pesquisa de campo, com Cristina Tavolin e Jussara Walter.

Principais objetivos deste estudo

- Reunir informações, produzir análise e sistematizar conhecimento útil que contribua para o avanço do "como fazer" relatórios nas empresas brasileiras.
- Avaliar a evolução histórica das práticas de relatórios de sustentabilidade nas empresas líderes do País, identificando as que podem servir como estudo de caso e modelo inspirador para as demais empresas.
- Identificar as tendências relacionadas à elaboração de relatórios de sustentabilidade, antecipando os desafios que os profissionais enfrentarão nos próximos anos.
- Contribuir para a consolidação da cultura de relatórios de sustentabilidade nas empresas a partir da análise e evolução dos desafios presentes e futuros.

*Ricardo Voltolini é jornalista, consultor em sustentabilidade e diretor da consultoria Ideia Sustentável. Professor de Marketing Social da FIA-USP, professor de Comunicação no curso de pós-graduação em Investimento Social Privado da ESPM, e Instrutor da ABERJE.

APÓD

BRADESCO

10/2009 | Ideia SocialAmbiental | 47

É um estudo com maior aprofundamento sobre um tema ou subtema importante do universo da sustentabilidade.

Diferenciais:

O conteúdo pode ser desenvolvido sob medida, customizado, para necessidades do cliente, servindo como subsídio para o planejamento estratégico da sustentabilidade na organização.

A patrocinadora será percebida, em seu setor, como uma empresa preocupada em disseminar conhecimento relevante em sustentabilidade, além de reforçar publicamente seu compromisso com o desenvolvimento sustentável de sua área de atuação.

Oportunidades de negócio

Ao patrocinar o Dossiê, o cliente terá as seguintes oportunidades:

- ✓ Conteúdo customizado;
- ✓ A sua marca associada à publicação do estudo na revista e no site **Ideia Sustentável**, com a aplicação da logomarca em local de destaque;
- ✓ Opção para *download* gratuito do estudo no site da empresa patrocinadora (Formato: PDF);
- ✓ Inclusão do conteúdo do estudo no relatório de sustentabilidade da empresa;
- ✓ Direito à reprodução, na íntegra, do material;
- ✓ Impressão* de um encarte especial com o conteúdo patrocinado;
- ✓ Possibilidade de desdobramento** do conteúdo na forma de palestras e workshops para públicos estratégicos.

*Custos de impressão e rediagramação por conta do cliente.

**Custos não incluídos.



Imagem ilustrativa.

Oportunidades de negócio

ideia
SUSTENTÁVEL

20
anos
educando para
a sustentabilidade

Dossiê Verde
conhecimento para a sustentabilidade

8

Greenwashing* no Brasil
Um estudo sobre os apelos ambientais nos rótulos dos produtos

Por Muellet Analytics e Tenchoco

A pressão das organizações por produtos que se apresentem como sustentáveis tem crescido consideravelmente nos últimos anos. No entanto, esse crescimento em diversidade de apelos pode ser resultado de uma estratégia de marketing que visa apenas a aumentar a visibilidade, sem que haja qualquer compromisso real.

Gráfico 1 - Evolução do Índice de Sustentabilidade

Gráfico 2 - Evolução do Índice de Sustentabilidade

Gráfico 3 - Evolução do Índice de Sustentabilidade

tendências de sustentabilidade

1. Aumento da demanda por produtos sustentáveis.
2. Crescimento do mercado de produtos sustentáveis.
3. Aumento da conscientização dos consumidores.
4. Aumento da pressão por produtos sustentáveis.

Dossiê Verde
conhecimento para a sustentabilidade

7

Rótulos, selos e certificações verdes: uma ferramenta para o consumo consciente

Ricardo Vahlbro

U ma das principais barreiras para o consumidor consciente é a falta de informação sobre os produtos sustentáveis. Isso ocorre porque muitos produtos sustentáveis não possuem rótulos claros e objetivos que possam orientar o consumidor.

Sobre o Estudo

O estudo analisou os rótulos de produtos sustentáveis e verificou se eles estavam realmente sustentáveis ou se apenas se apresentavam como tal.

Como educar e criar cultura para a sustentabilidade

Dossiê Verde
conhecimento para a sustentabilidade

6

Tendências para o Consumo Consciente

Ricardo Vahlbro

O processo de mudança de comportamento dos consumidores em relação ao consumo consciente é um desafio complexo. Isso ocorre porque muitos consumidores ainda não possuem informações suficientes para fazer escolhas conscientes.

Principais objetivos deste estudo

O estudo teve como objetivo identificar as principais tendências para o consumo consciente e fornecer informações para orientar os consumidores.

Como educar e criar cultura para a sustentabilidade

Dossiê Verde
conhecimento para a sustentabilidade

5

Tendências em Relatórios de Sustentabilidade

Ricardo Vahlbro

F oram analisadas as tendências em relatórios de sustentabilidade em 2016. Os relatórios tornaram-se mais abrangentes e detalhados, com maior foco em dados e métricas.

Principais objetivos deste estudo

O estudo teve como objetivo identificar as principais tendências em relatórios de sustentabilidade e fornecer informações para orientar as organizações.

Como educar e criar cultura para a sustentabilidade

Dossiê Verde
conhecimento para a sustentabilidade

4

Consumo Responsável: Tendências, riscos e oportunidades

Fabiano Schlegelberg*

O consumo responsável é uma tendência que tem ganhado força nos últimos anos. Isso ocorre porque os consumidores estão cada vez mais conscientes dos impactos sociais e ambientais de suas escolhas.

Nota sobre

Este estudo analisou as tendências, riscos e oportunidades do consumo responsável e forneceu informações para orientar as organizações.

Como educar e criar cultura para a sustentabilidade

Dossiê Verde
conhecimento para a sustentabilidade

3

Tendências para o mercado de sustentabilidade

Ricardo Vahlbro*

Parte 1 - Estudo do Globescan traz visão de especialistas sobre a sustentabilidade no mundo

Este estudo analisou as tendências para o mercado de sustentabilidade e forneceu informações para orientar as organizações.

Nota sobre

Este estudo analisou as tendências para o mercado de sustentabilidade e forneceu informações para orientar as organizações.

Como educar e criar cultura para a sustentabilidade

Dossiê Verde
conhecimento para a sustentabilidade

2

A liderança sustentável: quem são, o que pensam e como agem

Ricardo Vahlbro*

Parte 1 - Os novos líderes da sustentabilidade, segundo Senge

Este estudo analisou os novos líderes da sustentabilidade e forneceu informações para orientar as organizações.

Nota sobre

Este estudo analisou os novos líderes da sustentabilidade e forneceu informações para orientar as organizações.

Como educar e criar cultura para a sustentabilidade

Dossiê Verde
conhecimento para a sustentabilidade

1

Comunicação e Sustentabilidade: cenários, tendências e desafios

Ricardo Vahlbro*

Parte 1 - Marcos Sustentáveis

Este estudo analisou os cenários, tendências e desafios da comunicação e sustentabilidade e forneceu informações para orientar as organizações.

Nota sobre

Este estudo analisou os cenários, tendências e desafios da comunicação e sustentabilidade e forneceu informações para orientar as organizações.

Como educar e criar cultura para a sustentabilidade

Nossos clientes





Para mais informações entre em contato.

Paula Pompeu

11 5579 8012 - 11 98158 6530

paula@ideiasustentavel.com.br

www.ideiasustentavel.com.br