



Temas materiais para o Setor de Comunicação

MARÇO DE 2025



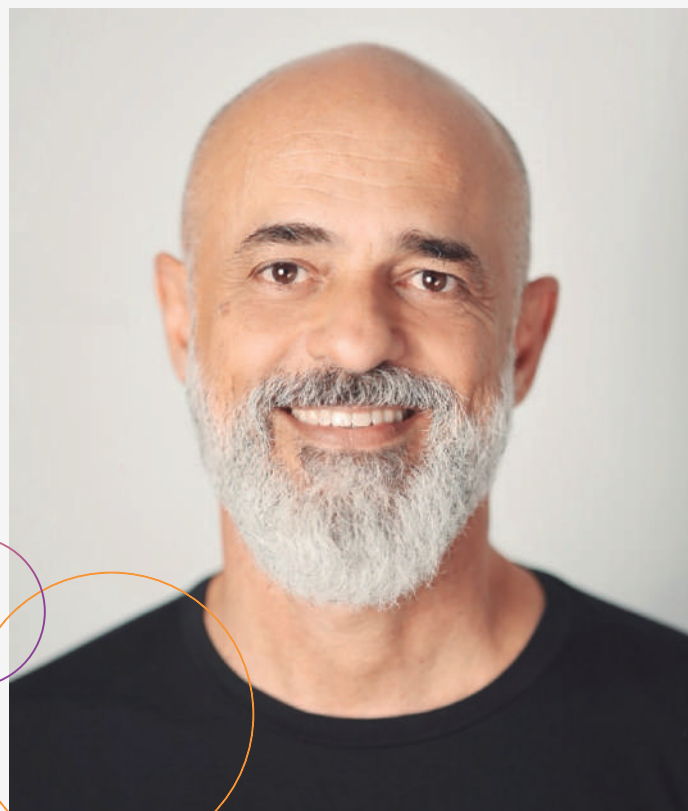
ABRACOM

Temas materiais para o Setor de Comunicação

A Abracom apresenta os temas materiais **do Setor de Comunicação**. Este estudo pioneiro serve como uma bússola para **orientar** os diversos players do nosso setor na condução de negócios mais sustentáveis, mesmo diante de um cenário em constante transformação.

“Pela primeira primeira vez temos um olhar profundo e verdadeiro sobre quais têm sido as contribuições positivas e negativas do setor de Comunicação e o que pode ser feito para um desenvolvimento sustentável.”

Fábio Santos,
CEO da CDN Comunicação
e Presidente da Abracom



A realização deste projeto é uma das iniciativas da entidade em resposta aos seus objetivos:



Difundir

a atividade de comunicação corporativa e empresarial;



Contribuir

para a organização e profissionalização do setor;



Zelar

pela qualidade de prestação de serviços;



Ampliar

o mercado junto às organizações públicas e privadas;



Construir

parâmetros éticos de atuação;



Definir

critérios comerciais;



Dar visibilidade ao segmento.

O que é Materialidade?

A Materialidade pode ser definida como a relevância dos diferentes fatores ambientais, sociais e de governança (ESG) para determinada empresa ou setor.

Já a dupla materialidade compreende não só os impactos desses fatores sobre a empresa/setor como também da empresa/setor sobre esses fatores. Uma vez definidos os temas materiais, a entidade potencializa o foco às questões mais relevantes do nosso setor de forma estruturada e científica.

O processo

Ao longo de 2024, o GT de Sustentabilidade e ESG da Abracom, com a consultoria do Grupo Report, construiu a 1ª matriz de materialidade do setor de comunicação que compreendeu cinco etapas principais:

- 1 Definição:** propósito, escopo e ferramentas.
- 2 Identificação:** mapeamento de stakeholders e temas prioritários.
- 3 Priorização:** avaliação de impacto e relevância via consultas online e entrevistas.
- 4 Análise:** interpretação dos resultados e recomendações.
- 5 Validação:** teste e aprovação por lideranças do setor.

As consultas da etapa 3 abrangeram os três eixos da materialidade: **financeira**, com líderes de agências e diretoria da Abracom; **socioambiental**, com especialistas do mercado, como jornalistas e consultores; e **percepção de relevância**, com diversos stakeholders, incluindo influenciadores, clientes, mídia, fornecedores, big techs, academia, representantes governamentais e da sociedade civil.



Temas materiais, impactos e riscos

Confira a seguir a **descrição** de cada um dos temas materiais identificados, os possíveis **riscos** e efeitos financeiros de uma gestão ineficiente da sustentabilidade da Comunicação, a **probabilidade** de ocorrência e o **impacto** no resultado do negócio:

1 Diversidade, inclusão e equidade

Promoção da equidade de gênero, raça, idade, origem e orientação sexual, garantindo respeito à pluralidade. *Riscos:* processos trabalhistas, sanções regulatórias e impacto na reputação. *Impactos financeiros:* custos legais e perda de talentos. *Probabilidade:* parcialmente provável (26-50%) e magnitude moderada, ou seja, pode reduzir moderadamente o resultado do negócio.

2 Assédio moral

Prevenção, monitoramento e combate a comportamentos abusivos no ambiente de trabalho. *Riscos:* perda de credibilidade e aumento de ações judiciais. *Impactos financeiros:* custos trabalhistas e dificuldade na retenção de profissionais. *Probabilidade:* parcialmente provável (26-50%) que ocorram em empresas do setor e magnitude moderada.

3 Atração e retenção de talentos

Desenvolvimento profissional, reconhecimento e benefícios para reduzir a rotatividade. *Riscos:* baixa competitividade como marca empregadora. *Impactos financeiros:* custos elevados com recrutamento e treinamento. *Probabilidade:* parcialmente provável (26-50%) que ocorram em empresas do setor e magnitude moderada.

4 Ética, integridade e compliance

Transparência contábil, conformidade com leis anticorrupção e reforço da ética organizacional. *Riscos:* fraudes, sanções e perda de mercado. *Impactos financeiros:* multas, processos e dificuldade de acesso a crédito. *Probabilidade:* parcialmente provável (26-50%) e magnitude moderada.

Temas materiais, impactos e riscos

5 Inovação e tecnologia

Investimento para manter competitividade e adaptação às mudanças do mercado. *Riscos:* obsolescência de serviços e processos. *Impactos financeiros:* redução da receita e custos com atualização tecnológica. *Probabilidade:* provável (51-75%) que ocorram em empresas do setor e uma magnitude severa, ou seja, que reduz significativamente o resultado do negócio.

6 Privacidade e segurança de dados

Proteção de informações sensíveis, garantindo conformidade com a LGPD. *Riscos:* vazamentos e ciberataques. *Impactos financeiros:* multas, paralisação de operações e perda de confiança do público. *Probabilidade:* parcialmente provável (26-50%) que ocorram em empresas do setor e uma magnitude de moderada para severa.

7 Relações contratuais

Cumprimento de prazos e escopos para fortalecer a confiança dos clientes. *Riscos:* processos jurídicos e quebra de contratos. *Impactos financeiros:* perda de receita e custos legais. *Probabilidade:* parcialmente provável (26-50%) e uma magnitude de moderada para alta em termos de impacto no resultado do negócio.

8 Relações trabalhistas

Garantia de boas práticas no ambiente de trabalho. *Riscos:* conflitos sindicais e sanções legais. *Impactos financeiros:* custos trabalhistas e impacto na reputação. *Probabilidade:* parcialmente provável (26-50%) e magnitude severa, ou seja, reduz significativamente o resultado do negócio.

9 Saúde, bem-estar e segurança

Promoção da saúde física e mental e ambientes seguros para colaboradores. *Riscos:* associados à saúde mental do trabalhador e a todo ambiente de pressão psicológica que existe em uma agência, principalmente no relacionamento com o cliente; aumento de processos. *Impactos financeiros:* custos médicos e impacto na produtividade. *Probabilidade:* impacto comum (e provável) de acontecer e impacto para o negócio associado a custos com processos, custos de suporte ao cuidado à saúde do funcionário, além de impactos reputacionais para a empresa.

Temas materiais, impactos e riscos

10 Transparência e relacionamento com stakeholders

Comunicação clara e responsável com clientes, parceiros e sociedade. *Riscos:* falta de credibilidade e sanções regulatórias. *Impactos financeiros:* multas e redução da demanda. *Probabilidade:* parcialmente provável (26-50%) e magnitude de mínima para moderada.

11 Mudanças climáticas:

Gestão de emissões de carbono e adaptação a regulações ambientais. *Riscos:* sanções ambientais e perda de competitividade. *Impactos financeiros:* custos operacionais e impacto na demanda. *Probabilidade:* parcialmente provável (26-50%) e magnitude mínima, ou seja, sem grande impacto no resultado do negócio.

12 Relações governamentais e advocacy:

Monitoramento, participação e definição de políticas públicas e regulações setoriais, especialmente no contexto das contratações públicas e privadas de serviços de comunicação. *Riscos:* mudanças regulatórias que afetem a forma de contratação e a remuneração de serviços de comunicação institucional e corporativa, impactando diretamente a previsibilidade, competitividade e viabilidade financeira do setor. *Impactos financeiros:* possíveis perdas em contratos devido a mudanças nos modelos de licitação e concorrências e em exigências técnicas e de precificação. *Probabilidade:* parcialmente provável (26-50%) e magnitude máxima, ou seja, com potencial para impactar significativamente o resultado do negócio.

Esperamos que, a partir deste material, **cada agência possa avaliar os temas que fazem sentido para o seu negócio e traçar estratégias** para mitigar potenciais riscos e aproveitar as oportunidades. Também desejamos que os temas materiais apoiem a consolidação de relações de trabalho cada vez mais **transparentes, éticas, respeitosas e que beneficiem a todos e todas.**

Equipe responsável

Coordenação e execução:

*GT de Sustentabilidade e ESG
da Abracom e Grupo Report*

Conteúdo:

*Luciana Santos Tardioli -
Território Criativo*

Revisão:

*Claudia Cezaro Zanuso -
Duecom Comunicação*

*e Sheila Magri – Diretora
Executiva da Abracom*

Projeto Gráfico:

Sabrina Dias

Realização:

*Abracom - Associação Brasileira
das Agências de Comunicação*

**Rua dos Pinheiros, 498 – 9 ° andar
Pinheiros
05422-902
São Paulo SP**

www.linkedin.com/company/abracom