

Premiação *Melhores para o Brasil* reconhece as organizações com melhor *performance* na qualidade das relações

|| Destinado a reconhecer as organizações que se destacaram na pesquisa ***Melhores para o Brasil*** – conduzida pela Humanizadas, empresa de inteligência de dados que movem a *Nova Economia* –, o **Prêmio *Melhores para o Brasil*** será entregue em evento *on-line* em 23 de março, partir das 9h30. A terceira edição da pesquisa contou com a participação de mais de 86 mil pessoas e 300 companhias que atuam no país. Informações e programação completa da premiação: www.melhoresparaobrasil.com.br.

| No Brasil, a pesquisa e o prêmio são liderados por Pedro Paro, pesquisador de doutorado do Grupo de Gestão de Mudanças e Inovação da Universidade de São Paulo (EESC/USP), e CEO e fundador da Humanizadas. O trabalho tem mentoria do professor Raj Sisodia (Babson College) e orientação do Prof. Dr. Mateus Cecílio Gerolamo (EESC/USP), e conta com a parceria do Instituto Capitalismo Consciente Brasil (ICCB).

São Paulo | A qualidade das relações que as empresas e organizações desenvolvem e mantêm com os múltiplos interlocutores tem influência direta na *performance* financeira, na governança e nas dimensões social e ambiental. Com base na ciência de dados, a *startup* Humanizadas criou uma metodologia que identifica o grau de evolução das companhias na temática – um índice que mede o *Rating de Consciência*, diretamente relacionado à maior percepção de impacto das empresas nos ecossistemas nos quais atuam, envolvendo a capacidade de nutrir relacionamentos de excelência, gerar valor e impacto duradouros. A análise dos dados de mais de 300 organizações e 86 mil entrevistados é a base da terceira edição da pesquisa ***Melhores para o Brasil***, cuja premiação dos destaques acontece em 23 de março, em evento *on-line*, a partir das 9h30. Ao longo do dia, estão previstas palestras, mesas de debate e rodas de conversa com palestrantes nacionais e internacionais. As informações e a programação completa do **Prêmio *Melhores para o Brasil*** podem ser acessadas no site www.melhoresparaobrasil.com.br.

O evento de reconhecimento premiará as empresas e organizações que são destaques na pesquisa ***Melhores para o Brasil*** e que estão comprometidas com uma *Nova Economia*; os premiados têm por características estarem abertos a ouvir o *feedback*, solucionar problemas reais e gerar valor superior para todas as partes interessadas no sucesso do negócio. A pesquisa é realizada de maneira independente e apartidária, sendo que o grande diferencial está na metodologia e na imparcialidade de um avaliador independente que coleta, sintetiza e analisa a percepção dos *stakeholders* de cada instituição.

Segundo o coordenador da pesquisa – Pedro Paro, CEO e fundador da Humanizadas, pesquisador de doutorado do Grupo de Gestão de Mudanças da Universidade de São Paulo (USP) –, a análise dos dados dos múltiplos *stakeholders* (todas as partes interessadas no sucesso do negócio) dessas empresas aponta para cinco pontos de inflexão que exercem pressão nas organizações em prol da *Nova Economia*. “Destaco a relevância dos *Millennials* e da Geração Z, que agora passam a provocar mudanças na maneira como as empresas inovam e na forma como respondem às demandas na experiência dos clientes e dos colaboradores. Em termos de investimentos, também podemos ressaltar a busca por modelos e iniciativas orientados a impacto ESG (*Environmental, Social and Governance*). Essas alterações no comportamento, envolvendo diferentes públicos, revelam uma mudança de hábitos na Economia e, conseqüentemente, em nossa sociedade. Para algumas empresas, essas mudanças representam grandes riscos ao

negócio e, para outras, representam uma série de oportunidades de crescimento; o que vai fazer a diferença é justamente o estágio de maturidade da liderança e da gestão de cada organização. Os resultados da pesquisa comprovam que o fator humano tem uma relevância estratégica de ponta a ponta nas organizações, contrariando conceitos de uma velha economia”, afirma o professor.

PESQUISA MELHORES PARA O BRASIL | METODOLOGIA INÉDITA

A avaliação multi-stakeholders utiliza o instrumento *Conscious Business Assessment* (CBA®), que mede o estágio de maturidade e a qualidade das relações que a organização nutre com seus diferentes públicos. O diferencial da avaliação é justamente o fato de considerar a perspectiva de todos os *stakeholders* (as partes interessadas no sucesso do negócio) e não trabalhar com dados autodeclaratórios. Boa parte das organizações está acostumada com avaliações de Clima e/ou Cultura Organizacional nas quais está envolvido apenas o público interno; nesta pesquisa, diferentemente, são envolvidos de maneira integrada todos os *stakeholders* de uma organização. Além disso, boa parte dos instrumentos e das avaliações de Sustentabilidade e ESG (*Environmental, Social and Governance*) trabalha com dados autodeclaratórios (a própria organização responde sua autoavaliação) ou então com taxas amostrais de baixa significância estatística (realização de algumas entrevistas, *workshop*, grupos focais ou aplicação de questionários sem validação científica e profundidade estatística).

Podem ser avaliadas organizações de diferentes portes (micro, pequeno, médio e grande), tipos (empresas, *startups*, ONGs e órgãos públicos) e segmentos (indústria, serviços, agronegócio, tecnologia e outros). Para participar da pesquisa, basta a organização solicitar uma avaliação para a Humanizadas. O processo ocorre de maneira totalmente eletrônica. Em um período de 15 a 20 dias são consultadas taxas amostrais de respostas referentes aos diferentes públicos da organização (lideranças, colaboradores, clientes, parceiros e sociedade em geral), buscando-se atingir 5% de margem de erro e 95% de grau de confiança nas análises. A avaliação considera a percepção que esses públicos possuem sobre a organização, analisando não apenas indicadores quantitativos, mas também a experiência e as histórias que são construídas. Além da percepção dos *stakeholders*, a pesquisa considera também as práticas e as ações geradas pelas organizações nos últimos dez anos, com a intenção de identificar impactos positivos ou negativos gerados nessas relações.

A metodologia dos *Ratings de Consciência* faz parte de um projeto de doutorado na Universidade de São Paulo. Um dos pilares da pesquisa é a análise dos *Princípios de Gestão* conectados com a metodologia do professor Raj Sisodia, fundador do *Capitalismo Consciente*. Nos critérios de avaliação são considerados os algoritmos desenvolvidos pela Humanizadas que avaliam quatro dimensões principais.

__**Reputação da marca:** por meio de notas de zero a dez, os respondentes avaliam a reputação da organização a partir das experiências geradas, a satisfação com o trabalho ou os serviços prestados e a perspectiva de futuro.

__**Princípios de gestão:** por meio de questões de múltipla escolha, os respondentes identificam o grau de maturidade dos princípios de gestão. São analisados cinco princípios fundamentais – propósito, estratégia de valor, cultura, liderança e capacidade de aprendizado e mudança. No detalhamento dos princípios, temos o **Propósito** (expressa o significado e a intenção genuína que as pessoas atribuem ao próprio papel, às relações e à visão de futuro do negócio); **Estratégia de Valor** (representa como a organização busca colocar seu propósito em prática, gerando valor para seus múltiplos *stakeholders*); **Cultura** (reflete o modelo mental, os comportamentos e o design organizacional utilizados para transformar a estratégia em resultados); **Aprendizado e Mudança**

(representa a capacidade da organização de aprender, inovar e desenvolver novas iniciativas de mudança); e **Liderança** (expressa o comportamento e a atitude diária das lideranças para formar a cultura desejada que irá gerar valor compartilhado para os *stakeholders*).

Cultura organizacional: por meio de uma avaliação de valores, os respondentes identificam os valores mais presentes nas relações com a organização; essa avaliação ajuda a identificar uma série de indicadores culturais, como o arquétipo da cultura organizacional, o grau de bem-estar cultural, a maturidade e o alinhamento cultural.

Narrativas e histórias: por meio de questões abertas e análise de conteúdo dos últimos dez anos de notícias sobre a organização são analisadas as histórias, práticas e experiências promovidas pela organização, com a intenção de identificar *impactos positivos* (geração de emprego e renda, melhoria de condições sociais, ambientais, culturais e outras) e *impactos negativos* (crimes ambientais, corrupção, práticas abusivas, trabalho análogo à escravidão e diversos outros crimes cometidos).

RATING | O resultado da avaliação final é entregue por meio do *Rating Humanizadas*, calculado a partir de algoritmos que sintetizam a percepção de múltiplos *stakeholders*; eles expressam a qualidade das relações que a organização nutre com seus diferentes públicos. A evolução do *Rating*, portanto, expressa o desenvolvimento humano e organizacional em múltiplos aspectos, refletindo sobre conceitos como transparência, ética, diversidade, inovação e sustentabilidade. Os resultados de pesquisa indicam que a elevação dos *Ratings* tem correlação com uma série de indicadores organizacionais. Significa obter melhor Performance ESG (*Environmental, Social and Governance*), satisfação dos clientes, bem-estar, confiança, diversidade, transparência e ética. Consequentemente, significa também obter melhores resultados financeiros no médio e longo prazo.

A classificação conta com 11 níveis evolutivos de *Rating* (AAA, AA, A, BBB, BB, B, CCC, CC, C, D e E), sendo o primeiro nível (“AAA”) mais desenvolvido e o último nível (“E”) menos desenvolvido. A metodologia é inspirada em renomadas agências de crédito, como Standard and Poor's, Moody's e Fitch – e, em vez de analisar o risco de crédito de um país ou uma organização, o *Rating Humanizadas* analisa o potencial de geração de valor para todos os *stakeholders* de maneira sustentável e consistente. De maneira análoga, os *Ratings Humanizadas* analisam o potencial de um país ou uma organização em gerar valor de maneira consistente para todos os *stakeholders*. O somatório das percepções dos *stakeholders* permite, também, avaliar como o macroambiente de negócios é favorável e coerente para o florescimento de negócios de impacto.

Os *Ratings* servem como um índice de qualidade das práticas de uma instituição e podem ser utilizados por diferentes atores: investidores (no suporte na tomada de decisão antes de realizar um investimento, tomando-o como direcionador de oportunidades e mensuração das melhorias de gestão realizadas); fundos de investimento (essas informações podem ser utilizadas para compor carteiras de investimento); colaboradores (os dados trazem transparência e credibilidade da qualidade da gestão, podendo ser aplicados na avaliação da empresa no processo seletivo); governança e gestão (identificam oportunidades de melhoria no modelo do negócio e gestão, demonstram resultados intangíveis e permitem aumentar o valor do negócio e da marca); parceiros de negócios (fornecedores e demais parceiros podem utilizar para identificar e monitorar o nível de qualidade das organizações com as quais se relacionam); clientes e consumidores (trazem credibilidade e transparência da qualidade do modelo do negócio e da gestão, auxiliando na tomada de decisão); e sociedade, governo e outras instituições (trazem transparência e credibilidade acerca da gestão, além de elevar a percepção de valor da sociedade).

A lista completa dos destaques 2021|2022 da pesquisa **Melhores para o Brasil** pode ser acessada a partir de 24 de março, no site www.humanizadas.com.

HUMANIZADAS | A Humanizadas é uma empresa de inteligência de dados que movem a Nova Economia. *Spin-off* do Grupo de Gestão de Mudanças e Inovação da Universidade de São Paulo (EESC/USP), a empresa foi fundada em 2020 por Pedro Paro, pesquisador de doutorado da EESC/USP, especialista em Gestão de Stakeholders, Estratégia e Cultura. A Humanizadas desenvolve algoritmos avançados e tecnologias para que as decisões de gestão, trabalho, compra e investimento sejam mais conscientes e orientadas aos *stakeholders*: lideranças, colaboradores, clientes, parceiros, investidores e sociedade.

O trabalho tem relação com os estudos conduzidos nos Estados Unidos por Raj Sisodia, professor da Babson College – responsável pela pesquisa que deu origem ao movimento global *Capitalismo Consciente*. No país, inspirou a pesquisa de doutorado do Pedro Paro na Universidade de São Paulo (EESC/USP), originalmente conhecida como Pesquisa Empresas Humanizadas, e que atualmente evoluiu para Pesquisa Melhores para o Brasil. O estudo é conduzido em parceria com o grupo de Gestão de Mudanças e Inovação da Universidade de São Paulo (EESC/USP), sob orientação do Prof. Dr. Mateus Cecílio Gerolamo. Hoje, o principal produto da Humanizadas é o *Conscious Business Assessment* (CBA®), que mede a qualidade das relações das organizações sob a perspectiva de diferentes públicos. O modelo da Humanizadas possui cinco frentes de atuação: (1) Pesquisa Melhores para o Brasil; (2) Certificação organizacional; (3) Relatórios de dados; (4) Mentoria de Plano de Ação; (5) Treinamento & Desenvolvimento.

Com profissionais que atuam com um modelo de autogestão ágil, a *startup* monitora mais de 10 mil organizações em países como Brasil, Estados Unidos, México e Espanha; em 2021, o time avaliou 300 organizações em operação no país, ouvindo 86 mil *stakeholders*. Os livros *Empresas Humanizadas* (Raj Sisodia, David Wolfe e Jag Sheth) e *Empreendedorismo Consciente* (Rodrigo Caetano e Pedro Paro) trazem a história do Capitalismo Consciente, da pesquisa e da *startup*. <https://humanizadas.com/>

MAIS INFORMAÇÕES PARA A IMPRENSA

Frida Luna Boutique de Comunicação
Betânia Lins betania.lins@gmail.com
Celular: (11) 9 7338-3879

