

Pacto Global e STILINGUE apresentam

A evolução do ESG no Brasil



Environmental, Social, and Governance

/ABRIL•2021



Pacto Global
Rede Brasil



STILINGUE

ÍNDICE

Carta ao leitor, por Carlo Pereira	3
Introdução	6
Conheça quem produziu o estudo	9
Resumo	11
Saiba o perfil de quem participou do questionário	13
Parte 1: Evolução temporal	16
Parte 2: Análise por setor	24
Agronegócio	26
Financeiro	27
Energia	27
Alimentos e Bebidas	28
Moda e Beleza	29
Parte 3: Análise por público	30
Proprietários/Sócios	30
CEO + Presidentes de Conselho	31



Clique nos **capítulos** para navegar pela apresentação.
Em qualquer slide, clique nos **logos** para retornar a este **índice**.



Pacto Global
Rede Brasil



STILINGUE

Carta ao leitor



O despertar da sustentabilidade

Nos últimos meses, muitos líderes empresariais têm procurado a Rede Brasil do Pacto Global com interesse em adequar suas empresas aos critérios ESG (sigla em inglês para Ambiental, Social e Governança). Em geral, chegam com a mesma dúvida: “o que há de novo no termo?”. Costumo começar a conversa explicando que ESG não é uma evolução da sustentabilidade empresarial, mas sim a própria sustentabilidade empresarial. No Brasil, devido ao aquecimento do tema, muitos falam em uma transição de um termo para outro, como se fossem coisas distintas, mas não são. ESG nada mais é do que a visão do mercado de capitais sobre a sustentabilidade. É o mesmo objeto, visto e trabalhado por diferentes atores.



Pacto Global
Rede Brasil



STILINGUE

Em parte por conta da pandemia da Covid-19, estamos vivenciando a ascensão do conceito, com uma intensa mobilização do mercado e uma corrida das empresas por maior compreensão. Uma das consequências “positivas” (se é que podemos usar esta palavra no atual contexto) da crise causada pelo novo coronavírus foi despertar a consciência de parcelas maiores da sociedade para questões ligadas à sustentabilidade. As empresas brasileiras aceleraram suas práticas sustentáveis em um movimento sem volta. Segundo estudo feito pela Morningstar a pedido da Capital Reset, no Brasil, fundos ESG captaram R\$ 2,5 bilhões em 2020, sendo que mais da metade da captação veio de fundos criados nos últimos 12 meses.

Sabemos que investidores, cada vez mais, preocupam-se em direcionar seus investimentos a companhias com práticas ESG, mas não só. Consumidores, e não só mais jovens, também revelam uma forte tendência em investir, consumir ou até mesmo trabalhar em empresas sustentáveis. É a busca pelo propósito, um olhar mais humano e consciente. Todas as partes interessadas estão mais atentas e exigentes em relação a uma maior performance socioambiental e de governança e, ainda, atrelada a melhores resultados financeiros.

O fato é que propósito e lucro são indissociáveis. Os dados da B3 mostram que os investimentos socioambientais e de governança corporativa estão ligados a uma melhor performance financeira. O indicador de sustentabilidade subiu mais e teve menor volatilidade do que o Ibovespa, principal índice de referência da bolsa, desde que foi criado, em 2005. No período, o ISE B3 valorizou 294,73%, enquanto o Ibovespa teve alta de 245,06%. O indicador de sustentabilidade teve volatilidade de 25,62%, contra 28,10% do Ibovespa.

Para entender melhor toda essa movimentação e a evolução do ESG entre as principais empresas do país, a Rede Brasil do Pacto Global, em parceria com a Stilingue, plataforma de monitoramento digital com Inteligência Artificial brasileira, desenvolveu este estudo inédito sobre o cenário ESG no Brasil. Foram analisados dados digitais e feita uma pesquisa exclusiva com integrantes da Rede Brasil.



Pacto Global
Rede Brasil



STILINGUE

As menções a ESG na internet cresceram exponencialmente nos últimos meses. O tema vem sendo debatido por toda a sociedade e há grande espaço para empresas que queiram assumir protagonismo. Além de garimpar quais as conversas e conexões que o termo ESG tem gerado no Brasil, o estudo desenvolvido pela Rede Brasil e Stilingue também é importante para aprimorar o entendimento sobre o conceito em si, uma vez que há uma avalanche de informações sobre o tema, e a grande maioria dos artigos publicados em jornais e revistas são voltados ao setor financeiro, quase que em um diálogo entre fundos, gestoras e bancos. Queremos incentivar este debate a um público ainda maior e engajar mais companhias para que aperfeiçoem as suas práticas sustentáveis.

Dentro do Pacto Global, percebemos uma busca crescente das empresas pela sustentabilidade. Em 2020, 210 novas organizações passaram a se comprometer com os nossos Dez Princípios e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. Nossa rede atingiu a marca de 1.100 mil membros no Brasil, mas queremos crescer ainda mais. Para alcançar a Agenda 2030, gerar impactos positivos na sociedade e ter uma economia sólida baseada na cartilha ESG, precisamos do engajamento do maior número possível de empresas e de suas cadeias de valor. Esperamos que este estudo sirva de inspiração para que mais companhias se juntem a nós neste movimento!



Carlo Pereira

Diretor-executivo da Rede Brasil do Pacto Global da ONU



Pacto Global
Rede Brasil



STILINGUE

Introdução



Em 2004, o documento *Who Cares Wins* criado pelo Pacto Global da ONU em conjunto com o Banco Mundial provocou as 50 principais instituições financeiras do mundo a refletirem sobre formas de integrar fatores sociais, ambientais e de governança no mercado de capitais. E foi assim que nasceu o conceito ESG.

A sigla ESG faz alusão ao estímulo dado a empresas assumirem e adotarem medidas que gerem **impactos sociais, ambientais e de governança** cada vez mais positivos.

É um exercício prático de autorreflexão a fim de promover uma compreensão genuína dos impactos negativos e positivos gerados na sociedade e no meio ambiente e agir sobre eles.

A instrução é clara e direta: minimize os impactos negativos e potencialize os positivos.

Ao se apropriar destas externalidades econômicas, sociais e ambientais, o movimento ESG revela um olhar mais humano, prático e alinhado com as demandas da sociedade e das novas gerações.



É de conhecimento que tanto Millennials quanto membros da geração Z revelam forte interesse por investimentos sustentáveis, por exemplo. **Nos últimos anos, 78% e 84% destas gerações, respectivamente, declararam optar por este tipo de investimento.**

Uma pesquisa comandada pela Verizon Media, consultoria especializada em conteúdo, publicidade e tecnologia, revelou que o meio ambiente, questões políticas e pautas sociais são os três temas de maior atenção para a Geração Z.

Assim, cada vez mais, a maior performance socioambiental e de governança corporativa tem sido atrelada também a resultados financeiros significativos, inclusive, a curto prazo.

Marta Pinheiro, diretora de ESG da XP Investimentos, afirma que os investimentos com foco em critérios ESG ultrapassam R\$31 trilhões no mundo, representando então praticamente 36% de todos os ativos.

Investimentos ESG estão no centro da estratégia das maiores instituições financeiras pelos próximos 3 a 5 anos.

No Brasil, a busca por conhecimento e ferramentas para aplicação de fatores sociais, ambientais e de governança na estratégia das empresas tem se tornado cada vez mais uma realidade.

Na virada de 2019 para 2020, por exemplo, se tornou mais visível o nível e volume de conversas que colocavam a tendência nos debates públicos: nas redes sociais o uso da terminologia cresceu mais de 6 vezes de um ano para o outro.



Apesar do movimento reforçar oportunidades e práticas para alcançar a sustentabilidade empresarial nas três vertentes do acrônimo, no Brasil, a opinião pública nestes últimos 2 anos ainda é extremamente focada em questões ambientais.

Em contrapartida, as principais ações identificadas pelas próprias empresas recaem em impactos sociais.

Percebe-se assim uma forte **disparidade** entre os assuntos de interesse da pauta pública, expectativas comportamentais pelo setor empresarial e de fato as medidas adotadas por eles.

Neste conteúdo, iremos nos aprofundar nestes pontos e traçar o panorama geral da discussão sobre ESG no Brasil. O que se diz sobre o tema e, principalmente, onde as marcas estão atuando?

Para isso, este material será dividido em três partes. Acompanhe:

- 1. A primeira parte trará o cenário geral do ESG baseado, especialmente, na evolução temporal do tema, alertando para as mudanças registradas entre 2019 e 2020 e quais impactos desse movimento.**
- 2. A segunda parte irá contextualizar estes impactos considerando cinco setores da sociedade, apresentados como mais impactantes de acordo com os fatores ESG. São eles: Financeiro, Agronegócio, Energia, Alimentos e Bebidas, e Moda e Beleza.**
- 3. A última parte irá abordar as percepções acerca do ESG sob a ótica de dois grupos: proprietários e sócios de empresas, e CEOs e presidentes de conselhos.**





Pacto Global Rede Brasil

Sobre a Rede Brasil do Pacto Global da ONU:

A Rede Brasil do Pacto Global foi criada em 2003, e hoje é a terceira maior do mundo, com mais de **1,1 mil membros**. Os mais de 40 projetos conduzidos no país abrangem, principalmente, os temas: Água e Saneamento, Alimentos e Agricultura, Energia e Clima, Direitos Humanos e Trabalho, Anticorrupção, Engajamento e Comunicação.



Sobre o Pacto Global das Nações Unidas

Como uma iniciativa especial do Secretário-Geral da ONU, o Pacto Global das Nações Unidas é uma convocação para que as empresas de todo o mundo alinhem suas operações e estratégias a dez princípios universais nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção. Lançado em 2000, o Pacto Global orienta e apoia a comunidade empresarial global no avanço das metas e valores da ONU por meio de práticas corporativas responsáveis. Com mais de **12,6 mil empresas** e quase **4.000 organizações** não-empresariais, distribuídas em 70 redes locais, que abrangem 160 países, é a maior iniciativa de sustentabilidade corporativa do mundo. Para mais informações, siga **@globalcompact** nas mídias sociais e visite nosso website em **www.unglobalcompact.org**



Pacto Global
Rede Brasil



STILINGUE



STILINGUE

A STILINGUE é uma plataforma orgulhosamente **made in Brasil** com Inteligência Artificial que resume e prioriza a voz do cliente em um só lugar. Somos a única plataforma de monitoramento e interação com consumidores desenvolvida para o português do Brasil capaz de resumir conversas online sobre marcas, assuntos e mercados, aplicando inteligência artificial por meio da combinação de machine learning com processamento de linguagem natural (em alguns casos, visão computacional).

Ao longo de nossa trajetória, aprendemos muito com nossos clientes e parceiros e acreditamos que podemos **mudar a forma como a Inteligência Artificial pode aproximar cada vez mais as pessoas de um objetivo em comum.**

Através do projeto Infra do Bem, a STILINGUE cede de forma gratuita o uso da nossa plataforma para projetos de cunho social, em parceria com marcas como:



Pacto Global
Rede Brasil



STILINGUE

Resumo

Vivemos notoriamente um boom ESG. **No último ano, discussões acerca do assunto em redes sociais cresceram mais de 7 vezes. Enquanto isso, 84% dos representantes do setor empresarial afirmaram que o interesse por entender mais sobre a agenda e os critérios ESG aumentaram em 2020.**

Ainda assim, percebe-se, um caminho apesar de **extremamente frutífero**, pouco explorado.

Em cenário digital, por exemplo, o espaço é prioritariamente ocupado por representantes da imprensa, que pautam e estimulam a discussão.

Poucas marcas até o momento conseguiram explorar e se apropriar de mensagens receptíveis para o público final.

Empresas têm, assim, a oportunidade e possibilidade de **explorar ações** de forma mais contundente.

Além disso, **é notável a discrepância** entre anseios identificados em redes sociais com aplicações práticas elaboradas pelas empresas. Se os primeiros têm forte interesse e buscam por ações que solucionem questões ambientais, os segundos têm sido reconhecidos pelas iniciativas que integram o fator Social.



Pacto Global
Rede Brasil



Segundo os membros participantes da Rede Brasil do Pacto Global, as 5 iniciativas mais identificadas atualmente nas empresas são:

1. Criação de mecanismos internos de compliance e governança que inibam práticas desleais dentro das empresas (79%)
2. Gestão de resíduos (reciclagem e reaproveitamento de insumos) (76%)
3. Criação de comitês e instâncias de governança que contribuam para integridade da organização (68%)
4. Apoio emergencial à Covid-19 (61%)
5. Apoio às comunidades do entorno (60%)

Enquanto isso, apoio a grupos vulneráveis não se revelou, até o momento, parte integrante de ações estratégicas do setor empresarial.

Políticas de **equidade de gênero (57%)** são mais frequentemente trabalhadas dentro das empresas do que **equidade de raça (46%)** e **LGBTQIA+ (31%)**.

Dos 5 setores evidenciados neste material, os dois com mais familiaridade com o conceito ESG foram **Financeiro e Agronegócio**. Enquanto, os dois com menos foram Alimentos e Bebidas, e Moda e Beleza.

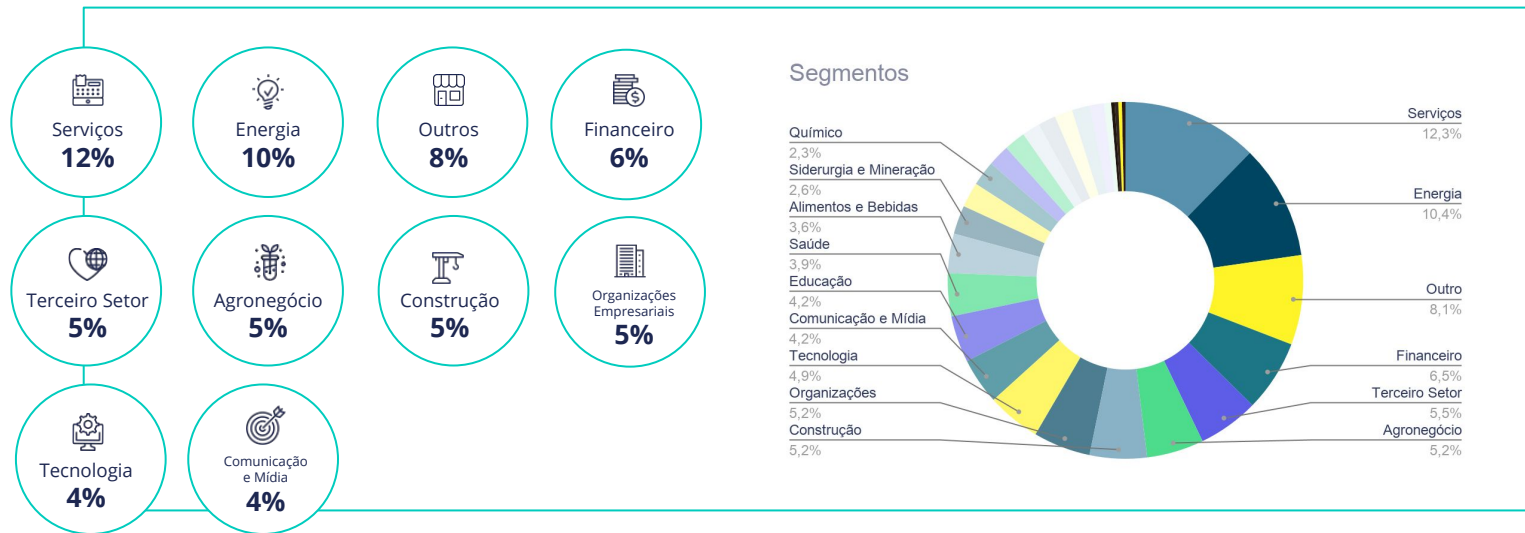
Apesar destas divergências, hoje, a maior parte dos respondentes revelou ser estimulada com alta frequência a repensar e criar soluções que impactem positivamente nos 3 critérios ESG: **51%** dos respondentes sempre são incentivados a considerar práticas com impactos sociais mais positivos; **50%** para impactos ambientais mais positivos e **48%** para impactos de governança mais positivos.



Saiba o perfil de quem participou do questionário exclusivo para integrantes da Rede Brasil do Pacto Global

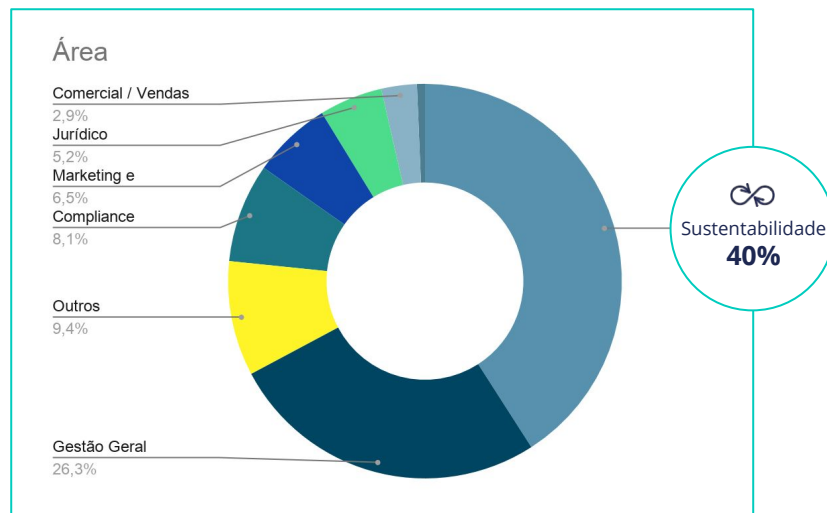
O questionário distribuído para a Rede Brasil do Pacto Global atraiu **308 respostas** entre **fevereiro e março de 2021**.

Os **10 setores** com mais participação na pesquisa foram:



Saiba o perfil de quem participou do questionário exclusivo para integrantes da Rede Brasil do Pacto Global

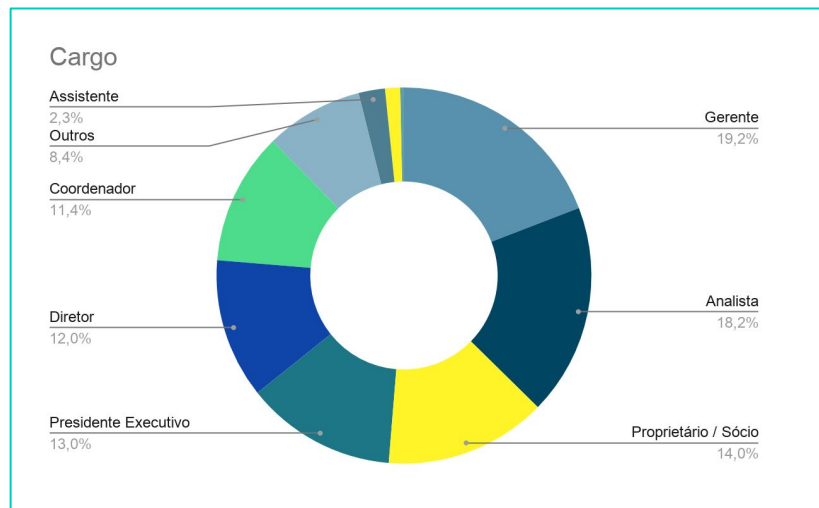
A maior parte dos participantes revelou fazer parte do setor de **Sustentabilidade** das empresas (**40%**). Profissionais com cargos de Gestão Geral representaram **26%**. Seguidos por Outros* (**9%**) e Compliance (**8%**).



*São exemplos de áreas qualificadas em Outros são Administrativo, Recursos Humanos e Pesquisa.

Saiba o perfil de quem participou do questionário exclusivo para integrantes da Rede Brasil do Pacto Global

A maioria dos participantes qualifica-se em cargos de **Gerente (19%)**, seguidos por **Analistas (18%)**, **Proprietários ou Sócios (13%)**, **Presidentes Executivos - CEO (12%)** e **Diretores (12%)**.



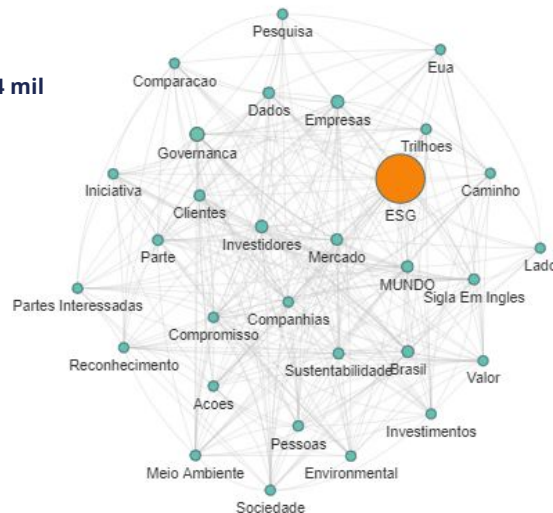
Parte 1: Evolução temporal

2019

Em 2019, pouco se falava sobre ESG e as discussões sobre a terminologia em ambiente digital brasileiro ainda eram restritas. Com pouco mais de **3.4 mil citações**, 30% deste volume foi impulsionado pela imprensa tradicional.

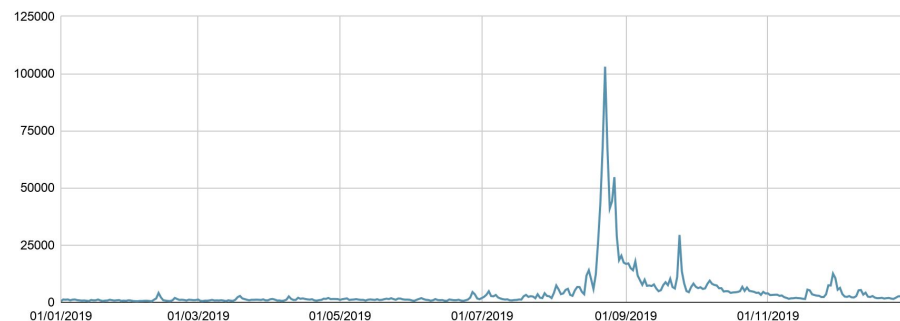
Conteúdos neste momento eram, principalmente, de cunho informativo, com distinções a respeito das diretrizes e compromissos estimulados pela iniciativa. Muito se dizia à respeito do comportamento estrangeiro e como demais países estariam aplicando e reconhecendo as práticas da nova tendência.

Se a sigla promove reflexões acerca de 3 vertentes principais, no Brasil, o Ambiental foi o de maior destaque entre a opinião pública, com mais de **11 milhões de publicações** realizadas em 2019.



O debate em relação à **situação da Amazônia** foi o principal fator estimulante desse cenário. Com a divulgação de casos de desmatamento, queimadas e extinção da biodiversidade, o alerta que se acendeu sobre o bioma repercutiu de forma intensa entre o público.

Posts sobre Amazônia em 2019



O pico representado no gráfico acima diz respeito ao embate entre governo federal brasileiro com políticos internacionais a respeito do alerta sobre aumento de queimadas na Amazônia.



Em seguida, temas na agenda Social foram o segundo com mais referências pelos internautas, com mais de **484 mil conteúdos** no ano. Neste recorte, expressões mais identificadas foram “inclusão social” e “Direitos Humanos”.

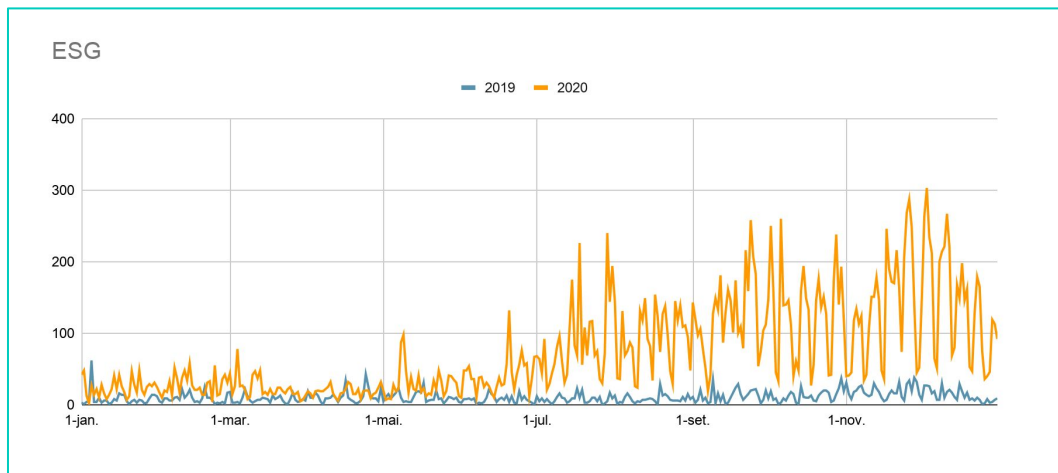
Por fim, o entendimento em torno Governança nas redes sociais indicava relatos sobre impactos de casos de **corrupção** deflagrados em grandes empresas como Vale e Petrobras. A vertente Governança foi a terceira mais mencionada em 2019 com mais de **126 mil publicações**, um volume 10 vezes menor quando comparado com os de interesse ambientais, por exemplo.

Neste momento, as marcas ainda eram pouco vinculadas à temática ESG. O segmento **Óleo e Gás** foi o mais citado no período com 7% das menções, em seguida, marcas de **Finanças** como BTG Pactual e Nubank (2%) e em terceiro, o segmento **Agronegócio** como Marfrig (2%).

As principais ações empresariais comunicadas em alinhamento com as diretrizes ESG alertaram para:

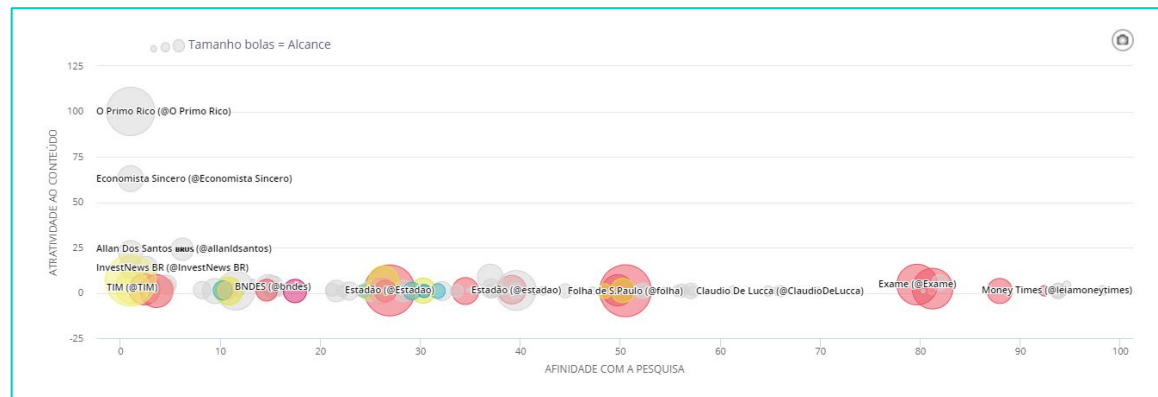


2020



2020 trouxe a discussão sobre ESG em ambiente digital para um **novo patamar**. Com crescimento significativo e um volume 6 vezes maior do que o ano anterior, foram coletadas mais de **22 mil conteúdos** sobre o assunto.

Apesar deste boom, ainda é possível perceber uma flexibilidade na conceitualização e no uso de terminologias. Das mais variadas expressões utilizadas para referenciar ESG, as oito mais utilizadas foram, em ordem crescente: **“questões ESG” (16%)**, **“agenda ESG” (14%)**, **“critérios ESG” (13%)**, **“movimento ESG” (10%)**, **“iniciativa ESG” (9%)**, **“políticas ESG” (9%)**, **fatores ESG” (8%)** e **“tendência ESG” (7%)**.



Ainda em ambiente digital, a maior parte das vozes ativas que explanam sobre o assunto pertencem a veículos de comunicação. Segundo Ranking AAA, metodologia da STILINGUE para identificação de influenciadores digitais, os 5 principais perfis de imprensa foram: **Exame (1º)**, **InfoMoney (3º)**, **Folha de S. Paulo (5º)**, **Estadão (7º)**, **Forbes Brasil (9º)** e **Valor Econômico (10º)**.

Consolida-se também a participação de criadores de conteúdo digital tais como **O Primo Rico (2º)**, **Helô Cruz (6º)** e **Allan dos Santos (8º)**. Enquanto, O Primo Rico é um forte canal sobre finanças, Helô é analista financeira e Allan, jornalista do Terça Livre (mídia conservadora).

Além de **Helô Cruz**, destaque também para **Fábio Alperowitch**, também analista financeiro com CFA que surge entre as principais vozes ressonantes sobre o assunto em 14ª colocação.

Quando falamos em posicionamento de marcas e empresas, a única a ser elencada no top 10 do ranking foi **Empiricus**, na 4ª colocação.

Novamente, pelo segundo ano seguido, falar em ESG no Brasil e em ambiente digital significou refletir sobre preocupações ambientais: no gráfico são representadas, dentre outras, pelas ramificações de narrativas que incluem **“Brumadinho”, “recursos naturais”, “sustentabilidade e meio ambiente”**.

Estes conteúdos mostram-se permeados pelo surgimento de tópicos como “investidores” e “fundos” ESG, “melhores práticas de governança corporativa” e “crise do coronavírus” que não foram encontrados em 2019.

Essa evolução e familiaridade crescente com o tema foi exposto também em pesquisa exclusiva realizada com membros da Rede Brasil do Pacto Global entre fevereiro e março deste ano. 72% dos respondentes afirmaram já conhecerem o termo ESG em 2020.

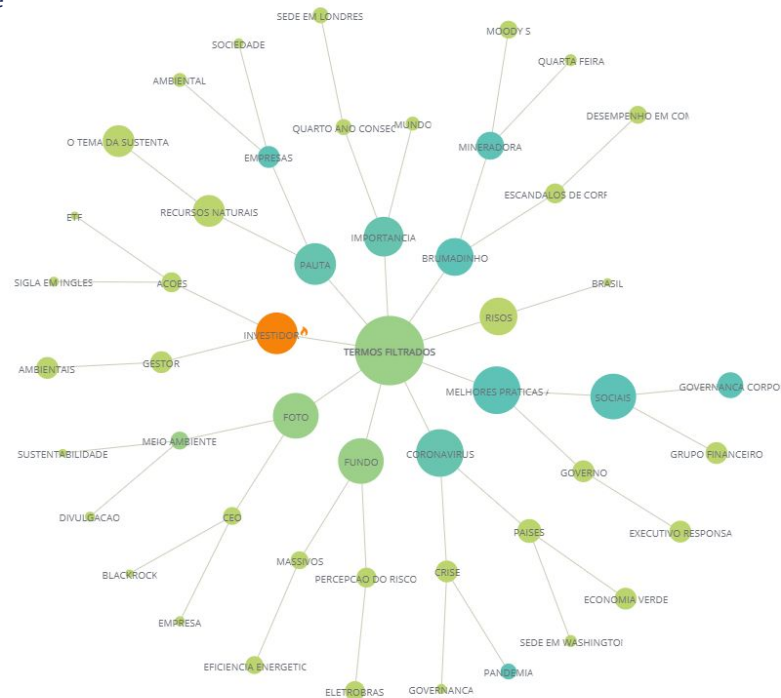


Gráfico de Termos Correlacionados do War-Room STILINGUE.

E não deve parar por aqui. A tendência a curto prazo e crescimento vertiginoso de exploração da temática é possível ser confirmado pela percepção do setor empresarial: para 84% deles, comparativamente, o interesse pela discussão aumentou em 2021.

Aprofundando de forma qualitativa nas ações praticadas atualmente pelas empresas considerando congruência com os fatores ESG, a maior parte das iniciativas recai sobre o âmbito Social. O **apoio emergencial à Covid-19 promovido pelas marcas (20%)**, o **apoio às comunidades do entorno (20%)** e também **políticas de equidade de gênero (19%)** foram as atividades com impacto social positivo mais citadas pelos respondentes.

Mas, se as práticas trabalhadas pelos grupos empresariais têm agido de forma mais concreta considerando o fator Social, nas redes sociais, a repercussão é outra.

No último ano, a conversa social digital apontou para ligação do setor empresarial principalmente a **questões de Governança (20%) e Ambientais (19%)**. Enquanto a pauta Social foi reconhecida por apenas 4%.

Nestes casos, a conversa ressoa para o combate à corrupção e reflexões sobre como zelar pela integridade interna nas corporações.



2020 na prática

Se do ponto de vista social, políticas de equidade de gênero estiveram entre as 3 atividades mais identificadas nas empresas - junto a apoio emergencial à Covid-19 e apoio às comunidades do entorno -, políticas de equidade racial e equidade LGBTQIA+ foram menos significativas, e estiveram entre as menos mencionadas pelos respondentes, trazendo 15% e 10% dos votos, respectivamente.

A única iniciativa a não ser citada por nenhum dos 308 participantes foi apoio a **grupos vulneráveis**, como refugiados.

Já quando se fala em **Meio Ambiente**, as práticas apontadas pelos respondentes foram: reciclagem e reaproveitamento de resíduos (27%), redução das emissões de gases de efeito estufa (20%) e uso, tratamento e reaproveitamento de água (19%).

Os dois itens que receberam menos votos foram plantio de árvores (10%) e proteção e cuidado com o solo (8%).

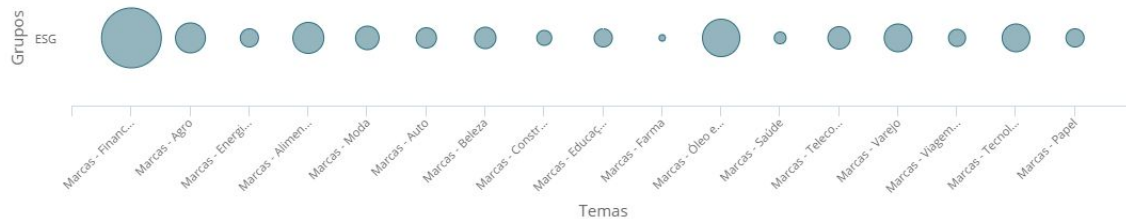
Por fim, para garantir integridade das empresas e repensar métodos de governança mais positivos, a atuação das empresas têm incluído **criação de mecanismos internos de compliance (41%)** e de **comitês (35%)**. A participação em movimentos contra corrupção foi lembrada por **22%** dos participantes.

E para 2021-...?

A maior parte dos respondentes revelou ser estimulada com alta frequência a **repensar** e **criar soluções** que impactem positivamente nos 3 critérios ESG: 51% dos respondentes sempre são incentivados a considerar práticas com impactos sociais mais positivos; 50% para impactos ambientais mais positivos e 48% para impactos de governança mais positivos.



Parte 2: Análise Setorial



No **digital**, os 5 setores mais vinculados à discussão sobre ESG em 2020 foram:

1. Financeiro

No período, muito se disse sobre investimentos verdes e sustentáveis e tendências no mercado acionário. Marcas como **XP Investimentos** e **BTG Pactual** iniciam movimentos para se consolidar como experts do assunto.

2. Óleo e Gás

De um lado do segmento, encontram-se empresas que após desastres, buscam um reposicionamento: **Petrobras** e **Vale**, por exemplo, defendem um novo planejamento estratégico com práticas mais sustentáveis a longo prazo.

Do outro lado, temos empresas como **Braskem** e **Shell** com comunicados de resultados gerados como redução de emissão de gases do efeito estufa, ações de reciclagem, e transição para energias de baixo carbono.

3. Alimentos e Bebidas (Ambev, JBS e BRF)

Destaques do setor foram **Nestlé** com ações contra desmatamento e **Ambev** que teve ABEV3 listada como tendência de investimento ESG.

4. Agronegócio

A marca **BRF** foi lembrada como uma das empresas brasileiras com melhores pontuações em bem estar animal em ranking de Sustentabilidade, além de apresentar uma série de profissionais em eventos que discutem ESG. Enquanto isso, a **JBS** é citada como a antítese da mentalidade ESG, com práticas ainda desatualizadas.

5. Varejo

Enquanto a Magalu surge entre as marcas mais mencionadas em ambiente digital influenciado pela participação de profissionais em eventos sobre ESG, o **Carrefour** é apontado como o caso para reforçar a importância da tendência no mercado brasileiro: após os registros de violência como o assassinato de João Alberto Freitas, o grupo ainda foi destaque em indicadores ESG, abrindo discussão para a validade dos quesitos.



Pacto Global
Rede Brasil



STILINGUE



Agronegócio

Dos cinco segmentos aprofundados nesta parte do relatório, o Agronegócio foi o setor com mais familiaridade com a sigla ESG, **87% dos participantes** afirmaram já terem ouvido falar sobre o assunto em 2020.

Para o segmento, o estímulo diário a aplicar ações que gerem impactos mais positivos na esfera ambiental é mais forte, com **7 pontos percentuais** acima dos demais fatores.

Já para 6% dos respondentes, gerar impactos positivos para o Meio Ambiente é hábito pouco estimulado diariamente, e este número duplica quando falamos em impactos Sociais e de Governança (**12% cada**).

Refletindo este cenário, do ponto de vista ambiental, as ações mais aplicadas por estas empresas atualmente foram **reciclagem e reaproveitamento de resíduos (22%), proteção e cuidado com o solo (19%) e diminuição de emissão de gases do efeito estufa (17%)**.

Já quando se discutem ações de impacto social, o apoio emergencial à Covid-19 foi a mais mencionada (**23%**), seguida por políticas de equidade de gênero e apoio às comunidades do entorno, com **19%** cada.

Semelhante aos demais setores, para profissionais do Agronegócio, a criação de mecanismos internos de compliance (**40%**) é a ação com impactos positivos mais claros no âmbito Governança.





Financeiro

Entre os cinco segmentos analisados neste material, o setor Financeiro foi o segundo a apresentar mais familiaridade com a terminologia ESG (atrás apenas do Agronegócio): **85%** dos respondentes do setor já conheciam a expressão em 2020.

O reflexo disso é que mais da metade dos respondentes disseram ser estimulados com elevada frequência a pôr em prática soluções com impactos mais positivos tanto sociais (**60%**), quanto **ambientais** e de **governança (55% cada)**.

No quesito social, o destaque é o apoio emergencial à Covid-19 apontado pelos respondentes como a prática mais realizada pelas empresas (**30%**). Em segundo lugar, em empate técnico, surgem políticas de equidade de gênero (**22%**) e doação de alimentos e roupas (**18%**).

Por fim, quando se fala em Governança, os respondentes apontaram que atualmente as marcas atuam de forma mais clara em criação de comitês e instâncias de governança para contribuir com a integridade da empresa (**39%**).



Energia

Para o setor de energia, o termo ESG não foi novidade no ano de 2020. Entre os entrevistados, **71% já conhecia a iniciativa**.

Dentre os critérios mais aplicáveis para o segmento, **ações com impactos ambientais** se mostraram mais estimulados no dia a dia: **93%** dos respondentes apontaram que são incentivados a criar ações que impactem positivamente o meio ambiente Sempre ou Frequentemente.

As três iniciativas mais comuns para o setor foram diminuição da emissão de gases do efeito estufa (**22%**), gestão de resíduos (**20%**) e proteção à biodiversidade (**19%**).



Enquanto isso, na esfera social, registrou-se o maior índice de respondentes que apontaram serem Pouco estimulados no dia a dia a promoverem soluções positivas para as comunidades afetadas diretamente pelo negócio **(21%)**.

Ainda assim, para este setor, apoio às comunidades do entorno **(23%)** e apoio emergencial à Covid-19 **(21%)** se revelaram as ações práticas atuais de cunho social mais realizadas pelas empresas.

Por fim, **56% dos respondentes** do setor Energia reforçaram ser Frequentemente estimulados a colocar em práticas soluções com impactos de governança mais positivos.

De forma prática, com empate técnico, desenvolvimento de mecanismos internos de compliance **(38%)** e criação de instâncias e comitês para garantir a integridade da organização **(36%)** foram as mais trabalhadas.



Alimentos e Bebidas

Entre os participantes do questionário, o setor de Alimentos e Bebidas foi um dos que apresentou embate mais acirrado entre profissionais que já conheciam a terminologia ESG e os que não conheciam em 2020: **54% afirmaram que sim, frente 45% que desconheciam**.

Ainda assim, **72%** confirmaram ser estimulados diariamente a rever estratégias para maximizar impactos positivos nos 3 quesitos - Ambiental, Social e Governança.

Reciclagem e reaproveitamento de insumos **(27%)** e gestão da água **(25%)** foram as ações de efeitos ambientais mais lembradas pelos respondentes.

Enquanto apoio emergencial à Covid-19 **(22%)** e políticas de equidade de gênero **(20%)** estão ligadas ao cenário social de impacto das empresas.



Por fim, estruturação de mecanismos de compliance interno também foram citados como a prática adotada atualmente com mais impactos positivos para Governança **(40%)**.



Moda e Beleza

Semelhante ao setor de Alimentos e Bebidas, a terminologia ESG não esteve tão presente em 2020 para muitos: **40%** destacaram como novidade neste ano.

Para o segmento, **100%** dos respondentes afirmaram ser estimulados Sempre ou Frequentemente a repensar projetos e ações a fim de gerar mais impactos positivos nas 3 frentes do ESG.

Do ponto de vista ambiental, as preocupações atuais recaem em ações que diminuam emissão de gases de efeito estufa **(26%)**, gestão de água **(21%)** e gestão de resíduos **(21%)**.

Dentre os segmentos analisados neste documento, apenas o setor Moda elenca política de equidade LGBTQIA+ no top 3 iniciativas de impactos sociais positivos mais encontradas entre as marcas **(16%)**. As duas primeiras colocações são ocupadas por políticas de equidade racial, equidade de gênero e apoio emergencial à Covid-19, que registram empate técnico com **24%**.

Refletindo sobre Governança, em empate, com o mesmo número de votos, criação de mecanismos de compliance e criação de comitês são as práticas mais aplicadas pelas marcas hoje **(44% cada)**.



Parte 3: Análise por Público

Proprietário/Sócios

Para 23% da classe de Proprietários e Sócios de empresas o termo ESG foi novidade em 2020.

A vertente relacionada à governança foi a que registrou maior crescimento de projetos e ações práticas (**74%**) quando comparado o começo de 2021 com o ano anterior.

Para este público, quando se fala em políticas e ações de governança, a criação de mecanismos internos de compliance e governança é destaque (**48%**), sendo mencionada como a prática mais aplicada hoje nestas empresas. Participação em movimentos contra a corrupção aparecem em segundo lugar com **29%** dos votos.

Enquanto isso, em relação às iniciativas adotadas pelas empresas para impactar positivamente a sociedade, aparecem tecnicamente empatadas políticas de equidade de gênero e racial com **23%**. Enquanto políticas de equidade LGBTQIA+ representam **11%**. Não registrou nenhum voto apoio a grupos vulneráveis.



Pacto Global
Rede Brasil



STILINGUE

Do ponto de vista ambiental, gestão de resíduos incluindo reciclagem e reaproveitamento de insumos é identificada pela maior parte dos CEOs e Presidentes de Conselho, somando **32%** dos votos. Em segundo lugar, aparecem ações que diminuem a emissão de gases do efeito estufa (**20%**).

Respeito e proteção à biodiversidade e cuidados com o solo foram os menos mencionados como práticas recorrentes atualmente, com menos de **9%** cada.

Quando questionados sobre incentivos diários em relação a praticar ativamente iniciativas que reforcem comprometimento com as três vertentes, o público de Proprietários e Sócios destacaram em sua maioria que são sempre estimulados - **67%** em impactos sociais, **58%** em impactos ambientais e **60%** em governança.

Do outro lado, porém, os que relataram pouco incentivo somaram 6% em relação às questões sociais, **20%** ao meio ambiente e **13%** à governança.

CEO + Presidentes de Conselho

Diferentemente do cenário encontrado entre Proprietários ou Sócios, para a classe de CEOs e Presidentes do Conselho, o termo ESG só foi novidade em 2020 para 11%.

O crescimento de interesse sobre os critérios ESG é visível para **93%** dos respondentes. Para este público, a categoria ambiental é o destaque do último ano com um aumento de **84%** em iniciativas praticadas pelas empresas.



Do ponto de vista social, **68%** dos respondentes afirmam serem sempre incentivados a colocar em prática soluções que gerem impactos sociais mais positivos.

Entre as ações que hoje mais identificam nas empresas que atuam, políticas de equidade de gênero, apoio às comunidades do entorno e apoio emergencial relacionado à Covid-19 aparecem tecnicamente empatados com **21%** de menções/cada. Já apoio a grupos vulneráveis como refugiados não foi mencionado por nenhum respondente.

Por fim, para os CEOs e Presidentes do Conselho respondentes, governança foi o critério com menos mudanças em relação à 2020: para **29%** deles, a atuação da empresa em iniciativas associadas à responsabilidade de governança permaneceu igual no começo deste ano.

Neste sentido, a criação de mecanismos internos de compliance e governança que inibam práticas desleais dentro das empresas é a prática mais adotada atualmente (**47%**). Enquanto criação de comitês e instâncias de governança que contribuam para integridade da organização representaram **33%** dos votos.



Pacto Global
Rede Brasil



STILINGUE



Environmental, Social, and Governance

/ABRIL•2021



Pacto Global
Rede Brasil



STILINGUE