

A PERCEPÇÃO DOS CIDADÃOS SOBRE ESG

1 INTRODUÇÃO

A crescente preocupação com questões ambientais e sustentáveis impulsiona discussões e normas recentes, visando o desenvolvimento sustentável. No Brasil, a Constituição Federal de 1988 institucionalizou garantias e deveres constitucionais, incluindo direitos civis, políticos, econômicos, sociais e culturais (MORAES, 2000).

A abordagem ESG (Ambiental, Social e Governança) busca aliar essa garantia à proteção das gerações futuras, por meio da atuação das organizações no planejamento e implementação de um desenvolvimento sustentável (AZEVEDO, 2021).

Embora a discussão sobre sustentabilidade remonte a 1972, os princípios ESG ganharam força nos últimos anos, impulsionados pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela ONU em 2015 (YOSHIDA, 2021; REZENDE; CARNEIRO, 2021).

O presente trabalho busca conciliar a importância de um meio ambiente saudável com a atuação das empresas na geração de lucro, abordando a percepção das práticas de ESG. Apesar da existência de normas que protegem direitos e garantias fundamentais, a prática efetiva de ESG atrai investidores e consumidores atentos a empresas que operam de acordo com diretrizes sustentáveis e éticas.

Considerando a busca por lucro e valor no mercado financeiro, e o compromisso das empresas com o desenvolvimento aliado à geração de valor para stakeholders, meio ambiente e comunidade, torna-se necessário identificar as percepções sobre os aspectos gerais de ESG (TEIXEIRA, 2022). As práticas ESG desafiam as empresas a empregar recursos em questões sociais e ambientais, dissociando-se da "doutrina de Friedman", que defende a maximização dos lucros como única responsabilidade social das empresas (TEIXEIRA, 2022).

Diante dessas considerações, este estudo tem como objetivo analisar a percepção dos cidadãos sobre ESG.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A crescente preocupação com questões ambientais e a busca por um desenvolvimento sustentável têm impulsionado a discussão sobre a importância da proteção dos direitos fundamentais e da dignidade humana. Nesse contexto, a sigla ESG (Environmental, Social and Governance) emerge como um conjunto de princípios e práticas que visam alinhar as atividades corporativas com a sustentabilidade, englobando aspectos ambientais, sociais e de governança. Este estudo busca analisar a percepção dos cidadãos sobre o ESG, investigando o nível de conhecimento e compreensão da sociedade em relação a essas práticas. A relevância da pesquisa reside na necessidade de avaliar como a população percebe o impacto das ações corporativas em questões como meio ambiente, bem-estar social e governança, e como essa percepção influencia suas escolhas e comportamentos.

O conceito de ESG está intrinsecamente ligado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela ONU, que buscam promover um futuro mais justo, equitativo e sustentável para todos. As práticas ESG representam um compromisso das empresas em contribuir para o alcance desses objetivos, adotando medidas que minimizem seus impactos negativos e maximizem seus impactos positivos na sociedade e no meio ambiente. A literatura sobre responsabilidade social corporativa (RSC) fornece um arcabouço teórico para a análise do ESG, destacando a importância da atuação empresarial para além da busca pelo lucro, incorporando valores éticos, sociais e ambientais em suas estratégias e operações. O ESG pode ser visto como uma evolução da RSC, com foco mais específico em questões

ambientais, sociais e de governança, e com maior ênfase na mensuração e transparência dos resultados.

A percepção do cidadão sobre o ESG é fundamental para avaliar a efetividade dessas práticas e sua capacidade de gerar impacto positivo na sociedade. Estudos anteriores têm demonstrado que a conscientização sobre questões ambientais e sociais influencia as escolhas de consumo dos indivíduos, levando-os a preferir produtos e serviços de empresas que demonstram compromisso com a sustentabilidade.

No entanto, a pesquisa também revela que ainda existe um déficit de conhecimento sobre o significado e as implicações do ESG, o que pode limitar sua efetividade na promoção de mudanças significativas. A falta de divulgação clara e acessível sobre as práticas ESG por parte das empresas, bem como a complexidade dos conceitos envolvidos, podem contribuir para essa lacuna de conhecimento.

Para que o ESG alcance seu pleno potencial como ferramenta de transformação social e ambiental, é fundamental que as empresas invistam em ações de divulgação e educação, buscando tornar o conceito mais acessível e compreensível para a população. A transparência na comunicação das práticas ESG, a utilização de linguagem clara e objetiva, e a promoção de debates e discussões sobre o tema são algumas das estratégias que podem contribuir para aumentar a conscientização e o engajamento da sociedade.

Além disso, é importante que o governo e as instituições de ensino também desempenhem um papel ativo na promoção da educação sobre sustentabilidade e responsabilidade social, formando cidadãos mais conscientes e críticos em relação às práticas corporativas.

O ESG representa um importante avanço na busca por um modelo de desenvolvimento mais sustentável e justo. No entanto, para que suas práticas gerem impacto real, é fundamental que a sociedade esteja informada e engajada, compreendendo o significado e as implicações do ESG em suas vidas.

A pesquisa sobre a percepção do cidadão sobre o ESG revela a necessidade de ampliar a divulgação e a educação sobre o tema, superando a lacuna de conhecimento existente. As empresas, o governo e as instituições de ensino têm um papel fundamental nesse processo, trabalhando em conjunto para construir um futuro mais sustentável e responsável para todos.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa, utilizou o método survey para coletar dados sobre a percepção dos cidadãos em relação ao ESG (MARCONI; LAKATOS, 2017; HAIR JR. et al., 2013). Um questionário online, adaptado de estudos prévios (ANGELOCCI et al, 2021; SEVERO et al, 2020; ARRUDA FILHO et al, 2019), foi aplicado a 50 participantes selecionados por amostragem tipo "Bola de Neve" (Malhotra, 2012). O questionário abordou o perfil dos entrevistados, sua percepção sobre ESG e a atuação das empresas nesse tema.

A coleta de dados ocorreu em agosto de 2022, por meio do Google Forms, e os participantes foram informados sobre seus direitos e a confidencialidade das informações (SEVERO et al, 2020). Os dados foram analisados de forma anônima, utilizando estatística descritiva com o auxílio do software Microsoft Excel®.

A pesquisa, realizada com 50 respondentes de diversas áreas de atuação, revelou que a maioria (76%) possui ensino superior completo e atua no mercado de trabalho formal (80%). Embora 92% tenham conhecimento sobre o termo ESG, apenas 60% compreendem seu significado. Curiosamente, 76% dos participantes afirmaram que suas empresas não aplicam práticas de ESG, apesar da maioria (76%) preferir empresas ambientalmente amigáveis.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A amostra final da pesquisa contou com 50 participantes de diversas áreas de atuação, incluindo estudantes do ensino médio. A maioria dos respondentes possui entre 36 e 59 anos (76%) e pós-graduação concluída (80%). A atuação profissional se concentra em áreas como humanas/sociais (38%), exatas (34%) e saúde/biológicas (28%), sendo que a maioria atua formalmente (80%).

Embora apenas 60% dos participantes soubessem o significado do termo ESG, 92% já haviam ouvido falar sobre ESG ou termos relacionados, como sustentabilidade, crédito de carbono e responsabilidade socioambiental. A maioria (76%) já atuou ou atua no meio corporativo, mas a maioria das empresas para as quais trabalharam/trabalham não aplica práticas de ESG.

A maioria das empresas nas quais os participantes atuaram/atua são de origem nacional, o que pode estar relacionado à ausência de práticas de ESG no meio corporativo brasileiro, como evidenciado por tragédias ambientais e escândalos de corrupção (GORGA, 2022).

Apesar do desconhecimento sobre os resultados das práticas de ESG e do entendimento de que elas se restringem ao mundo corporativo (80%), a maioria dos respondentes (76%) dá preferência a empresas ambientalmente amigáveis.

A pesquisa revelou que 88% dos respondentes entendem que a conscientização ambiental ainda é pouco popularizada, e 96% consideram importante uma melhor divulgação sobre ESG.

Os resultados indicam um crescente direcionamento de investimentos para empresas que incorporam os princípios de ESG, tornando-se um diferencial competitivo (Yoshida, 2022). No entanto, a falta de práticas de ESG em empresas brasileiras pode estar relacionada ao receio do custo de implantação e à incerteza jurídica, que desestimulam a adoção de práticas sustentáveis (KOKKE E SARAI, 2022).

A popularização dos termos e seus impactos ainda são pouco difundidos, apesar da preferência por produtos de empresas ambientalmente amigáveis. Ações de comunicação e marketing voltadas à sustentabilidade verde podem gerar confiança e influenciar o consumo, promovendo a responsabilidade social corporativa e o consumo consciente (Severo et al, 2020).

A pesquisa, realizada com 50 respondentes de diversas áreas de atuação, revelou que a maioria (76%) possui ensino superior completo e atua no mercado de trabalho formal (80%). Embora 92% tenham conhecimento sobre o termo ESG, apenas 60% compreendem seu significado. Curiosamente, 76% dos participantes afirmaram que suas empresas não aplicam práticas de ESG, apesar da maioria (76%) preferir empresas ambientalmente amigáveis.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar a percepção dos cidadãos sobre ESG. Encontrou-se como resultado principal um retrato de como o termo não é amplamente conhecido e difundido, mas algumas determinadas palavras-chave impactam nas decisões dos indivíduos e no mercado corporativo de investimentos que respeitam os princípios de ESG, tais como, responsabilidade socioambiental e produto sustentável, ou, ainda, sustentabilidade.

Os efeitos da aplicação das práticas foram demonstrados mediante análise do conhecimento da população sobre o tema, a comunicação para conscientização geral, a importância e satisfação dada para dissipar as informações sobre a cultura da governança socioambiental, direitos e responsabilidades.

Portanto, impossível dissociar empresas e governança dos princípios ESG e ODSs. Tanto que, o termo ESG foi primeiramente utilizado pelo mercado financeiro, refletindo na valorização de empresas que adotam ESG, embora muitas empresas ainda relutem para a implantação das práticas e medidas, sob o equivocado pensamento de que é um gasto que não trará rápido retorno financeiro e prestígio ao longo do tempo. Isso porque, a busca corporativa pelo valor aliado à ESG, este inegociável, trouxe consequências que atingem diretamente os direitos da pessoa, contrapondo, em especial, a corrida pela lucratividade e implementação de políticas estratégicas.

A prática e aplicação efetiva de ESG atrai investidores e consumidores atentos a empresas que operam de acordo com as diretrizes sustentáveis e éticas, evitando investimentos e relações com organizações que não estejam preocupadas e atuantes na pauta “ESG”.

Esta pesquisa apresentou contribuições práticas e gerenciais ao trazer pontos de atenção para as empresas e lideranças referente a forma como se apresentam o termo de ESG no meio corporativo e, portanto, ao alcance da sociedade, seja para o aumento de valor financeiro, seja para valores ao meio ambiente e à sociedade na busca de práticas sustentáveis e adeptos a esses valores.

Para pesquisas futuras sugere-se pesquisas quantitativas e qualitativas para verificar como os profissionais específicos das áreas corporativas percebem as estratégias e práticas de ESG e ODS aplicadas em suas empresas e como essas estratégias contribuem na preferência da população consciente da problemática do meio ambiente, do bem estar social e da boa governança corporativa.

REFERÊNCIAS

ANGELOCCI, M.A.; PEREIRA, B.G.; MARTUCCI, K.C.; TSUDA, A.M.C. Marketing Verde E A Aderência Do Consumidor Em Relação Ao Café Sustentável. Revista São Luís Orione, (Araguaína-TO), vol.1, nº 16, jan/jul. 2021. (ISSN: 2446-5062- online). Disponível em: < <http://seer.catolicaorione.edu.br:81/index.php/revistaorione/article/viewFile/194/14>>.

ARRUDA FILHO, E.J.M.; CARDOSO, B.L.; BARBOZA, M.N.L. Intenção de consumo verde no contexto das características egoístas ou altruístas do produto versus a consciência ambiental do usuário. ISSN 1679-3951. Cad. EBAPE.BR FGV, v. 17, nº 2, Rio de Janeiro, Abr./Jun. 2019. P. 422-434. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/cebape/a/wZzY5FYvBgLdPV3MzmFjCdJ/abstract/?lang=pt>>.

AZEVEDO, V. ESG: Emissão de gases, crédito de carbono e padronização de informações devem ser centro das atenções em 2022. 2021. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/mercados/esg-emissao-de-gases-credito-de-carbono-e-padronizacao-de-informacoes-devem-ser-centro-das-atencoes-em-2022/>. Acesso em: 12 abril 2022.

BRASIL. Lei 12.187/2009. Institui a Política Nacional sobre Mudança do Clima - PNMC. Diário Oficial da União, Brasília, 29 dez2009, Seção 01 Edição Extra, p. 109.

GORGA, É. ESG e Ausência de Infraestrutura Jurídica Ex-Post no Brasil. In: MPF - MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. Finanças Sustentáveis: ESG, Compliance, Gestão de Riscos e ODS. Editora Abrampa, Belo Horizonte, MG, Brasil. 2021. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/regiao3/atos-e-publicacoes/publicacoes/e-book-financas-sustentaveis-esg-compliance-gestao-de-riscos-e-ods-1>. Acesso em: 19 abril 2022.

HERKENHOFF, J. B. Direitos Humanos – Uma ideia, muitas vozes. 2ª ed. Editora Santuário, São Paulo, SP, Brasil. 1998.

MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman Editora, 2012.

MELARÉ, E. Direito do Ambiente – doutrina – jurisprudência. 4ª ed. Editora revista dos Tribunais, São Paulo, SP, Brasil. 2005.

MORAES, A. Coleção Temas Jurídicos 3, Cap. I – Parte Geral. Direitos Humanos Fundamentais: teoria geral, comentários aos arts. 1º a 5º da Constituição da República Federativa do Brasil, doutrina e jurisprudência. 3ª ed. Editora Atlas, São Paulo, SP, Brasil. 2000.

OLIVEIRA, A. Curso de Direitos Humanos. 1ª ed. Editora Forense, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. 2000.

PACTO GLOBAL. 2022. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/pg/esg>. Acesso em: 07 abril 2022.

PILÃO, M. Crédito de carbono e empresas com boas práticas de ESG. 2021. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/ensaio/2021/Cr%C3%A9ditos-de-carbono-e-empresas-com-boas-pr%C3%A1ticas-de-ESG>. Acesso em: 06 abril 2022.

REFINITIV. Environmental, Social, and Governance (ESG) Indices. 2022. Disponível em: <https://www.refinitiv.com/pt/financial-data/indices/esg-index>. Acesso em: 06 abril 2022.

SARAI, L.; KOKKE, M. Regulação do Sistema Financeiro Nacional: Reflexões sobre sustentabilidade e aplicação de Práticas de ESG. In: MPF - MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. Finanças Sustentáveis: ESG, Compliance, Gestão de Riscos e ODS. Editora Abrampa, Belo Horizonte, MG, Brasil. 2021. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/regiao3/atos-e-publicacoes/publicacoes/e-book-financas-sustentaveis-esg-compliance-gestao-de-riscos-e-ods-1>. Acesso em: 19 abril 2022.

SEVERO, E.A; BARBOSA, A.S.F; MOTA, S.M; OLIVEIRA, M.B. A Influência do Marketing Verde no Consumo Sustentável Uma Survey no Rio Grande do Norte. Desenvolvimento em Questão. Editora Unijuí ISSN 2237-6453 – ano 18, n. 51, abr./jun. 2020. P. 268/280. <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2020.51.268-280>.

TEIXEIRA, C. Finanças sustentáveis na Klabin: Gestão de Riscos, Compliance, ASG e ODS. In: MPF - MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. Finanças Sustentáveis: ESG, Compliance, Gestão de Riscos e ODS. Editora Abrampa, Belo Horizonte, MG, Brasil. 2021.