

ESG – UMA SIGLA AINDA DESCONHECIDA PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Fernanda Cicarone – Universidade São Paulo – USP
Andréa de Oliveira Frias – Escola Paulista de Direito – EPD

Resumo

A questão da sustentabilidade no setor empresarial vem se tornando cada vez mais o foco de discussão na sociedade. Isso se intensificou depois da década de 70, onde grandes desastres ambientais, envolvendo empresas foi deflagrado. Desde então, as empresas são cobradas cada vez mais a assumirem os impactos das suas atividades e reparar possíveis danos que causam à sociedade. Atualmente, o setor empresarial, especialmente representado por grandes empresas multinacionais, tem tomado a frente e vem assumindo posturas cada vez mais sustentáveis. Porém, essa realidade de redução de impactos e preocupação com questões ambientais e sociais, ainda não é unânime e nem global em todos os setores produtivos. Nesse contexto, se encontram grande parte das micro e pequenas empresas, que muitas vezes não sabem nem por onde começar a praticar os conceitos de Environmental, Social and Governance (ESG). E alguns cenários são encontrados: os empresários de maneira geral consideram a temática importante, mas desconhecem que algumas das práticas realizadas por eles, já reduzem impacto e que poderiam ser enquadradas no conceito; não acham que as práticas e ações de redução de consumo de insumos podem também ser consideradas (isso acontece, pois muitas vezes o enfoque inicial é apenas financeiro); acham muitas vezes caro e difícil e não conseguem alcançar qual valor isso será agregado ao produto; ainda o consumidor final, na maioria dos mercados, não está tão exigente.

PALAVRAS-CHAVE: Micro e Pequenas Empresas, Sustentabilidade empresarial, ESG.

ESG – AN ACRONYM STILL UNFAMILIAR TO MICRO AND SMALL ENTERPRISES

Abstract

The issue of sustainability in the business sector has increasingly become the focus of discussion in society. This intensified after the 1970s, when major environmental disasters involving companies were revealed. Since then, companies have been increasingly pressured to take responsibility for the impact of their activities and to repair possible damage caused to society. Currently, the business sector, especially represented by large multinational corporations, has taken the lead and has been adopting increasingly sustainable practices. However, this reality of reducing impacts and addressing environmental and social concerns is still neither unanimous nor global across all productive sectors. In this context, a large portion of micro and small enterprises find themselves, often not knowing where to begin in applying the concepts of Environmental, Social, and Governance (ESG). Some scenarios can be observed: business owners in general consider the topic important, but are unaware that some of the practices they already implement reduce impacts and could be framed within the concept; they do not consider that practices and actions aimed at reducing the consumption of inputs may also be included (this happens because the initial focus is often only financial); they often view it as costly and difficult and are unable to see what value this will add to the product; moreover, the final consumer, in most markets, is still not very demanding.

KEYWORDS: Micro and Small Enterprises, Corporate Sustainability, ESG

Edição

Sistema revisado por pares

Recebido: 03/06/2025

Revisado: 17/06/2025

Aceito: 24/06/2025

INTRODUÇÃO

Desde a década de 70, a preocupação social com a questão ambiental vem crescendo. A ciência confirma a necessidade de nos atentarmos a isso, uma vez que o aumento da temperatura terrestre, causado pelos gases emitidos das nossas atividades econômicas, pode desencadear diversos tipos de desastres ambientais com impactos sociais. Essa relação entre meio ambiente, atividade econômica e impactos na sociedade sempre existiu, mas se tornou considerável após a primeira revolução industrial. Alguns desastres que impactaram seres humanos de maneira devastadora, aconteceram na metade do século XX, como a contaminação em Minamata e o nevoeiro em Londres. Esses desastres ambientais foram causados pela poluição de indústrias em suas localidades (POTT & ESTRELA, 2017). O impacto ambiental com resultados sociais pode ser tanto local, quanto global, como por exemplo o aquecimento global e as mudanças climáticas. Compreender como os setores da sociedade estão incorporando essa questão pode ser fundamental para direcionar ações governamentais e institucionais no caminho para ampliação do entendimento do empresário dessa tendência e demanda, podendo ainda as micro e pequenas empresas contribuírem muito com a mudança desse caminho tomando atitudes reais de sustentabilidade dentro do negócio.

Essa compreensão e necessidade de como as empresas podem e devem trazer benefícios à sociedade não apenas pela geração de lucro, são conceitos atrelados a sigla em inglês ESG - Environmental, Social and Governance, ou seja, E - Ambiental, S - social e G - governança. Segundo Irigaray e Stocker, 2022:

“ESG é um conjunto bastante amplo de questões, desde a pegada de carbono até as práticas trabalhistas e de corrupção, que justificam a criação de critérios e práticas que direcionam o papel e a responsabilidade dos negócios em direção aos fatores ambientais, sociais e de governança corporativa.”

A sigla ESG surgiu em 2004, pelo então secretário geral das Nações Unidas, Kofi Annan, que em seu discurso na ONU, provocou 50 CEOs de empresas financeiras a incluírem em suas análises os critérios de governança, meio ambiente e olhar social (COSTA et al., 2022; AMATO NETO, et al. 2022). Apesar de recente, os conceitos de ESG têm sua base teórica na responsabilidade social empresarial (RSE) ou responsabilidade social corporativa (RSC). A discussão moderna de RSE iniciou-se em 1953 com a publicação do livro *Social responsibilities of the businessman*, de Howard Bowen, em 1953 (IRIGARAY & STOCKER, 2022) e inicialmente estava atrelada a filantropia promovida pelas corporações.

A premissa de que as empresas faziam um bem à sociedade apenas pelas suas atividades gerarem lucro, foi uma ideia cunhada por Friedman, um economista americano que na década de 70 publicou um artigo na *The New York Times Magazine* defendendo que “a responsabilidade social das empresas é aumentar os seus lucros” (REZENDE & CARNEIRO, 2021).

A doutrina ou teoria de Friedman, influenciou por muitos anos as atividades dos executivos nas organizações e as questões sociais e ambientais eram temáticas não discutidas nas empresas, considerava-se que o próprio mercado faria essa regulação, assim como discorrem Rezende & Carneiro, 2021:

“Era como se a mão invisível de Adam Smith conspirasse para que a competição entre as empresas levasse naturalmente ao uso mais eficiente e justo dos recursos do mundo, e essa suposta eficiência contribuísse para o aumento do bem-estar geral”.

Entretanto o pensamento de que o próprio mercado regularia a utilização dos recursos naturais, e por conseguinte garantisse a preservação do meio ambiente e a melhoria social, em uma análise não tão profunda, pode-se dizer que acontece de maneira parcial através dos índices de sustentabilidade das grandes empresas nas bolsas de valores, como o Índice Dow Jones da Bolsa de Nova York ou Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bolsa de Valores de São Paulo (AMATO NETO et al., 2022); porém vai acontecer em larga escala nos outros setores produtivos e micro e pequenas empresas através de regulações e marcos regulatórios legais estabelecidos pelos órgãos públicos ou instituições (YOUNG, 2009). O que de fato pode-se dizer é que ao longo dos anos, a visão de Friedman foi perdendo força e hoje a ideia de que organizações devem se preocupar com as questões socioambientais é largamente aceita e defendida (REZENDE & CARNEIRO, 2021; DE TONI, et. al., 2012).

Essa contribuição real que as empresas podem dar para reverter o avanço dos desastres causados pelo aquecimento parte social considerandoglobal, tem ganhado força e está sendo impulsionada pelos clientes, tanto que é cada vez maior o número de pessoas que consomem produtos que tem o propósito de redução de impactos ambientais e são mais ecorresponsáveis. Trata-se do consumo consciente, que considera converter o consumo em “ato consciente”, sobretudo quanto aos seus impactos na sociedade e na natureza (SILVA et al, 2011). Muito mais que uma tendência, essas mudanças na relação humana com o consumo são fundamentais para a contenção da emissão de gases de efeito estufa, e

consequentemente, nas mudanças climáticas. Nesse aspecto é necessário que todos, sem exceção, analisem sua contribuição nos impactos, uma vez que são consumidores ou fornecedores diários de produtos e serviços.

A compreensão de como a questão ambiental está sendo incorporada nas micro e pequenas empresas é essencial para entender como os negócios têm se engajado nessa temática e como pode ser possível estabelecer estratégias visando que o empresário entenda seu incontestável papel na redução dos impactos ambientais negativos e nas diversas possibilidades de impactos ambientais positivos, gerando ganhos reais, uma vez que pode agregar valor ao produto ou serviço entregue ao cliente que tem cada vez mais reconhecido essas ações sustentáveis.

Neste sentido, o objetivo geral desta análise é entender como a questão ambiental, presente na sigla ESG, está sendo vista pelos empresários das micro e pequenas empresas (MPE's) atendidas pelo Programa Brasil Mais Agentes Locais de Inovação (ALI) Produtividade, de setembro de 2022 a março de 2023, do escritório regional Leste 1, na cidade de São Paulo.

DESENVOLVIMENTO

Revisão de Literatura ou Referencial Teórico

A partir da Revolução Industrial, que teve seu início no século XVIII, é crescente a emissão de gases do efeito estufa, dentre outras poluições, contaminações e impactos ambientais causados pela indústria. Desde então, a industrialização e a modernização dos processos produtivos contam com o desenvolvimento e aplicação de novas tecnologias, mas nem sempre (ou quase nunca) impedem impactos ambientais e sociais causados pelos setores econômicos.

A preocupação com os impactos ambientais causados pelas empresas começou a ganhar destaque nas décadas de 1960 e 1970, resultado de uma crescente conscientização sobre os efeitos adversos da industrialização e do desenvolvimento econômico desenfreado sobre o meio ambiente. Essa constatação se deu por conta de alguns importantes e grandiosos desastres ambientais que impactaram a sociedade na década de 50. Segundo Hogan, 2007 apud Pott & Estrela 2017, em 1952, o smog em Londres na Inglaterra, conhecido como "A Névoa Matadora", ocasionou mais de quatro mil mortes e foi o primeiro evento dessa magnitude que ocasionou a movimentação das autoridades quanto a qualidade do ar na cidade. Em 1956, o desastre da Baía de Minamata no Japão foi um dos piores casos de contaminação de água já registrado, pois compostos de mercúrio se acumularam em frutos do mar e peixes que faziam parte da dieta local, resultando na contaminação da cadeia alimentar e na exposição da população a níveis perigosos de mercúrio, que até dezembro de 1974 registrou 107 mortes oficiais e quase três mil casos em verificações (HOGAN, 2007 apud POTT & ESTRELA 2017).

Todas essas tendências e eventos históricos contribuíram para a emergência dessa preocupação ambiental no contexto empresarial. Ainda na década de 60, o livro "Primavera Silenciosa" de Rachel Carson, publicado em 1962, chamou a atenção para os impactos dos pesticidas e produtos químicos na natureza e na saúde humana, contribuindo para um aumento na preocupação ambiental em geral (POTT & ESTRELA, 2017; SILVA et al., 2012).

A década de 70 foi marcada pela realização da Primeira Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano. Esta conferência foi um marco importante, reunindo líderes e especialistas de todo o mundo para discutir questões ambientais globais. Ela resultou na Declaração de Estocolmo sobre o Meio Ambiente Humano, de junho de 1972, que reconheceu a necessidade de abordar os problemas ambientais, incluindo aqueles causados pelas atividades empresariais (IPHAN, sem data; COSTA, et. al. 2022).

À medida que as preocupações com a poluição aumentavam, muitos países começaram a promulgar leis e regulamentos ambientais para controlar as atividades industriais e limitar os impactos negativos sobre o meio ambiente. Isso forçou as empresas a considerarem mais seriamente seus efeitos sobre o ambiente (POTT & ESTRELA, 2017). Além das normativas legais, com o aumento da conscientização pública sobre as questões ambientais, começou a surgir e crescer a pressão dos movimentos e organizações ambientais para empresas adotarem práticas mais responsáveis. É na década de 60 que surgem em todo o mundo os movimentos ambientalistas e populares de massa (CASTELLS, 1999, apud ROCHA, 2006).

A pressão dos consumidores, investidores e grupos de defesa do meio ambiente desempenhou um papel significativo na promoção da responsabilidade corporativa. Desde então, a preocupação com os impactos ambientais causados pelas empresas tem crescido constantemente. As empresas têm sido incentivadas a adotar práticas de sustentabilidade, reduzir suas emissões de carbono, minimizar o uso de recursos naturais e participar de iniciativas globais de proteção ambiental. A pressão regulatória, a conscientização pública e a busca por modelos de negócios mais responsáveis têm contribuído para a transformação da maneira como as empresas abordam as questões ambientais.

Apesar de historicamente percebemos uma reação social e política reativa ao que aconteceu, ou seja, as políticas públicas criadas são posteriores aos eventos ambientais danosos à sociedade, essa tendência de posicionamento tem se alterado, tanto que é possível perceber ações e movimentações ativas do setor empresarial. Neste sentido, as empresas desempenham um papel fundamental na redução dos impactos ambientais negativos e na promoção da sustentabilidade. Nos últimos anos,

a conscientização sobre as questões ambientais cresceu significativamente, e as empresas estão sendo cada vez mais cobradas a assumir responsabilidades ambientais e adotar práticas sustentáveis, que podem ser das mais diversas. A seguir são citadas algumas das possíveis ações empresariais que geram impacto positivo:

- Eficiência no uso de recursos: adoção de práticas para otimização e uso eficiente dos recursos naturais, como água, energia e matérias-primas, podendo incluir a implementação de tecnologias mais eficientes, a redução do desperdício e o uso de processos de produção mais limpos (energia solar, equipamentos mais eficientes);

- Inovação e desenvolvimento sustentável: investimento em pesquisa e desenvolvimento de produtos e tecnologias que tenham menor impacto ambiental, incluindo a criação de produtos mais duráveis, recicláveis ou biodegradáveis, bem como a busca por alternativas renováveis e de baixa emissão de carbono;

- Gestão de resíduos: manejo adequado dos resíduos implementando programas de reciclagem, compostagem e disposição adequada deles, reduzindo assim a quantidade de lixo encaminhada para aterros sanitários;

- Economia circular: adoção de modelos de economia circular envolvendo a reutilização, reciclagem e repensar o ciclo de vida dos produtos (ACV), bem como o design deles, fazendo com que os produtos e materiais não sejam descartados após o uso inicial, mas reintroduzidos na cadeia de produção, reduzindo assim a demanda por novas matérias-primas;

- Redução de emissões: adoção de medidas para reduzir emissões de gases de efeito estufa e contribuindo para o combate às mudanças climáticas, através da utilização de fontes renováveis de combustíveis para equipamentos e frota, por exemplo, ou a adoção de práticas de transporte mais sustentável e em diferentes modais;

- Transparência e prestação de contas: divulgação de informações da empresa sobre suas práticas e desempenho ambiental, metas e progresso, ajudando a construir a confiança dos consumidores e investidores nas ações realizadas, e incentivando a concorrência a melhorar o desempenho ambiental como propósito e diferencial do modelo de negócio;

- Envolvimento na cadeia de suprimentos: influência em seus fornecedores, colaborando para que também adotem práticas sustentáveis, se preocupando com as ações e ampliando o impacto positivo de todos os stakeholders, para além das operações diretas com a empresa;

- Responsabilidade social corporativa: desempenhar um papel ativo nas comunidades em que operam, por meio de iniciativas de responsabilidade social que envolvem projetos ambientais, como plantio de árvores, limpeza de áreas locais e educação ambiental, entre outras.

As possibilidades de ações citadas acabam por confirmar o caráter de protagonismo e a importância das empresas frente às questões ambientais, não se limitando apenas a redução dos impactos ambientais negativos e sua mitigação, mas também estando ligada à construção de um futuro sustentável e ao cumprimento de metas globais, como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (SILVA, et. al. 2012; ONU, 2015). Ao adotar práticas sustentáveis, as empresas não apenas beneficiam o meio ambiente, mas também podem melhorar sua reputação, atrair consumidores conscientes e contribuir para a criação de um mundo mais equilibrado e saudável.

Essa consciência empresarial é importante aumentar nas micro e pequenas empresas brasileiras, visto que das 22,7 milhões de empresas no Brasil, 12,5 milhões são MEI (microempreendedores individuais), 6,8 milhões de ME (microempresa) e 1,1 milhões de EPP (empresa de pequeno porte), sendo o setor de serviços, seguido pelo comércio e depois a indústria os com maiores números de empresas, respectivamente (SEBRAE, 2023a).

A cidade de São Paulo, possui 2,1 milhão de empresas, sendo que dessas 1,3 milhão são do setor de serviços e 1,9 milhão de porte MEI, ME e EPP (SEBRAE, 2023a).

O entendimento pelo empresário de que é crescente que as questões de impacto ambiental são consideradas na hora da compra é fundamental. A exigência dos consumidores em relação a empresas mais ecorresponsáveis tem aumentado significativamente nos últimos anos. Os consumidores estão cada vez mais conscientes dos impactos ambientais das empresas e estão buscando produtos e serviços que se alinhem com suas preocupações com o meio ambiente. Isso tem levado as empresas a repensar suas práticas e a adotar abordagens mais sustentáveis em suas operações.

O resultado dessa tendência foi apresentado no estudo "*Nielsen Global Corporate Sustainability Report*" de 2023 revelou que 73% dos consumidores globais estão dispostos a mudar seus hábitos de consumo para reduzir seu impacto ambiental, confirmada pela pesquisa "*Consumer Trends Report*" da *Euromonitor International* de 2023, destacou que o consumidor moderno valoriza cada vez mais empresas e marcas que demonstram responsabilidade social e ambiental, ao mesmo tempo que não está disposto a pagar mais por isso, o que se torna um grande desafio.

Essas tendências que apontam que as empresas têm buscado um melhor desempenho ambiental e melhores práticas também podem ser sentidas devido a adoção aos mecanismos criados no mercado para controle e comprovação sistemática de que a empresa possui boas práticas ESG, como:

- Aumento das Certificações (FSC, ISO) e Rótulos Ambientais (selos verdes, orgânicos etc.) que têm ganhado popularidade, indicando uma preferência por produtos mais sustentáveis;

- A certificação B Corporation que avalia o desempenho das empresas em áreas como governança, comunidade e meio ambiente, tem sido adotada por empresas que buscam demonstrar seu compromisso com a sustentabilidade;
- Movimento global do capitalismo consciente que tem como objetivo elevar a consciência das lideranças para práticas empresariais baseadas na geração de valor para todos os stakeholders;
- Campanhas de conscientização como lixo zero, segunda sem carne etc., movimentos que têm chamado a atenção para questões ambientais e incentivado os consumidores a fazer escolhas mais conscientes;
- Mídia e redes sociais que desempenham um papel crucial na amplificação das preocupações dos consumidores e na divulgação de práticas empresariais;
- Investidores e acionistas que têm considerado cada vez mais critérios ambientais, sociais e de governança (ESG) ao tomar decisões de investimento, incentivando as empresas a melhorar seu desempenho ambiental;
- Legislação e regulamentações estabelecidas pelos órgãos federativos ou instituições internacionais com metas de redução de emissões em muitos países ou por setores econômicos, que aumenta a pressão sobre as empresas a adotarem práticas mais sustentáveis.

Todo esse cenário de tendências e mudanças recentes que ocorreram desafiam o empresário a inovar em uma área ainda pouco explorada. Muitas são as possibilidades, mas ainda precisam ser desenvolvidas e aplicadas. Com certeza a criatividade será exigida para a instalação de reais mecanismos e corresponsáveis nas empresas e que comuniquem de maneira efetiva para os clientes essas ações, transformando em valor agregado ao produto ou serviço vendido. Porém o primeiro passo para o entendimento do empresário sobre suas ações, seus potenciais e oportunidades frente a demanda mais sustentável deve partir inicialmente de um bom diagnóstico interno da empresa, tanto que o SEBRAE tem buscado entender essa demanda e tendência de mercado e lançou uma iniciativa para o autodiagnóstico a ser realizado pelo empresário para que ele entenda o nível da maturidade da sua empresa frente às questões ESG (SEBRAE, 2023b).

Procedimentos Metodológicos (ou Metodologia)

A análise foi baseada em dados quantitativos e qualitativos das empresas atendidas no programa Brasil Mais Agentes Locais de Inovação (ALI) Produtividade no ciclo 2 realizado de setembro de 2022 a março de 2023, no Escritório Regional Leste 1 na cidade de São Paulo. Foram analisadas as empresas que participaram de toda a jornada e que concluíram o programa até a etapa 9, esse número foi de quinze empresas concluintes, das vinte e três que iniciaram o ciclo do programa.

O programa consiste no acompanhamento de microempresas (ME's) ou empresas de pequeno porte (EPP's), da região Leste da capital paulista, de maneira presencial, com encontros periódicos direcionados à aplicação de uma metodologia ágil para resolução de problemas e prototipagem, desenvolvida de forma exclusiva pelo SEBRAE. O foco do atendimento às empresas está na promoção da melhoria contínua, resolução dos problemas de maneira sistemática, inovação nos negócios e, principalmente, aumento de produtividade.

No início e final da participação da empresa no programa é aplicado o questionário que avalia a empresa em diversas dimensões, a saber: controles gerenciais, gestão das operações, gestão de marketing, práticas de inovação, transformação digital, ESG (ambiental, social, governança). Todas essas dimensões são avaliadas por um questionário aplicado no início e ao final do programa, seguindo a metodologia. Esse questionário é chamado de RADAR, quando aplicado no início tem a função de diagnosticar a maturidade ou situação atual da empresa e ao ser aplicado no final mostra a evolução da empresa nas dimensões avaliadas após a participação no programa.

O objetivo geral da análise do artigo é entender como a questão ambiental, que é representada pela letra E (environmental) na sigla ESG, e tratada nos questionários aplicados na dimensão ESG, está sendo entendida e aplicada nas micro e pequenas empresas atendidas pelo programa no período e escritório regional supracitados.

Para atender ao objetivo proposto e para evidenciar o avanço nessa temática, considerou-se principalmente as questões do RADAR FINAL e INICIAL aplicados, que perguntam diretamente às empresas sobre as ações de boas práticas, mensuração do impacto ambiental e sua priorização, sendo elas:

Pergunta A - "Sua empresa adota boas práticas para evitar desperdício de água, energia, materiais de consumo?"

Pergunta B - "Sua empresa prioriza materiais, produtos, embalagens e equipamentos ecorresponsáveis?"

Ambas as questões abordam principalmente o impacto ambiental das ações da empresa, e acabam por impactar de maneira parcial a questão social. Esses pontos estão diretamente atrelados a sigla ESG, especialmente, o que representa o E – environmental ou ambiente e S – social ou social.

Com a pesquisa exploratória descritiva baseada nos dados coletados foi possível caracterizar o cenário local das empresas atendidas e nesse contexto entender quais empresas mudaram seu nível nesta dimensão.

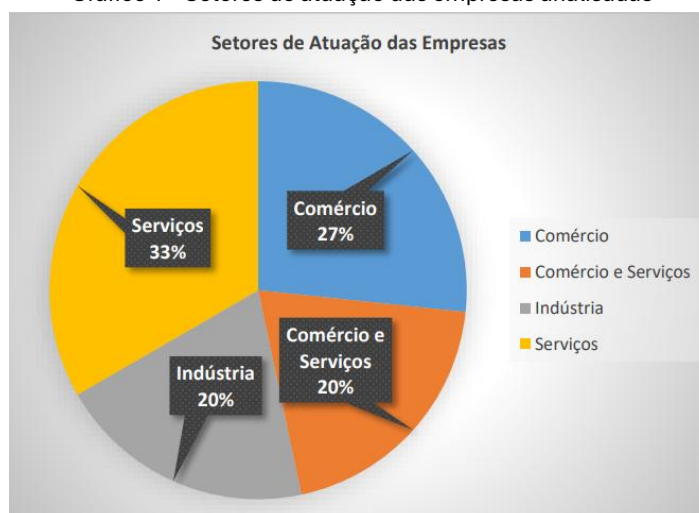
Além disso, baseado nas justificativas apresentadas pelos empresários foi possível entender a principal motivação que baseia a escolha para as respostas das questões selecionadas e citadas. Além do objetivo geral, outros objetivos específicos puderam ser alcançados como:

- Compreensão se a preocupação ambiental das empresas analisadas é genuína ou está atrelada apenas a questão econômica; análise se o empresário considera que a preocupação com a sustentabilidade pode ser um valor agregado ao produto entregue ao cliente; sugerir possibilidades de incentivos para fomentar pensamento sobre o impacto ambiental empresarial e quais ações podem ser tomadas para reverter tal processo.

Apresentação, Análise e Discussão dos Resultados

As quinze empresas que compõem a análise estão localizadas na região Leste da cidade de São Paulo. Foram classificadas pelos grandes setores que as caracterizam como: serviços, comércio e indústria. Algumas empresas possuem atividade mista (comércio e serviços) e foram inseridas dessa forma no gráfico 1.

Gráfico 1 – Setores de atuação das empresas analisadas

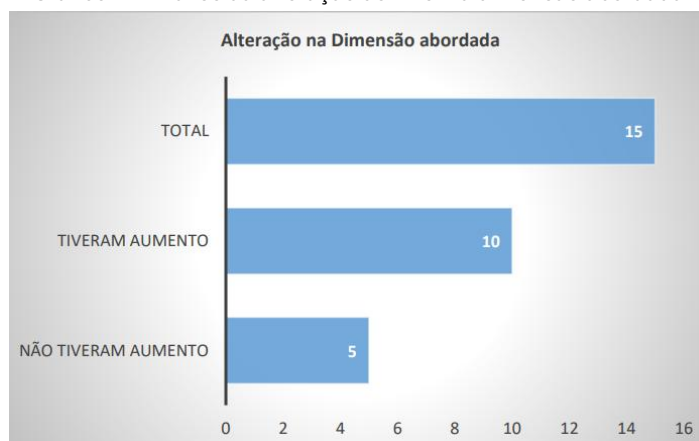


Fonte: Própria Autora

Como é possível observar no gráfico 1 a maioria das empresas analisadas é do setor de serviços, o que acompanha o perfil de empresas na cidade de São Paulo, sendo a maioria do setor de serviços, seguido pelo comércio, indústria, construção civil e agropecuária (SEBRAE, 2023a). É importante ressaltar que nessa amostra considerada não existia nenhuma empresa do setor de atuação construção civil e agropecuária.

Todas as empresas estudadas não tiveram o problema priorizado na dimensão analisada, o que pode indicar que não se trata de uma dimensão em que os empresários estão preocupados ou veem que alguma melhoria é necessária, ou que a melhoria nessa dimensão possa aumentar a produtividade, porém mesmo as empresas não priorizando problemas na dimensão ESG, algumas empresas aumentaram o nível na dimensão estudada quando comparados RADAR inicial e final.

Gráfico 2 – Análise da alteração do nível na dimensão abordada.



Fonte: Própria Autora

Como podemos observar, considerando apenas a dimensão ESG, observa-se aumento em 66% das empresas analisadas (10 empresas). Porém, conforme a metodologia proposta, considerando-se apenas as duas primeiras questões (A e B) que tratam de maneira direta a temática ambiental, o aumento foi identificado em sete das dez empresas, ou seja, em 47% da amostra total de quinze empresas tiveram o aumento na dimensão ESG diretamente ligado a questão ambiental. Isso pode ser explicado, pois nos outros três casos, as empresas não mudaram a alternativa escolhida para o RADAR nas respostas A e B, que são o principal alvo de análise da pesquisa, ou seja, o aumento do nível nesta dimensão foi resultado das respostas dadas as outras questões, que tratam um pouco do aspecto da governança da empresa, uma vez que questionam o cuidado com os dados dos clientes e da relação entre colaboradores, clientes e empresa e não diretamente atrelados a questão ambiental.

Aprofundando-se o entendimento das sete empresas estudadas que tiveram aumento no RADAR, buscou-se analisar as justificativas às mudanças das alternativas das questões analisadas, por conta da mudança de posicionamento das respostas nas questões A e B. Tentou-se identificar um padrão para as justificativas das respostas dadas, para a escolha da nova alternativa que apontou a mudança e melhoria nesse quesito. Neste sentido, foi possível identificar três principais padrões de explanação dada pelo empresário quando questionado a respeito da mudança:

1) Redução do consumo de materiais e insumos, com foco apenas na economia financeira dessa ação;

2) Adoção de boas práticas e ou políticas, com a compreensão de que o impacto ambiental das ações também deve ser considerado;

3) Políticas e corresponsáveis mais amplas, considerando as tendências do mercado e o valor agregado ao produto ou serviço entregue, considerando a maior exigência do consumidor.

Tabela 1 – Análise das justificativas dadas pelos empresários

Empresa	Ramo de atividade	Preocupação com a questão econômica / economia financeira	Preocupação com impacto ambiental	Tendência de mercado / Valor agregado
1	Pet Shop (banho e tosa e acessórios)	Sim	Sim	Sim
2	Produção de churrasqueiras em inox	Sim	Não	Não
3	Salão de Cabeleireiros	Sim	Sim	Não
4	Hortifruti	Sim	Sim	Sim
5	Produção de latas de aço	Sim	Sim	Não
6	Restaurante de comida popular	Sim	Sim	Sim
7	Agência de Turismo (franqueada CVC)	Sim	Sim	Não

Fonte: Própria autora

Como é possível observar, 100% das empresas que tiveram aumento na dimensão ESG por conta da alteração nas duas perguntas do estudo (questão A e B), ou seja, sete empresas, adotam boas práticas por conta da economia financeira atrelada a isso; 85% delas, ou seja, seis empresas, compreendem que adotar boas práticas também é importante para a redução do impacto ambiental e apenas 42% (três empresas) consideram que políticas mais amplas podem gerar valor agregado ao produto final entregue ao cliente.

Com os resultados analisados, é possível inferir algumas situações: a adoção de boas práticas pode ficar comprometida se não tiver nenhum retorno financeiro; a preocupação da sociedade com a questão ambiental também está refletida na classe empresarial, que em 85% dos casos considera esse impacto importante; ainda é baixo os empresários que consideram que adotar políticas e corresponsáveis pode agregar valor ao produto entregue ao cliente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A amostra estudada conseguiu refletir o padrão das empresas da região analisada, ou seja, maior número de empresas no setor de serviços.

A dimensão ESG analisada teve aumento para a maioria das empresas estudadas, mesmo não tendo sido o problema priorizado em nenhuma delas.

As empresas ainda não incorporaram a sigla ESG às suas atividades diárias e relacionamento com o cliente, de maneira efetiva, pois mesmo as empresas que disseram que estão se preparando para isso, mas ainda não conseguiram implantar efetivamente uma política ecorresponsável mais profunda.

É importante ressaltar que a análise da preocupação da empresa em relação a questão ambiental poderia ser mais bem avaliada na questão A do RADAR. Isso se deve ao fato, de que todas as respostas das empresas foram sim, o que pode salientar que todos farão a economia de recursos, porém não fica claro por qual motivação. Essa motivação já poderia ser respondida se na própria pergunta fosse inserido um 'porquê': 'Por que sua empresa adota boas práticas para evitar...' ou 'A empresa realiza a economia de recursos por qual motivo?'. Sendo possíveis as alternativas de resposta: a) não adoto boas práticas pois não considero que preciso; b) adoto boas práticas por conta da redução de custos; c) adoto boas práticas para a redução de custos e do impacto ambiental; d) adoto boas práticas por conta da economia financeira, do meio ambiente e da exigência dos clientes.

A dimensão ESG no RADAR poderia incluir diversos outros aspectos da sigla, como a parte social, considerando, por exemplo, o envolvimento da empresa na comunidade local ou quantidade de colaboradores que moram próximo a empresa; quantidade de fornecedores locais; etc.

Ainda falta um maior entendimento por parte do empresário em relação a essa temática e todas as possibilidades de inserir na empresa boas práticas que podem tanto gerar economia financeira como valor agregado ao produto.

Um diagnóstico mais preciso de como a empresa está se posicionando frente às questões ambientais e de sustentabilidade atreladas aos diversos aspectos possíveis do ESG, se faz fundamental para entender quais reais pontos de melhoria.

O consumidor, em algumas regiões, ou tipo de serviço, ainda não está tão exigente, ou não quer pagar mais, por um produto ou serviço ecorresponsável, o que acaba por fazer com que os empresários não tenham a preocupação focada nisso.

REFERÊNCIAS

AMATO NETO, J.; DOS ANJOS, L. C.; JUKEMURA, P. K.; CAVALCANTE, Y. ESG Investing: um novo paradigma de investimentos? São Paulo: Blucher, 2022. 162 p. ISBN 978-65-5506-560-2 (material impresso). ISBN 978-65-5506-561-9 (material virtual).

COSTA, R.; PIRES COSTA, T.; MAGERA CONCEIÇÃO, M.; PACHECO CONCEIÇÃO, J. T. ESG – OS PILARES PARA OS DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE. RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar - ISSN 2675-6218, [S. l.], v. 3, n. 9, p. e391920, 2022. DOI: 10.47820/recima21.v3i9.1920. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/1920>. Acesso em: 02 out 2023.

DE TONI, D.; LARENTIS, F.; MATTIA, A. CONSUMO CONSCIENTE, VALOR E LEALDADE EM PRODUTOS ECOLÓGICAMENTE CORRETOS. Revista de Administração FACES Journal, vol. 11, núm. 3, jul-set, 2012, pp. 136-156. Universidade FUMEC – Belo Horizonte. Minas Gerais, Brasil. ISSN 1517-8900 (material impresso). ISSN 1984-6975 (material virtual). Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194024910007>. Acesso em: 21 out 2023.

EUROMONITOR INTERNACIONAL. 10 Principais Tendências Globais de Consumo para 2023. Disponível em: https://go.euromonitor.com/rs/805-KOK-719/images/wpGCT23-PG-vFinal.pdf?mkt_tok=ODA1LUtPSy03MTkAAAGNtYjc2WPLBecVRzI7Y_RsTp6RA OFonIbLMsZaDRYUxtj2vdHsaro-RbuSN0MmNaGXVEObjQT87V9pu10ZCbboL9T2CTyx55uxbM9HNqAtI9tZe-j5Q Acesso em: 20 ago 2023.

IPHAN. Instituto do Patrimônio, Histórico e Artístico Nacional. Declaração de Estocolmo 1972 (tradução livre). Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Declaracao%20de%20Estocolmo%201972.pdf>. Acesso em: 10 out 2023.

IRIGARAY, H. A. R., & STOCKER, F. ESG: novo conceito para velhos problemas. Cadernos EBAPE.BR, Vol 20, No 4, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1679-395186096>. Acesso em: 10 set 2023.

NIELSEN SOLUÇÕES. RELATÓRIO ESG – 2023. Disponível em: <https://www.nielsen.com/pt/about-us/responsibility-and-sustainability/esg-report/> Acesso em: 20 ago 2023.

ONU. Organizações das Nações Unidas - Brasil. Objetivos do Desenvolvimento Sustentável – ODS. 2015. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 01 set 2023.

POTT, C. M., & ESTRELA, C. C. Histórico ambiental: desastres ambientais e o despertar de um novo pensamento. *Estudos Avançados*, 31(89), 271–283, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/s0103-40142017.31890021>. Acesso em: 02 out 2023.

REZENDE, L.de AZEVEDO & CARNEIRO, J.M.T. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: O PAPEL DOS CONSELHOS. In: *Finanças sustentáveis [livro eletrônico]: ESG, Compliance, gestão de riscos e ODS / epílogo* Consuelo Yatsuda Moromizato Yoshida, Marcelo Drügg Barreto Vianna, Sandra Akemi Shimada Kishi. - Belo Horizonte : Abrampa, 2021. PDF. Vários autores. ISBN 978-65-991329-2-6. Disponível em: <https://www.cnmp.mp.br/portal/publicacoes/14960-financas-sustentaveis-esg-compliance-gestao-de-riscos-e-ods>. Acesso em: 10 out 2023.

ROCHA, R. G. Ecoideologias associadas aos movimentos ambientais: contribuições para o campo da educação ambiental. *Educar Em Revista*, (27), 55–73, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-40602006000100005>. Acesso em: 10 set 2023.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Data SEBRAE, painéis, 2023 a. Disponível em: <https://datasebraeindicadores.sebrae.com.br/resources/sites/data-sebrae/data-sebrae.html#/Empresas>. Acesso em: 18 ago 2023.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Sua empresa segue as melhores práticas ambientais, sociais e de governança? Autodiagnóstico ESG – 2023b. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/esg>. Acesso em: 09 nov 2023.

SILVA, M. das G. e., ARAÚJO, N. M. S., & SANTOS, J. S. "Consumo consciente": o ecocapitalismo como ideologia. *Revista Katálysis*, 15(1), 95–111, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1414-49802012000100010>. Acesso em: 02 out 2023.

SILVA, C. L. da; CASAGRANDE JUNIOR, E. F.; LIMA, I. A. de; SILVA, M. C. da; AGUDELO, L. P. P.; PIMENTA, R. B. *Inovação e sustentabilidade*. Curitiba: Aymarã Educação, 2012. — (Série UTFinova). ISBN 978-85-7841-888-5 (material impresso). ISBN 978-85-7841-889-2 (material virtual).

YOUNG, C. E. F. Sustentabilidade e Competitividade: O Papel das Empresas. *Revista de Economia Mackenzie*, Vol. 5, No 5, 2009. Disponível em: <https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/rem/article/view/797>. Acesso em: 21 out 2023.