
Percepta e Somatório apresentam

A reputação das empresas e a (ainda pouca) maturidade da agenda ESG

As principais conclusões de nossa **Pesquisa**.



Victor Olszenski
Percepta Marketing

Marcello Guerra
Somatório Inteligência



Canal
Percepta Marketing

LIVE
16/02/2022
11 HORAS

<https://bit.ly/Percepta>



TÁ BOMBANDO...



Executivo brasileiro é menos otimista com agenda ESG do que estrangeiros

Na pandemia, aumentou pressão para governança; especialistas afirmam que líderes



Economia & Negócios

Economia / Governança

Entenda o que é carbono neutro e por que virou uma preocupação para empresas

Segundo especialistas, incluir metas ambientais no dia a dia das companhias pode representar uma economia nos gastos gerais das organizações e também um ganho reputacional importante em um momento em que investidores e consumidores estão mais preocupados com a sustentabilidade



Agenda Verde

Emissões de títulos verdes batem recorde

Mercado prevê que as operações alcançarão US\$ 1,2 trilhão. Acompanhando tendência, JBS anuncia emissão de SLB atrelado à redução de gases do efeito estufa



Opinião • Política • Economia & Negócios • Brasil • Internacional • Esportes • Cultura • Últimas • Assine

Economia / Sua Carreira

ESG é preocupação para 95% das empresas, aponta pesquisa

Dentre as letras da sigla ESG, governança é o ponto mais importante para organizações; 58% dizem que pandemia fez acreditar na importância da sustentabilidade, aponta Aberje

FOLHA DE S.PAULO



FOLHA ESG • SUSTENTABILIDADE

Combate à pobreza é tema invisível para fundos de investimento ESG

Dos 316 ETFs ligados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, nenhum é direcionado ao problema

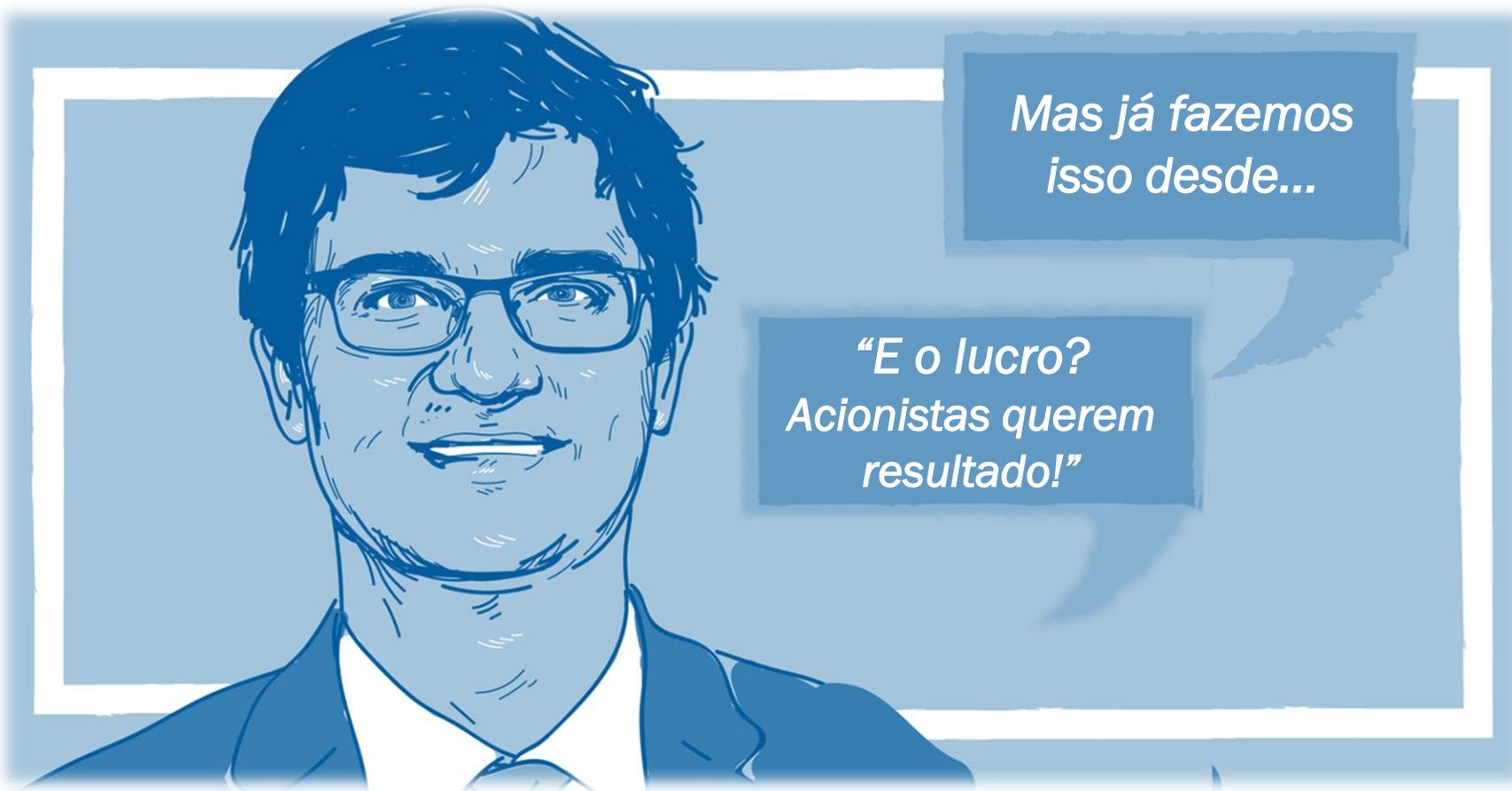


Newsletters Quem

JBS se compromete a ser carbono neutra até 2040 – mas ainda não diz como vai chegar lá

ESG

“UM NOVO NOME PARA COISAS ANTIGAS? ...E O RETORNO?”



- ▶ Sistematização.
- ▶ Indicadores mensuráveis.
- ▶ Investimentos: adaptação de processos e produtos.
- ▶ Impacto dos custos de adaptação nos preços e na competitividade.

CERTIFICAÇÕES



- Mudanças em produtos, processos, cultura corporativa etc
 - ▶ Certificações como facilitadores para sistematização das adequações E/OU “trunfos de comunicação”



GREENWASHING

7 PECADOS

- o Idec analisou mais de 500 embalagens de produtos de higiene, limpeza e utilidade doméstica para verificar a prática do Greenwashing. (07/2019)

1 SEM PROVAS



Apelo ambiental que não pode ser comprovado por informações facilmente acessíveis ou por uma certificação de terceiros confiável. Exemplos comuns são os lenços faciais ou produtos de papel higiênico que reivindicam várias porcentagens de conteúdo reciclado pós-consumo sem fornecimento de evidências.

2 TROCA OCULTA



Apelo de que um produto é “verde” com base em um conjunto restrito de atributos, sem atenção a outras questões ambientais importantes. O papel, por exemplo, não é necessariamente ambientalmente preferível apenas porque vem de uma floresta colhida de forma sustentável. Outras questões ambientais importantes no processo de fabricação de papel, como as emissões de gases de efeito estufa, ou o uso de cloro no branqueamento podem ser igualmente importantes.

3 VAGUEZA E IMPRECISÃO



Apelo tão mal definido ou amplo que seu significado real é provavelmente mal entendido pelo consumidor. “Todo-natural” é um exemplo. Arsênio, urânio, mercúrio e formaldeído são naturais. “Todo-natural” não é necessariamente “verde”.



4 IRRELEVÂNCIA



Apelo ambiental que pode ser verdadeiro, mas não é importante ou não ajuda os consumidores que procuram produtos ambientalmente preferíveis. O “CFC-free” é um exemplo comum, uma vez que é uma alegação frequente, apesar de os CFC serem proibidos por lei.

5 MENOR DOS MALES



Apelo que pode ser verdade dentro da categoria de produto, mas isso pode distrair o consumidor dos impactos ambientais maiores da categoria como um todo. Os cigarros orgânicos poderiam ser um exemplo desse pecado, assim como o veículo utilitário esportivo de baixo consumo de combustível.

6 LOROTA



Reivindicações ambientais que são simplesmente falsas.

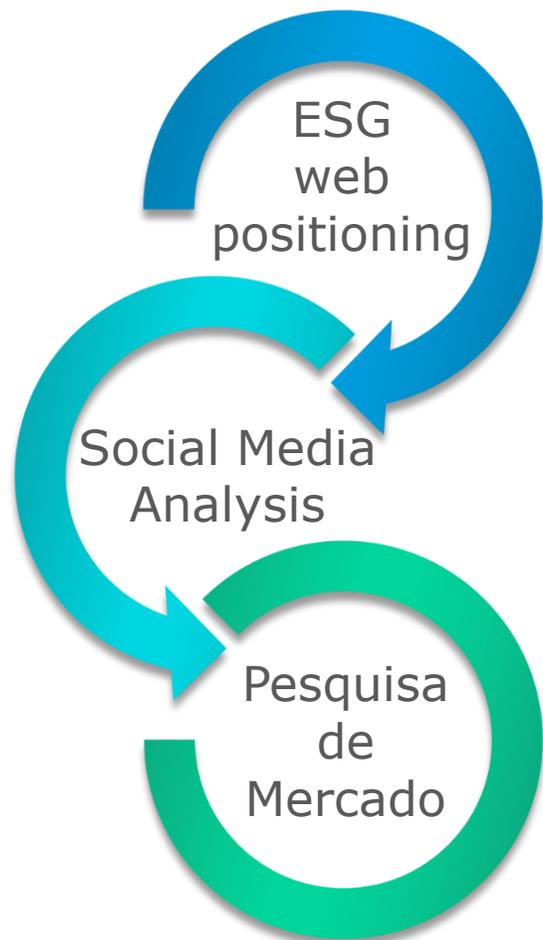
7 ADORANDO FALSOS RÓTULOS



Produto que, por meio de palavras ou imagens, dá a impressão de endosso de terceiros que não existe. Em outras palavras, etiquetas falsas.

Processo de Investigação

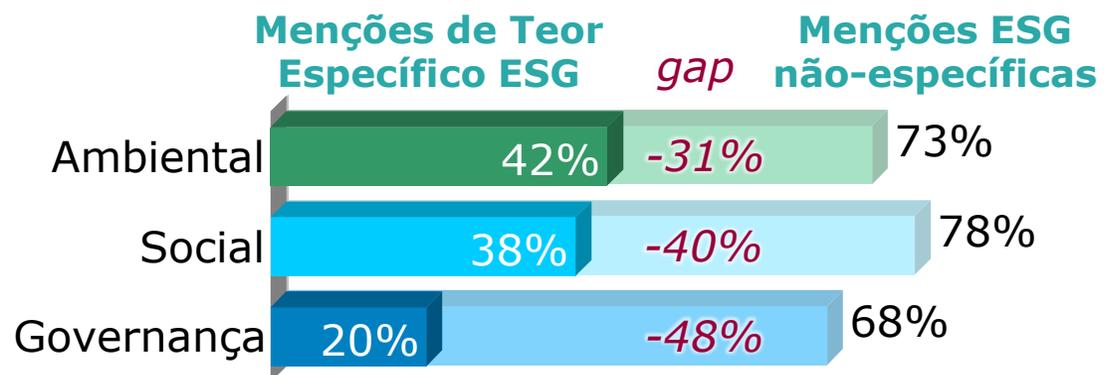
Estudo em 3 fases



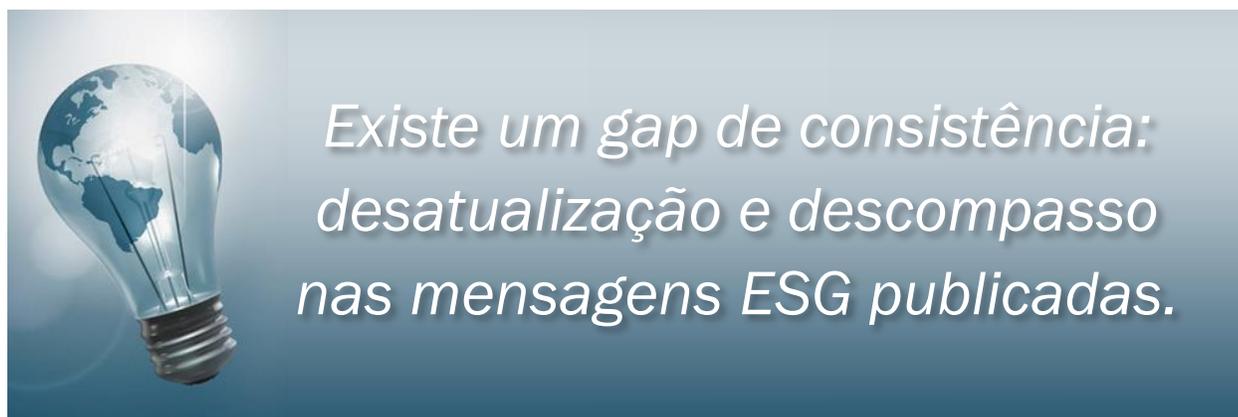
- Desk Research: Varredura sistemática de conteúdos institucionais publicados nos web sites de **120 empresas** target do estudo, de diferentes segmentos.
 - » Os conteúdos foram analisados e classificados para identificação de presença de conteúdo ESG e determinação de sua ênfase institucional.
- Big Data + Inteligência Analítica: captura e análise de um grande volume de informações, proveniente de postagens das mesmas **120 empresas** nas principais mídias sociais: LinkedIn, Facebook e Twitter.
 - » Detecção e classificação de \cong **14 mil posts** quanto ao teor ESG (Jan-Set/2021)
- Pesquisa Quali-Quantitativa com executivos responsáveis por ESG:
 - » Entrevistas com os principais executivos de 45 empresas target.
 - » Controle de distribuição por segmentos e portes
 - » Datas de Campo: Agosto a Outubro de 2021

ESG web positioning

Análise de conteúdos institucional no site das empresas



- 8 em cada 10 empresas fazem menções de teor ESG nos conteúdos institucionais publicados em seus websites, principalmente, sobre suas iniciativas ambientais e sociais.
 - ▶ Em meio a outras mensagens, mais da metade destas menções são inespecíficas ou superficiais.



ESG Social Media Analysis

Análise de Publicações das redes sociais das empresas

LinkedIn

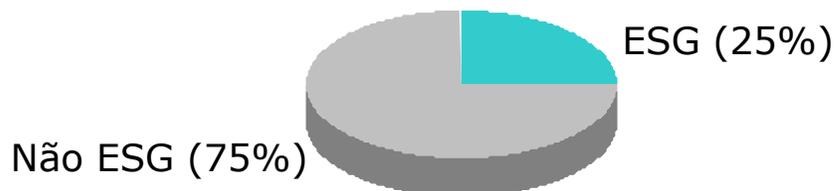
Posts	13678	100%
LinkedIn	4300	31%
Twitter	5298	39%
Facebook	4080	30%

twitter

facebook

- Foram capturadas e analisadas 13,7 mil postagens em mídias sociais, realizadas nos últimos 2 anos por 120 empresas target.

Tipificação ESG



- 1/4 dos posts se enquadraram em tipificação de conteúdo ESG, definida com auxílio de inteligência analítica.

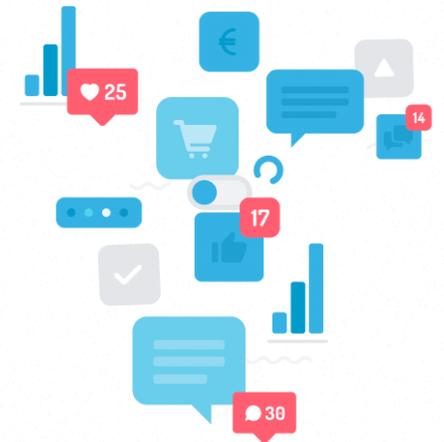


Aumento significativo na proporção de postagens com teor ESG nos últimos 6 meses.



- As 13,7 mil postagens analisadas geraram um total de 4,3 milhões de reações:
 - ▶ nível de engajamento → quantidade de reações.
 - ❖ *Likes, comentários, compartilhamentos, retweets.*

Engajamento gerado		Média de reações
Muito alto	12%	4.662
Alto	9%	1.436
Moderado	15%	460
Baixo	16%	32
Muito baixo	32%	3
Nenhum	15%	0

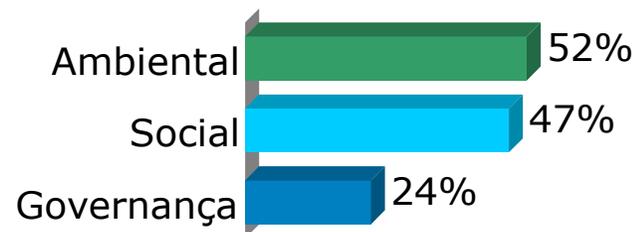


Posts de teor ESG geraram engajamento significativamente mais alto que os não ESG.



- As postagens com teor ESG analisadas contém referências predominantemente ligadas a questões ambientais e sociais:

Temáticas ESG das Postagens

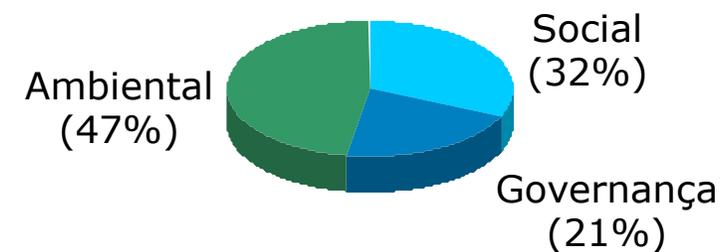


Somente no auge da primeira onda da pandemia (meados de 2020), as postagens de teor social superaram as ambientais.



- Temas Ambientais, foram mais postados e geraram maior engajamento.

Engajamento por natureza das temáticas ESG



MÍDIAS SOCIAIS

Casas Bahia 22 de abril

A Casas Bahia é a casa de todos os brasileiros. Brasileiros de todos os gêneros, raças, e claro, LGBT+ como esse casal, que estiveram com a gente no filme de reposicionamento em 2020 🏳️‍🌈 E não paramos por aí: todas as nossas iniciativas com influenciadores sempre contaram com pessoas LGBT+, nos comprometemos com Fórum de Empresas e Direitos LGBT+ e apoiamos o Grupo de afinidade Via Prisma, formado por colaboradores para discussões das pautas e inclusão da população LGBT+ ... [Ver mais](#)



- Passou 20 anos e vai ser assim (lgbtqi ahjeyayygvveii gijwuuhecjwqet123jc X')

Curtir · Responder · 14 sem

↳ 1 resposta
- Até tu...casas Bahia...começou lacrar... .aí nao

Curtir · Responder · 13 sem
- Achei bem incluixv uma empresa fundada por um pedófilo apoiando a causa 🏳️‍🌈

Curtir · Responder · 14 sem
- E sobre a pedofilia vcs tbn comentam??????????

Curtir · Responder · 14 sem
- Brasileiros é o idioma do Brasil?

Vale 2.327.433 seguidores

Estamos colocando em prática o nosso plano de reparação para reparar e ressignificar as comunidades impactadas em plano foi desenvolvido através de estudos independentes e instituições levando em consideração a escuta ativa nos participação do poder público. Continuamos trabalhando socioeconômica, meio ambiente, infraestrutura e território <https://lnkd.in/e7JSyPR> e baixe o balanço da reparação



2.248 · 96 comentários

Gostei · Comentar · Compartilhar · Enviar

- Vale nada. A Vale cada vez mais destruindo o território. Se vc mora numa região vizinha da vale vc sabe o que estou falando. Só destruição.

Gostei · 2 | Responder · 2 respostas
- Vale Autor

Bom dia, Ana! Gostaríamos de informar que investimos permanentemente em pesquisas e novas tecnologias onde atuamos. Realizamos ações, investimos em novos equipamentos e novas formas de controle e monitoramento ambiental de nossas práticas. Trabalhamos cada vez mais na tentativa de redu ...ver mais

Gostei · 1 | Responder
- Vale a vale está destruindo o patrimônio do país com a mineração. A fauna a flora são destruídas. Assim como as vidas . A Vale destruiu a comunidade de macacos em nova lima. Quem mora ali ao redor sabe bem Reduzir impacto para os crimes cometidos e os que continuam a acontecer. Esse discursc ...ver mais

Gostei · 2 | Responder
- Não estão fazendo nada mais do que a obrigação. Fico revoltado com essa postura. É a mesma da Petrobrás: destruímos sem dó nem piedade, mas olha só que plano legal que elaboramos pra reparar o estrago. Nojentol!

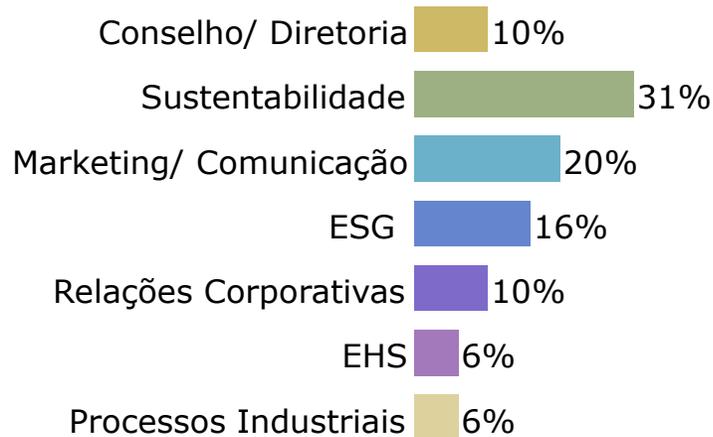
Gostei · 10 | Responder · 5 respostas

Pesquisa com Executivos ESG

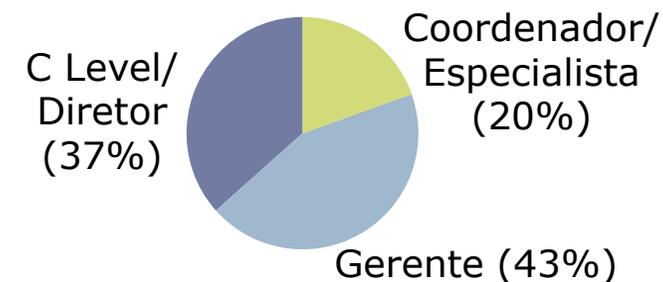
Perfil

- Pesquisa Quali-Quanti com 45 executivos.
 - » Entrevistas telefônicas e online assistidas/ 30 minutos

Área



Nível Hierárquico



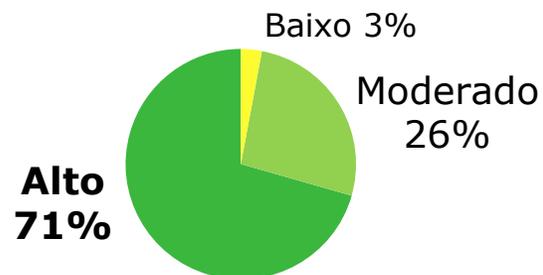
- ▶ Ao menos ¼ das empresas abordadas não tem executivos, profissionais ou equipe designados para gestão ESG.
- ▶ Entre as demais, metade tem atribuição específica.



Pesquisa com Executivos ESG

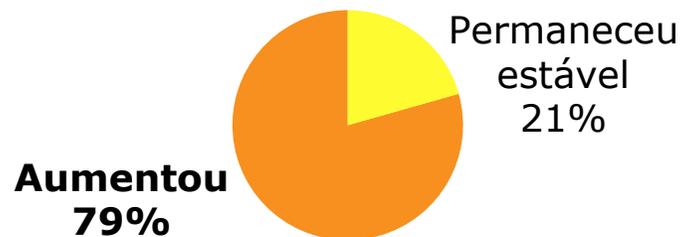
Impacto da Agenda ESG nas estratégias de posicionamento das empresas

Impacto da agenda ESG nas políticas da empresa (último ano)



- 7 em cada 10 executivos avaliam que a priorização da agenda ESG teve alto impacto em suas empresas:
 - ▶ Relatam situações que expõem a necessidade de integrar a agenda ESG às estratégias de negócios e demandaram **revisões importantes em diversos processos.**

Alocação de recursos em ESG (último anos)

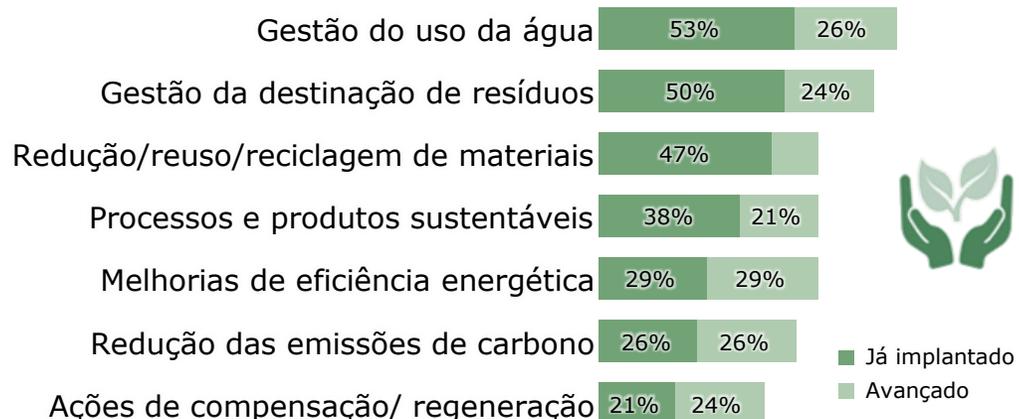


- 8 em cada 10 afirmam que a quantidade de recursos e tempo dedicados à agenda ESG aumentou ao longo do último ano (2021).
 - ▶ Mais da metade aponta aumentos significativo\$.

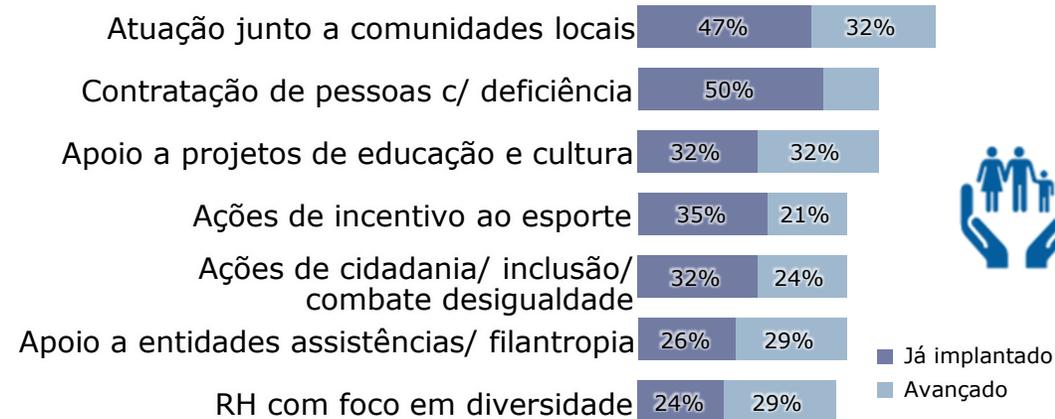
Pesquisa com Executivos ESG

Checklist de Iniciativas e seus estágios de implementação nas empresas

Agenda Ambiental



Agenda Social



Agenda de Governança



Pesquisa com Executivos ESG

Checklist de Iniciativas e seus estágios de implementação nas empresas

■ Iniciativas mais avançadas

- ▶ Revisão de processos, visando eficiência e redução de custos, como gestão de uso da água e destinação de resíduos.
- ▶ Cumprimento de obrigações legais, como cotas para PCD e procedimentos internos de auditoria e compliance.
- ▶ Iniciativas junto a comunidades locais, em geral, com colaboradores e suas famílias, muitas com objetivos difusos, pouco documentados e sem métricas de aferição.

■ Iniciativas mais atrasadas

- ▶ Revisão de processos que demandam mais investimentos e mudanças disruptivas com foco em eficiência energética, redução de emissões e compensações ambientais.
- ▶ Desenvolvimento de produtos sustentáveis, com conceitos de economia circular.
- ▶ Política de RH baseada em diversidade.
- ▶ Proposição de ações de cidadania, inclusão e combate a pobreza e desigualdade.
- ▶ Adoção de um sistema efetivo de gestão de indicadores, extensivos à toda cadeia.

Pesquisa com Executivos ESG

Prioridades declaradas versus Maturidade Estimada das agendas ESG

- Confirmando o que as mensagens institucionais e posts nas mídias sociais revelam...

Prioridades Declaradas da agenda ESG



- ▶ a maioria dos executivos afirma que suas empresas priorizam as questões ambientais da agenda ESG.

"A questão ambiental é um driver de grande visibilidade e apelo."

- ❖ A partir do questionamento do estágio de implementação de 20 iniciativas ESG alinhadas com os ODS, elaboramos um **score de prioridade** efetivas para cada item da agenda.

Estágio de Maturidade Calculado

Implementação de Iniciativas ESG



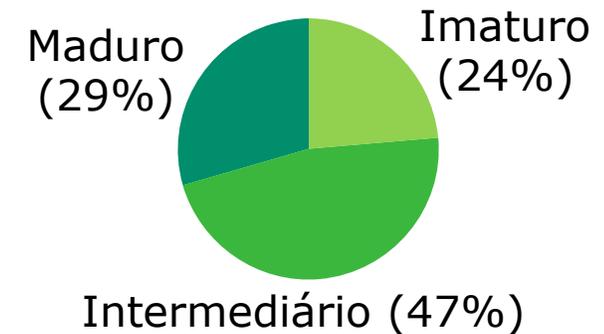
- ▶ **Contradição:** complexidade de efetivar propostas ambientais e maior proximidade dos stakeholders das agendas social e de governança.

Pesquisa com Executivos ESG

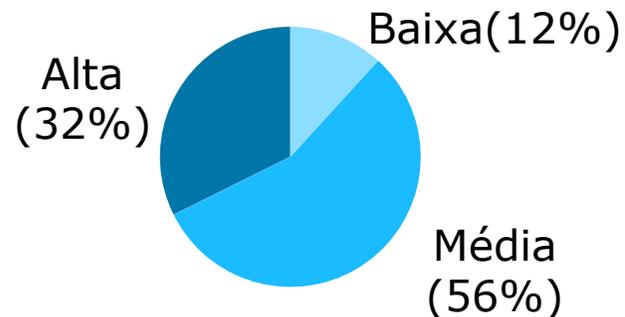
Maturidade das agendas ESG

- Sob a mesma metodologia de score baseado no estágio de implementação de iniciativas, definimos três categorias de maturidade ESG:
 - ▶ Importantes diferenças por segmentos econômicos.

Score de Maturidade ESG

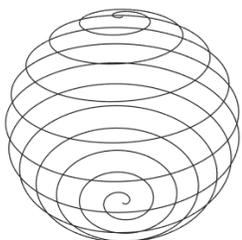


Autoavaliação Estágio de Maturidade da Agenda ESG



- Em um exercício de autoavaliação de suas agendas ESG, a maioria dos executivos reconhece alguns **gaps**:
 - ▶ Documentação de processos, definição de metas e KPIs.
 - ▶ Implementação de projetos de sustentabilidade, alinhados com fornecedores e parceiros da cadeia de negócios.
 - ▶ Comunicação com stakeholders.

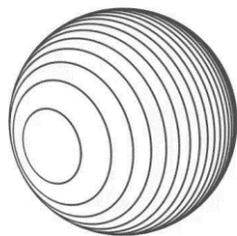
REFLEXÕES



- Sistematização de processos e definição de indicadores ESG são os fundamentos para uma atuação coerente, eficiente e transparente.
 - ▶ Devem ser estruturados de forma objetiva e integrada para balizar e conferir legitimidade às iniciativas de marketing, comunicação e posicionamento reputacional das empresas.



- Como em qualquer estratégia de reputação de marca...
 - ▶ A política ESG deve levar em consideração os objetivos e anseios da empresa e de todos seus stakeholders (acionistas, sociedade etc), num equilíbrio dinâmico, com demandas nem sempre convergentes.



- ESG... Uma mudança de dentro para fora!
 - ▶ pressupõe mudanças e o alinhamento de cultura corporativa.
 - ❖ Desafiadora repactuação do papel das empresas na sociedade.
 - ❖ Objetivos comerciais e financeiras e legitimidade de propósitos.

Equipe envolvida no estudo

Percepta

- A Percepta desenvolve e implanta programas de reputação corporativa que constroem ambientes de negócios mais favoráveis.



- ▶ Victor Olszenski
victor@perceptamkt.com.br
11 996 331 953 | 11 3871 3232



- ▶ Claudia Bouman
claudia@perceptamkt.com.br
11 999 931 543 | 11 3871 3232



- ▶ José Carlos Stabel
Josecarlos.stabel@perceptamkt.com.br
11 971 000 092 | 11 3871 3232

Somatório

- Pesquisa de mercado e inteligência aplicada para projetos e estudos voltados para gestão de negócios, prospecção e desenvolvimento de mercados, posicionamento e reputação de marcas e estratégia de comunicação etc.



- ▶ Marcello Guerra
mguerra@somatorio.com.br
11 992 370 053 | 11 4153 8897



- ▶ Luciana Guerra
luguerra@somatorio.com.br
11 992 370 053 | 11 4153 8897