EDITORA MANUAL
LIVRO: ADMINISTRAÇÃO EM FOCO – VOLUME 2
ISBN: 978-65-981790-9-0 DOI: 10.29327/5396137
ORGANIZADOR: Me. Afonso Henrique Souza de Assis

CAPÍTULO 6

MARKETING ESG: TRANSFORMANDO NEGÓCIOS E INVESTIMENTOS NA ERA DA SUSTENTABILIDADE

Hedney Carlos Gomes

RESUMO

Nos últimos anos, o cenário empresarial global passou por uma transformação significativa. Além do foco tradicional no lucro e sucesso financeiro, as organizações agora confirmam a importância dos critérios de sustentabilidade ambiental, responsabilidade social e governança corporativa. Isso reflete tanto as crescentes demandas dos consumidores, investidores como também as partes interessadas quanto à necessidade ética e urgente de abordar desafios trazidos no mundo moderno, como mudanças climáticas, desigualdade social e integridade corporativa. Assim, esse artigo quer destacar o impacto e a importância do ESG nas organizações contemporâneas, destacando que não é mais uma opção, mas uma estratégia essencial para garantir a relevância e a sustentabilidade a longo prazo. O ESG transcende as fronteiras tradicionais das empresas, influenciando a forma como operam, fazendo com que o relacionamento com as partes interessadas como os clientes se integra as novas demandas do mercado. Além disso, vamos explorar a sinergia entre práticas de ESG e estratégias de marketing buscando as melhores metodologias que envolvem desde pesquisas bibliográficas e literaturas relevantes para coleta e análise de informações. Para abrilhantar nosso artigo, será trazido um case de suporte teórico da empresa brasileira "Cacau Show", onde ela tem muitas práticas de sucesso junto aos pontos da ESG, recebendo até alguns certificados e títulos para que as empresa tenha para as questões sustentáveis e socialmente responsáveis, mostram que o desempenho nesse tema , tem um papel fundamental da empresa na comunicação transparente para sociedade, conectando-se com consumidores conscientes , éticos e que buscam valores nas ESG.

Palavras-chave: Governança Corporativa. Sustentabilidade. Greenwashing. Cacau Show. Relatório Sustentabilidade.

ABSTRACT

In recent years, the global business landscape has undergone a significant transformation. In addition to the traditional focus on profit and financial success, organizations now confirm the importance of environmental sustainability, social responsibility, and corporate governance criteria. This reflects both the growing demands of consumers, investors as well as stakeholders regarding the ethical and urgent need to address challenges brought about in the modern world, such as climate change, social inequality, and corporate integrity. Thus, this article wants to highlight the impact and importance of ESG in contemporary organizations, highlighting that it is no longer an option, but an essential strategy to ensure long-term relevance and sustainability. ESG transcends the traditional boundaries of companies, influencing the way they operate, making the relationship with stakeholders as customers integrate with new market demands. In addition, we will explore the synergy between ESG practices and marketing strategies seeking the best methodologies that involve from bibliographic research and relevant literature to the collection and analysis of information. To brighten our article, will be brought a case of theoretical support of the Brazilian company "Cacau Show", where it has many successful practices with the ESG points, receiving even some certificates and titles for the company to have for sustainable and socially responsible issues, show that the performance in this theme, has a fundamental role of the company in transparent communication to society, connecting with conscientious, ethical, value-seeking consumers in ESG.

Keywords: Corporate Governance. Sustainability. Greenwashing. Cocoa Show. Sustainability Report.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, testemunhamos uma transformação significativa no cenário empresarial global, na qual a busca pelo lucro e sucesso financeiro não é o único foco das organizações. Uma conscientização crescente sobre os desafios ambientais, sociais e éticos enfrentados pela sociedade tem impulsionado a incorporação dos critérios de sustentabilidade ambiental, responsabilidade social e governança corporativa (ESG) nas investigações empresariais. Essa mudança não é apenas um reflexo das crescentes demandas de consumidores, investidores e partes interessadas, mas também uma resposta aos imperativos éticos e à necessidade urgente de abordar questões urgentes, como mudanças climáticas, desigualdade social e integridade corporativa.

Nesse contexto, este artigo propõe lançar luz sobre o impacto e a importância do ESG para as organizações contemporâneas, delineando um cenário onde as considerações ESG não são mais uma mera opção, mas uma estratégia imperativa para garantir a relevância e a sustentabilidade a longo prazo. Nosso objetivo principal é conduzir uma análise abrangente das repercussões do ESG nas estruturas corporativas, investigando como essa abordagem multifacetada transcende as fronteiras tradicionais das empresas e incide sobre a maneira como

elas operam, se relacionam com os stakeholders e se integram às comunidades em que estão inseridas .

Este estudo também se empenha em explorar a sinergia entre as práticas de ESG e as estratégias de marketing das empresas. À medida que as organizações buscam incorporar práticas mais sustentáveis e socialmente responsáveis, o marketing surge como uma ferramenta vital para cumprir esses compromissos de maneira eficaz. Investigaremos como as estratégias de marketing, além de promoverem produtos e serviços, desempenharão um papel crucial na comunicação transparente das ações e no interesse ESG, contribuindo para construir uma segurança sólida e uma conexão significativa com os consumidores conscientes e éticos.

Para a construção deste artigo, será utilizado uma abordagem fundamentada em pesquisa bibliográfica e literaturas relevantes sobre o tema , coletando e analisando informações de diversos autores e estudiosos presentes em livros, artigos e trabalhos acadêmicos.

Portanto, nesta jornada, embarcaremos em uma análise profunda do ESG e sua relação intrínseca com as empresas modernas. Ao final deste estudo, ficará claro que o ESG não é apenas um conjunto de critérios, mas um estudo poderoso para a transformação organizacional e uma oportunidade para as empresas redefinirem seu propósito, contribuindo de forma significativa para um mundo mais sustentável e equitativo.

DEFINIÇÃO JUNTO AOS CRITÉRIOS AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA (ESG)

A introdução aos critérios ESG envolve a compreensão dos três componentes principais e sua importância na avaliação da sustentabilidade geral e das práticas comerciais responsáveis de uma empresa, o “ESG”, ou critérios “Ambientais, Sociais e de Governança Corporativa”, referem-se a um conjunto de padrões ou métricas que os investidores usam para avaliar a sustentabilidade e o impacto ético de uma empresa ou organização.

Hoje esses critérios estão cada vez mais a ser integrados nos processos de tomada de decisão de investimento, à medida que os investidores reconhecem a importância de considerar fatores ambientais, sociais e de governação juntamente com o desempenho financeiro.

O primeira componente, critérios ambientais, centra-se na avaliação do impacto de uma empresa no ambiente. Isto inclui examinar a sua pegada de carbono, consumo de energia, práticas de gestão de resíduos e níveis de poluição.

ESG COM FOCO NOS CRITÉRIOS AMBIENTAIS

Para compreender o primeiro direcionamento, que é o aspecto “Ambiental”, é relevante trazer à luz um modelo simples, sendo que esse exemplo pode ser o seguinte: uma empresa denominada "X" demonstra seu compromisso com fontes de energia renováveis para garantir que 100% de sua eletricidade provenha de fontes eólicas e solares.

Por outro lado, a empresa "Y" adota medidas abrangentes de gestão de resíduos, incluindo programas de reciclagem e iniciativas de redução de resíduos, resultando em uma redução notável da quantidade de resíduos destinados a aterros. Além disso, a empresa "W" direciona investimentos significativos em pesquisa e desenvolvimento para criar materiais de entrega inovadores e sustentáveis, contribuindo assim para a redução de sua pegada de carbono global.

ESG COM FOCO NOS CRITÉRIOS SOCIAIS

Já o segundo componente, o de “Critérios Sociais”, temos como ponto a abrangência em impactos que uma empresa tem na sociedade e nas partes interessadas. Isso inclui avaliar as práticas trabalhistas de uma empresa, o histórico de direitos humanos, as iniciativas de diversidade e inclusão e o envolvimento da comunidade. Os critérios sociais também envolvem a avaliação da segurança dos produtos de uma empresa, da satisfação do cliente e da gestão da cadeia de abastecimento.

Para o segundo critério “Social” quero trazer a luz dois exemplos simples, sendo que podemos trazer a luz o seguinte exemplo: Uma empresa “X’ vai implementar políticas que promovem a diversidade e a inclusão, resultando numa equipa de liderança que reflete a demografia da sociedade. Já a segunda empresa “Y” se envolve com comunidades locais por meio de programas de voluntariado, parcerias com organizações sem fins lucrativos e contribuições para iniciativas locais.

ESG COM FOCO NO CRITÉRIO GOVERNAMENTAL

Em relação ao última critério que é o de Governança Corporativa, os aspectos importantes se concentra-se na avaliação das práticas de liderança e gestão de uma empresa, incluindo avaliar a composição e independência do conselho de administração, a remuneração dos executivos, os direitos dos acionistas, a transparência dos relatórios financeiros, a ética nos negócios, o cumprimento das regulamentações e a gestão de riscos.

Para esse critério, trago a luz dois exemplos simples, que pode ser de fácil entendimento: A empresa “X” possui um conselho de administração forte e independente, com uma gama diversificada de competências e conhecimentos. Eles também têm diretrizes claras sobre a remuneração dos executivos para garantir o alinhamento com o desempenho e os interesses dos acionistas. Já na empresa “W” ela divulga regularmente demonstrações financeiras e é submetida a auditorias externas para manter a transparência e a integridade nas suas práticas de relato financeiro.

Pode-se ver então que os critérios “ESG” envolve a compreensão dos três componentes principais: ambiental, social e de governança e que até nos exemplos que foram trazidos como praticas dentro da avaliação da sustentabilidade geral e das práticas comerciais responsáveis de uma empresa, esses critérios permitem que os investidores avaliem a sustentabilidade, o impacto ético e a viabilidade a longo prazo de uma empresa, além de mitigar futuros riscos potenciais.

IMPORTÂNCIA CRESCENTE DO ESG NO CONTEXTO EMPRESARIAL GLOBAL

A origem do termo e sigla ESG pode ser compreendida através de um trabalho acadêmico da autora Caroline Vieira de Oliveira Alves (2022, p. 32), onde em sua dissertação, ela explica como o termo ESG foi formalmente apresentado pela primeira vez em um relatório de 2005 intitulado "Who Cares Wins" ("Ganha quem se importa").

Este relatório foi o resultado de uma iniciativa liderada pela Organização das Nações Unidas[1], na qual 20 instituições financeiras de 9 países diferentes, incluindo o Brasil, se uniram para desenvolver diretrizes e recomendações sobre como incorporar questões ambientais, sociais e de governança na gestão de ativos, serviços de corretagem de títulos e pesquisas relacionadas ao tema. A conclusão do relatório demonstrou que a integração desses fatores nos mercados financeiros promoveu a sustentabilidade e proporcionou melhores resultados para a sociedade.

Por isso, o termo ESG tornou-se fundamentalmente um conceito de mercado financeiro (ARMSTRONG, 2020), as medidas ambientais, sociais e de governação (ESG) descrevem as questões ambientais, sociais e de governação influenciadoras no comportamento das empresas nas suas decisões de investimento.

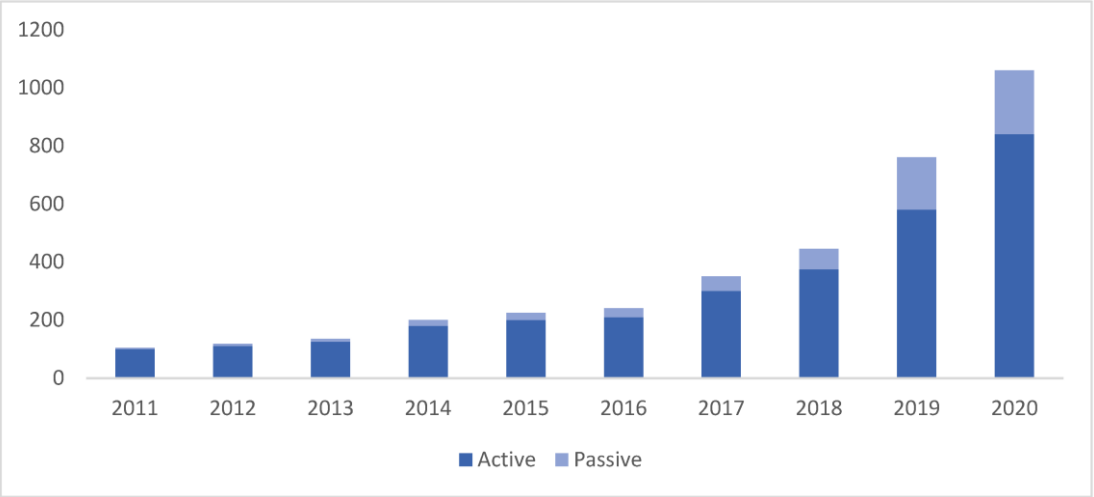
Também foi percebido pelo mercado financeiro, que os indicadores ESG junto as empresas poderiam ajudar a distinguir quais tem mais potencial de permanecer rentável no longo prazo, sendo que empresas com melhores indicadores ambientais, sociais e de governança tendem a ter um maior múltiplo em suas precificações, sugerindo que os fatores ESG impactam positivamente a performance financeira das empresas (BONINI et al., 2009). Com isso, trazer para o mundo indicadores junto aos dados da “ESG” de forma transparente e confiável, pode ser um fator fundamental para se manter competitivo com as novas regulamentações internacionais.

De acordo com Redondo et al. (2022), o mercado europeu se destaca na vanguarda das regulamentações de natureza ESG. Ao longo da última década, a região implementou uma série de legislações, em parte motivadas pelo Acordo de Paris. Segundo os autores ,essas medidas foram amplamente bem recebidas pela sociedade civil, resultando em padrões de relatório e transparência de dados que foram adotados por diversos países do bloco.

Podemos ver que o crescimento dos fundos ESG na Europa pode servir como um indicador crítico do que esperar em nível global. De acordo com a Morningstar, os ativos em fundos sustentáveis na Europa aumentaram aproximadamente 52% em 2020, atingindo a marca de 1,1 trilhão de euros no final do mesmo ano, conforme ilustrado na Gráfico 1 abaixo.

[1]Pacto Global, Stilingue, (2021) . A evolução do ESG no Brasil. **Disponível em** : https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F150560%2F1619627473Estudo_A_Evoluo_do_ESG_no_Brasil.pdf . **Acessado em** : 09/09/2023

Gráfico 1 - Ativos anuais do Fundo Europeu Sustentável (mil milhões de euros).



Fonte: Bioy, H., Stuart, E., Boyadzhiev, D., Pettit, A., & Alladi, A. **(2020).** Cenário dos Fundos Europeus Sustentáveis: 2020 em análise. Um ano de recordes quebrados que anuncia uma nova era para o investimento sustentável na Europa. Pg. 4.

Esse crescimento resultou de uma combinação de ativos reciclados e entradas substanciais, aproveitando também a ascensão dos mercados financeiros (Bioy et al., 2020)

É evidente que o termo 'ESG' (Ambiental, Social e de Governança) tornou-se cada vez mais crucial, não apenas do ponto de vista da demanda por investimentos, mas também da oferta. A busca por ativos sustentáveis tem desempenhado um papel desde a notável ascensão do ESG na década de 2000, a literatura tem consistentemente destacado que o enfoque na responsabilidade social corporativa, longe de resultar em desempenho significativamente inferior para as empresas em comparação com aquelas que ignoram questões ambientais em suas decisões, tendem a produzir o oposto: aumentar os retornos e reduzir o risco financeiro (Giese et al., 2019).

ESTRATÉGIAS DE MARKETING E TRANSFORMAÇÃO ORGANIZACIONAL COM A ESG

Hoje entendemos que as transformações organizacionais refere-se a mudanças significativas e estratégicas nas operações, cultura e objetivos de uma empresa, melhorando seu desempenho e adaptação ao ambiente de negócios em constante mutação.

Essa transformação organizacional também pode ter um processo contínuo de adaptação e evolução que as empresas enfrentam hoje para permanecerem competitivas em um ambiente em constante mudança. Isso pode envolver a reestruturação de processos internos, a implementação de novas tecnologias, a atualização da cultura corporativa e a capacitação dos funcionários para enfrentar desafios emergentes.

Como fonte de informação sobre a importância do conhecimento de marketing e a utilização correta dos critérios da "ESG" o site "HubSpot" a autora "Rakky Curvelo"[2] faz uma matéria e um book muito rico , mostrando que as estratégias de ESG marketing estão se tornando cada vez mais comuns entre as empresas e que tipos de práticas devem ser trabalhadas.

Existem algumas maneiras pelas quais as estratégias de marketing e a transformação organizacional estão intrinsecamente ligadas, sendo que as estratégias podem ser: "**Identificação de Oportunidades**", onde as estratégias de marketing ajudam as empresas a identificarem oportunidades de mercado e tendências emergentes. A da "**Comunicação de Mudanças**", sendo que e quando uma organização passa por uma transformação significativa, é fundamental comunicar essas mudanças de maneira eficaz para os seus stakeholders e outro ponto seria a de "**Construção de Marca**", onde a transformação organizacional muitas vezes envolve uma mudança na identidade corporativa auxiliando na construção e manutenção da marca da empresa.

Com isso, à medida que as empresas buscam se adaptar às rápidas mudanças e se manterem relevantes, a sinergia entre o marketing e a transformação organizacional se torna cada vez mais vital. A capacidade de identificar oportunidades, comunicar mudanças, construir e manter uma marca sólida, conquistar e manter clientes e, finalmente, medir o impacto de todas essas ações, é o que permite que as organizações prosperem em um ambiente empresarial em constante evolução.

E por isso que o sucesso empresarial depende não apenas de estratégias de marketing eficazes, mas também de uma transformação organizacional contínua e bem planejada, uma combinação que abre caminho para a inovação, crescimento e resiliência.

---

[2] Curvelo, Rakky (2023). Entenda o impacto das práticas ESG no marketing da sua empresa. Site HubSpot. Disponível em: https://br.hubspot.com/blog/marketing/esg-marketing Acessado em: 17/09/2023

A IMPORTÂNCIA DO ESG PARA AS EMPRESAS

Nos dias de hoje, o ESG (Ambiental, Social e Governança) como vimos nos tópicos anteriores, deixou de ser uma mera tendência e se tornou um componente essencial para o sucesso e a sustentabilidade das empresas. A crescente conscientização global sobre as questões ambientais, sociais e de governança está redefinindo a maneira como as empresas operam e como são percebidas pelos stakeholders.

Primeiramente, podemos entender que a ESG é fundamental para a construção da confiança das empresas. Os consumidores, investidores e parceiros comerciais estão cada vez mais atentos às práticas éticas e responsáveis das organizações. Empresas que incorporam princípios ESG demonstram um compromisso com valores que vão além do lucro, o que gera confiança e recompensa. Essa confiança se traduz em relacionamentos comerciais mais sólidos e duradouros, além de fortalecer a imagem da marca no mercado.

O ESG tem um impacto significativo no acesso ao capital. Investidores institucionais e fundos de investimento estão priorizando empresas que adotam práticas responsáveis. Além de ser uma métrica de desempenho, o ESG também serve como indicador de risco. Empresas com sólidos princípios ESG são vistos como investimentos mais seguros a longo prazo e têm maior facilidade para captar recursos financeiros para expansão e desenvolvimento de projetos.

Por último, mas não menos importante, o ESG contribui significativamente para a mitigação de riscos e a criação de valor a longo prazo. Ao antecipar e abordar questões ambientais, sociais e de governança, as empresas evitam a vulnerabilidade a crises, melhoram sua resiliência e construir uma base sólida para o crescimento sustentável e a prosperidade contínua e sua marca fica mais forte no mercado.

O MARKETING AMBIENTAL DE APARÊNCIA CHAMADO "*GREENWASHING*"

No contexto do marketing moderno, vários termos estão sendo estudados em relação às novas práticas de mercado. Um deles é conhecido como 'Marketing de Causa (MC)', que se refere a uma abordagem de marketing que envolve a associação de uma empresa a uma causa social ou ambiental com o propósito de gerar benefícios tanto para a sociedade quanto para a

própria empresa. Essa estratégia reconhece que os consumidores valorizam o compromisso das empresas com questões sociais e ambientais, seja em âmbito local, regional ou global.

No entanto, é importante destacar que, de acordo com Aparecido (2023), o Greenwashing pode ser caracterizado como uma estratégia de marketing que cria uma falsa impressão de responsabilidade ambiental. Essa prática envolve a tentativa de projetar uma imagem de empresa sustentável, ecológica e comprometida com a preservação ambiental, quando, na realidade, a empresa não adota tais práticas em suas operações cotidianas.

Para conseguirmos ter um enriquecimento melhor sobre o tema , pode ser visto no Quadro 1 dois autores e suas explicações em relação aos alertas do que se entende como "*Greenwashing*" e seus efeitos negativos.

Quadro 1: *Greenwashing*: autores, entendimentos/abordagens e alertas

Humaire, 2022	A autora discute que a busca por soluções para minimizar, ou até mesmo inverter, o impacto humano no ecossistema é necessário e urgente. Sua abordagem ela à necessária reflexão de que, os negócios precisam ser restruturados de modo a incorporar a sustentabilidade e, claro, evitar fortemente o *Greenwashing*.
Atalanio, 2023	A autora trata do *Greenwashing* como a propaganda verde enganosa, ou seja, como desvirtuamento do marketing verde. Sendo essa abordagem essencial, inclusive no campo jurídico, pois, além da ira dos clientes que o *Greenwashing* pode despertar, ele deve –na medida do possível –ter responsabilização e punição de acordo com a lei.

Fonte: Extraído as informações do artigo de Zambon, M., Freitas, E. M., & Carvalho, G. G. (2023). Abordagens Essenciais de Marketing para Empresas.[3]

Essa prática é totalmente reconhecida como antiética e prejudicial, envolvendo ações de marketing planejadas para enganar clientes conscientes do impacto ambiental. Isso mina a confiança do público e prejudica os esforços genuínos em direção à sustentabilidade que a empresa alega realizar.

"ESG" NO MUNDO CORPORATIVO TRAZENDO COMO FOCO UM CASE DE REFORÇO AO SUPORTE TEÓRICO DO ESTUDO NA EMPRESA "CACAU SHOW"

[3] Zambon, M., Freitas, E. M., & Carvalho, G. G. (2023). Abordagens Essenciais de Marketing para Empresas ESG. Revista Científica Zoom Business Review-ISSN 2764-5142, 2(1), 39-66. Disponível em: https://www.zoom.zamboneducacional.com/index.php/zbr/article/view/12 . Acessado em: 10/09/2023

Entende-se que certas empresas possuem uma certa incumbência de atuarem diante das transformações e necessidades dos novos tempos, mas também de serem os agentes responsáveis para que essas mudanças ocorram em todo o mercado e ainda alcance os stakeholders dessa cadeia. Por isso, a estratégia ESG demanda uma estrutura personalizada e, para que isso seja possível, e necessária uma base consolidada, a fim de gerar uma reconexão com a proposta inicial da empresa, compatibilizando um novo modelo de negócio.

Assim quando pensamos em falar em um caso de sucesso na implementação de projetos inovadores de "Governança Corporativa" ou "ESG" sendo que os critérios envolve a compreensão dos três componentes principais e sua importância na avaliação da sustentabilidade geral e das práticas comerciais responsáveis de uma empresa que são as de "Ambientais, Sociais e de Governança" e impossível não surgir pensar numa empresa 100% brasileira "Cacau Show".

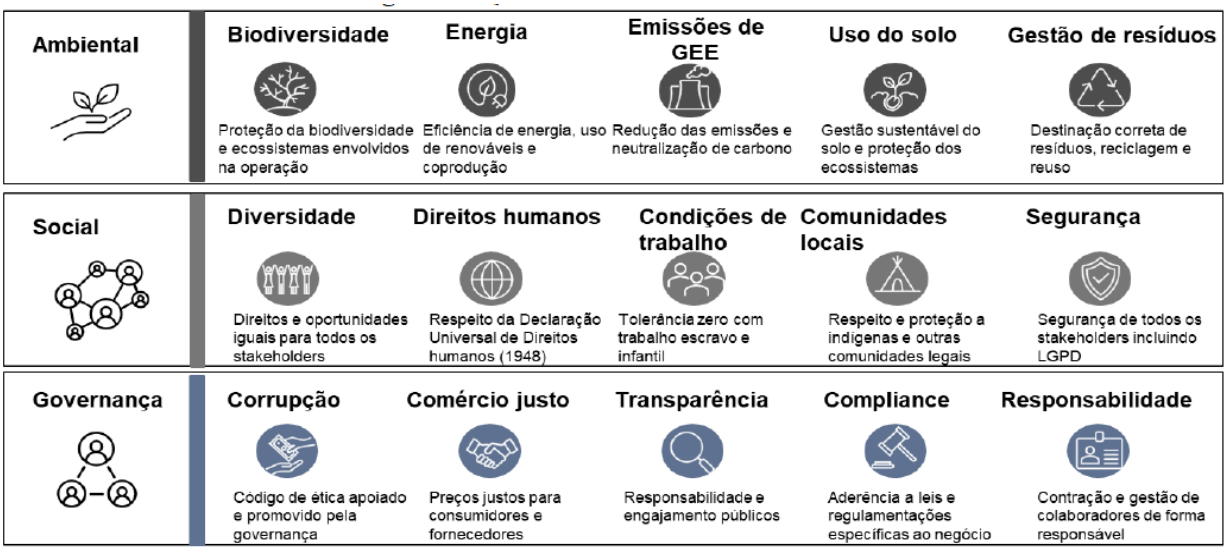
Por isso, em 2022 a empresa "Cacau Show" construiu um documento com o título "Relatório Sustentabilidade_2022"[4] e que mostra registrado no documento na pelos idealizadores a seguinte ideia:

Este é o Relatório de Sustentabilidade 2022 da nossa empresa Cacau Show. Essa publicação é divulgada anualmente, com o objetivo de compartilhar com nossos públicos de relacionamento, como gerenciamos nossos riscos e potencializamos os benefícios econômicos, sociais e ambientais do negócio, e compartilhar nossa estratégia e forma de gestão. (Cacau Show, 2022, pg.4)

Assim, para um enriquecimento do trabalho será apontado exemplos da empresa "Cacau Show" em relação a cada critério da ESG, que pode servir de modelo para outras empresas usar, sendo que na Figura1, adaptada da tese de Jolly (2020) temos o modelo para analisar os critérios ESG junto ao "Relatório de Sustentabilidade_2022" da Cacau Show.

[4] Cacau Show (2022) . Relatório de Sustentabilidade 2022. Disponível em: https://csmidia.blob.core.windows.net/midia/RELATORIO_SUSTENTABILIDADE_2022.pdf . Acessado em : 10/09/2023

Figura 1 - Quadro resumo dos critérios de ESG



Fonte: Jolly (2020, tradução e adaptação nossa)

Vamos começar com os prêmios ambientais, onde o “Cacau Show” demonstra dois pontos no Relatório de Sustentabilidade_2022 relacionados à figura do ESG. O primeiro é o uso adequado do solo, e o documento destaca que a empresa obteve a certificação da "WCF - World Cocoa Foundation" em 2022.

> Em setembro de 2022, nos tornamos membro da World Cocoa Foundation, a maior organização internacional que promove a sustentabilidade no setor do cacau. Criada em 2000, ela reconhece as ações necessárias para garantir a sustentabilidade para a produção do fruto e para os agricultores desse setor, a WCF representa hoje mais de 80% do mercado global do cacau. A fundação atua em iniciativas a fim de promover um setor mais sustentável, onde agricultores prosperam, e as comunidades são empoderadas e respeitadas, em busca de um planeta mais saudável, na luta contra o Desmatamento. (Relatório Sustentabilidade 2022, pg. 60)

No segundo destaque, abordaremos o aspecto social da empresa, onde é evidente que a empresa possui diversas iniciativas. Um destaque notável é o trabalho social referenciado no capítulo 10 do Relatório de Sustentabilidade_2022, intitulado "**Educação que Transforma**".

> O Instituto Cacau Show (ICS) é uma organização social sem fins lucrativos com atuação desde 2009, que tem como objetivo principal o atendimento de forma continuada, permanente e planejada de serviços, programas, projetos e benefícios de proteção social básica ou especial e de defesa de direitos socioassistenciais, dirigidos às famílias e indivíduos em situações de vulnerabilidades e risco social e pessoal. (Relatório Sustentabilidade 2022. pg. 47)

No que se refere aos últimos prêmios ESG, em relação ao tema “Governança”, a empresa Cacau Show aborda vários pontos no Relatório de Sustentabilidade_2022, onde pode ser visto nos itens apontados na figura e que é mostrado no documento na pág. 44.

> Nosso canal de Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) nos auxilia no contato direto com nosso consumidor, soluciona os eventuais problemas, atende as reclamações e entende melhor as necessidades dos nossos clientes finais. Em 2022, tivemos o total de 90.633 atendimentos, e lideram a lista os números de chamados sobre informações do nosso e-commerce. Sempre atentos também à plataforma on-line Reclame Aqui, verificamos e atendemos as solicitações, e respondemos as reclamações dos nossos consumidores a respeito do atendimento prestado e compras realizadas. (Relatório Sustentabilidade 2022. pg. 44)

Por isso, é visto que a empresa tem o pensamento e propósito bem definido na frase do Relatório Sustentabilidade_2022, onde mostra que a missão da empresa está ligada muito a ESG que é “Transformar o ordinário em extraordinário, oferecendo ao nosso ecossistema uma relação duradoura com foco no crescimento, rentabilidade, oportunidades e sustentabilidade”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos anos, houve uma transformação significativa no cenário empresarial global devido à crescente conscientização sobre desafios ambientais, sociais e éticos. As organizações estão integrando essas preocupações em seus processos, não apenas em resposta às demandas de consumidores, investidores e partes interessadas, mas também por um imperativo ético para lidar com questões urgentes como mudanças climáticas, desigualdade social e integridade corporativa. O conceito de ESG (Ambiental, Social e Governança) emergiu como uma estratégia essencial para a sustentabilidade e relevância no longo prazo das organizações.

A importância crescente do ESG no contexto empresarial global foi destacada, com investidores direcionando recursos para empresas que adotam práticas responsáveis. A Europa lidera as regulamentações ESG, e o crescimento dos fundos sustentáveis na região pode ser um indicador global.

A “Cacau Show”, uma empresa brasileira, serviu como estudo demonstrando como a implementação eficaz de governança corporativa e ESG pode proporcionar vantagem competitiva, sendo que essa empresa demostra ter um compromisso com questões ambientais,

sociais e de governança em seu Relatório de Sustentabilidade_2022, destacando iniciativas como uso sustentável do solo, educação comunitária e transparência administrativa.

Por fim, fica evidente que o ESG não é apenas uma tendência passageira, mas uma abordagem fundamental para o sucesso e a sustentabilidade das empresas no cenário empresarial atual e competitivo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APARECIDO, Cristina Tischer Ranalli. Marketing Ambiental: o repúdio ao Greenwashing. Publicações –Portal Zambon Educacional. Disponível em: https://www.zamboneducacional.com/marketing-ambiental-o-repudio-ao-greenwashing Acesso em: 10/09/2023.

ARMSTRONG, A. Ética e ESG. Jornal Australiano de Contabilidade, Negócios e Finanças, 14(3), 6-17. Disponível em: https://ro.uow.edu.au/aabfj/vol14/iss3/2/. Acessado em: 09/09/2023.

ATALANIO, Manuella Perdigão. Greenwashing: a propaganda verde enganosa na ordem jurídica brasileira. São Paulo: Dialética, 2022.

BIOY, H. et al. Cenário dos Fundos Europeus Sustentáveis: 2020 em análise. Um ano de recordes quebrados que anuncia uma nova era para o investimento sustentável na Europa. Disponível em: file:///C:/Users/profh/OneDrive/%C3%81rea%20de%20Trabalho/vdocuments.net_european-sustainable-funds-landscape-2020-in-review-a-climate-change-themed.pdf Acessado em: 09/09/2023.

BONINI; KOLLER, S.; MIRVIS, S. Valuing Social Responsibility Programs, McKinsey Quarterly, 2009.

CACAU SHOW. Relatório de Sustentabilidade 2022. Disponível em: https://csmidia.blob.core.windows.net/midia/RELATORIO_SUSTENTABILIDADE_2022.pdf. Acessado em: 10/09/2023.

CURVELO, Rakky. Entenda o impacto das práticas ESG no marketing da sua empresa. Site HubSpot. Disponível em: https://br.hubspot.com/blog/marketing/esg-marketing Acessado em: 17/09/2023.

GIESE, G. et al. Fundamentos do investimento ESG: Como o ESG afeta a avaliação, o risco e o desempenho das ações. The Journal of Portfolio Management, 45(5), 69-83. Disponível em: https://www.pm-research.com/content/iijpormgmt/45/5/69. Acessado em: 09/09/2023.

HUMAIRE, Lívia. Negócios Ecológicos na Era do Greenwashing: Fundamentos e modelagem de negócios para a década da Regeneração. Rio de Janeiro: Bambual, 2022.

JOLLY, Marie. ESG in Private Equity: A New Standard. London School of Economics And Political Science, 2020.

PACTO GLOBAL, STILINGUE. A evolução do ESG no Brasil. Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F150560%2F1619627473Estudo_A_Evoluo_do_ESG_no_Brasil.pdf. Acessado em: 09/09/2023.

REDONDO ALAMILLOS, R.; DE MARIZ, F. How can European regulation on ESG impact business globally?. Journal of Risk and Financial Management. Disponível em: https://www.mdpi.com/1911-8074/15/7/291. Acessado em: 09/09/2023.

ZAMBON, M.; FREITAS, E. M.; CARVALHO, G. G. Abordagens Essenciais de Marketing para Empresas ESG. Revista Científica Zoom Business Review-ISSN 2764-5142, 2(1), 39-66. Disponível em: https://www.zoom.zamboneducacional.com/index.php/zbr/article/view/12. Acessado em: 10/09/2023.