

RANKING EMPRESAS BRASIL

ESG 360°

Ipsos Public Affairs & Corporate Reputation Brasil
setembro 2024



© Ipsos Public Affairs Brazil | fevereiro 2022





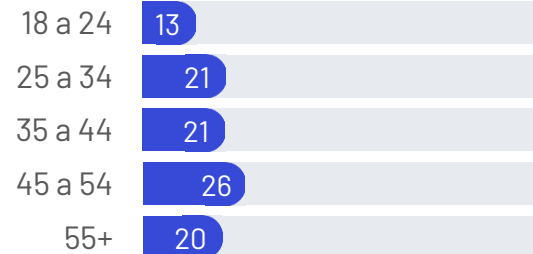
COMPOSIÇÃO DA AMOSTRA ESG 360º

5.000
entrevistas

painel online Ipsos

Período do campo: 03/07/2024 a 22/07/2024

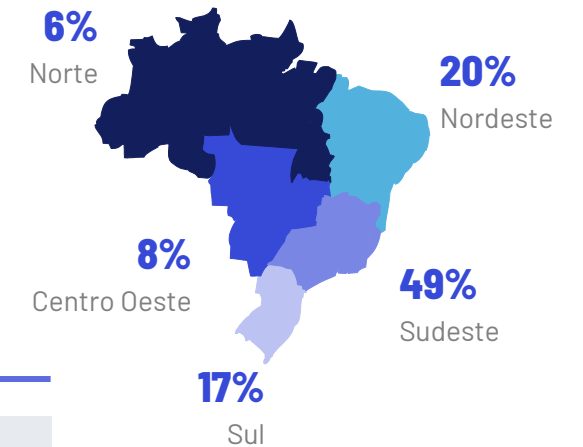
Faixa etária - %



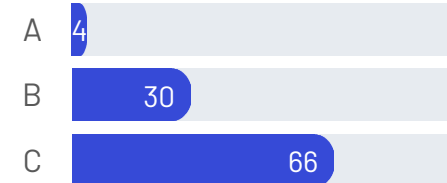
Sexo

48% homens
52% mulheres

Região



Classe - %



Base entrevistas: 5000

Desenho construindo utilizando dados do PNAD 2022 / ABEP 2022

ESG E AVANÇOS NA AGENDA DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O QUE OS BRASILEIROS SABEM SOBRE ESG?
E SOBRE SUSTENTABILIDADE?





O conhecimento do termo ainda não está amplamente difundido entre a população.

Os níveis de conhecimento concentram-se nas classes mais altas, sobretudo na Classe A, onde 62% reportam conhecimento.

Base entrevistas: 5000
ESG1. Você conhece o termo “ESG”? RU

Você conhece o termo “ESG”?



% afirma conhecer o termo “ESG”
quebras demográficas

Classe A	62▲
Classe B	45▲
Classe C	27▼
Masculino	39▲
Feminino	29▼
Norte	37
Nordeste	35
Sudeste	34
Sul	29▼
Centro-Oeste	39▲

Principais menções Top of Mind “ESG” entre quem conhece o termo

% respostas categorizadas (agrupadas)



Base conhecedores do termo “ESG”: 1769

ESG2. Quando você lê a sigla “ESG”, qual é a primeira coisa que lhe vem à mente? PA

Entre quem afirma conhecer o termo, a percepção sobre a sigla concentra-se em seus aspectos de sustentabilidade e menções à temática ambiental em geral.

Exemplos de respostas:

“Boas práticas sustentáveis e de governança adotada por determinadas empresas”

“Conjunto de práticas visando a sustentabilidade”

“Pensamento em desenvolvimento sustentável não só somente pelos governantes, mas por organizações, pessoas, etc.”

Sustentabilidade:

Meio Ambiente lidera, mas Economia e Social ficam para trás na percepção do público.

Ou seja, "Ambiente" é o epicentro da sustentabilidade na mente dos entrevistados.

Principais menções Top of Mind “Sustentabilidade”

Qual é a primeira palavra que vem à mente da população brasileira?

% respostas categorizadas (agrupadas)

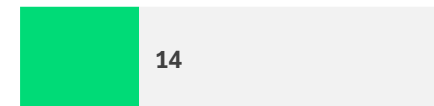
Referências ao Meio Ambiente:

e.g. “Ajudar, cuidar, preservar, proteger” “Natureza”
“Recursos ambientais” “Impacto ambiental”



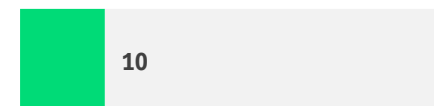
Reciclagem, Reaproveitamento e/ou Transformação

e.g. “Reciclar” “Reaproveitar”



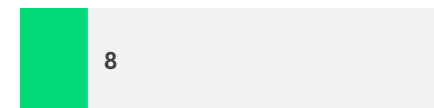
Noções de “Durabilidade” “Autossuficiência”

e.g. “Algo que se sustenta sozinho” “Manter” “Permanência”
“Continuidade”

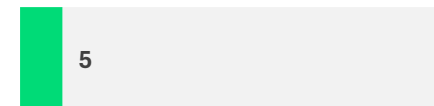


Referências ao Planeta e/ou ao Futuro (do Planeta)

e.g. “Bom para o futuro” “Cuidado com o planeta” “Planeta verde” “Futuras gerações”



Não sabe ou não respondeu



Principais menções

Base entrevistas: 5000

A01. E quando você lê a palavra “Sustentabilidade”, qual é a primeira coisa que lhe vem à mente?



CONSENSO.

A importância do desenvolvimento sustentável é algo indiscutível para o país. Percentual é alto em todas as regiões, classes sociais e faixas etárias.

96%

acham que o
desenvolvimento sustentável
é importante importante para
o Brasil

Base entrevistas: 5000

A02. Após ler esta definição, o quanto você diria que o desenvolvimento sustentável é importante para o nosso país?



Apesar da importância do desenvolvimento sustentável e da centralidade da agenda ambiental, **avaliação** do país nessa frente é **majoritariamente negativa**

Avaliação de Progresso em Direção ao Desenvolvimento Sustentável no Brasil

% respostas

■ Muito mal + Mal ■ Regular ■ Muito bem + Bem ■ Não sabe

					Saldo*
Sustentabilidade em geral	34	41	23	2	-11
Desenvolvimento econômico	37	39	22	1	-15
Cuidado ambiental	43	35	21	1	-22
Bem-estar social	39	38	21	1	-18

Base (total): 5.000 entrevistas

*Saldo = "Muito bem + Bem" menos "Muito mal + Mal"

A03. Considerando esta definição de sustentabilidade e usando a escala abaixo, em uma escala de 1 a 5, como você avalia o progresso do Brasil em direção ao desenvolvimento sustentável, ou seja, o equilíbrio entre o crescimento econômico, o cuidado ambiental e o bem-estar social? RU | **A04.** Na mesma escala, como você avalia o desenvolvimento do Brasil nas três dimensões que compõem a sustentabilidade? RU

Avaliação de Progresso em Direção ao Desenvolvimento Sustentável no Brasil: percepção de estagnação?

% respostas codificadas

■ Avançou Bastante ■ Avançou pouco, **menos do que deveria** ■ Nenhum avanço ■ Não sabe

Saldo*

Acesso a medicamentos/vacinas mais eficazes	41	45	10	4	● + 31
Reciclagem e reutilização de embalagens por parte de famílias	27	55	14	4	● + 13
Desenvolvimento de produtos ecológicos	26	57	12	6	● + 14
Uso de bicicleta, patinete ou moto elétrica como meio de transporte limpo	24	52	19	5	● + 5
Uso de automóveis elétricos ou híbridos	23	53	19	6	● + 4
Uso consciente e responsável da água	18	56	22	4	● - 4
Desenvolvimento científico para combater as mudanças climáticas	18	53	23	7	● - 5
Preocupação / apoio às comunidades afetadas pela poluição / mudanças climáticas	17	52	26	5	● - 9
Controle e redução do consumo energético	17	55	21	7	● - 4
Eliminação dos produtos plásticos	16	52	26	5	● - 10
Combate ao desmatamento ilegal	16	47	33	5	● - 17
Medição e redução das emissões de CO ²	15	54	22	10	● - 7
Disponibilidade de transporte público elétrico	14	45	35	6	● - 21

Base (total): 5.000 entrevistas

*Saldo = "Avançou Bastante" menos "Nenhum Avanço"

Das 13 áreas avaliadas, apenas 5 possuem saldo positivo.

Disponibilidade de transporte público elétrico e combate ao desmatamento ilegal são áreas com pior avaliação.

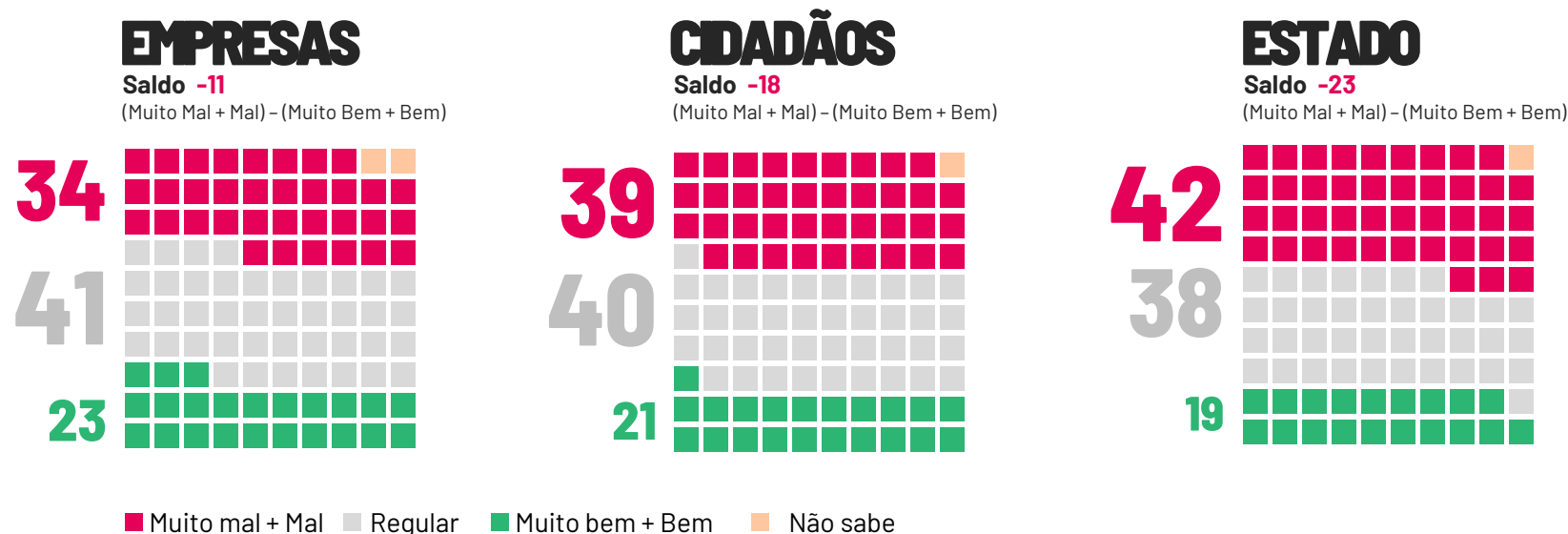
A07. O quanto você acha que as seguintes áreas avançaram no Brasil no último ano? RU

O PAPEL DAS EMPRESAS

Prevalece uma visão **mais cética** em relação à performance das empresas, dos cidadãos e do Estado.

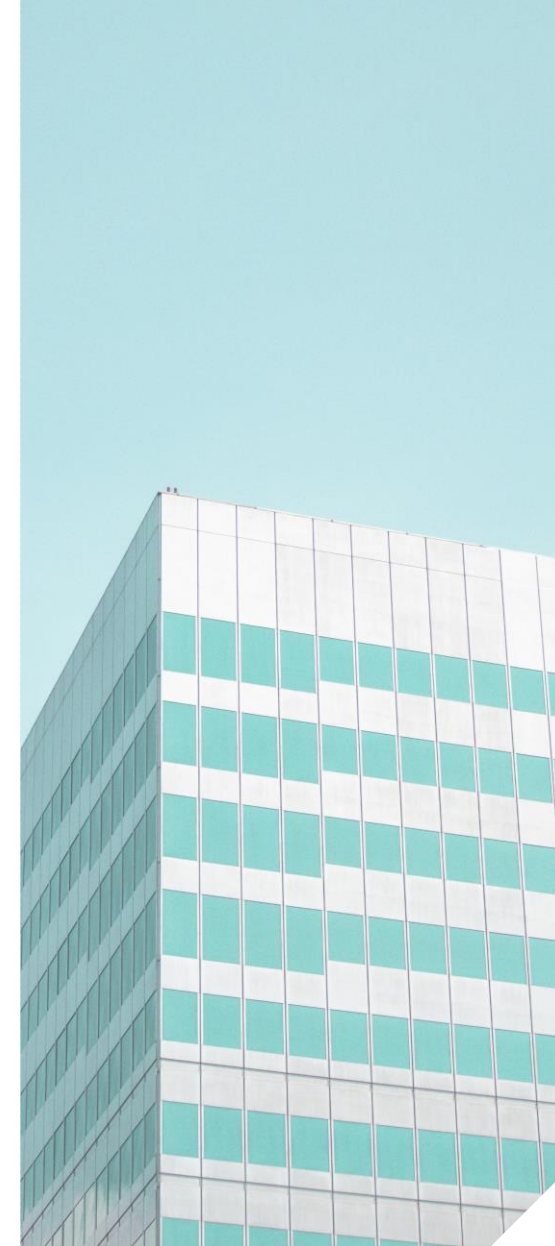
Como você avalia o Estado, as empresas e os cidadãos na tarefa de alcançar um desenvolvimento sustentável no Brasil?

Avaliação por Estado, Cidadãos e Empresas
% respostas



Base entrevistados: 5000

A06. como você avalia o Estado, as empresas e os cidadãos na tarefa de alcançar um desenvolvimento sustentável no Brasil? RU



AVALIAÇÃO: SALDO DE AVALIAÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO OS SETORES PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

% saldo (diferença entre respostas **T2B** - "Muito Bem" + "Bem" e **B2B** - "Muito Mal" + "Mal")

		T2B	B2B
Cosméticos, beleza e cuidado pessoal	+18	37	19
Agronegócio	+16	40	24
Tecnologia	+16	36	20
Alimentos e bebidas	+16	35	19
Entretenimento	+15	34	19
Mídia e comunicação	+14	36	22
Indústria Farmacêutica	+14	35	21
Telecomunicações	+11	33	22
Energia	+9	33	24
Varejo/Lojas de departamento	+9	30	21
Bancos e serviços financeiros	+5	30	25
Aviação	+3	27	24
Bens de consumo	+2	28	26
-2	Automotivo	27	29
-6	Petróleo e Gás	27	33
-17	Mineração	22	39

Base entrevistados: 5000

B02. Para cada um dos seguintes setores empresariais, por favor, indique como você avalia, de forma geral, a contribuição de cada um deles para o desenvolvimento sustentável no Brasil. RU



APENAS 1/5 DOS RESPONDENTES ACREDITAM QUE HÁ UMA QUANTIDADE ADEQUADA DE INFORMAÇÕES SOBRE PROJETOS EMPRESARIAIS DE SUSTENTABILIDADE

A maioria dos respondentes assinala que há **pouca informação** disponível e aponta que as empresas devem **comunicar melhor** seus projetos.

Percepção sobre comunicação de projetos empresariais de sustentabilidade

% respostas

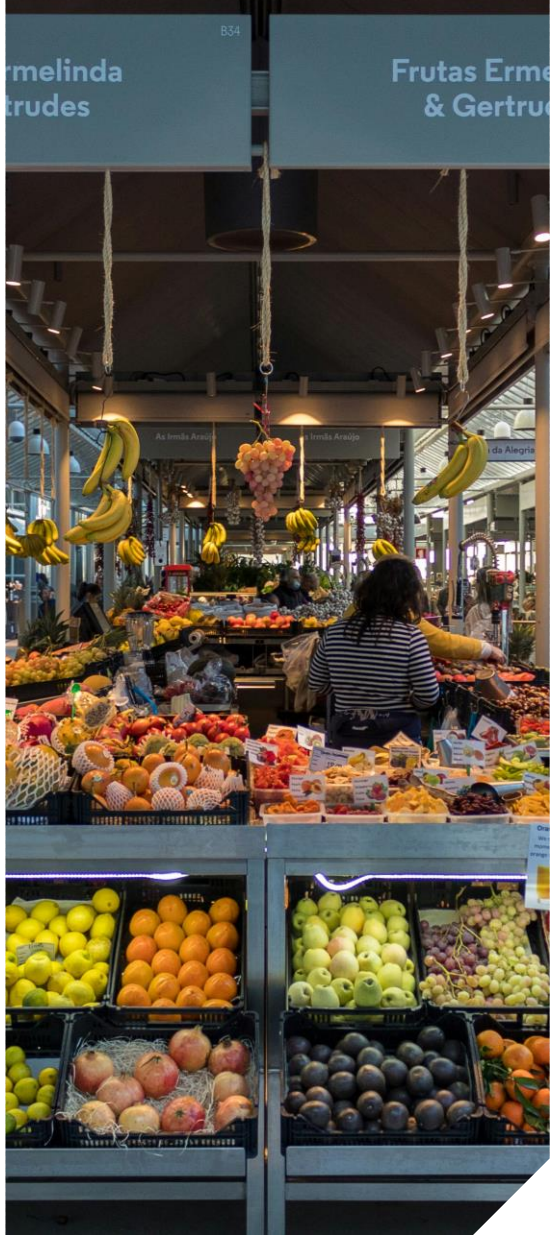


Base entrevistas: 5000

C03. Qual frase melhor representa o que você percebe sobre a forma como as empresas estão comunicando seus projetos de sustentabilidade? RU

O PAPEL DOS CONSUMIDORES





RESPONSABILIDADE PELA SUSTENTABILIDADE

77% DOS BRASILEIROS ACREDITAM QUE EMPRESAS DEVEM ABSORVER O CUSTO DA SUSTENTABILIDADE, SEM REPASSAR AOS CONSUMIDORES.

Responsabilidade pelo 'custo' sustentabilidade

% respostas por tipo de empresa



As **empresas** devem gerar produtos sustentáveis sem transferir o custo para os consumidores

Consumidores devem fazer um esforço para pagar um pouco mais por produtos sustentáveis

Não sabe ou não respondeu

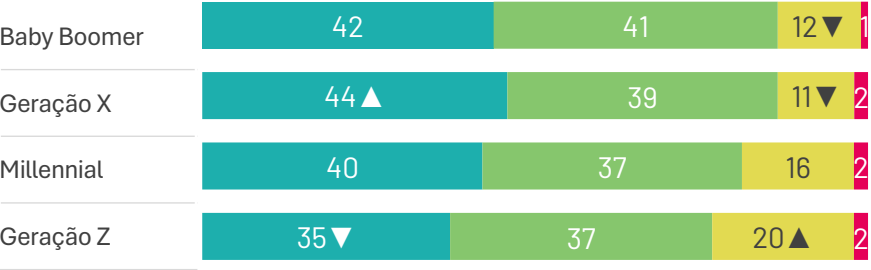
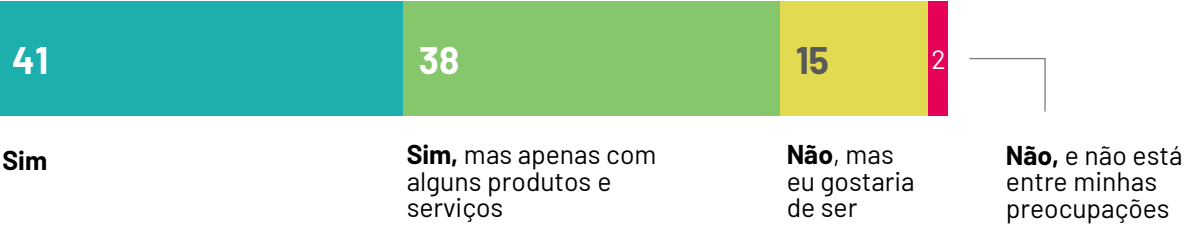


Base entrevistas: 5000 | 18 a 24: 667 | 45+ anos: 2.206 | Homens: 2.407 | Mulheres: 2.593 | Classe A: 750 | Classe B: 1.501 | Classe C: 2.749 | Norte: 320 | Nordeste: 980 | Sudeste: 2.460 | Sul: 820 | Centro-Oeste: 420 D04. Com qual dessas frases você concorda mais:

D01. Você considera-se um consumidor responsável?

% respostas

Definição apresentada ao respondente: Um consumidor responsável é aquele que toma decisões de compra de produtos ou serviços pensando em critérios de impacto ambiental ou social.



▲ ▼ Indica Significância Estatística vs. Resultado Total Amostra | Intervalo de Confiança a 95%

Base entrevistas: 5000 | 18 a 24: 667 | 45+ anos: 2.206 | Homens: 2.407 | Mulheres: 2.593 | Classe A: 750 | Classe B: 1.501 | Classe C: 2.749 | Norte: 320 | Nordeste: 980 | Sudeste: 2.460 | Sul: 820 | Centro-Oeste: 420
D01. Você considera-se um consumidor responsável? Um consumidor responsável é aquele que toma decisões de compra de produtos ou serviços pensando em critérios de impacto ambiental ou social. RU



A maioria dos brasileiros ainda coloca o preço como fator decisivo na compra de produtos ou serviços ecológicos, com variações sutis entre diferentes classes sociais, gêneros e regiões,



Comportamento de consumo

% respostas

	57	25	18
	Compra produtos ambientalmente responsáveis, se tiverem um bom preço	Não considera se produtos ou serviços são ambientalmente responsáveis	Compra, mesmo se custar um pouco mais
Classe A	51▼	21▼	28▲
Classe B	58	24	18
Classe C	57	26	17
Homem	54▼	28▲	18
Mulher	60▲	23	18

▲ ▼ Indica Significância Estatística vs. Resultado Total Amostra | Intervalo de Confiança a 95%

Performance setores IPSE

Índice de Percepção de Sustentabilidade Empresarial

Empresas

Setores

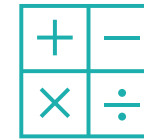
Processo de Avaliação



123 empresas avaliadas
com o modelo ESG



15,000 avaliações
realizadas



Cálculo do indicador
global e **dimensões**

Modelo de Avaliação

Atributos corporativos a partir do Monitor Global de Confiança Ipsos

E

1. Compromisso de reduzir, reciclar e gerenciar os resíduos gerados
2. Reduzir suas emissões de CO² e combater as mudanças climáticas
3. Uso dos recursos naturais de maneira responsável
4. Oferecer produtos e/ou serviços que respeitem o meio ambiente
5. Conservação e proteção das florestas

S

1. Contribuir para o desenvolvimento econômico do país
2. Garantir a diversidade na empresa (raça, nacionalidade, gênero, diferentes idades, pessoas com deficiências, comunidade LGBTQIA+)
3. Trabalhar em conjunto com as comunidades onde opera
4. Garantir a saúde e o bem-estar de seus funcionários
5. Investir em projetos sociais e culturais

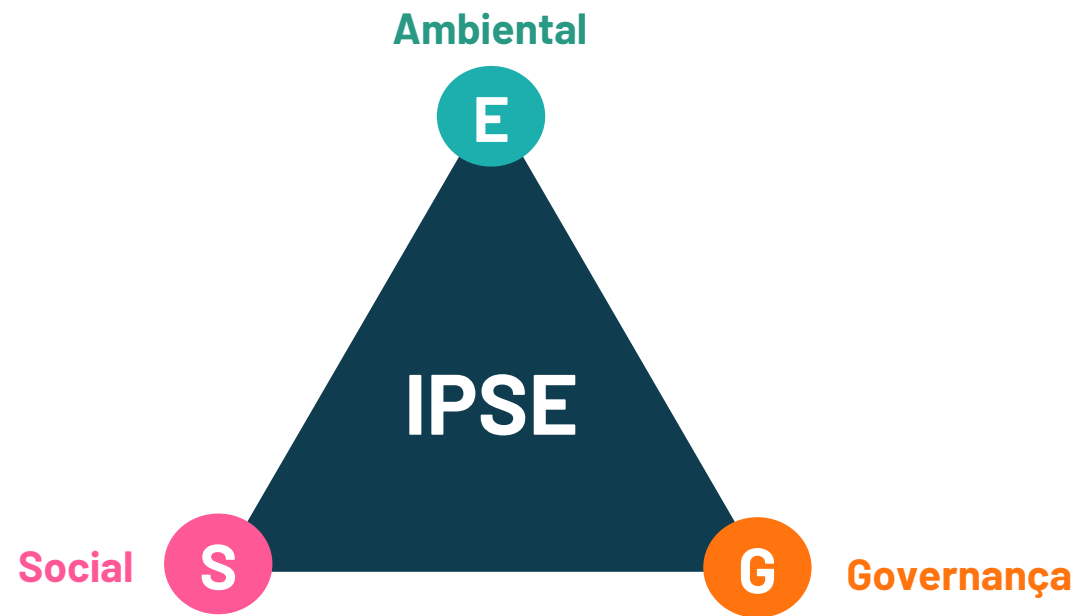
G

1. Gerenciar seu negócio de forma transparente
2. Atuar de maneira ética, preocupando-se em acabar com a corrupção
3. Garantir a diversidade de gênero em diretorias, incluindo mulheres em cargos de liderança
4. Proteger a privacidade de seus clientes
5. Pagar corretamente seus impostos

** Os entrevistados avaliam as empresas em cada um desses atributos, com a seguinte escala: Muito boa/Boa/Regular/Ruim/Muito Ruim/Não sei.*

IPSE - Índice de Percepção de Sustentabilidade Empresarial

(Média global 123 empresas)



Nível de contribuição para o desenvolvimento sustentável

Contribuição negativa		Contribuição Neutra	Contribuição positiva	
0	...	500	...	1.000

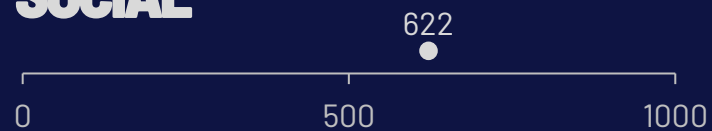
617

IPSE – Índice de Sustentabilidade Empresarial
Resultado por dimensão ESG

AMBIENTAL



SOCIAL



GOVERNANÇA



**Os resultados do IPSE Brasil
estão muito próximos ao ponto
neutro.**

Nenhuma empresa foi avaliada como tendo uma contribuição negativa ao desenvolvimento sustentável no Brasil. Há, no entanto, um trabalho contínuo de melhoria a ser realizado.



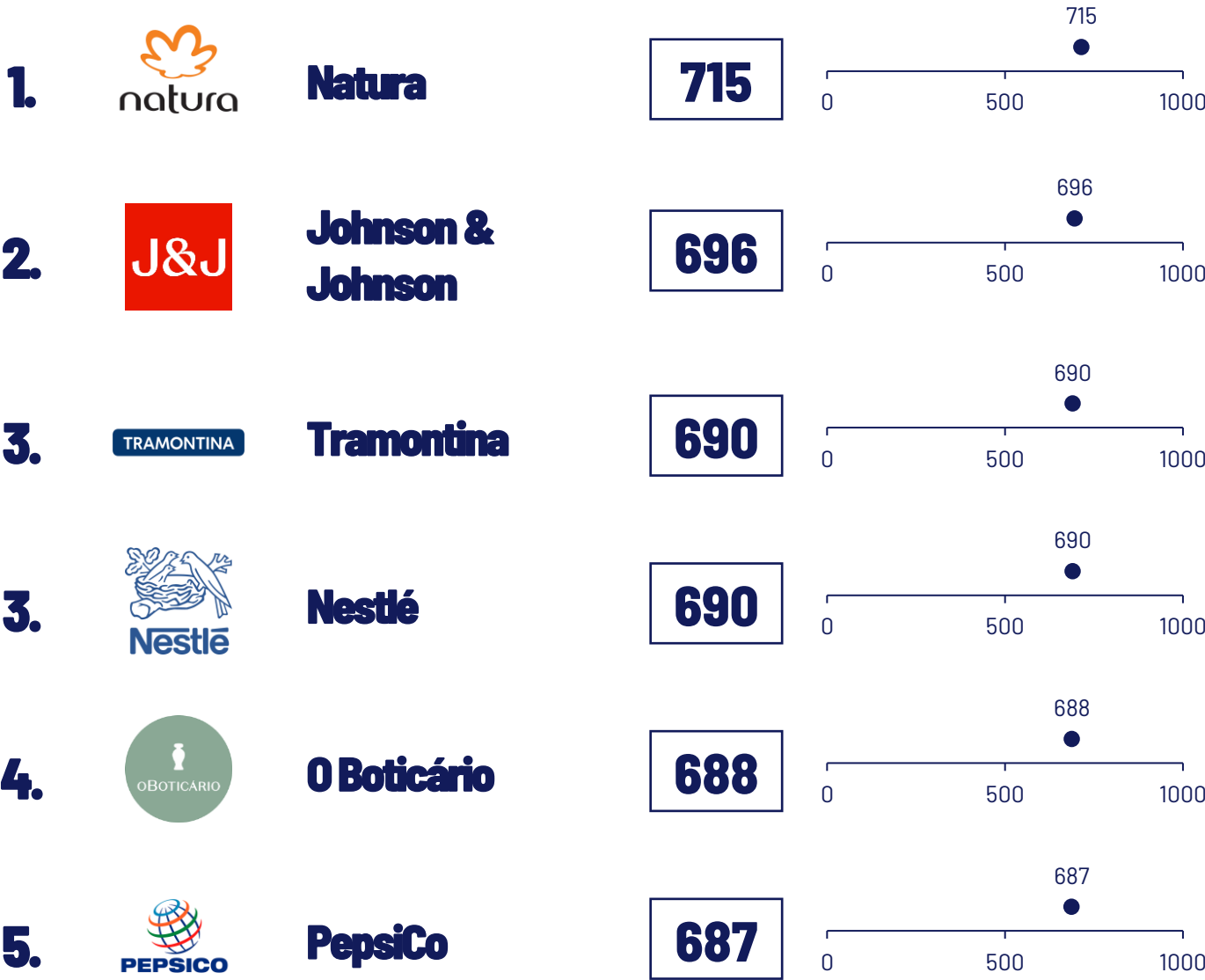
Ranking 10+

Ranking IPSE

10
melhores
no ranking
geral

1-5

IPSE – Índice de Percepção de
Sustentabilidade Empresarial



(continua →)

Ranking IPSE

10 melhores no ranking geral

6-10

IPSE – Índice de Percepção de
Sustentabilidade Empresarial



(continuação)

Ranking IPSE

5 melhores: Dimensão Ambiental

IPSE – Índice de Percepção de
Sustentabilidade Empresarial



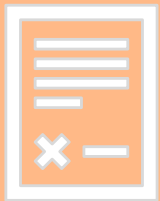
5 melhores: Dimensão Social

IPSE – Índice de Percepção de
Sustentabilidade Empresarial



5 melhores: Dimensão Governança

IPSE – Índice de Percepção de
Sustentabilidade Empresarial



Para mais informações,

e para adquirir um relatório personalizado do ESG 360º, contate nosso time:



Helio Gastaldi

Head Public Affairs
Public Affairs & Corporate
Reputation Brasil
helio.gastaldi@ipsos.com
+55 11 99289-0111



Priscilla Branco

Sr. Manager
Public Affairs & Corporate
Reputation Brasil
priscilla.branco@ipsos.com
+55 11 97606-3263



Rafael Pisetta

Manager
Public Affairs & Corporate
Reputation Brasil
rafael.pisetta@ipsos.com
+55 11 98493-5985

 www.ipsos.com

 @ipsos

 www.linkedin.com/company/ipsos/

Sobre a Ipsos

Em nosso mundo de rápidas mudanças, a necessidade de informações confiáveis para tomar decisões confiantes nunca foi tão grande.

Na Ipsos acreditamos que nossos clientes precisam mais do que um fornecedor de dados, eles precisam de um parceiro que possa produzir informações precisas e relevantes e transformá-las em verdade acionável.

É por isso que nossos apaixonadamente curiosos especialistas não apenas fornecem os resultados mais precisos, mas os interpretam para fornecer uma verdadeira compreensão da sociedade, dos mercados e das pessoas.

Para isso, usamos o melhor da ciência, tecnologia e know-how e aplicamos os princípios de segurança, simplicidade, rapidez e substância em tudo o que fazemos.

Fazemos isso para que nossos clientes possam agir mais rápido, mais inteligente e mais de forma mais audaciosa. Em última análise, o sucesso se resume a uma verdade simples: You act better when you are sure.