

**Observatório FEBRABAN revela que maioria dos brasileiros cobra iniciativas positivas de responsabilidade social e ambiental de governos e empresas e diz que as boas práticas influenciam decisões de compras**

Bem informada e preocupada com o tema do meio ambiente, a maior parcela da população brasileira avalia que é mais importante as empresas e o poder público adotar boas práticas de sustentabilidade mesmo se isso comprometer o lucro e o crescimento econômico do país. Ao mesmo tempo, a ampla maioria dos entrevistados aponta que é muito importante ou importante que cidadãos, governos e empresas adotem ações para melhoria da sustentabilidade socioambiental e de governança.

E quem deveria cuidar do tema? Predomina o entendimento de que a responsabilidade sobre os temas relacionados à sustentabilidade ambiental, social e de governança corporativa, que compõem a sigla ESG (Environmental, Social and Governance, na sigla em inglês) deve ser compartilhada entre governos, empresas e cidadãos. Isoladamente a maioria atribui a responsabilidade: aos governos e empresas públicas em primeiro lugar e na sequência às famílias e cidadãos, e às empresas privadas.

Essas são algumas das revelações da 8ª edição do OBSERVATÓRIO FEBRABAN – Pesquisa FEBRABAN-IPESPE, que buscou investigar o conhecimento e envolvimento dos brasileiros a respeito do tema da sustentabilidade, e de como as boas práticas se inserem no cotidiano da população. Juntamente aos dados nacionais, haverá um recorte sobre o sentimento nas cinco regiões do país.

O levantamento, realizado entre os dias 2 e 7 de setembro, com 3 mil pessoas nas cinco regiões do País, mostra que, seguindo uma tendência internacional, o brasileiro também está atento ao comportamento das empresas e marcas ao tomar decisões sobre o consumo de produtos e serviços: mais de 90% indicam a influência das ações de responsabilidade social e ambiental de empresas ou marcas sobre a opinião e a relação com as mesmas.

“Tanto no Brasil quanto no mundo, o conceito de sustentabilidade está cada vez mais presente na vida das pessoas, nas estratégias e ações das empresas privadas e públicas, acompanhando as transformações da sociedade que demanda por mais ética, responsabilidade e transparência nas relações pessoais e corporativas”, avalia Isaac Sidney, presidente da FEBRABAN. “Entender como o brasileiro percebe o conceito de ESG ajudará governos e empresas a orientar suas ações, ressaltando-se que a agenda da sustentabilidade transborda as questões ambientais e se estende a aspectos social e ético”.

O sociólogo e cientista político Antonio Lavareda, presidente do Conselho Científico do IPESPE, destaca que o levantamento ratifica a relevância dessa pauta para a opinião pública nacional: quase oito em cada dez entrevistados se dizem interessados em questões ambientais. “Este levantamento reforça pesquisas anteriores que mostravam que 74% dos entrevistados tinham muito ou algum interesse pelo tema da preservação do meio ambiente e 78% disseram-se pouco ou nada satisfeitos com os esforços empreendidos no país nesse campo”, diz Lavareda.

**Abaixo, seguem os principais resultados do levantamento:****- Conhecimento sobre Sustentabilidade**

O termo sustentabilidade já faz parte do repertório semântico dos brasileiros, que se mostram familiarizados com o assunto. Ao serem perguntados o que vem à cabeça quando ouvem o termo, 33% associam o tema à preservação e consciência ambiental, 10% remetem a reaproveitar e reciclar, dois dos “três R’s” da sustentabilidade e 8% citam economia e uso racional dos recursos naturais.

O termo ESG ainda é pouco conhecido. Não surgiram menções espontâneas dos entrevistados que

indiquem uma visão articulada ou sistêmica entre práticas de sustentabilidade ambiental, responsabilidade social e governança, como propõe o conceito de ESG. Mas quando perguntados especificamente sobre o tema 63% se disseram bem informados sobre questões ambientais, 64% sobre questões sociais e apenas 35% sobre governança corporativa.

#### - Meios de informação

A internet é o meio preferencial de informação sobre o tema para a maioria dos brasileiros. Se considerada apenas a primeira menção, os canais online (portais de notícias, redes sociais, sites e blogs, WhatsApp) somam 58%. Esse resultado, no entanto, não minimiza a força que a televisão continua a ter: na primeira resposta, as referências à TV (aberta e fechada) somam 31%.

#### - Interesse pela sustentabilidade

78% dizem ter muito ou algum interesse em questões ambientais. As questões sociais despertam ainda maior interesse (81%). Já a governança, quando tratada nesse termo, desperta muito ou algum interesse de 47%, embora seja um percentual significativo, está bem abaixo dos itens anteriores.

#### - Agenda da Sustentabilidade

Quando indagados sobre as preocupações relacionadas à sustentabilidade, os resultados são os seguintes:

- 42% indicam bem estar, saúde e renda das comunidades como as questões que mais preocupam os brasileiros;
- 40% apontam ética, transparência e combate à corrupção nas empresas e governos como os assuntos mais inquietantes;
- 38% creem ser as questões ambientais, como poluição, aquecimento global, desmatamento, lixo, uso da água, as que mais preocupam a população;
- 20% consideram que todos esses temas têm o mesmo peso entre as preocupações dos brasileiros.

Especificamente sobre os temas mais preocupantes da agenda ESG em cada uma das áreas destacam-se desmatamento, emprego e renda, e combate à corrupção:

- **Área ambiental:** Desmatamento (61%) e aquecimento global e Mudanças climáticas (52%);
- **Área social:** Emprego e renda (71%) e bem estar e Saúde (51%)
- **Área de Governança corporativa:** combate à corrupção nas empresas e governos (71%) e transparência na prestação de contas (47%)

#### - Responsabilidade

É majoritária (51%) a percepção de que os cuidados com o meio ambiente são uma responsabilidade compartilhada. Isoladamente, a atribuição de responsabilidades recai principalmente (44%) sobre o setor público (governos e empresas públicas. Percentuais similares consideram que as famílias/os cidadãos (24%) e as empresas privadas (21%) são os responsáveis. E apenas 7% citam as ONGs e empresas do terceiro setor.

#### - Lucro e crescimento

Ampla maioria (77%) concorda que a adoção das boas práticas de sustentabilidade pelas empresas e pelos governos deve ser prioridade mesmo com o risco de diminuir os lucros e o crescimento econômico; enquanto apenas 16% acreditam que o crescimento econômico deve ter prioridade mesmo que isso signifique que as empresas e os governos não possam adotar as melhores práticas de sustentabilidade.

## **- Importância das boas práticas**

A importância das boas práticas de sustentabilidade socioambiental e de governança, é quase unânime: 98% consideram muito importante ou importante que boas práticas sejam adotadas pelos cidadãos e famílias; e 96% pelos governos e empresas (mesmo número em ambas as respostas).

## **- Sustentabilidade e famílias**

Em uma avaliação evolutiva do comportamento da população nos últimos 5 anos, quase metade (45%) dos entrevistados considera que, na prática, as famílias e os cidadãos brasileiros não mudaram seu comportamento em relação aos cuidados com o meio ambiente; cerca de um terço (35%) dos entrevistados identifica melhoria com adoção de comportamentos conscientes; e apenas 17% avaliam que a adoção das boas práticas ambientais diminuiu.

## **- Sustentabilidade no cotidiano da população**

Grande parcela dos entrevistados declara adotar no cotidiano boas práticas ambientais e de consumo. Destacam-se, nessa direção, o uso mais racional de recursos como água e energia elétrica: 68% utilizam lâmpadas econômicas, 66% adotam medidas para economizar água e 62% para economizar energia elétrica. Também valorizam os R's da sustentabilidade (Reduzir, Reutilizar e Reciclar), com práticas de reutilização e reciclagem. 53% reutilizam materiais, dando novas utilidades ao que seria descartado, 52% separam lixo reciclável, 49% reduzem o uso de materiais descartáveis.

## **Faltam informações**

A falta de informação sobre o tema (73%) é o maior empecilho para a adoção de práticas de sustentabilidade e de consumo consciente entre os brasileiros – desconhecimento sobre a importância da sustentabilidade (46%) e desinformação de como agir de maneira sustentável (27%). Seguem-se a essas causas: desinteresse pelo assunto (46%), preço alto dos produtos e serviços sustentáveis (34%); dificuldade de engajar a família e amigos (15%); e percepção de que práticas de sustentabilidade são muito trabalhosas e demandam muito tempo no dia a dia (10%).

## **Sustentabilidade e o impacto na imagem das empresas**

Para 92% dos entrevistados, as ações de responsabilidade social e ambiental têm importância sobre sua opinião acerca de empresas ou marcas, afetando a relação com as mesmas. Mais de um terço (35%) declaram que já ter deixado efetivamente de consumir produtos ou serviços de alguma empresa por ela desrespeitar o meio ambiente, o bem-estar das pessoas ou dos animais e 34% já deixaram de consumir produtos ou serviços de alguma empresa por ela não respeitar as boas práticas de governança corporativa e ter o nome envolvido em alguma denúncia.

Mais da metade dos entrevistados declaram atitude ou intenção de boicotar empresas por não seguirem as boas práticas nos seguintes casos:

- a empresa está envolvida em casos de trabalho escravo ou trabalho infantil (62%);
- a empresa é conhecida por poluir o meio ambiente ou causar desmatamento (58%);
- a empresa está envolvida em escândalos de corrupção (58%);
- a empresa tem histórico de maltratar/não dar boas condições a funcionários (58%);
- a empresa está envolvida em denúncias de assédio (58%);
- a empresa faz testes de produtos em animais (48%);
- a empresa faz campanhas publicitárias ofensivas para determinados grupos (45%);
- a empresa não promove a diversidade em seu quadro de funcionários (40%).

## **Ações sustentáveis das empresas**

Na visão dos brasileiros, o aumento da adoção de práticas sustentáveis nos últimos 5 anos tem sido maior nas corporações (46%) do que entre as famílias e cidadãos (35%). Ainda assim, mais de um terço (39%) avaliam que não houve mudanças na atuação das empresas nesse aspecto, e 9% consideram que a adesão a essas práticas no mundo corporativo diminuiu no país.

#### **Setores mais comprometidos**

Os setores que mais têm adotado práticas sustentáveis, na visão dos entrevistados, são o agronegócio e a indústria, ambos com 13% na primeira resposta. Se considerado o total de menções, o agronegócio passa à frente, com 25% das menções, contra 22% da indústria. Seguem-se as menções a ONGs/Terceiro setor e varejo, ambos com 12% na primeira resposta, e empresas de tecnologia, com 10%.

#### **Regras mais duras**

Quase oito em cada dez entrevistados (77%) esperam que a legislação seja mais dura com as empresas no que se refere às ações de sustentabilidade. Apenas 13% dos entrevistados avaliam que as leis no Brasil atendem a contento à necessidade de regular a atuação das empresas no que concerne aos cuidados com o meio ambiente, responsabilidade social e práticas de governança. Para 5%, as leis deveriam ser mais leves.

A íntegra do oitavo levantamento OBSERVATÓRIO FEBRABAN, pesquisa FEBRABAN-IPESPE pode ser acessada neste [link](#). O recorte regional poderá ser lido neste [link](#).

**Fonte:** FEBRABAN - Federação Brasileira de Bancos, em 30.09.2021