

ESTUDO B #6

MARÇO, 2024

# TENDÊNCIAS ESG 2024

Tendências na área de Governança

Publicação

*a economia* **B**

*CAPÍTULO 05*

# TENDÊNCIAS NA ÁREA DE GOVERNANÇA



**O G (Governance) do ESG se refere às práticas e aos procedimentos internos de uma organização para sua gestão, tomada de decisões, cumprimento da lei e satisfação dos stakeholders. Boas práticas de governança são essenciais para o desempenho e a sustentabilidade empresarial, promovendo transparência, eficiência e confiança.**

## **Temas-chave:**



Políticas e práticas de compliance



Transparência e divulgação



Ética e integridade



Relação com acionistas



Remuneração executiva



Gestão de riscos



Estrutura do Conselho de administração

*#trend*

**ATIVISMO DOS**

**ACIONISTAS E**

**ADVOCACIA**

**CORPORATIVA**



O ativismo dos consumidores já é algo conhecido, com 76% afirmando que deixariam de fazer negócios com empresas que ameaçam o bem-estar do meio ambiente, dos trabalhadores e das comunidades em que atuam.

**Essa crescente conscientização do público em relação aos impactos socioambientais das organizações está impulsionando outros dois movimentos dentro das empresas: o ativismo dos acionistas e a advocacia corporativa.**



O ativismo de acionistas acontece quando os shareholders usam seu poder de voto e influência sobre a gestão de uma empresa para pressionar por mudanças dentro da organização.

**Esse ativismo pode focar em uma variedade de questões, incluindo governança corporativa, práticas ambientais, responsabilidade social, estratégias de negócios e políticas de remuneração executiva.**



**Globalmente, estima-se que esse movimento tenha crescido 8% em 2023, com acionistas ativistas iniciando 961 campanhas para pressionar as empresas.**



**81% das campanhas de ativismo dos acionistas eram relacionadas a fatores ESG, com governança liderando as pautas (15% na área ambiental, 30% na área social e 55% de governança)**

Pressionadas pelas demandas dos investidores, dos consumidores e até dos colaboradores, as empresas estão se movimentando para se posicionar de forma mais ativa em questões que são importantes para todos os stakeholders.

**Nesse contexto, vemos um aumento da chamada advocacia corporativa, que acontece quando as organizações agem para influenciar decisões políticas, legislativas ou regulatórias que possam afetar suas operações, indústria ou o ambiente de negócios como um todo.**

**Na prática, além de ter um posicionamento claro em relação a questões sociais e políticas que impactam seus stakeholders, isso significa que os fatores políticos devem cada vez mais fazer parte das decisões dos conselhos – inclusive das decisões relacionadas a ESG.**

Essa chamada politização do ESG parece ser inevitável. Afinal, muitas das agendas ambientais, sociais e de governança importantes para as empresas (como transição para economia de baixo carbono, equidade de gênero e raça e mais regulamentação e transparência) são diretamente influenciadas por políticas públicas.



**Globalmente, as pessoas veem as empresas como mais competentes e éticas do que o governo.**



**As empresas são as instituições com os maiores níveis de confiança.**



**60% das pessoas esperam que os CEOs ajudem a lidar com as mudanças na sociedade como um todo (não somente as que afetam suas organizações).**





# NA PRÁTICA



Para ajudar a resolver o problema de resistência a antibióticos, a gestora de ativos Legal & General Investment Management está pressionando empresas como o McDonald's a seguir as diretrizes da Organização Mundial da Saúde sobre o uso de antibióticos, especialmente na cadeia de suprimentos de carne.



Os acionistas da Meta Platforms (dona do Facebook) se movimentaram para obrigar a empresa a publicar relatórios sobre práticas de assédio e violação dos direitos humanos na sua plataforma virtual Metaverso.



Os acionistas da Green Century exigiram que a ConAgra parasse de obter ingredientes de terras desmatadas ou degradadas até 2025. Diante dessa demanda, a empresa de alimentos concordou em estabelecer um prazo para eliminar o desmatamento de suas cadeias de suprimentos.



A Walt Disney Company se posicionou contra o governador republicano Ron DeSantis e à legislação da Flórida conhecida como “Don't Say Gay”, que restringe discussões sobre orientação sexual e identidade de gênero nas escolas públicas.

*#CHECKLIST*

# O que avaliar antes de se posicionar politicamente?

A seguir, apresentamos nove perguntas que você deve se fazer antes que sua empresa se manifeste sobre uma questão. Se responder “não” a qualquer uma delas, pode não ser aconselhável prosseguir.



01

A questão **está alinhada com os valores fundamentais**, código de conduta ou outros compromissos públicos da empresa?

02

A questão é uma **prioridade ambiental ou social**, de acordo com uma rigorosa avaliação de materialidade?

03

A questão está relacionada aos **compromissos que você assumiu com seus funcionários**, como diversidade e inclusão ou compromissos de direitos humanos?

04

A sua empresa fez todo o possível para **garantir que não está agravando o problema** por meio de suas ações ou modelo de negócios?

05

Sua empresa tem capacidade e experiência relevantes para **contribuir com soluções para o problema**?

06

Trata-se de **um problema novo**, que tem uma relação próxima com as metas ou operações da empresa?

07

Existe uma maneira clara de sua empresa **fazer uma contribuição positiva** em colaboração com outras?

08

A ação em relação à questão **apoiará um ambiente operacional positivo para os negócios em geral**, promovendo a participação democrática, competição justa, igualdade de oportunidades e direitos humanos básicos?

09

A empresa pode fazer uma **declaração que seja consistente com seus valores, ações anteriores**, gastos políticos e prioridades ambientais e sociais?

*#trend*

**TOLERÂNCIA**

**ZERO PARA**

**GREENWASHING**

Os consumidores estão cada vez mais conscientes da necessidade de uma abordagem ativa diante da crise climática.

Essa conscientização, aliada a uma percepção de inação tanto corporativa quanto governamental diante dos desastres climáticos, têm levado a um aumento da desconfiança e do ceticismo.

Nesse contexto, há uma demanda crescente para que as empresas adotem medidas concretas de redução de emissões, práticas sustentáveis e transparência genuína, **evitando promessas vazias e narrativas enganosas.**



Além da pressão dos consumidores, a falta de transparência e credibilidade nas alegações ambientais também é uma questão relevante para os investidores.

**Em um levantamento global, 94% dos investidores disseram que acreditam que os relatórios corporativos sobre o desempenho de sustentabilidade em 2023 continham pelo menos algumas alegações não fundamentadas.**

E ainda, o posicionamento falso das empresas em relação às suas estratégias ambientais representa riscos significativos.

**Entre setembro de 2022 e setembro de 2023, um em cada quatro incidentes de risco ESG relacionados ao clima estava vinculado ao greenwashing.**

**Nesse período, os setores de Bancos e Serviços Financeiros registraram um aumento de 70% no número de incidentes de greenwashing.**

# NA PRÁTICA



A **Patagônia**, uma das grandes referências em sustentabilidade, está evitando usar a palavra "sustentabilidade" em suas ações. A visão do CEO é que ainda há muito a ser feito e que, apesar de todos os esforços da marca, ela ainda faz parte do problema.



A marca **Lucy & Yak** destaca-se por seu compromisso com práticas de produção responsáveis e sustentáveis. As ações da empresa nesse sentido são evidenciadas pelo seu credenciamento em organizações como a Fair Labor Association (FLA), Sedex, Global Organic Textile Standard (GOTS), Global Recycled Standard (GRS) e Organic Content Standard (OCS).



A marca **Ace & Tate** foi na contramão do greenwashing e publicou um post sendo totalmente honesta em relação aos erros cometidos em seus esforços para obter a certificação B Corp. Eles citaram as falhas (ignorar o impacto social e ambiental de algumas das ações) e indicaram o que farão para corrigi-las.



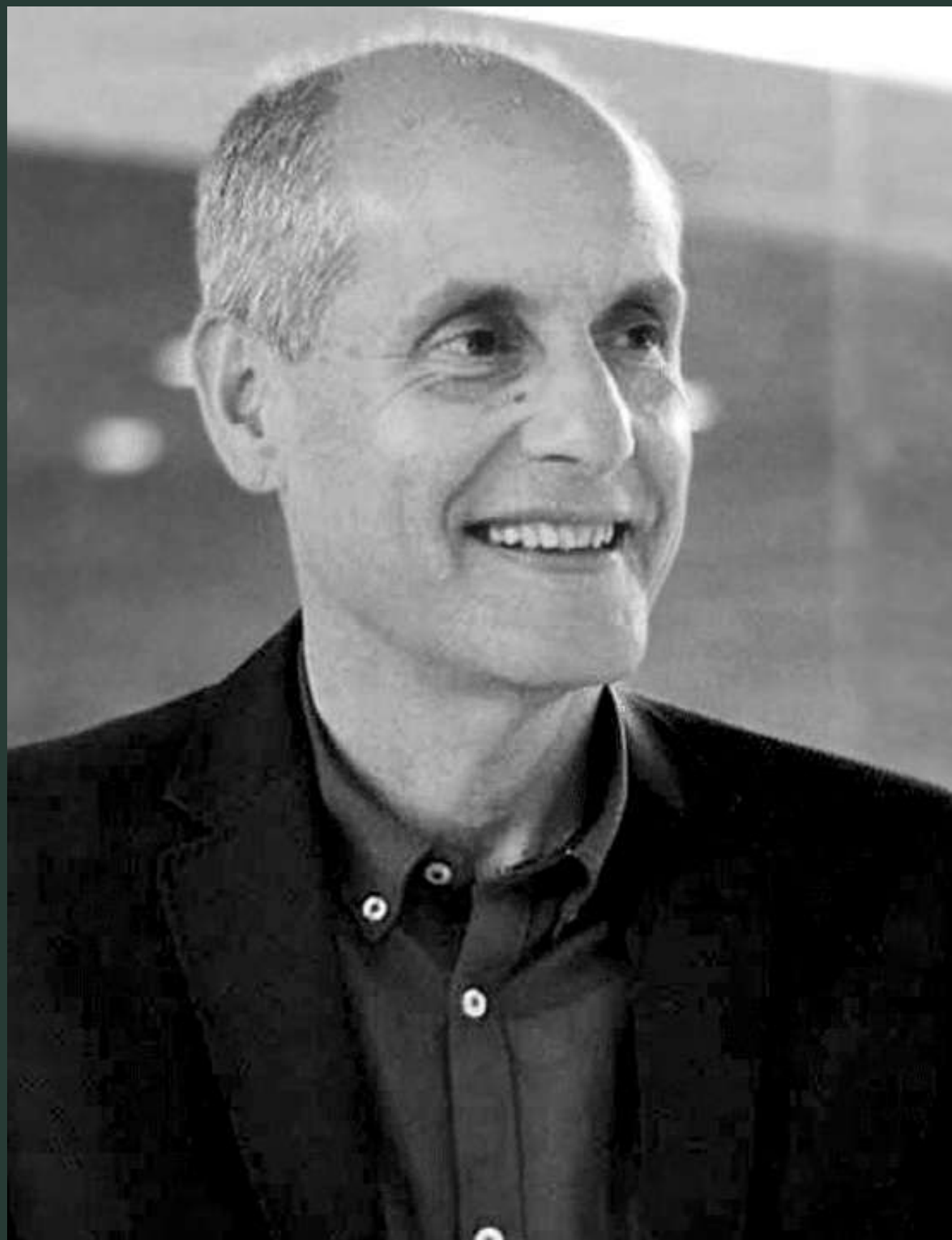
**“As empresas serão cada vez mais cobradas em relação ao resultado das promessas que fizeram no que diz respeito a questões sociais, ambientais e de governança.** Muitos dos temas que emergiram no passado agora estão mais maduros, e muitas organizações já estão agindo em relação a esses temas. A partir do momento em que a questão não é mais as empresas entenderem sua responsabilidade nesses temas e os primeiros casos práticos começam a aparecer, temos parâmetros de comparação e a régua sobe. **Com isso, dados de resultado começam a ser solicitados, assim como se fortalece a cobrança para demonstrarem diferencial real para os negócios, saindo de apenas uma demanda de compliance.”**

**GABRIELA REIS**

*Especialista em Estratégias para Impacto*

*Socioambiental Positivo e líder de impacto na Din4mo*





“A pressão por apresentar resultados na área de ESG tem feito as empresas tomarem ações que são muitas vezes equivocadas e sem relação com os seus objetivos e planejamento estratégico. Isso faz com que sejam vistas como ‘greenwashing’. Em função disso, **acredito que as empresas serão cobradas por resultados mensuráveis e comprovados, além de terem que reportá-los de forma profissional usando padrões globais, como GRI ou outros.** Dos resultados que serão cobrados, o **inventário de emissões de gases de efeito estufa** sem dúvida alguma ocupará lugar de destaque, em função da pressão crescente por sua redução. Os **estudos de materialidade** também serão fundamentais para que as empresas possam orientar suas estratégias com relação aos temas relacionados à agenda ESG e o seu alinhamento com o planejamento estratégico de negócios.”

**LEONARDO LIMA**

*Fundador e CEO da consultoria Dreams and Purpose*



“A gente vê claramente uma intensificação de regulações e autorregulações relacionadas à agenda ESG. Significa que essas questões estão entrando de forma estrutural e estruturante no mercado. **Elas começam a entrar no funcionamento normal, que é isso que a gente precisa, até um dia que a gente não vai mais usar a sigla ESG porque as questões sociais, ambientais ou de governança estão absolutamente incorporadas ao mercado. Então, eu acho que regulação e autorregulação é uma grande tendência, que só tende a crescer.**”

**SONIA CONSIGLIO**

*Conselheira de Administração e especialista em Sustentabilidade.*





“A transparência e os relatórios integrados estão se tornando cruciais, pois as empresas não só devem apresentar resultados financeiros, mas também impactos sociais e ambientais. Em uma pesquisa com investidores realizada em 2022 pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), a ausência de clareza dos conteúdos divulgados pelas companhias se destacava como um fator de preocupação. Inclusive, a maioria (75,3%) destacou que os emissores/participantes do mercado (empresas e fundos) não divulgam de forma adequada as informações a respeito dos riscos ambientais, sociais e de governança que possam afetar seus modelos de negócio. **O ano de 2024 começa com a integração do ISSB com o TCF, criando um padrão unificado de reporting ESG.** Esta mudança simplifica a prestação de contas corporativa em sustentabilidade, permitindo uma análise mais clara e consistente do desempenho ESG das empresas.”

**ELISANGELA ALMEIDA**

*Cofundadora do Conselheira 101*



“Em 2023, o caso Americanas acendeu o alerta para as empresas fortalecerem suas áreas de compliance: consultorias foram chamadas, pessoas foram contratadas, sistemas foram adquiridos. **2023 foi, então, um ano de transição, e em 2024 o compliance estará a todo vapor...** até que, em um ou dois anos, na hora de revisar o orçamento, alguns administradores passem a crer que a estrutura ficou grande demais e, como de costume, desmontem grande parte dos avanços e voltem ao ponto de partida; tal qual ocorreu na sucessão de grandes escândalos de governança do passado.”

**FABIO ALPEROWITCH**

*Fundador e CIO da fama re.capital*



**"Para mim, a principal tendência é falar a verdade; as empresas comunicarem só o que pode ser comunicado. Eu acho que isso é importantíssimo para a jornada de todo mundo.** Os comunicadores precisam ajudar as empresas a entenderem o estágio em que a empresa está para poder comunicar, porque existe uma pressão grande do mercado de que as empresas precisam falar o que está sendo feito em ESG e, às vezes, nessa ansiedade, se acelera muito esse processo. Isso pode ser ruim para a reputação das empresas, mas, acima de tudo, é ruim para o movimento de sustentabilidade. **Ninguém quer que as comunicações sejam feitas de modo estéreo, raso, superficial. A gente quer entender o que as empresas estão fazendo para ser referência para o mercado e inspirar outras empresas a fazerem para acontecer uma troca e ser esse exemplo que arrasta."**

**RODRIGO CUNHA**

*Fundador e CEO da Profile PR*



“O mercado financeiro tende a exercer um papel cada vez mais importante como alavanca dos compromissos ESG das organizações, influenciando diretamente estratégias, decisões de investimento, financiamento e avaliação das empresas. **Os investidores estão cada vez mais atentos aos riscos e oportunidades relacionados às questões ambientais, sociais e de governança, e exigem transparência, credibilidade e responsabilidade das empresas nesses aspectos.** O dinheiro vai ficar mais caro para quem não tiver uma atuação responsável e sustentável. Além disso, **as sanções por parte do mercado financeiro e das autoridades regulatórias serão cada vez mais severas** – vide a decisão recente da Febraban (com o apoio dos maiores bancos do Brasil) de só financiar frigoríficos e matadouros que conseguirem comprovar que não compram gado de áreas desmatadas ilegalmente.”

**ARTHUR COVATTI**

*CEO e cofundador da DEEP ESG*

*#CHECKLIST*

# 3 pontos para enfrentar o greenwashing

*Informações: [KPMG – Greenwashing é um risco; dados de qualidade são a solução](#)*

# 1

## COMPREENDER E MITIGAR RISCOS AMBIENTAIS

- ✓ **Avalie os impactos ambientais significativos de sua empresa, bem como as políticas e sistemas de gestão em vigor para coletar dados.** Isso inclui definir quais aspectos ambientais são críticos para monitorar e determinar a melhor maneira de coletar dados confiáveis.
- ✓ **Examine cuidadosamente as comunicações relacionadas a produtos e serviços para garantir que as alegações de desempenho ambiental possam ser validadas com uma análise detalhada.**
- ✓ **Assegure que a cadeia de suprimentos, incluindo fornecedores e contratados, esteja alinhada com as práticas ambientais adotadas pela sua empresa.**
- ✓ **Cultive uma consciência entre a liderança da empresa sobre a importância de identificar e gerenciar o risco de greenwashing em todas as operações e relações comerciais.**





# 2

## PRIORIZAR DADOS CONFIÁVEIS



Implemente **sistemas de gestão de dados robustos para fundamentar decisões e comunicações** em informações precisas e atualizadas.



Aborde a questão de dados ambientais fragmentados ou obsoletos, **promovendo uma cultura de análise e atualização contínua dessas informações**, para garantir que reflitam os esforços reais de sustentabilidade.



# 3 ESTABELECEER UMA ESTRUTURA DE GOVERNANÇA ROBUSTA



Desenvolva e mantenha um plano de gestão abrangente para a gestão e mitigação dos riscos associados ao **greenwashing**, assegurando a coordenação em toda a organização.



Institua estruturas que garantam a aplicação consistente de padrões e práticas ambientais em todas as atividades e na cadeia de fornecedores.



Revise e atualize regularmente os procedimentos de gerenciamento de riscos e controles, com um enfoque especial nas questões ambientais.



Comprometa-se com a publicação de relatórios de sustentabilidade precisos e verificáveis, apoiados por dados confiáveis.



- ✓ **Integre o gerenciamento do risco de greenwashing em funções essenciais, como compliance e gestão de dados, cobrindo desde o desenvolvimento de produtos até estratégias de marketing e comunicação.**
- ✓ **Valide práticas e dados ambientais através do suporte de especialistas, auditorias independentes e trabalhos de garantia, para assegurar a integridade das informações divulgadas.**
- ✓ **Engaje a alta administração no suporte e na implementação de práticas de governança eficazes, com ênfase na transparência e responsabilidade, especialmente no que tange às emissões de gases de efeito estufa.**

## Saiba mais:



**Greenwashing, branding,  
diferenciação e  
cancelamento na era ESG**

[acesse](#)



**Transparente, consistente e  
consciente: o presente e o futuro  
da comunicação corporativa**

[acesse](#)



**Relatório de sustentabilidade: uma  
ferramenta de transparência e  
responsabilidade socioambiental**

[acesse](#)



*#trend*

**INTELIGÊNCIA**

**ARTIFICIAL**

**COMO UMA**

**SOLUÇÃO ESG**



Nos próximos anos, poderemos ver um volume transformador de divulgações ESG das empresas.

A pressão regulatória que impulsiona a obrigatoriedade desses relatórios já cobre diversos mercados, e espera-se que mais atualizações sejam anunciadas em 2024.

Nesse contexto, cada vez mais a tecnologia deve integrar os processos de governança, facilitando o monitoramento e a divulgação do progresso das metas ESG.

**O mercado de tecnologias ESG deve crescer entre 19% e 30% ao ano nos próximos cinco anos.**

**Estima-se que a venda de softwares ESG ultrapasse a marca de US\$ 1 bilhão em 2024.**

Uma das tecnologias que vem ganhando cada tração e que pode ajudar não só a monitorar as metas sociais, ambientais e de governança, como também analisar os riscos e identificar tendências ESG, é a inteligência artificial (IA).

**Os dados ESG têm se tornado um ativo cada vez mais importante para as organizações. Em um levantamento global, 44% dos executivos afirmaram que o uso de dados ESG é muito importante para o sucesso de suas empresas – 90% acreditam que tais dados serão ainda mais cruciais nos próximos três anos.**

**Três em cada quatro líderes de empresas internacionais reconhecem a necessidade de uma solução que os ajude a entender melhor onde podem melhorar seu desempenho em sustentabilidade e responsabilidade social (ESG).**



A inteligência artificial é uma ferramenta valiosa para ajudar a superar o desafio relacionado aos dados ESG.

**A IA é capaz de analisar vastas quantidades de dados, separar o que é relevante do que não é e oferecer às empresas um caminho realista e insights para alcançar metas de ESG que de fato impactam positivamente seus resultados financeiros e sua influência na sociedade e no meio ambiente.**





# IA E ESG

A IA permite a análise detalhada de grandes quantidades de dados, o que antes consumia muito tempo e recursos.

Ao empregar algoritmos e ferramentas aprimorados, como análise de sentimentos e processamento de linguagem natural, a IA consegue identificar dados relevantes e filtrar informações desnecessárias.

A IA permite que as empresas avaliem sua atual posição em ESG e tomem decisões estratégicas para implementar melhorias quando necessário.

Tanto consumidores quanto gestores de portfólio agora têm acesso às estatísticas de investimento em ESG das empresas, capacitando-os a tomar decisões informadas ao selecionar seus investimentos.

# NA PRÁTICA



A plataforma **EcoVadis** utiliza IA para avaliar o desempenho ESG de fornecedores. Ela analisa informações de milhares de fontes para fornecer pontuações ESG, ajudando as empresas a selecionar parceiros comerciais mais sustentáveis.



O software de relatórios ESG da **IBM Envizi** oferece uma integração de produtos que facilita a captura e gestão de dados ESG. O sistema permite que as organizações façam relatos em conformidade com frameworks internacionais, consolidando informações em uma única plataforma de maneira facilmente exportável.



A **RepRisk** oferece soluções de monitoramento e análise de riscos ESG baseadas em IA. Ela analisa dados de uma ampla gama de fontes, em vários idiomas, para identificar riscos ESG associados a empresas e projetos específicos.

*#DICAS*

# Como a inteligência artificial pode ajudar na Governança

a economia 

Informações: [EY](#)





## DETECÇÃO DE FRAUDES

Instituições usam inteligência artificial (IA) para **monitorar clientes e identificar atividades suspeitas**. As soluções de IA refinam os processos de triagem e permitem um monitoramento mais eficaz, **reduzindo alarmes falsos e agilizando investigações**.



## RELATÓRIOS PARA O CONSELHO E ANÁLISES DE GOVERNANÇA

Com um conjunto de métricas e políticas, a IA **ajuda a gerenciar os dados dos clientes de forma segura**. Ela detecta irregularidades e protege contra ciberataques, garantindo a segurança dos dados dos clientes 24 horas por dia.



## AUTOMAÇÃO DE MONITORAMENTO E COMPLIANCE

A IA está aprimorando a conformidade regulatória nas organizações. Ela **simplifica a revisão de normas e gera relatórios iniciais, melhorando a eficiência** e permitindo que os oficiais de conformidade se concentrem em tarefas estratégicas e proteção contra ameaças digitais.



## GOVERNANÇA DE DADOS

A IA **facilita a preparação de relatórios detalhados e atualizados para o conselho**, personalizando painéis de controle e melhorando a eficiência e a resposta nas análises de governança corporativa.

## Informações deste capítulo:

- [PwC: Consumer Intelligence Series](#)
- [S&P Global: Evolution of Investor Activism](#)
- [PwC: Trends shaping corporate governance in 2024](#)
- [Diligent: Top corporate governance trends for 2024 & beyond](#)
- [Harvard: The Politicization of ESG Investing](#)
- [Edelman Trust Barometer 2024](#)
- [HBR: Corporate advocacy in a time of social outrage](#)
- [Euromonitor: 2024 Consumer Trends](#)
- [Mintel: Tendências Globais de Consumo 2024](#)
- [RepRisk Sustainability Report 2022](#)
- [KPMG – Greenwashing é um risco; dados de qualidade são a solução](#)
- [Deloitte: Regulations take effect: ESG reporting software sales are expected to soar in 2024](#)
- [Forrester: Prioritizing esg is not optional anymore](#)
- [WEF: Without AI, we won't meet ESG goals](#)
- [EY: Artificial intelligence ESG stakes](#)

# LEIA O ESTUDO COMPLETO



**Quase 200 páginas com dicas, ferramentas, cases práticos e visões de especialistas para ajudá-lo a navegar as tendências ESG!**

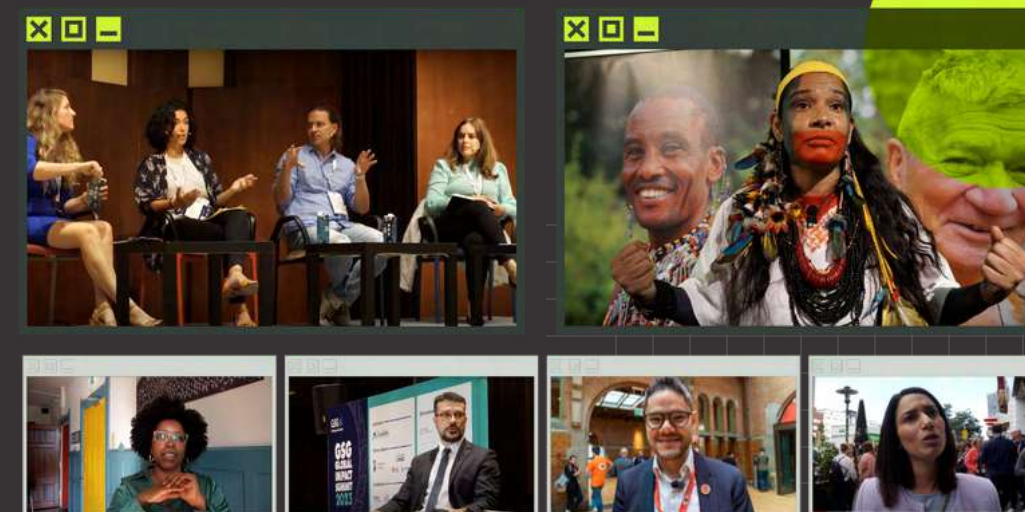
**Quer se manter atualizados sobre os movimentos ESG e às novas regulamentações, comunicando-se de maneira genuína e evitando o greenwashing?**

## **Conheça o Farol da Economia Regenerativa**

O Farol é uma plataforma de curadoria de conteúdo e treinamento que combina palestras, videoaulas, notícias, insights e coberturas internacionais para informar, capacitar e engajar pessoas em ESG, sustentabilidade, impacto e regeneração.

Ajudamos sua empresa a ficar atualizada em relação aos movimentos ESG e temas que podem e vão impactar o seu mercado.

**[Clique aqui](#) e saiba como levar o Farol para a sua organização**



# Expediente

©2024. A Economia B

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais.

(Lei número 9.610/98)

## Entrevistas, apuração e redação

Francine Pereira, João Guilherme Brotto,  
Natasha Schiebel e Tom Schiebel

## Edição e revisão

Natasha Schiebel – Jornalista Responsável  
MTB 0008336/PR  
natasha@aeconomiab.com

## Direção de Arte

Francine Pereira  
francine@aeconomiab.com

## Diretor de Negócios

João Guilherme Brotto  
joao@aeconomiab.com  
[LinkedIn](#)

***Estudo B #6: Tendências ESG 2024 – Movimentos-chave para as empresas nas áreas ambiental, social e de governança*** é uma publicação exclusiva de **A Economia B**.

**A Economia B** é uma plataforma de jornalismo de negócios e curadoria que conta histórias sobre a economia regenerativa.

Nós traduzimos ideias e conceitos ligados a ESG, desenvolvimento sustentável e impacto para organizações e profissionais.

Além da atuação jornalística, temos um leque de soluções em curadoria, treinamento e comunicação para organizações engajadas nessas pautas

Valorize o jornalismo independente. [Assine a nossa newsletter Farol da Economia Regenerativa](#) e seja um apoiador de A Economia B.



## **Disclaimer:**

*A publicação de histórias sobre empresas não representa endosso às marcas citadas. Nossa tarefa é reportar iniciativas e fatos que podem de alguma forma inspirar melhorias no seu negócio, na sua carreira ou no seu dia a dia.*

***A Economia B** condena práticas como greenwashing, socialwashing, diversitywashing e wellbeing washing. As informações compartilhadas aqui passam por um processo de checagem feito pelo nosso time de jornalistas, porém, sabemos que muitas vezes à primeira vista pode não ser fácil distinguir iniciativas legítimas de tentativas de greenwashing, por exemplo. Caso você acredite que algo não deveria estar aqui, fique à vontade para nos procurar.*

# LEIA TAMBÉM:

Estudo B #1 



Estudo B #2 



Estudo B #3 



Estudo B #4 



Estudo B #5 



*a economia* **B**  
ideias e ações para construir o futuro