

ESG 360°

Pesquisa de Reputação e
Performance ESG

2ª edição - 2025

Abril, 2025



INTRODUÇÃO

Reputação Corporativa
pela perspectiva ESG 360º

INTRODUÇÃO

Gerenciar a reputação corporativa nunca foi tão importante e desafiador.

Investir em comunicação corporativa tornou-se mais crucial do que nunca. O mundo dos negócios está enfrentando desafios sem precedentes, impulsionados por mudanças significativas no panorama político, econômico e social.

As tensões geopolíticas crescentes, as mudanças nos acordos comerciais internacionais e a ascensão de movimentos populistas em várias partes do mundo criaram um ambiente de incerteza para as organizações. Neste contexto volátil, a habilidade de uma empresa em comunicar eficazmente sua missão, valores e ações tornou-se um diferencial competitivo fundamental.

Além disso, a revolução digital transformou radicalmente a forma como as informações são disseminadas e consumidas. As mídias sociais e as plataformas online proporcionaram aos consumidores e stakeholders um poder sem precedentes para influenciar a percepção pública das marcas. Um único comentário negativo ou uma crise mal gerenciada podem se

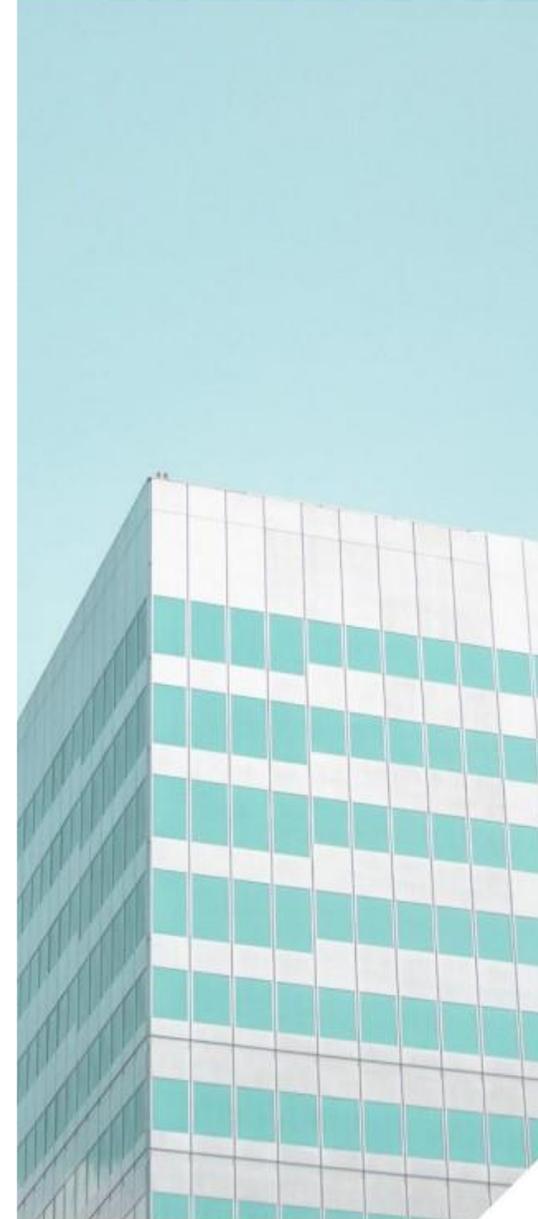
espalhar de forma viral, causando danos significativos à reputação de uma empresa em questão de horas.

As preocupações crescentes com questões como mudanças climáticas, desigualdade social e práticas empresariais éticas também aumentaram as expectativas do público em relação às empresas. Os consumidores, investidores e colaboradores esperam cada vez mais que as organizações assumam um papel ativo na abordagem desses desafios globais.

Neste ambiente complexo e em constante evolução, uma estratégia de comunicação corporativa robusta e proativa é essencial. Ela não apenas ajuda a proteger a reputação da empresa contra riscos potenciais, mas também permite que a organização aproveite oportunidades para fortalecer sua imagem, construir confiança com seus stakeholders e criar valor a longo prazo.

Investir em comunicação corporativa é, portanto, mais do que uma medida defensiva - é uma necessidade estratégica que pode impulsionar o crescimento, a inovação e a sustentabilidade dos negócios em um mundo cada vez mais interconectado e exigente.

Equipe Ipsos Public Affairs





O QUE É O ESG 360º?

O ESG 360º é um insumo estratégico para a **gestão da reputação, comunicação e sustentabilidade** corporativa.

Com foco em explorar as percepções dos cidadãos sobre a contribuição do setor privado para o desenvolvimento sustentável, o relatório traz insumos sobre:



Performance ESG das empresas

Nível de confiança e reputação das empresas

Prioridades de investimento corporativo em ESG

Atitudes sustentáveis já adotadas pela população

E muito mais!

PERGUNTAS DE NEGÓCIO

Perguntas de negócio as quais a pesquisa responde:

1. Gestão da Reputação



- Qual é o nível de reputação da minha empresa e como ele se compara com o dos meus principais concorrentes?
- Como o nível de reputação da minha empresa se difere em relação à performance do meu setor?
- Como a minha empresa é percebida em relação à performance no campo ambiental (E), Social (S) e de Governança (G)?
- Como essa performance impacta a minha reputação?
- Como a performance da minha empresa se difere em relação à performance do meu setor?
- Quais áreas devo priorizar?

2. Tendências: Opinião Pública e Comportamento



- O público se considera um consumidor responsável, que leva em conta critérios de impacto ambiental e social em suas decisões de compra?
- O público está disposto a pagar mais por produtos sustentáveis?
- Quais ações sustentáveis o público já pratica, estaria disposto a praticar ou não está disposto a praticar?
- Qual a percepção do público sobre a **sinceridade e o impacto** das iniciativas de ESG realizadas pelas empresas?
- Como o público percebe a forma como as empresas comunicam seus projetos de sustentabilidade?



A PESQUISA

6.000

entrevistas

online, pelo painel Ipsos, com população brasileira

- Homens e mulheres
- De 18 anos e mais
- Das classes sociais A, B e C
- De todas as regiões do Brasil



125
empresas
avaliadas

23
setores
avaliados

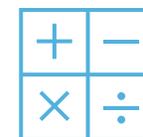
PROCESSO DE AVALIAÇÃO



125 empresas avaliadas
com o modelo ESG



24,000 avaliações
realizadas



Cálculo do indicador
global e **dimensões**

Marco Analítico

Abordamos a Sustentabilidade a partir de uma visão ampla e abrangente, com foco no conceito de triplo impacto (triple bottom line), que considera o **equilíbrio** entre o desenvolvimento econômico, o social e o ambiental.

A partir disso, construímos um indicador que está alinhado o marco teórico utilizado pelo setor privado para medir as práticas de gestão **a partir dos 3 pilares:**

Com base neste modelo, desenvolvemos indicadores que permitirão resumir a avaliação feita em relação às diferentes dimensões da sustentabilidade, obtendo um índice global que será elaborado com base em uma pesquisa anual.



AMBIENTAL



SOCIAL



GOVERNANÇA

IPSE: ÍNDICE DE PERFORMANCE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

Entrevistados avaliam as empresas em cada um desses atributos, a partir de uma escala de 5 pontos.



Ambiental

- Compromisso de reduzir, reciclar e gerenciar os resíduos gerados.
- Reduzir suas emissões de CO² e combater as mudanças climáticas
- Usar recursos naturais de maneira responsável.
- Oferecer produtos e/ou serviços que respeitem o meio ambiente
- Atuar na conservação e proteção das florestas.



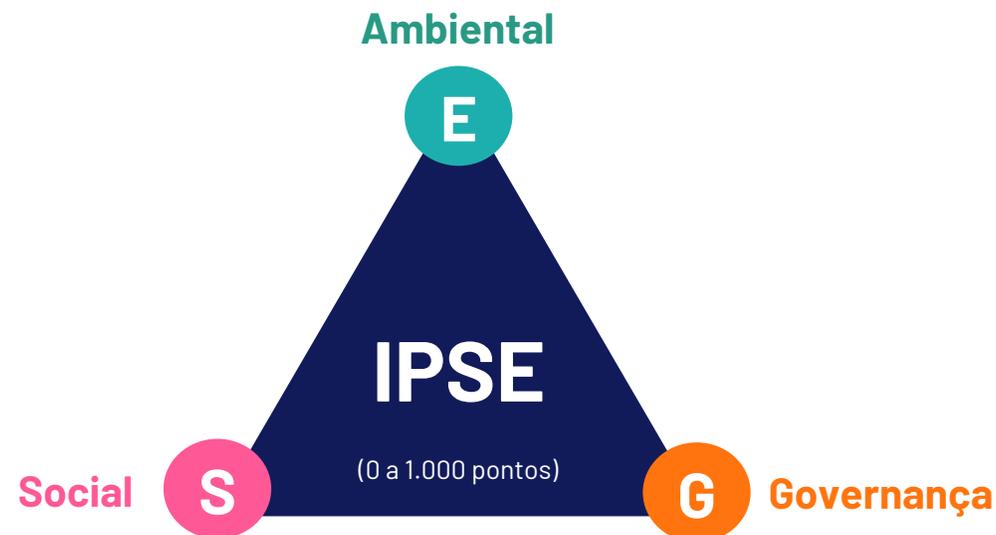
Social

- Contribuir para o desenvolvimento econômico do país.
- Garantir a diversidade na empresa
- Trabalhar em conjunto com as comunidades onde opera.
- Garantir a saúde e o bem-estar de seus funcionários.
- Investir em projetos sociais e culturais.



Governança

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



Contribuição das empresas para o **desenvolvimento sustentável**

0 pontos a 499 pontos

Contribuição negativa

500 pontos

Contribuição Neutra

De 501 a 1.000 pontos

Contribuição positiva

O IPSE CONECTA-SE AO PRINCIPAL INDICADOR DE REPUTAÇÃO:

CONFIANÇA



Confiança é um sentimento familiar, algo que buscamos nas relações. Reflete a percepção das pessoas sobre se uma empresa cumprirá suas promessas e está diretamente ligado à performance ESG.

ESG constrói Confiança: Transparência e responsabilidade nas práticas ESG geram confiança, enquanto a falta de transparência ou *green/social washing* a corroem.

CONEXÃO DO IPSE COM CONFIANÇA – CORRELAÇÃO 0,8



Exemplo utilizando parte da base do Estudo ESG 360º 2024. Dados anônimos e confidenciais.

Familiaridade (conhecimento) como indicador básico: o conhecimento sobre a empresa é medido e obrigatório para que os respondentes avaliem as empresas. Ele também é importante pois empresas ativas nas práticas ESG possuem maior familiaridade.

CONTEÚDO COMPLETO DA PESQUISA ESG360º



PERCEPÇÕES GERAIS

- O que a população entende por sustentabilidade?
- Responsabilidade e avaliação dos agentes sociais em questões de sustentabilidade.



AValiação DAS EMPRESAS

- Avaliação de 125 Empresas
- 15 Atributos ESG
- Métricas de Familiaridade e Confiança
- Percepção de impacto das atividades sociais e ambientais



CONSUMO RESPONSÁVEL

- Tendências de consumo responsável e atividades de cuidado ambiental
- Percepções sobre crise ambiental e mudança climática
- Barreiras e motivações para consumir produtos sustentáveis
- Segmentação de consumidores



AD HOC

Bloco que permite explorar questões de negócios dos clientes contratantes da pesquisa

SETORES AVALIADOS



AGRONEGÓCIOS



ALIMENTOS (CPG)



AVIAÇÃO



BEBIDAS (CPG)



COSMÉTICOS E BELEZA



ENERGIA



**HIGIENE E
CUIDADOS PESSOAIS
(CPG)**



INDÚSTRIA



**INDÚSTRIA
AUTOMOTIVA**



**METALURGIA,
SIDERURGIA
E MINERAÇÃO**



**MÍDIA E
ENTRETENIMENTO**



**PAPEL E
CELULOSE**



**PETRÓLEO
E PETROQUÍMICA**



**PRODUTOS DE
LIMPEZA (CPG)**



QUÍMICA



**SAÚDE
(FARMÁCIAS)**



**SAÚDE
(INDÚSTRIA
FARMACÊUTICA)**



**SAÚDE
(SERVIÇOS DE SAÚDE)**



**SERVIÇOS
FINANCEIROS**



**TECNOLOGIA
E SOFTWARE**



**TECNOLOGIA
E LOGÍSTICA**



TELECOM



VAREJO



ENTREGÁVEIS

O que você receberá sendo um assinante:

1. Relatório Executivo

- Análise da performance ESG da sua empresa vs. concorrência.
- Pontuação no IPSE (sua empresa e concorrência).
- Posicionamento geral no ranking ESG.
- Nível de reputação (confiança e familiaridade vs. concorrência).

2. Apresentações de Resultados

- Até 02 sessões online ou presenciais (São Paulo).

3. Análise de Segmentação de Consumidores

- Insights estratégicos sobre o perfil e comportamento do público-alvo (**módulo opcional**).

Bônus Exclusivo para Primeiros Assinantes!

Adicione **3 perguntas ad hoc** ao seu relatório e obtenha insights personalizados sobre os temas que mais importam para o seu negócio.

 **Condição especial:** Válido apenas para a pré-venda.

PRIMEIROS ASSINANTES: INCLUSÃO DE TRÊS PERGUNTA AD HOC

Para os primeiros assinantes, oferecemos espaço para inclusão de perguntas ad hoc, seguindo as considerações abaixo:

Tipo de Pergunta	Limite (máximo)	Exemplo de Pergunta (Resumida)
Dicotômicas (Sim/Não ou Verdadeiro/Falso)	3 frases de afirmação	Você pagaria mais por produtos sustentáveis da empresa "X"? (Sim/Não/Talvez)
Escala de Concordância (Likert)	3 frases de concordância	Acha importante que essa empresa use 100% de energia renovável? (Nada importante a Extremamente importante)
Múltipla Escolha	5 opções de resposta	Qual questão ambiental mais preocupa você? (Mudança climática, desmatamento, poluição plástica, etc..)
Ordem de Preferência	5 itens para ordenação	Ordene: Ética empresarial, Diversidade de conselho, Compensação executiva

Tempo de aplicação: Cada pergunta deve ser projetada para ser respondida em até **20 segundos**.

Isso significa que o respondente deve conseguir ler a pergunta e as opções de resposta rapidamente.

Portanto, não serão aceitas perguntas com textos longos, dados visuais complexos, baterias de atributos, perguntas abertas, classificações complexas, jargão técnico e opções extensas para manter as perguntas dentro do tempo limite.

Entregas: exemplos de output

Percepções gerais sobre ESG, papéis, responsabilidades e avaliações setoriais

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
Agronegócio	+16	40
Tecnologia	+16	36
Alimentos e bebidas	+16	35
Entretenimento	+15	34
Mídia e comunicação	+14	36
Indústria Farmacêutica	+14	35
Telecomunicações	+11	33
Energia	+9	33
Varejo/Lojas de departamento	+9	30
Bancos e serviços financeiros	+5	30
Aviação	+3	27
Bens de consumo	+2	28
Automotivo	-2	27
Petróleo e Gás	-6	27
Mineração	-17	22

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

© Ipsos | Doc Name | Month Year | Version # | Public | Internal/Client Use Only | Strictly Confidential

12

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

© Ipsos | Doc Name | Month Year | Version # | Public | Internal/Client Use Only | Strictly Confidential

11

RESPONSABILIDADE PELA SUSTENTABILIDADE

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

Responsabilidade pelo 'custo' sustentabilidade

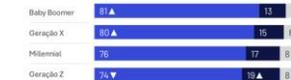
% respostas por tipo de empresa

77 16 7

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



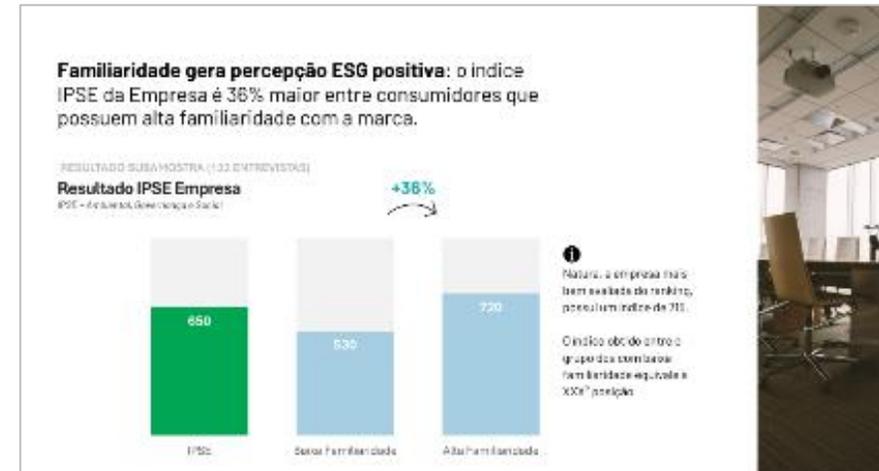
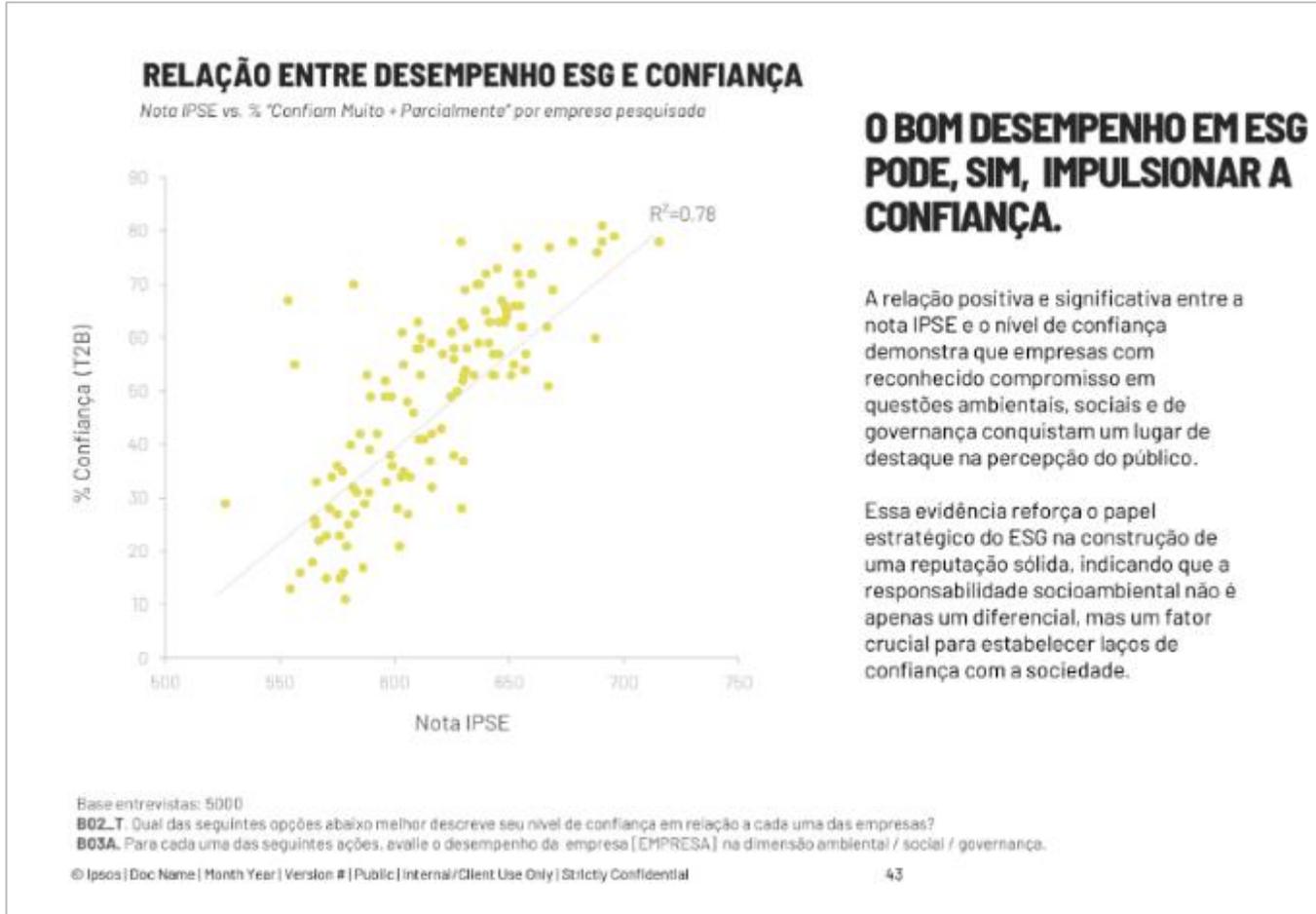
Base entrevistados: 5000 | 18 a 24: 967 | 45 anos: 2.006 | Homens: 2.407 | Mulheres: 2.593 | Classe A: 750 | Classe B: 1.501 | Classe C: 2.748 | Norte: 320 | Nordeste: 980 | Sudeste: 2.460 | Sul: 420 | Centro-Oeste: 420
D04. Com qual dessas frases você concordaria mais?

© Ipsos | Doc Name | Month Year | Version # | Public | Internal/Client Use Only | Strictly Confidential

15

Entregas: exemplos de output

Relação entre ESG e Confiança



Entregas: exemplos de output

Análise Detalhada dos Atributos ESG e Matrizes de Importância

Avaliação do Setores de Bebidas por Atributos ESG

% respostas Muito Bem + Bem

● Social ● Governança ● Ambiental

	Total Setor	Empresa A	Empresa B	Empresa C	Empresa D	Empresa E	Δ Empresa C vs. Setor
1 Desenvolvimento Econômico	56	67	62	61	56	31	+6
2 Privacidade do Cliente	51	62	61	53	42	34	+3
3 Transparência	47	60	50	48	46	30	+1
4 Investir em projetos sociais e culturais	46	51	58	47	41	29	+1
5 Pagar corretamente seus impostos	46	55	52	50	43	28	+5
6 Bem-estar dos Funcionários	45	53	53	50	45	27	+5
7 Gestão de Resíduos	45	57	49	52	44	25	+6
8 Produtos e/ou serviços que respeitem o meio ambiente	45	60	45	50	38	30	+6
9 Gestão responsável de recursos naturais	44	58	43	49	40	29	+5
10 Impacto Local	43	56	47	53	36	26	+10
11 Redução de CO ₂	42	56	44	46	41	24	+4
12 Conservação Florestal	40	54	42	46	44	25	+4
13 Diversidade de gênero em diretorias	41	47	52	45	36	26	+4
14 Ética e Anticorrupção	40	49	49	45	35	26	+4
15 Iniciativas de Diversidade & Inclusão	38	49	41	47	32	21	+10

Created with Octawrappr

Base: 122 entrevistas por empresa | Setor: 810 entrevistas | Brasil: 15.000 respostas
Fonte: IPSE

Embora "invest" esteja notando q perform empresa

MATRIZ DE COMPARAÇÃO ATRIBUTOS ESG DESEMPENHO VS. IMPORTÂNCIA

% respostas Muito Bem + Bem



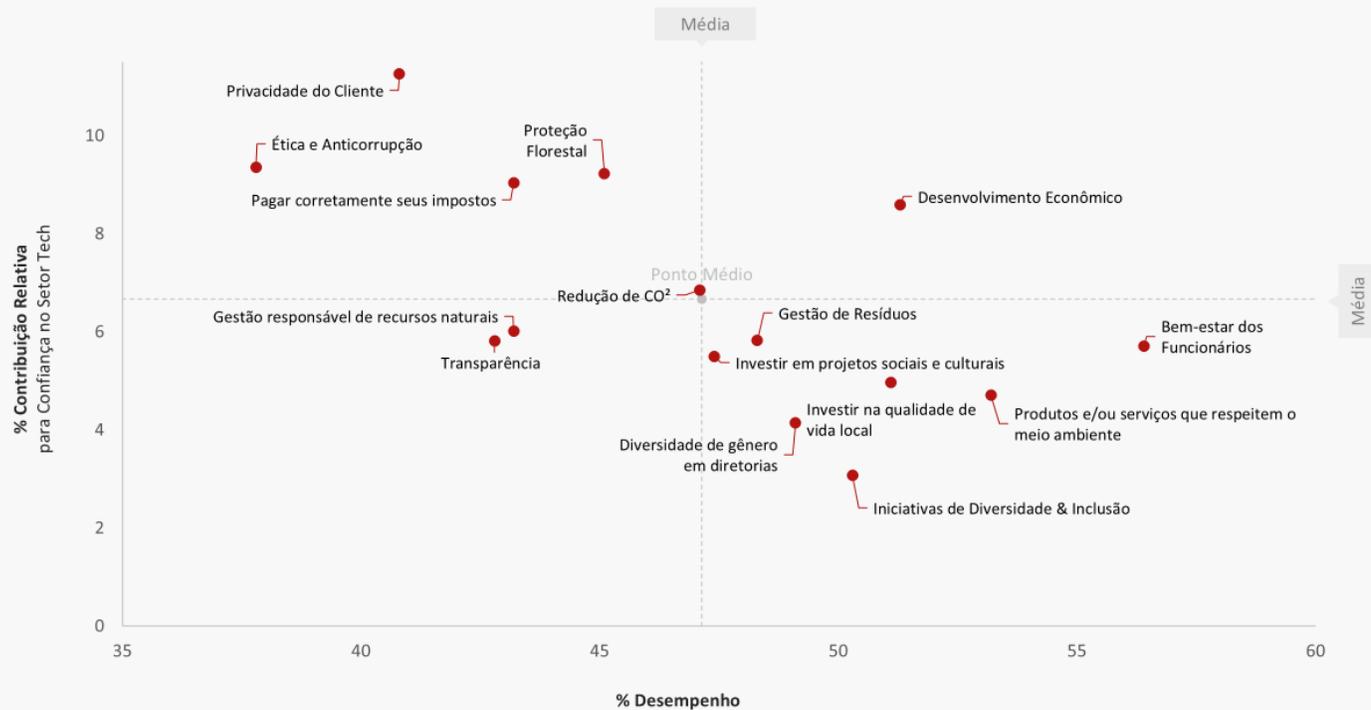
⚠ Atributos ambientais concentram-se em alta importância apesar de possuírem desempenho médio. Isso indica que as empresas tendem a dedicar mais recursos para obter resultados.

Entregas: exemplos de output

Matriz De Comparação Atributos ESG Desempenho Empresa Vs. Contribuição para Confiança

% Desempenho (respostas Muito Bem + Bem) vs. % Contribuição para Confiança no setor Tech (calculada por modelo de regressão linear)

● Social ● Governança ● Ambiental



Base entrevistados: 122 respondente:

Entregas: exemplos de output

IPSE – Ranking, comparativos setoriais e empresariais

Ranking IPSE

10
melhores
no ranking
geral

1-5

IPSE – Índice de Percepção de
Sustentabilidade Empresarial

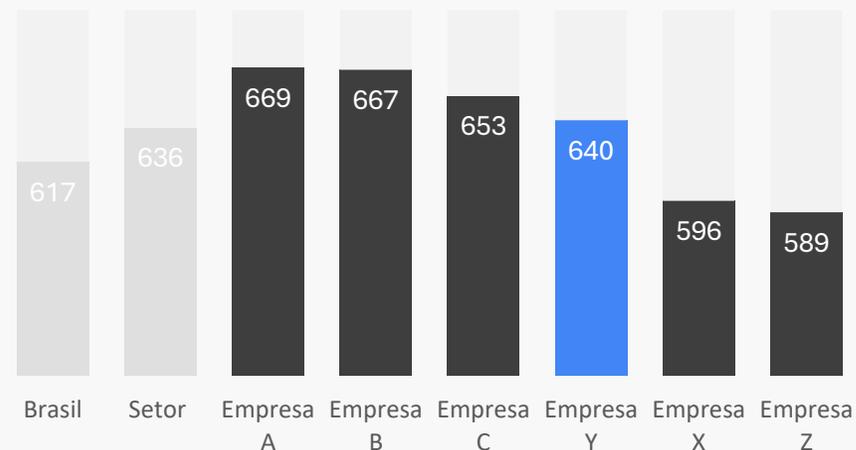


(continua →)



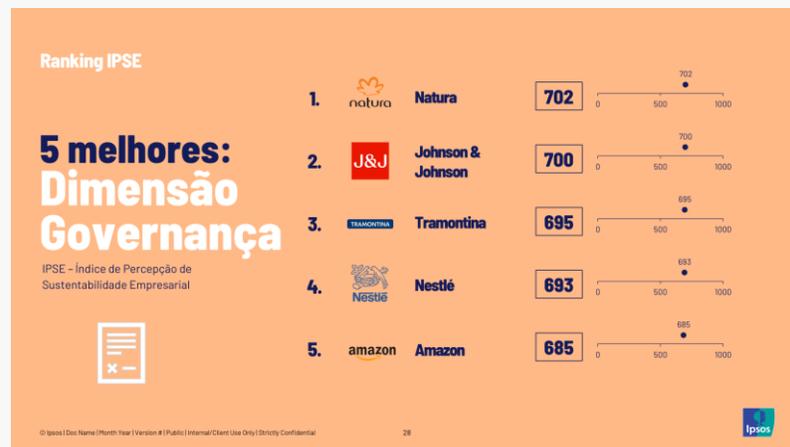
IPSE Empresa Y vs. Setor e Média Brasil

Pontuação IPSE



Entregas: exemplos de output

IPSE – Ranking por Dimensão ESG



IMPACTO

Aplicação dos insights na prática



O ESG 360º subsidiou importantes discussões sobre como podemos avançar ainda mais ao demonstrar a sustentabilidade já presente no agronegócio. Entender melhor as percepções e expectativas da população nos grandes centros urbanos **reorienta nossa estratégia de comunicação**. Queremos que as pessoas compreendam o papel de tecnologias inovadoras como as da Syngenta na promoção de práticas de agricultura regenerativa e no enfrentamento dos grandes desafios da humanidade (a exemplo da mudança climática). Para isso, conhecer mais a fundo as atuais associações feitas ao nosso setor é fundamental.

Nêmora Reche, Head Comunicação

SYNGENTA



O estudo ESG 360º nos permitiu trazer análises interessantes voltadas para **comunicação corporativa e gestão de portfólio**, especialmente em relação aos pilares de sustentabilidade.

Gustavo, Coordenador CMI,
GRUPO HEINEKEN

CRONOGRAMA 2025

Calendário Geral de Atividades do Estudo ESG 360º 2025

	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET
Pré-venda especial <i>(Primeiros Assinantes)</i>	●	●					
Pré-venda		●	●				
Coleta de entrevistas				●			
Análise e cálculo do IPSE				●	●		
Lançamento do Índice e Ranking ESG 360º						●	
Entrega dos reports personalizados							●

Após aprovação, a Ipsos disponibilizará um cronograma completo.

ACESSE

[Link de Download para Report 2024](#)

RANKING EMPRESAS BRASIL

ESG 360°

Ipsos Public Affairs & Corporate Reputation Brasil
setembro 2024

esg
360°

© Ipsos Public Affairs Brazil | fevereiro 2022

Ipsos

FALE CONOSCO

Helio Gastaldi



Head, Public Affairs e
Corporate Reputation
helio.gastaldi@ipsos.com

Priscilla Branco

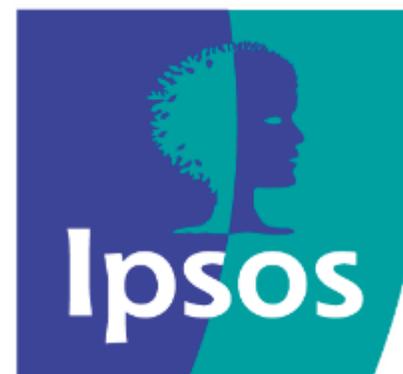


Gerente Sênior, Public Affairs
e Corporate Reputation
priscilla.branco@ipsos.com
+55 11 97606-3263

Rafael Pisetta



Gerente, Public Affairs e
Corporate Reputation
rafael.pisetta@ipsos.com
+55 11 98493-5985



Public Affairs &
Reputação Corporativa

TERMOS E CONDIÇÕES

Essa proposta é confidencial, de propriedade intelectual da Ipsos Brasil, e foi elaborada de forma complementar a um Contrato de Prestação de Serviços, previamente assinado entre as Partes ou que deverá ser assinado tão logo essa proposta seja aceita.

Esta proposta obedece os requisitos da Norma ISO 20252 (padrão de qualidade internacional para pesquisa de mercado, social e de opinião).

Código de Ética: A Ipsos é filiada à ABEP Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa e segue os quesitos ditados pelo Código Internacional da ICC/ESOMAR. Para consulta à íntegra do código, acesse www.abep.org.

De acordo com o artigo 8 do Código de Ética ICC/ESOMAR para Pesquisa de Mercado e Pesquisa Social, o cliente deve consultar a empresa de pesquisa quanto à forma e conteúdo de divulgação de quaisquer dados de pesquisa, para se assegurar de que não haja interpretações inadequadas em vista da utilização de determinados dados fora do contexto geral da pesquisa realizada. O cliente obriga-se a solicitar a autorização da Ipsos, a ser dada por escrito, previamente à divulgação dos

resultados da pesquisa por quaisquer meios, sejam estes meios de comunicação de massa (imprensa ou propaganda) ou quaisquer outros meios através dos quais a informação possa transcender o âmbito da empresa cliente. Esta restrição não se aplica ao compartilhamento de resultados para empresas do mesmo grupo econômico da cliente.

O cliente está ciente de que a intenção do cliente em divulgar o resultado deve ser informada antes da escolha da metodologia e da apresentação da presente Proposta.

Para a realização da pesquisa, a Ipsos utilizará metodologia desenvolvida a partir de sua própria expertise e know-how, cuja titularidade é e continuará sendo de propriedade da Ipsos e não será cedida. Os resultados da pesquisa encomendada serão de propriedade do cliente. Em estudos sindicalizados, os resultados não serão transferidos, permanecendo de propriedade da Ipsos.

As partes concordam que em nenhum caso a aceitação dessa proposta implica em qualquer forma de exclusividade comercial.

O preço inclui todos os impostos incidentes na prestação dos serviços.

O preço não inclui custos de viagens ou a preparação de estímulos (fotos, mock-ups, concept boards, etc).

Na conclusão dos serviços a Ipsos entregará o relatório final em português, em formato eletrônico, exceto se previsto de forma diversa nesta Proposta. Se solicitado, será feita uma apresentação dos resultados, pessoalmente em São Paulo, ou virtual.

A alteração das condições desta Proposta implicará na revisão de prazos e custos.

Esta proposta é válida por um (1) mês.

CONTINUA ►

TERMOS E CONDIÇÕES

Ao aceitar esta Proposta, o cliente garante que quaisquer informações que transmitir à Ipsos não violam direitos de terceiros, assumindo total responsabilidade por quaisquer danos causados à Ipsos e a terceiros por violações de propriedade intelectual alheia ou pelo tratamento de dados pessoais em desconformidade com a lei.

Os direitos dos participantes são garantidos conforme a legislação brasileira. Caso o cliente receba dados pessoais, deve restringir seu uso às finalidades da pesquisa e eliminar os dados uma vez que tenham sido atingidas.

A Ipsos compromete-se com a diversidade e inclusão, refletindo esse compromisso em suas pesquisas. Não serão acatadas solicitações de exclusão consideradas discriminatórias.

A Ipsos não é responsável pela qualidade dos estímulos enviados pelo cliente. Se for considerada prejudicial ao desenvolvimento da pesquisa, o fato será comunicado ao cliente, e a Ipsos não será responsável por atrasos causados pela entrega de estímulos inadequados.

Para a operacionalização deste estudo, a Ipsos

poderá, a seu critério e sob sua inteira responsabilidade terceirizar parte dos serviços contratados, permanecendo inteira e diretamente responsável por todos os serviços realizados no presente projeto, incluindo qualquer parte do trabalho que possa ter sido subcontratada e/ou terceirizada, exceto nos casos em que a escolha do subcontratado não esteja sob o controle da Ipsos.

A Ipsos não será responsável legalmente, seja perante o consumidor ou qualquer terceiro, por eventuais efeitos adversos provocados pelo material testado. É responsabilidade do cliente certificar-se de que o material a ser testado não causará nenhum tipo de efeito adverso aos respondentes da pesquisa. Caso ocorram efeitos adversos, o cliente assumirá exclusivamente toda a responsabilidade por tomar as medidas necessárias para sua reparação, seja de qual natureza for.

As Partes, neste ato e de comum acordo, anuem que em nenhuma hipótese serão responsáveis por danos indiretos, lucros cessantes ou insucessos comerciais da outra Parte, e concordam que, em qualquer circunstância, sua responsabilidade pelos danos diretos devidamente comprovados e apurados está limitada ao valor do projeto ora contratado,

reconhecendo que a limitação de responsabilidade aqui tratada foi levada em consideração pelas partes quando do estabelecimento do preço da presente Proposta.

FIM

OBRIGADA

NAME:

Helio Gastaldi
Priscilla Branco
Rafael Pisetta