

**eBooks ESG | F&CSP**

**ENGAJANDO**

**ESG COM**

**CLIENTES**

**CATIVE OS CONSUMIDORES**

**COM A CULTURA ESG**

**CATIVE OS  
CONSUMIDORES COM  
A CULTURA ESG**

**INICIANDO A  
AGENDA ESG**

**ESPELHO DE  
BOAS PRÁTICAS**

**MEIOS DE DIVULGAÇÃO**

**AJUSTES FINOS  
NA COMUNICAÇÃO**

**RAZÕES PARA DIVULGAR  
BOAS PRÁTICAS E  
BENEFÍCIOS**

# CATIVE OS CONSUMIDORES COM A CULTURA ESG

A responsabilidade pela preservação do meio ambiente é de todos nós, afinal, a sobrevivência do planeta depende disso. E se essa é uma luta conjunta, por que não compartilhar experiências inspiradoras e positivas desenvolvidas pelas empresas com cultura ESG?

Ninguém muda nada sozinho. Contudo, uma empresa pode ser um agente ativo dessa transformação e engajar milhares de pessoas para carregar essa bandeira também.

Se a sua empresa já tem o ESG como cultura e conta com resultados importantes, é fundamental reverberar esses valores para os seus clientes.

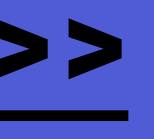
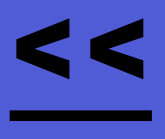
Atitudes e boas práticas voltadas à agenda ESG vão além do discurso, de uma comunicação nas redes ou de materiais que apenas indiquem as intenções da empresa. Ações concretas significam um compromisso real com a construção de um mundo melhor.

E de uma forma espontânea, a sua empresa também ganha destaque e é reconhecida pelos consumidores. Isso dita, cada vez mais, as intenções de consumo mundo afora, pois à medida que as pessoas vão se engajando em causas ambientais, sociais e de governança, acabam exigindo a mesma postura de marcas, estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços.

Este material é fruto de um dos encontros do Laboratório ESG da FecomercioSP. O conteúdo orientativo a seguir foi elaborado com a contribuição do empresário Estevan Sartoreli, fundador e CEO da Dengo Chocolates, um case reconhecido de comprometimento com as premissas de sustentabilidade e ética no setor.

Sem a pretensão de esgotar o tema, acreditamos que a disseminação de valores socioambientais e de governança tem o poder de transformação para a sociedade, tornando-a mais justa nos quesitos sociais, ambientais e econômicos. Trata-se de uma mudança de paradigma necessária à preservação da vida humana no planeta, a qual depende do engajamento de todos.

Boa leitura!



# INICIANDO A AGENDA ESG

A implementação da agenda ESG pode ser iniciada de forma fácil e com pouco (ou nenhum) custo, a partir de medidas menos complexas, como participação de sistemas de logística reversa, destinação ambientalmente adequada de resíduos sólidos, doação de recicláveis para cooperativas, adoção do critério de diversidade na contratação de equipes, adoção de procedimento contábil regular, ações de enfrentamento do racismo nas relações de consumo, entre outros procedimentos.

Para auxiliar as empresas a iniciar a adoção de práticas ESG, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) desenvolve diversos materiais orientativos que podem ser acessados a qualquer hora e lugar. [Clique aqui](#) e fique por dentro de tudo!

# ESPELHO DE BOAS PRÁTICAS

Como dito anteriormente, tão importante quanto adotar boas práticas é divulgar e disseminar esses valores e conceitos, pois, além de valorizar a marca da empresa no mercado, suas ações podem inspirar clientes e demais partes interessadas (*stakeholders*) à adoção de boas medidas, impactando positivamente a sociedade e mudando a sua cultura.

A divulgação das boas práticas aos clientes demonstra cuidado, afeto e preocupação com a sociedade e o meio ambiente. Trata-se de um processo de disseminação de valores, acultramento e busca pela transformação das pessoas.

## MAS O QUE DIVULGAR?

Você pode investir em campanhas e serviços que demonstrem os resultados sobre medidas em sustentabilidade e ESG, como:

- ▶ campanhas contra a discriminação e o assédio, como a inserção do [decálogo do Procon Racial](#) nas áreas de grande circulação da empresa — uma boa medida para banir a discriminação nas relações de consumo;
- ▶ facilidades oferecidas pela empresa, como vaga de estacionamento para carro elétrico, fraldário, entre outros;
- ▶ recebimento de embalagens e produtos pós-consumo, como pontos de entrega dos Sistemas de Logística Reversa (SLR);
- ▶ políticas e compromissos socioambientais assumidos, como a promoção da diversidade e inclusão nas lojas e dependências da empresa, com equipes compostas por mulheres, negros, LGBTQIAP+, maiores de 50 anos, pessoas com deficiência, entre outros;
- ▶ lojas com estruturas mais sustentáveis que promovam a economia de luz e água, além de preferência por fontes de energia renováveis;
- ▶ produtos que adotem critérios ambientais — não somente o fabricante, mas o detentor de marca própria pode solicitar ao seu fornecedor inserir no rótulo ou na embalagem a informação sobre o critério ambiental adotado na fabricação daquele item;
- ▶ ações praticadas com comunidades do entorno com as quais a empresa tenha laços comerciais por meio de ações solidárias, incluindo voluntariado e engajamento social coletivo ou em grupos amparado por causas sociais.

Essas condutas são importantes ferramentas para solidificar relações e incentivar a atuação por meio de soluções factíveis e duradouras. A empresa, enquanto prestadora de serviço, pode liderar conversas, fazer diagnósticos, organizar discussões e encaminhar/patrocinar soluções.

# MEIOS DE DIVULGAÇÃO

A difusão da agenda socioambiental pode ocorrer na loja física e/ou virtual, mas cada ambiente tem a capacidade de explorar ações específicas para impactar os clientes. Veja a seguir.

## LOJAS FÍSICAS

Nos estabelecimentos, a empresa pode anunciar os serviços socioambientais ofertados por meio de cartazes, banners ou canais de anúncios de ofertas, via locutor ao vivo ou gravações reproduzidas na loja, ou, ainda, inseridos nos materiais de divulgação mais utilizados pela empresa.

As ações de ESG também podem estar presentes nas embalagens de produtos (incluindo aqueles de fabricação própria) ou para o transporte de mercadorias, como caixas e sacolas, que podem conter informações sobre formas de reúso e reciclabilidade, orientando para o descarte correto (reciclagem).

A sua loja pode, também, ser um ponto de entrega com a instalação de coletores para recebimento de produtos pós-consumo dos [Sistemas de Logística Reversa \(SLR\)](#), como pilhas e baterias portáteis, óleo comestível, eletroeletrônicos, lâmpadas, embalagens, entre outros, comunicando ao cliente a respeito da importância do descarte correto.

No entanto, é importante esclarecer aos clientes a finalidade daquele coletor e a responsabilidade legal do consumidor na destinação ambientalmente adequada de seus resíduos, além de enfatizar os benefícios desse ato à sociedade, como geração de emprego e renda e proteção dos recursos naturais.

**ALÉM DISSO, É IMPORTANTE INFORMAR AOS CLIENTES SOBRE A FINALIDADE DESSES PROCEDIMENTOS E A IMPORTÂNCIA DA DESTINAÇÃO CORRETA DE EMBALAGENS E OUTROS PRODUTOS RECICLÁVEIS PARA A CADEIA PRODUTIVA — QUE GERA MAIS EMPREGOS E RENDA AOS TRABALHADORES ENVOLVIDOS — E AINDA TRAZ GANHOS AO MEIO AMBIENTE E À SAÚDE DA POPULAÇÃO, AO EVITAR POLUIÇÃO E CONTAMINAÇÃO DO SOLO, DA ÁGUA E DO AR.**

Outro ponto relevante é a comunicação acerca dos produtos que oferecem redução do consumo de água e energia para o comprador. Essas informações podem ser passadas ao consumidor no momento da venda, por meio do vendedor ou de informações impressas nos materiais de publicidade. A mesma coisa vale para produtos fabricados a partir de processos com uso reduzido de água ou energia, matérias-primas ou energias renováveis. Nesse caso, vale informar o atributo na embalagem, por exemplo.

## LOJAS VIRTUAIS

No ambiente digital, a divulgação das informações pode ocorrer pelos canais próprios da empresa (site, aplicativo, redes sociais), mediante publicidade em banner na loja virtual.

Em qualquer caso, é possível divulgar as boas práticas socioambientais em televisão e rádio ou publicação de matérias jornalísticas na imprensa, incluindo jornais locais.

# AJUSTES FINOS NA COMUNICAÇÃO

Ao divulgar informações, você deve ser cauteloso para não reportar dados incertos ou sem a devida comprovação, evitando que se configure como *greenwashing* (marketing ambiental enganoso), *ESG-washing* (marketing ESG enganoso) e *socialwashing* (marketing social enganoso), além de outras informações camufladas que podem prejudicar todo o trabalho construído.

Para isso, a empresa não pode omitir ou mentir sobre os impactos ambientais de seus produtos, usando a comunicação por meio de ferramentas de marketing para promover apenas uma imagem de sustentabilidade.

Para uma empresa que comete *greenwashing*, o risco reputacional é real!

Uma vez que a sua marca (ou empresa) é rotulada dessa forma, os clientes podem suspeitar e duvidar de outras informações prestadas, sobretudo relacionadas à qualidade dos produtos e serviços prestados.

A comprovação se faz necessária no caso de informações afirmativas quanto ao impacto de um determinado produto ou ação, caso em que requer a validação por uma certificadora ou selo de procedência conferido por um terceiro. Um bom balizador para a notificação honesta de informações aos clientes é a publicação **Diretrizes para o Fornecimento de Informações Sobre a Sustentabilidade dos Produtos** — orientação global para a realização de alegações efetivas de atributos ambientais, sociais e econômicos, para informar e viabilizar a escolha do consumidor, publicado em 2017, pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma). Confira a versão em português [aqui](#).

Bons exemplos sempre ajudam a ter uma noção real da aplicação da cultura ESG no dia a dia e servem de inspiração para criar soluções à sua empresa, independentemente do porte.

# RAZÕES PARA DIVULGAR BOAS PRÁTICAS E BENEFÍCIOS

Como você pode notar, a divulgação de boas práticas em ESG aos clientes pode ser feita de forma simples e sem custos adicionais, basta utilizar os canais de comunicação já adotados pela empresa.

A publicação das ações pode trazer diversos benefícios ao negócio, como:

**BOA REPUTAÇÃO:** positivamente da marca quanto à responsabilidade socioambiental;

**FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE E NOVAS VENDAS:** ao saber dos serviços prestados pela loja, como o recebimento de produtos pós-consumo para logística reversa, o cliente retorna ao estabelecimento para descartar os itens e faz novas compras;

**GANHOS SOCIOAMBIENTAIS:** a disseminação das boas práticas em ESG reverbera os valores sociais e ambientais na sociedade, que, ao reconhecer a importância dessas medidas, passa a adotá-las no cotidiano;

**CONFORMIDADE LEGAL:** muitas práticas em ESG citadas proporcionam a conformidade legal — lembrando que a adoção do compliance contribui para evitar máculas reputacionais, multas aplicadas em ações fiscalizatórias, entre outras penalidades e reclamações advindas da ausência desse cuidado.

**TRANSFORMAÇÃO CULTURAL DA SOCIEDADE, INSPIRANDO A ADOÇÃO DE BOAS PRÁTICAS, CONSTRUINDO UM FUTURO MAIS SUSTENTÁVEL PARA TODOS E DISSEMINANDO CONCEITOS IMPORTANTES, COMO:**

**RESÍDUOS SÓLIDOS**

► Não geração, redução, reúso, reciclagem e destinação ambientalmente adequada;

► Descarte dos produtos pós-consumo objetos de logística reversa nos pontos de entrega;

► Combate ao desperdício.

**ECONOMIA DE BAIXO CARBONO**

► Uso de modais de transporte ou combustíveis menos poluentes, visando à redução das emissões de gases de efeito estufa.

**CONSUMO CONSCIENTE DE ÁGUA/EFICIÊNCIA HÍDRICA**

► Uso de equipamentos com sistemas inteligentes e dispositivos economizadores de água, como vasos sanitários com caixa acoplada e descargas *dual flush*, redutores de pressão em torneiras e chuveiros, entre outros.

**CONSUMO CONSCIENTE DE ENERGIA/EFICIÊNCIA ENERGÉTICA**

► Uso de equipamentos com o selo Procel de uso consciente da energia.

**COMBATE AO ASSÉDIO E À DISCRIMINAÇÃO EM TODAS AS SUAS FORMAS**

**VALORIZAÇÃO DE PRODUTOS MAIS SUSTENTÁVEIS**

**OS BENEFÍCIOS ORA DEMONSTRADOS ESTÃO EM CONSONÂNCIA COM O TRIPÉ DA SUSTENTABILIDADE, O TRIPLE BOTTOM LINE, ABRANGENDO AS TRÊS DIMENSÕES DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: ECONÔMICA, SOCIAL E AMBIENTAL.**

Importa dizer, ainda, que a agenda ESG também encontra guarida nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), construídos integralmente e indivisíveis, mesclando, de forma equilibrada, os 5 “Ps”:

**1. PESSOAS:** erradicar a pobreza e a fome de todas as maneiras e garantir a dignidade e a igualdade;

**2. PROSPERIDADE:** garantir vidas prósperas e plenas, em harmonia com a natureza;

**3. PAZ:** promover sociedades pacíficas, justas e inclusivas;

**4. PARCERIAS:** implementar a agenda por meio de uma parceria global sólida;

**5. PLANETA:** proteger os recursos naturais e o clima do nosso planeta para as gerações futuras.



**TRATA-SE DE UMA IMPORTANTE AGENDA QUE CONTEMPLA UM PLANO DE AÇÃO PARA AS PESSOAS, O PLANETA E A PROSPERIDADE, SEGUINDO OS OBJETIVOS DE:**

- ▶ concretizar os direitos humanos e alcançar a igualdade de gênero e o empoderamento de mulheres e meninas, estimulando importantes ações para a humanidade e para o planeta;
- ▶ fortalecer a paz universal com mais liberdade, reconhecendo que a erradicação da pobreza em todas as suas formas e dimensões, incluindo a extrema, é o maior desafio global e um requisito indispensável para o desenvolvimento sustentável a ser implementado de forma colaborativa por todos;
- ▶ libertar a raça humana da tirania, da pobreza e da penúria, bem como curar e proteger o nosso planeta.

Por todo o exposto, nota-se a importância da disseminação dos valores socioambientais aos clientes para se atingir o grande propósito mundial da agenda ESG, o qual depende do engajamento de toda a sociedade. Para isso, são necessárias medidas ousadas, transformadoras e urgentes a fim de direcionar o mundo a um caminho sustentável e resiliente, em uma jornada coletiva, comprometida a não deixar ninguém para trás.

Vamos, juntos, somar esforços para disseminar os valores socioambientais e multiplicar o bem comum nessa importante jornada.

**QUER SABER MAIS NOVIDADES, DICAS E INFORMAÇÕES IMPORTANTES SOBRE A CULTURA ESG? ACOMPANHE OS TRABALHOS DO CONSELHO DE SUSTENTABILIDADE E DO COMITÊ ESG DA FECOMERCIO-SP [aqui](#).**

Para auxiliar as empresas a iniciar a adoção de práticas ESG, a FecomercioSP desenvolveu mais publicações. Confira:

- ▶ [Checklist ESG](#)
- ▶ [Engajamento ESG com as cadeias de fornecedores](#)
- ▶ [Desmitificando o ESG](#)
- ▶ [Logística Reversa](#)
- ▶ [Economia de baixo carbono](#)
- ▶ [Banimento da discriminação nas relações de consumo](#)



PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS,  
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO

**PRESIDENTE**

**Abram Szajman**

**SUPERINTENDENTE**

**Antonio Carlos Borges**

**Rua Dr. Plínio Barreto, 285**

**Bela Vista • São Paulo**

**11 3254-1700 • fax 11 3254-1650**

**[www.fecomercio.com.br](http://www.fecomercio.com.br)**

---

**PRODUÇÃO ♥ TUTU OUTUBRO 2023**