

DataGuia: Sustentabilidade

Preocupação humana impulsiona busca por sustentabilidade para preservar o futuro.

No cenário atual de mudanças climáticas e crescente preocupação com o meio ambiente, a sustentabilidade surge como uma necessidade premente.

De acordo com a pesquisa brasileira de Sustentabilidade conduzido pela Opinion Box em julho de 2021, ao menos **84%** dos entrevistados temem pelo futuro das próximas gerações.

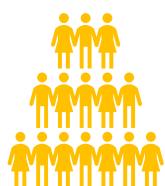


84%
dos entrevistados temem
pelo futuro das próximas
gerações

Fonte: Pesquisa sobre Sustentabilidade: o que os brasileiros esperam das empresas? - Opinion Box

A pesquisa revelou um aumento significativo na preocupação dos usuários em adotar um estilo de vida mais sustentável. Cerca de 91% dos entrevistados reduziram o consumo de bens supérfluos como forma de preservar os recursos naturais.

Resultados semelhantes foram encontrados na pesquisa *Tendências de consumo online com impacto positivo* do Mercado Livre, em que 9 em cada 10 clientes concordaram que a situação ambiental atual é preocupante.



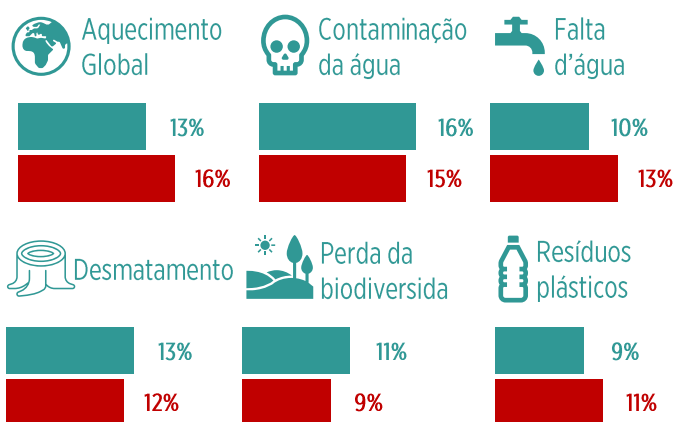
9/10
Usuários ML concordam
que a situação ambiental
atual é preocupante

Fonte: Tendências de consumo online com impacto positivo - Mercado Livre



A principal preocupação ambiental dos usuários foi o aquecimento global, e a contaminação da água.

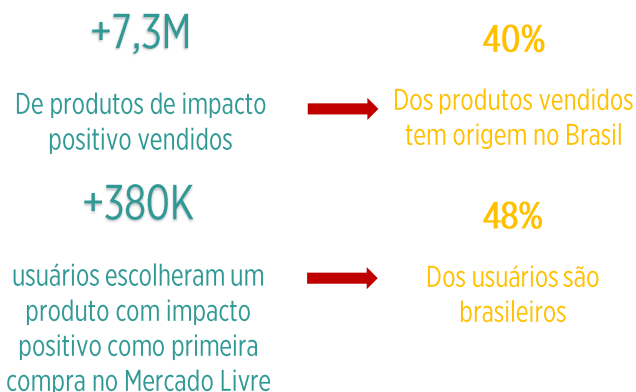
Quais são as 3 questões ambientais que mais preocupam você?



Fonte: Tendências de consumo online com impacto positivo - Mercado Livre

Consumidores conscientes impulsionam a demanda por sustentabilidade

A pesquisa de consumo de 2022 do Mercado Livre, mostra que seus lojistas, da América Latina, venderam mais de **7,3 milhões** de produtos considerados de impacto positivo, número duas vezes maior que o ano anterior. Mais de **380 mil** usuários optaram por fazer sua primeira compra no Mercado Livre escolhendo um produto com impacto positivo.



Fonte: Tendências de consumo online com impacto positivo - Mercado Livre

DataGuia: Sustentabilidade

O Relatório ESG: a sustentabilidade como decisão de compra, da Opinion Box, revelou um crescente interesse do público em relação à sustentabilidade, **38%** dos entrevistados já estão familiarizados com o termo ESG (Environmental, Social e Governance).



38%

Estão familiarizados com o termo ESG



E 45% das pessoas está entre 16 e 29 anos

Fonte: Relatório ESG: a sustentabilidade como decisão de compra - Opinion Box

Cerca de **67%** dos consumidores pesquisam ocasionalmente as práticas de ESG das empresas antes de comprar, levando em consideração fatores relacionados à sustentabilidade.

Além disso, **54%** dos consumidores estão dispostos a pagar mais por produtos mais naturais e menos prejudiciais ao meio ambiente.

Empresas que não adotam essas práticas podem enfrentar consequências negativas, a reputação de uma empresa como poluidora, por exemplo, é motivo suficiente para **57%** dos consumidores evitarem a compra de seus produtos ou serviços.



67%

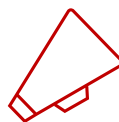
Consumidores pesquisam práticas ESG antes de realizar uma compra

Fonte: Relatório ESG: a sustentabilidade como decisão de compra - Opinion Box

A falta de implementação de práticas sustentáveis e ESG por parte das empresas pode resultar em cobranças públicas.



De fato, **73%** dos consumidores concordam que eles têm o direito de exigir posicionamentos sustentáveis das empresas, inclusive de forma pública.



73%

Das pessoas concordam que os consumidores devem cobrar posicionamento sustentáveis das empresas

Fonte: Relatório ESG: a sustentabilidade como decisão de compra - Opinion Box

O discurso de sustentabilidade e ESG precisa ser autêntico e bem comunicado. Os consumidores estão desconfiados, questionando a postura das marcas e a veracidade dos produtos autodenominados sustentáveis.

47%

Das pessoas não acreditam em muitas marcas que se posicionam como sustentáveis

44%

Das pessoas não acreditam em muitos produtos que se dizem sustentáveis

Fonte: Relatório ESG: a sustentabilidade como decisão de compra - Opinion Box

Tais resultados refletem a mudança global do comportamento dos consumidores.

No estudo Regeneration-Rising, realizado pela Wunderman Thompson nos Estados Unidos, Reino Unido e China, mostrou que **85%** dos entrevistados estão preparados para repensar a forma como vivem e gastam para enfrentar as mudanças climáticas, e **58%** afirmam que estão dispostos a consumir menos produtos que impactam o planeta.

DataGuia

Sustentabilidade



85%

Das pessoas estão dispostas a repensar a forma como vivem e gastam para enfrentar as mudanças climática

Fonte: Regeneration-Rising, - Wunderman Thompson

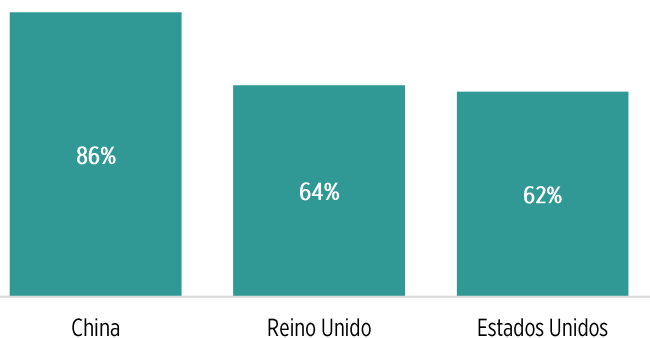


58%

Das pessoas estão dispostas a consumir menos produtos que impactam o planeta

A pesquisa também mostra que boa parte dos respondentes estão dispostos a contribuir com 0,5% de seus salários para solucionar problemas relacionados a mudanças climáticas.

Disposição para contribuir financeiramente (% dos entrevistados)



Fonte: Regeneration-Rising, - Wunderman Thompson

Empresas sustentáveis são agentes de mudança para um futuro consciente

É essencial que as empresas incorporem práticas sustentáveis em seus processos, ofereçam produtos e serviços ecologicamente responsáveis e comuniquem de forma transparente seus esforços em prol da sustentabilidade.



Ainda segundo a pesquisa Regeneration-Rising, **86%** dos respondentes, acreditam que as empresas devem desempenhar seu papel na resolução de grandes desafios, como as mudanças climáticas ou a justiça social.



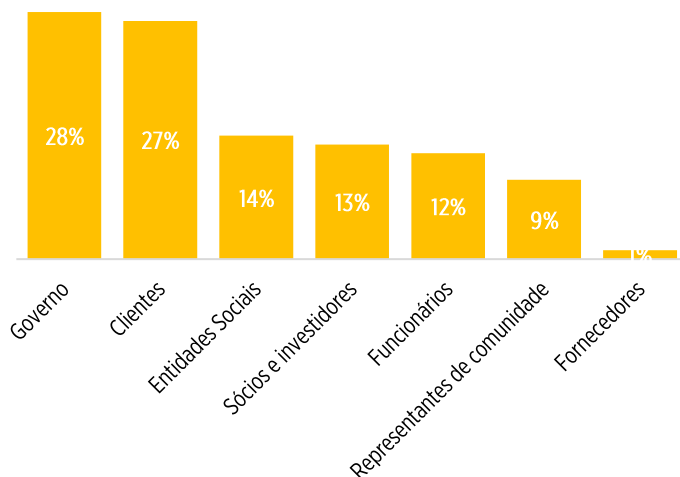
86%

Dos respondentes esperam que as empresas façam parte de soluções sustentáveis

Fonte: Regeneration-Rising, - Wunderman Thompson

Na pesquisa O Engajamento dos Pequenos Negócios Brasileiros às práticas ESG, realizada pelo SEBRAE MT em 2022, 30% das micro e pequenas empresas participantes, já sofreram pressão para adotar práticas sustentáveis. E 27% afirmaram que a pressão teve origem em seus clientes.

Origem das cobranças em adotar práticas sustentáveis (% dos entrevistados)



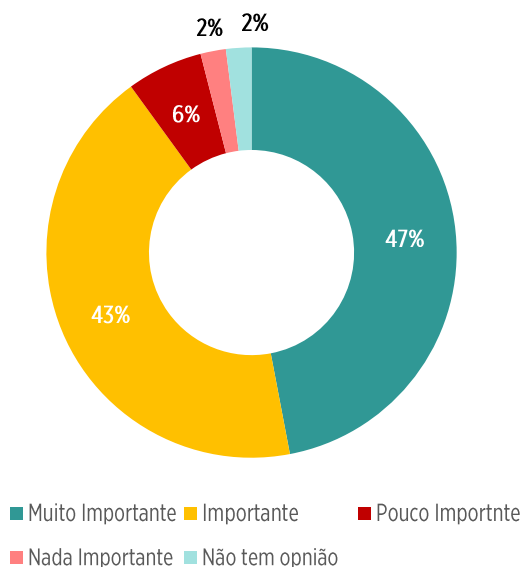
Fonte: O Engajamento dos Pequenos Negócios Brasileiros às práticas ESG – SEBRAE MT

DataGuia:

Sustentabilidade

A pesquisa revelou um baixo percentual de empresários que se sentiram pressionados a priorizar questões ambientais, apesar de governos, clientes e consumidores serem os principais públicos que exercem essa pressão. No entanto, mesmo com essa percepção limitada de pressão externa, a maioria dos empresários considera a pauta de impactos ambientais importante ou muito importante para discussão.

Importância em incluir práticas sustentáveis na gestão do negócio (% dos entrevistados)



Fonte: O Engajamento dos Pequenos Negócios Brasileiros às práticas ESG – SEBRAE MT

Cada vez mais conscientes do impacto ambiental e social de suas escolhas de consumo, os consumidores estão buscando produtos e serviços que estejam alinhados com seus valores sustentáveis. Essa mudança de paradigma tem levado as empresas a repensarem suas estratégias e adotarem práticas mais sustentáveis em suas operações. As empresas que reconhecem essa demanda e se comprometem com a sustentabilidade estão se destacando no mercado, ganhando a confiança dos consumidores e construindo uma imagem positiva.



Por outro lado, as empresas que ignoram essa mudança de comportamento correm o risco de perder competitividade e prejudicar sua reputação. É essencial que as empresas estejam atentas às expectativas dos consumidores e busquem constantemente maneiras de melhorar suas práticas, contribuindo para um futuro mais sustentável e alinhado com as necessidades da sociedade.

Estudos Citados

[O Engajamento dos Pequenos Negócios Brasileiros às práticas ESG – SEBRAE MT](#)

[Pesquisa sobre Sustentabilidade: o que os brasileiros esperam das empresas? – Opinion Box](#)

[Regeneration Rising – Wunderman Thompson](#)

[Relatório ESG: a sustentabilidade como decisão de compra – Opinion Box](#)

[Tendências de consumo online com impacto positivo – Mercado Livre](#)