



Na Mídia

18/06/2021 | [IstoÉ Dinheiro](#)

Comece pelo básico

Lana Pinheiro

Desde que foi cunhado pelo Pacto Global da ONU e pelo Banco Mundial no relatório Who Cares Wins em 2005, o acrônimo ESG – que corresponde às boas práticas ambientais, sociais e de governança – vem ganhando força. Um dos grandes gatilhos para o fortalecimento dos princípios foi dado depois que analistas do mercado financeiro passaram a enxergar riscos de negócios atrelados às empresas que não consideram os impactos dos três pilares em suas decisões estratégicas.

O interesse é tanto que a Global Sustainable Investment Alliance (GSIA) estima que os investimentos sustentáveis já movimentem US\$ 31 trilhões por ano no mundo. Eis o motivo para que empresas estejam tão aflitas para demonstrar que estão em conformidade. A questão é que muitas não sabem nem por onde começar. “Cada empresa possui um nível de amadurecimento”, disse Andoni Hernandez Bendoa, sócio da Demarest Advogados.

Relatório publicado pelo escritório mostra que o primeiro passo vem pelo básico: se você não sabe como fazer, contrate pessoas que saibam e treine seus funcionários. Nessa hora não adianta relegar a função para o time de marketing ou de comunicação sem experiência no assunto. Se assim for, o risco de a empresa cometer greenwashing e ser punida pelo mercado é real. “Aspectos ESG são cada vez mais usados para avaliar a solidez financeira de fundos e empresas”, disse Bendoa.

Com a maior conexão da agenda a condições de oferta de crédito, quem pensa que ESG é somente custo corre o risco de pagar uma conta muito mais cara. E o preço não virá somente em reputação, mas sim na hora de captar dinheiro e conquistar mercado.

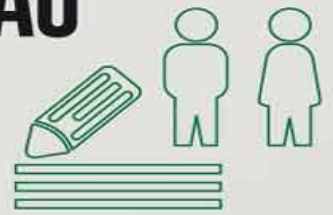
PARA MAIS INTEGRAÇÃO



40%
treinam
times
em ESG



34%
contrataram ou
aumentaram time de
consultores da agenda



29%
aumentaram
quadro de
profissionais não
tradicionais

BARREIRAS PARA INTEGRAÇÃO



66%
falta de
dados



32%
custos de
tecnologia



21%
risco de
greenwashing

MOTIVOS PARA INVESTIR

37%

redução do risco de investimento

47%

reputação e marca

54%

aumento de retorno de longo prazo

