



---LINK-ESG^{CC}---





Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Martins, Digiane Raphaela .

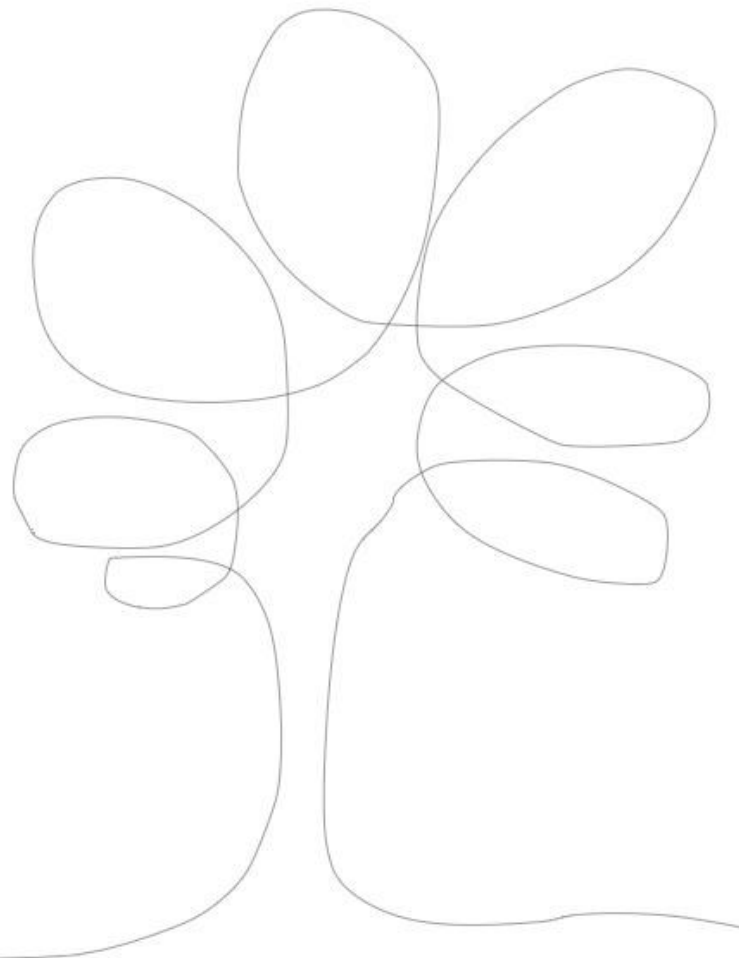
LINK-ESG: Proposta de framework simplificado para jornadas de
sensibilização em ESG / Digiane Raphaela Martins. - Recife, 2023.
80 : il.

Orientador(a): Leonardo Augusto Gómes Castillo

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Design - Bacharelado, 2023.
Inclui referências, apêndices.

1. Sustentabilidade. 2. Governança corporativa. 3. Problemas e serviços
sociais. 4. Design de serviço. 5. Psicologia. I. Castillo, Leonardo Augusto Gómes
. (Orientação). II. Título.

650 CDD (22.ed.)



"Sabedoria pode ser que seja estar uma árvore."

Manoel de Barros



Apresentação **01**

Contextualização **02**

Objetivos e Justificativas **03**

Metodologia de design **04**

Público-alvo **05**

Problema e Proposta **06**

07 **D**esenvolvimento

08 **S**torytelling

09 **V**alidação

10 **R**esultados e **C**onclusões

11 **R**eferências

12 **A**gradecimentos

Apresentação

Um framework é uma estrutura básica para o desenvolvimento de um projeto, sistema ou serviço. **Os componentes e diretrizes apresentados neste e-book podem ser utilizados para desenvolver jornadas de sensibilização de pessoas em relação ao tema ESG** (do inglês *Environmental, social, and corporate governance*), de forma sistemática e eficiente.

A proposta foi apresentada como projeto de conclusão de curso de design, iniciada em uma experiência de estágio em consultoria empresarial e embasada em experiências anteriores na área de psicologia.

Competências teórico-práticas em esquizoanálise, psicologia social, gestão de saúde coletiva, gestão por diretrizes e gestão por resultados compõem a base conceitual para o desenvolvimento deste projeto a partir da abordagem do design de serviço.

O termo “*liability*” foi utilizado como argumento para a narrativa direcionada para o público-alvo, qual seja, empresários que, cedo ou tarde, serão responsabilizados legal e financeiramente por ações ou omissões em relação à agenda ESG.

Uma **matriz de indicadores de desempenho ESG** foi desenvolvida e apresentada na contextualização do problema, assim como os componentes essenciais de uma **trilha de consultoria empresarial** completa, embora não sejam o foco deste projeto, que se concentrou na primeira das fases desta trilha: a fase de sensibilização.

Inicialmente, foi elaborado um texto em formato de artigo científico que, posteriormente, foi transformado no texto apresentado a seguir, com o intuito de torná-lo mais acessível e compreensível para o público em geral. As citações foram suprimidas, mas as referências completas podem ser encontradas no final do trabalho.

Diversos softwares e modelos de inteligência artificial foram utilizados ao longo deste projeto, sendo o Research Rabbit utilizado durante a revisão bibliográfica e o Chat GPT utilizado para validação de dados levantados durante a revisão bibliográfica, para geração de alternativas e como apoio para redação.

Espera-se que o projeto seja apropriado por atores sociais diversos e resulte em ações e transformações reais, considerando seu potencial de impacto positivo na sociedade e de catalisar mudanças.

Contextualização

O mundo dos negócios está passando por mudanças vertiginosas e, se você não está acompanhando, está ficando pra trás.

Você já notou a crescente preocupação com **sustentabilidade**, **responsabilidade social** e **gestão transparente** e como têm se tornado cada vez mais importantes nas decisões de negócios?

Se você ainda não fez nada a respeito disso, você certamente está com problemas. Provavelmente existem algumas falhas graves na gestão da sua empresa, que podem comprometer sua performance e causar sérios prejuízos dentro de um curto espaço de tempo.

Estes prejuízos incluem sua reputação profissional e carreira, o desempenho financeiro da sua empresa e até mesmo a sobrevivência dos seus fornecedores.

Seus ganhos estão em risco e o seu estilo de vida de hoje provavelmente não será o mesmo de amanhã.



Estamos desenvolvendo soluções que podem ajudar, mesmo que você esteja muito atrasado e precise começar do zero.

O primeiro passo é entender de forma objetiva e efetiva o que é ESG (Environmental, Social and Governance) e porque é importante. Você vai conhecer possíveis caminhos para avaliar sua empresa, definir objetivos, implementar e monitorar práticas ESG na sua empresa ou organização.

Em seguida você terá acesso a ferramentas e ideias que podem orientar práticas e serviços ESG, validados por especialistas.

Desta forma você poderá identificar oportunidades e potenciais para fazer o que precisa ser feito.

Contribuir ativa e sistematicamente com o panorama global de responsabilidade socioambiental corporativa, sem sombra de dúvida, resultará em vantagens competitivas e mitigação de riscos.



LINHA DO TEMPO

COMO MEIO AMBIENTE E SOCIEDADE SE TORNARAM IMPORTANTES NO MUNDO DOS NEGÓCIOS?

As empresas perceberam que **não podem prosperar a longo prazo** sem considerar os impactos que geram no meio ambiente e na sociedade em que operam.

Veja nesta linha do tempo como isso aconteceu:

1960

Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP) e lançamento da "Teoria dos Stakeholders (Freeman)



1970

Série de acidentes ecológicos notáveis e "Relatório Limites do Crescimento" (MIT).



1980

Movimento de Investimento Socialmente Responsável (SRI)

SRI

1990

Difusão da noção de Triple Bottom Line - ou Tripé da Sustentabilidade (Elkington)



2000

O conceito de ESG começa a se formar, a partir de investidores prestando mais atenção à governança corporativa e aos riscos ambientais e sociais

ESG

2006

Lançamento de Principles for Responsible Investment (PRI)



2015

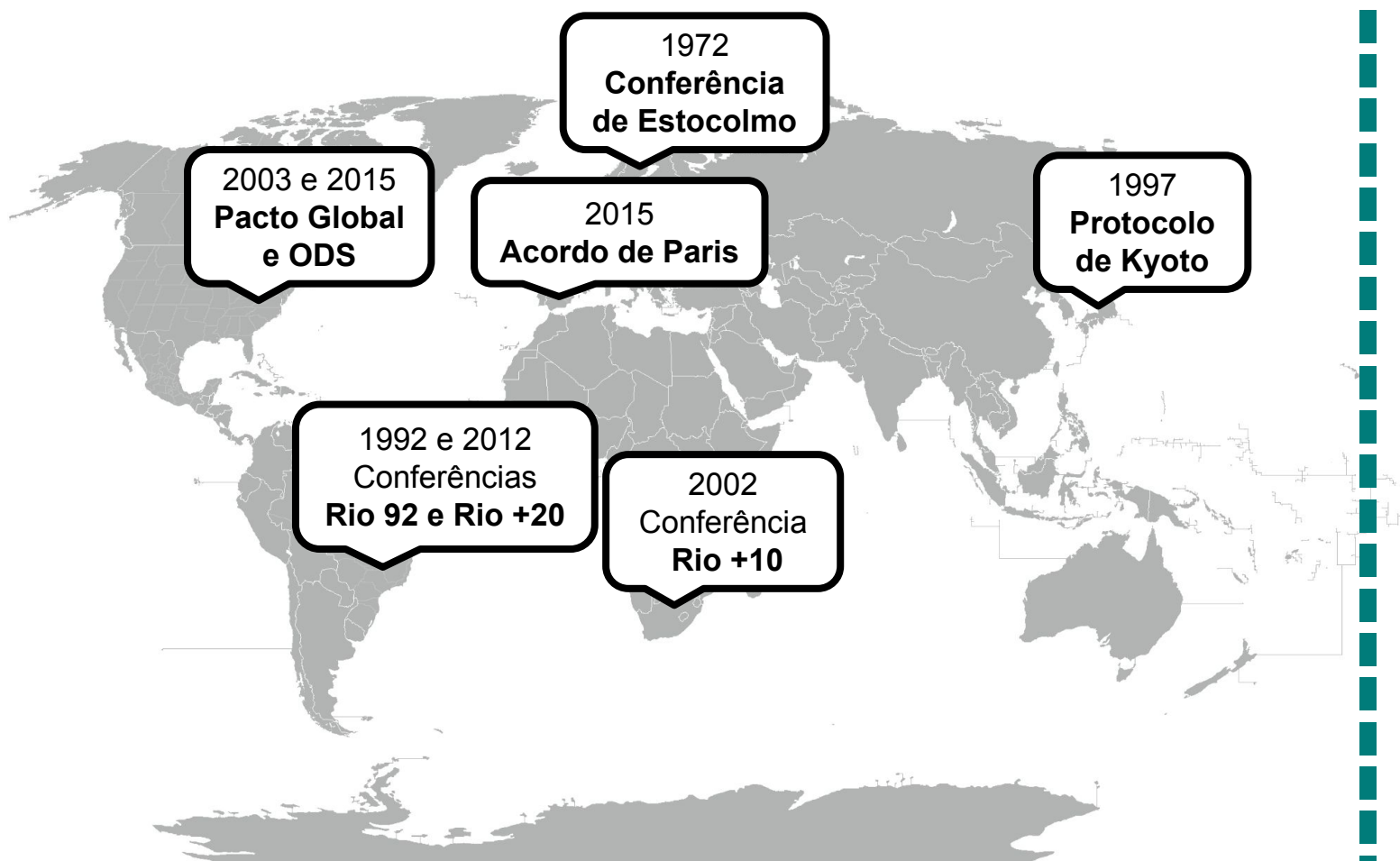
ONU adota os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)



2020

ESG ganha importância para investidores, empresas e reguladores em todo o mundo, impulsionado por uma série de crises globais, incluindo a pandemia de COVID-19 e mudanças climáticas

EVENTOS E ACORDOS GLOBAIS ORGANIZARAM ESFORÇOS E PRESSIONARAM CHEFES DE ESTADO E LIDERANÇAS MUNDIAIS NO SENTIDO DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL:



Protocolo Verde (1995): carta assinada por instituições bancárias públicas e privadas brasileiras assumindo compromisso com políticas e práticas bancárias que estejam em harmonia com um desenvolvimento sustentável.

Princípios do Equador (2003): padrões de gerenciamento de riscos ambientais e sociais para projetos de infraestrutura financeira.

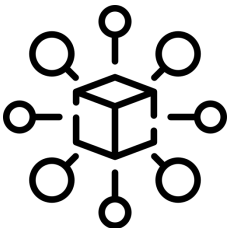
Princípios de Investimento Responsável - PRI (2006): iniciativa liderada por investidores para promover a integração da ESG nas práticas de investimento.

QUAIS SÃO OS PADRÕES EXISTENTES?

Embora a literatura científica aponte que um nível de **subjetividade seja inevitável** e que a exigência de **uniformidade pode inibir a inovação, padronizações são possíveis e necessárias** para:

- ☐ fornecer referências comuns e estruturas para avaliar e comparar o desempenho das empresas em relação a questões ambientais, sociais e de governança,
- ☐ estabelecer expectativas claras,
- ☐ definir metas e objetivos,
- ☐ aumentar a transparência, a responsabilidade e a confiança dos investidores;
- ☐ mitigar riscos e identificar oportunidades de investimento sustentável.

Existem várias formas de padronização, sendo as principais:



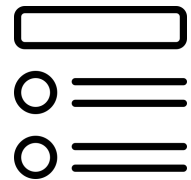
Frameworks



Certificações
e selos



Normativas
legais



Índices de
Sustentabilidade

Diretrizes e indicadores para avaliar e reportar desempenho ESG:

Global Reporting Initiative (GRI)

Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

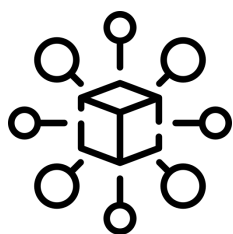
Carbon Disclosure Project (CDP)

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU (ODS)

B-Corp (BLabs)

Norma ABNT NBR ISO 26000

ABNT PR 2030



Frameworks

Mecanismos de validação independente que demonstram a conformidade com critérios específicos de ESG:

ISO 14001 (Padrão internacional de gestão ambiental)

Forest Stewardship Council (FSC) (certificação de manejo florestal responsável)

LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) (selo de construção sustentável)



Certificações e selos

Leis e regulamentos governamentais que exigem ou auxiliam a divulgação de informações ESG:

Lei de Modernização da Segurança de Alimentos dos EUA (FSMA)

Diretiva de Relato não Financeiro da União Europeia

Lei das Sociedades por Ações (Lei nº 6.404/76)

Lei de Crimes Ambientais (Lei nº 9.605/98)

Política Nacional de Meio Ambiente (Lei nº 6.938/81)

Código Florestal Brasileiro (Lei nº 12.651/12)

Novo Código de Processo Civil (Lei nº 13.105/15)



Normativas legais

Listas de empresas que atendem a critérios específicos de ESG e que são usadas como referência para investidores:

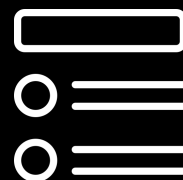
Dow Jones Sustainability Index (DJSI)

FTSE4Good

MSCI ESG Leaders Index

ISE B3

Índice Brasil ESG



Índices de Sustentabilidade

ESG

Abreviação das palavras em inglês Environment, Social e Governance (Ambiental, Social e Governança) empregada atualmente para aglutinar diferentes sentidos de:

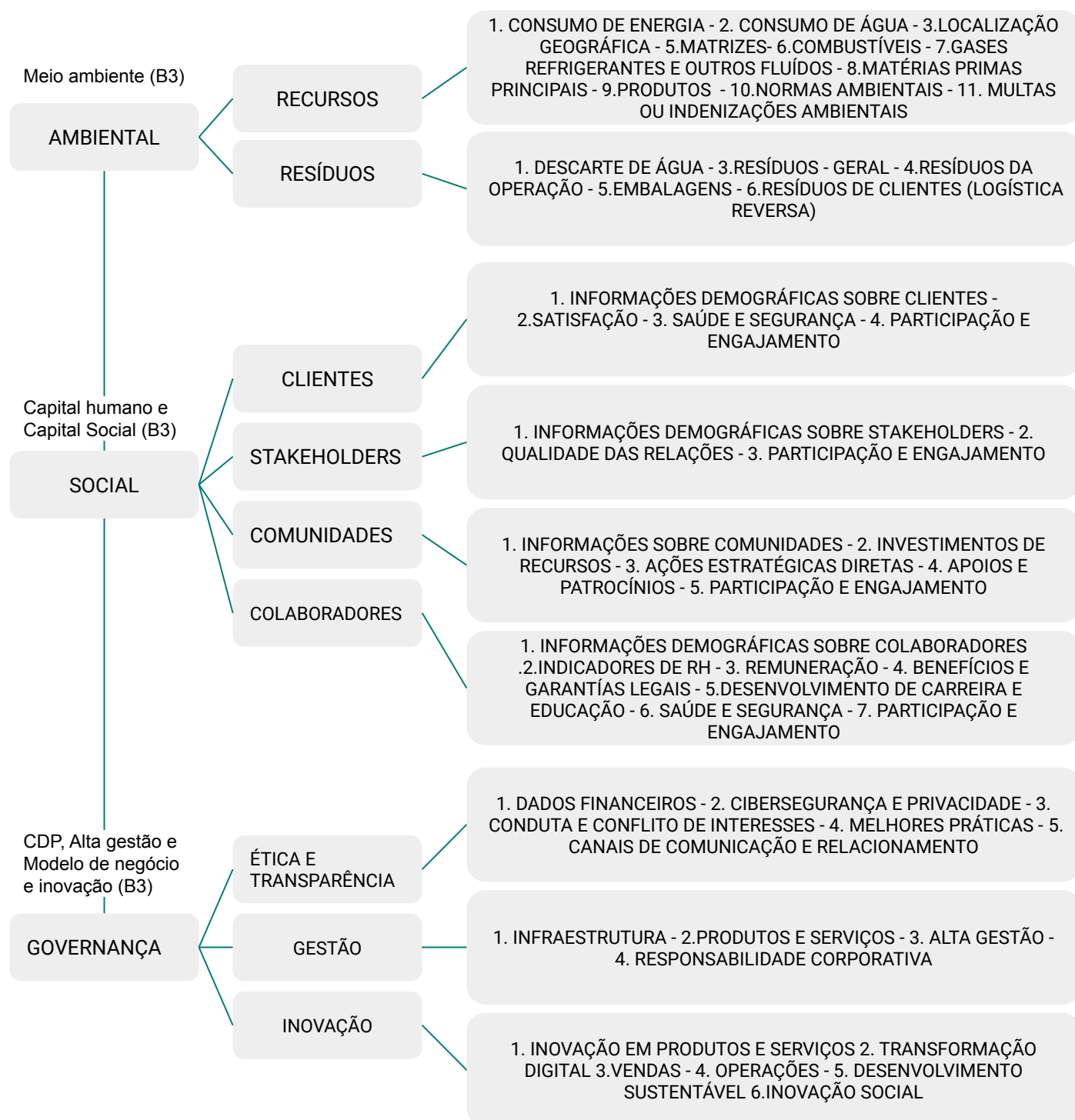
- (1) boas práticas corporativas e projetos de impacto em diversas instâncias;
- (2) agenda estratégica visando a longevidade do negócio concomitante à restauração da natureza no planeta terra;
- (3) embasamento para tomada de decisões financeiras e sobre investimentos.

OUTRAS FORMAS DE FALAR SOBRE O MESMO ASSUNTO:



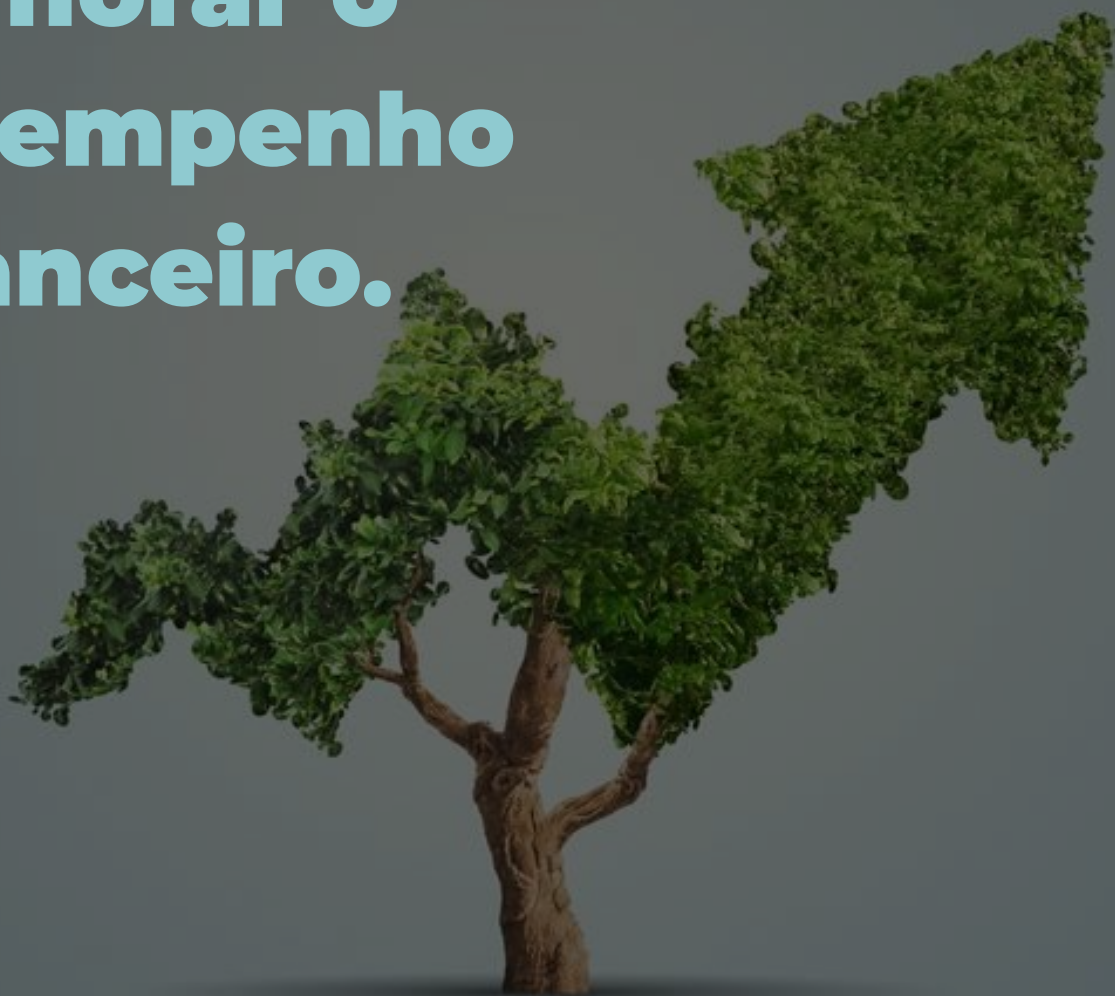
MATRIZ DE INDICADORES ESG

Indicadores financeiros são medidas numéricas que avaliam o desempenho financeiro de uma empresa. Já os indicadores não-financeiros são medidas que avaliam outros aspectos do desempenho da empresa, como satisfação do cliente, impacto ambiental, diversidade e inclusão, entre outros.



EVIDÊNCIA CIENTÍFICA

**O desempenho
não-financeiro pode
melhorar o
desempenho
financeiro.**



EVIDÊNCIA CIENTÍFICA

As atividades sociais têm o impacto mais significativo no desempenho financeiro, enquanto as atividades ambientais têm o impacto mais significativo no desempenho não-financeiro.

RECURSOS

Existem várias formas de conseguir recursos para ESG, sendo algumas delas:

- ☐ **Investidores ESG**; investidores que buscam empresas com práticas sustentáveis e responsáveis para investir seus recursos.
- ☐ **Fundos de ESG**; fundos de investimento que se dedicam exclusivamente a investimentos sustentáveis e responsáveis.
- ☐ **Green Bonds**; títulos de dívida emitidos por empresas ou governos para financiar projetos ambientais e/ou sociais.
- ☐ **Linhas de crédito ESG**; instituições financeiras oferecem linhas de crédito com condições especiais para empresas com práticas sustentáveis.
- ☐ **Crowdfunding ESG**; Plataformas de financiamento coletivo também têm surgido com a proposta de financiar projetos que visam impacto social e/ou ambiental positivo.
- ☐ **Parcerias público privadas (PPPs)**; acordos contratuais de longo prazo entre o setor público e o privado para a execução de projetos de interesse público, compartilhando riscos e responsabilidades.
- ☐ **Novos modelos de negócio**; abordagens inovadoras para a criação, entrega e captura de valor por meio de diferentes estratégias, tecnologias e modelos de monetização

Agências de classificação de risco, como a MSCI, Refinitiv e Sunstainalytcs, atualmente incluem pontuações ESG em suas avaliações, atribuindo uma nota de crédito que auxilia na avaliação do risco de investimentos e na tomada de decisões informadas sobre onde colocar seu dinheiro.

DINHEIRO ≠ RIQUEZA



DESAFIOS DA AGENDA ESG

A realização da agenda ESG em níveis locais e globais encara diversos e imensos desafios.

Empresas, governos, investidores e pessoas físicas precisam mudar rapidamente a forma de operar, avaliar e tomar decisões.

É necessário e inevitável repensar modelos de negócios, de consumo e de culturas organizacionais.

Será que as estratégias ESG que têm sido adotadas têm convidado as pessoas envolvidas a refletir e conversar?

Sabemos que envolver e educar toda a cadeia de lideranças, fornecedores, clientes e parceiros de negócios é fundamental para garantir práticas sustentáveis efetivas.

Veja a seguir alguns tópicos que podem ajudar a iniciar este processo.



Como superar as dificuldades financeiras que algumas empresas têm em investir em iniciativas ESG, devido aos custos iniciais envolvidos?

Como lidar com a falta de compreensão ou vontade dos líderes empresariais de priorizar a sustentabilidade em suas estratégias?

Qual a melhor forma de superar o desafio de mensurar e avaliar o impacto das práticas ESG em um curto prazo?

Como padronizar de forma clara e uniforme os relatórios ESG e a divulgação de informações?

Quais são as narrativas esquecidas ou ignoradas em favor de uma narrativa globalizante e superficial sobre desenvolvimento sustentável?

Como operacionalizar trilhas organizacionais de transformação ESG?

Como comercializar projetos ESG junto às pessoas que ainda não conhecem sua importância?

SUA PERGUNTA AQUI

PRÁTICAS ESG



SENSIBILIZAÇÃO



FORMAÇÃO



GESTÃO DE PROJETOS DE IMPACTO



COMITÊS TEMÁTICOS E CONSELHOS



DIVULGAÇÃO DE INFOs. E DADOS RELEVANTES



GESTÃO POR INDICADORES DE DESEMPENHO

Cada empresa tem suas próprias prioridades e necessidades que são influenciadas por sua realidade material. Isso significa que o resultado da aplicação de um modelo de gestão ESG é **singular e exclusivo** para cada uma delas.



SINGULARIDADE

1. entidade indivisível, diferente de qualquer outra coisa, única, irrepetível;
2. força que anima a multiplicidade e a diferença;
3. processo dinâmico e em constante mudança.

PERSPECTIVA CRÍTICA

Analisar criticamente os problemas e as propostas de soluções é imprescindível para realizar mudanças que efetivamente transformem a realidade.

Temos falado em “futuros desejáveis” para definir onde queremos chegar e para facilitar nossas escolhas cotidianas. Simultaneamente, “o fim do mundo” já chegou para muitas pessoas que têm seus territórios, culturas, narrativas e cosmovisões desmantelados pelo “old money” e suas velhas formas de fazer negócios.

Pretendemos reverter as situações de descaso com a natureza e a sociedade mesmo sabendo que muitos daqueles que precisam e podem agir como exemplo são também aqueles menos interessados em eventuais mudanças.



A abordagem ESG pode ser usada para mascarar práticas insustentáveis ou prejudiciais, dando a impressão de que uma empresa está fazendo mais do que realmente está.

Pode ser usada para ganhar legitimidade social e política, sem realmente mudar suas práticas táticas e operacionais.

As empresas podem estar mais interessadas em atender às expectativas de seus acionistas em vez de efetivamente fazer melhorias sociais e ambientais.

Mesmo com uma consciência crescente, os consumidores ainda enfrentam problemas de saúde mental devido à ideologia de consumo, que os fazem sentir que o consumo é o caminho para alcançar a felicidade e a realização pessoal.

Para neutralizar essas ameaças, será necessário voltar nossa atenção para a camada mais orgânica da sociedade, aquela que permanece agarrada à terra. Precisaremos concentrar nossos esforços em realizar uma ecologia de saberes para restaurar a natureza e criar novas possibilidades produtivas e existenciais.



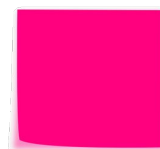
VAMOS COMEÇAR?

A questão da **materialidade**, qual seja, de acordo com definição de dicionários, a tendência para valorizar aquilo que é de ordem material, **concretamente percebido, prático e útil**, é central para a agenda ESG.



De forma semelhante o **Design de Serviços** trabalha com o conceito de **tangibilidade**, visando tornar componentes de serviços **perceptíveis pelos sentidos** dos usuários e stakeholders.

A abordagem da agenda ESG a partir do Design de Serviços pode melhor **gerenciar riscos e ampliar a capacidade de gestão** das empresas; Para isso, é fundamental transformar desejos, necessidades, dores e expectativas em **ações práticas e mensuráveis**, utilizando **indicadores de desempenho**.



Objetivos

PROPOR UM FRAMEWORK SIMPLIFICADO PARA SENSIBILIZAÇÃO QUE AUXILIE A DESPERTAR O DESEJO DE MAIS PESSOAS EM COMPREENDER E PRATICAR ESG

Apresentar contexto histórico, geográfico, conceitual e prático da responsabilidade socioambiental corporativa;

Desenhar soluções para sensibilização de pessoas sobre gestão ESG;

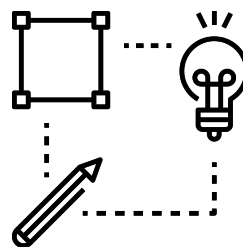
Validar proposta junto a especialistas.

Justificativas



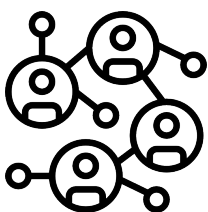
DE MERCADO

Captação de investimentos, lucratividade no longo prazo e maior resiliência a riscos futuros.



TÉCNICA

Ideias de soluções adaptáveis a diferentes necessidades, permitindo a apropriação por diversas pessoas de forma transdisciplinar.



SOCIAL

Promoção de autonomia e invenção de novas possibilidades de vida junto a usuários e stakeholders.



PESSOAL

Há uma década, um relatório da ONU revelou que Santa Gertrudes (SP) era a cidade mais poluída do Brasil, com concentração de partículas nocivas à saúde 4x maior do que o máximo determinado pela OMS.

Metodologia de design

PLANEJAMENTO

briefing Coleta de informações importantes para início do projeto: contexto, objetivos e metas do cliente, público-alvo, mensagem e orçamento.

escopo de projeto Definição do que será feito no projeto: entregas, cronograma, restrições e riscos do projeto e critérios de sucesso

miro

IMERSÃO

pesquisa de campo Visitas a ambientes empresariais, observação e participação em reuniões comerciais e estratégicas, além de eventos sobre ESG

benchmark Coleta de dados relevantes e identificação de melhores práticas em relatórios de sustentabilidade e trilhas de consultoria empresarial

revisão bibliográfica Identificação do estado da arte, abordagens, teorias e tendências da responsabilidade socioambiental corporativa

UX research Início de pesquisas sobre necessidades, desejos e comportamentos do usuário: survey, mapa de stakeholders e ecossistema de serviço

miro

DEFINIÇÕES

visão de longo prazo Antecipação de possíveis mudanças no mercado, na sociedade e no ambiente e definição de objetivos de longo prazo

matriz de indicadores Mapeamento e definição de indicadores de desempenho ESG aplicáveis em diferentes níveis de gestão: básico, intermediário e avançado.

trilha de consultoria Estruturação de trilha de consultoria padrão para transformação ESG, incluindo etapas, atividades, entregas e resultados esperados

personas Criação de representações fictícias a partir dos dados qualitativos e quantitativos coletados

problema Identificação de questão prioritária para ser resolvida ou melhorada na experiência do usuário

miro

IDEAÇÃO

requisitos de projeto Listagem de características que o projeto deveria possuir para atender às necessidades do cliente e alcançar seus objetivos

mapas mentais Organização de informações, ideias e conceitos de forma visual para auxiliar na tomada de decisões

consulta a especialistas Realização de pergunta estratégica para profissionais de psicologia: Como despertar o interesse das pessoas em relação a um tema que elas não consideram relevante?

dinâmica participativa Estimulação da participação ativa de voluntários para geração de alternativas (brainstorming) de forma online e síncrona, a partir da atividade "Como podemos...?"

miro

DESENVOLVIMENTO

diagramas Representação gráfica de informações e ideias de forma visual e organizada (Mapa de sensibilização)

framework Definição de estrutura técnico-conceitual que pode ser utilizada como base para o desenvolvimento de projetos de sensibilização com práticas adaptáveis a diferentes contextos

jornada Definição do processo modular pelo qual usuário deve passar para alcançar objetivos, incluindo carga horária flexível e componentes necessários para operacionalização

storytelling Desenvolvimento de narrativa com informações sobre a persona, cenários e conflitos para exemplificar uma jornada de sensibilização com o tema ESG

miro

VALIDAÇÃO

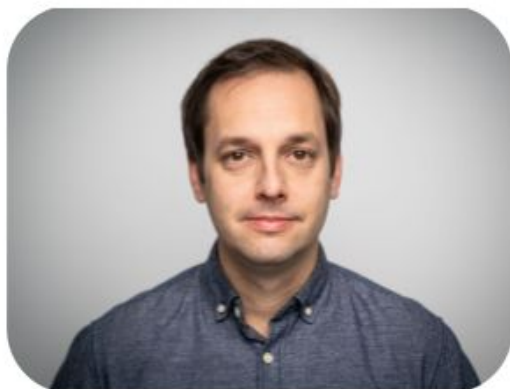
análise de especialistas Aplicação de survey para avaliação de coerência, compreensibilidade, aplicabilidade e relevância de itens da proposta de solução por parte de especialistas em psicologia, design, sustentabilidade e consultoria empresarial, realizada de forma online e assíncrona, visando identificar problemas e oportunidades de melhorias.

miro

Gestores de serviços, CEOs e diretores de empresas públicas e privadas.

Persona usuário leigo

Sócio fundador de uma pequena empresa familiar do setor de varejo;
Nenhum conhecimento em relação ao tema ESG.



PAULO

53 anos
Casado
Pai de 3 filhos
Formação em administração
e economia
Experiência em gestão de
empresa familiar

OBJETIVOS

- Maximizar o lucro e o crescimento da empresa
- Garantir a segurança financeira e o bem-estar da família
- Garantir a continuidade do negócio ao longo das gerações

DORES

- Pressão por resultados financeiros
- Insegurança para tomar decisões baseadas em dados insuficientes e desorganizados sobre a empresa

DESEJOS

- Ficar rico
- Trabalhar menos
- Ter uma marca reconhecida e admirada pelos clientes e pela sociedade

DESAFIOS

- Manter a relevância no mercado
- Lidar com a concorrência e com as mudanças no setor
- Lidar com a crescente demanda por sustentabilidade e responsabilidade social

EXPECTATIVAS

- Serviços que reduzam os custos operacionais e aprimorem a eficiência
- Ferramentas que permitam entender as necessidades dos clientes e do negócio
- Consultoria para o desenvolvimento de estratégias de longo prazo

Persona usuário experiente

CEO de média empresa do setor industrial, com histórico de sucesso financeiro e reconhecimento no mercado.

Conhecimento médio em relação ao tema ESG.



HENRIQUE

45

Casado

Pai de 2 filhas

Formação em engenharia e gestão estratégica de negócios

Experiência em gestão de empresas de médio porte

OBJETIVOS

- Aumentar a lucratividade e o valor da empresa
- Melhorar a imagem e a reputação da empresa
- Identificar e gerenciar riscos financeiros e operacionais

DORES

- Risco de crises financeiras ou reputacionais devido à relevância e ao impacto da empresa no meio ambiente e na sociedade
- Falta de apoio técnico para incorporar efetivamente as iniciativas ESG na estratégia da empresa

DESEJOS

- Continuar um profissional altamente valorizado
- Ser reconhecido internacionalmente como um líder visionário e inovador
- Atender às demandas e aumentar a satisfação de clientes e stakeholders.

DESAFIOS

- Manter o sucesso financeiro da empresa em um mercado competitivo e em constante mudança
- Responder às demandas crescentes dos acionistas e investidores por práticas ESG
- Entender e comunicar os impactos positivos e desafiadores das práticas ESG.

EXPECTATIVAS

- Estratégias objetivas para implementar medidas ESG
- Projeções e análises de impacto financeiro das iniciativas ESG
- Suporte de especialistas em ESG para garantir a implementação efetiva das medidas

Persona stakeholder

Diretora criativa em empresa de médio porte e consultora empresarial
Conhecimento avançado sobre o tema ESG



BIANCA

35
Solteira
Sem filhos
Formação em comércio exterior,
design e gestão ambiental
Experiência em gestão de projetos
para responsabilidade corporativa e
sustentabilidade

OBJETIVOS

- Desenvolver projetos inovadores
- Promover a adoção de práticas ESG em empresas
- Colaborar com a rede de profissionais que está construindo o mercado nacional ESG

DORES

- Falta de conhecimento e investimento das empresas em relação ao tema ESG
- Pressão para o desenvolvimento de metodologias eficazes

DESAFIOS

- Convencer pessoas céticas sobre a relevância e urgência das iniciativas ESG
- Desenvolver estratégias objetivas para implementar medidas ESG em empresas de diferentes setores
- Gerar resultados e avaliar o impacto de intervenções, programas, políticas e projetos realizados

DESEJOS

- Muitas oportunidades para realizar a agenda ESG
- Que mais empresas tenham comprometimento real e duradouro com práticas sustentáveis
- Ser uma referência em práticas sustentáveis e inovadoras

EXPECTATIVAS

- Soluções criativas para promover interesse em ESG
- Ferramentas acessíveis para ajudar empresas a implementar práticas ESG
- Apoio para que mais empresários entendam que práticas ESG são oportunidade para criar valor e se destacar no mercado

Problema

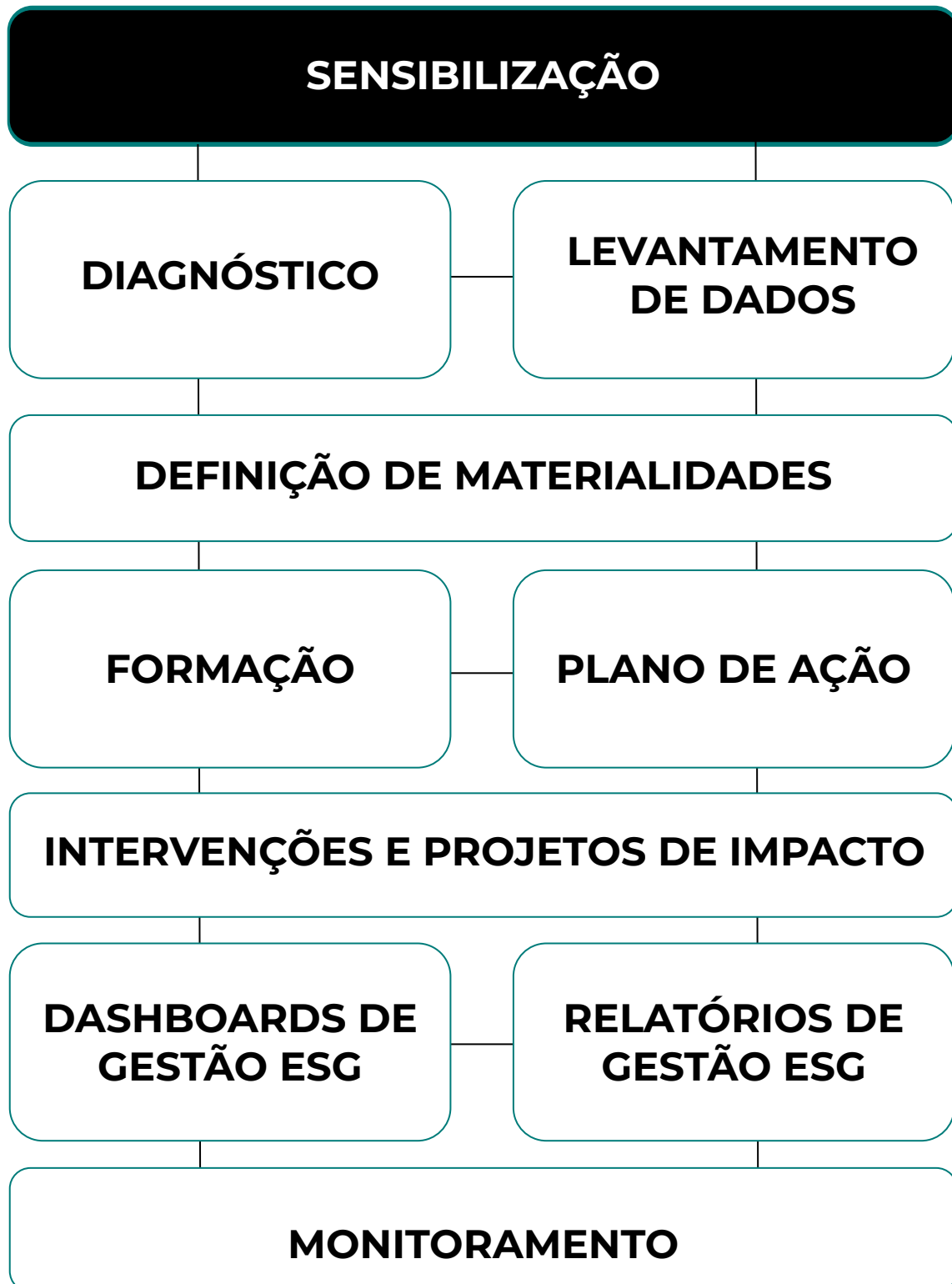
Empresários, diretores executivos e lideranças de pequenas e médias empresas, em sua maioria, ainda não sabem que podem enfrentar graves crises em um futuro próximo, caso mantenham seu modelo de gestão tradicional. Precisam de ajuda para avaliar riscos, identificar oportunidades e elaborar planos de ação ESG efetivos.

Mesmo aqueles que já avaliaram riscos e identificaram oportunidades enfrentam dificuldades para incorporar estratégias, iniciativas e projetos de impacto efetivos, uma vez que poucas pessoas já estão sensibilizadas em relação à importância da sustentabilidade e da responsabilidade social corporativa.

Como podemos ajudar a despertar o desejo de gestores de pequenas e médias empresas para compreenderem e colocarem ESG em prática?

PROPOSTA

FRAMEWORK SIMPLIFICADO PARA SENSIBILIZAÇÃO, QUE VISA DESPERTAR O DESEJO DOS GESTORES DE PMES EM COMPREENDER E PRATICAR CRITÉRIOS ESG. ESTE FRAMEWORK É O PRIMEIRO MÓDULO DE UMA TRILHA DE CONSULTORIA EMPRESARIAL VOLTADA PARA A GESTÃO ESG.



LINK ESG

Desenvolvimento

SENSIBILIZAÇÃO

DEFINIÇÃO

Sensibilização: processo de conscientização e educação que visa promover uma mudança de comportamento ou atitude.

CONCEITO

Jornadas de sensibilização para gestão empresarial ESG

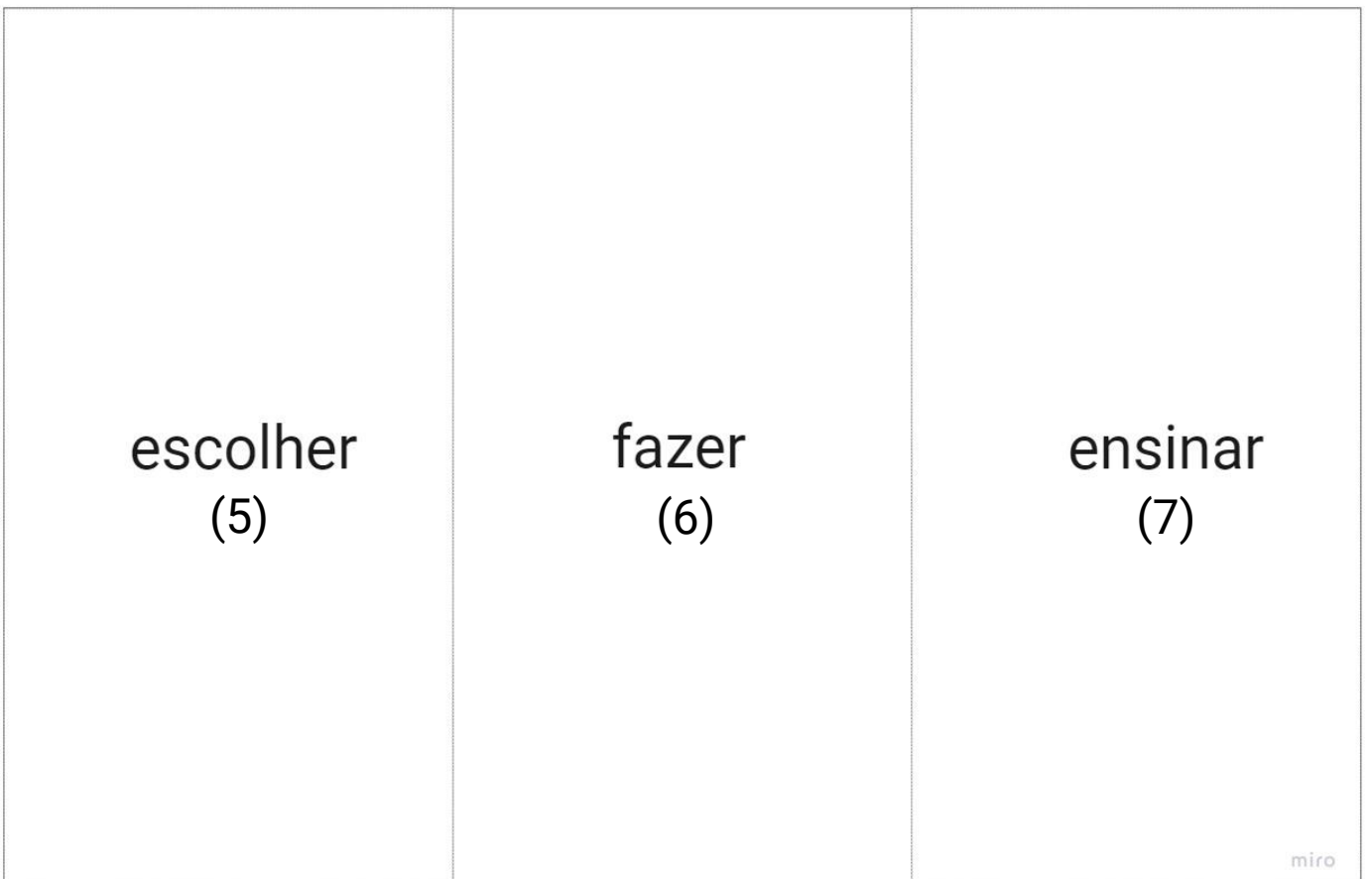
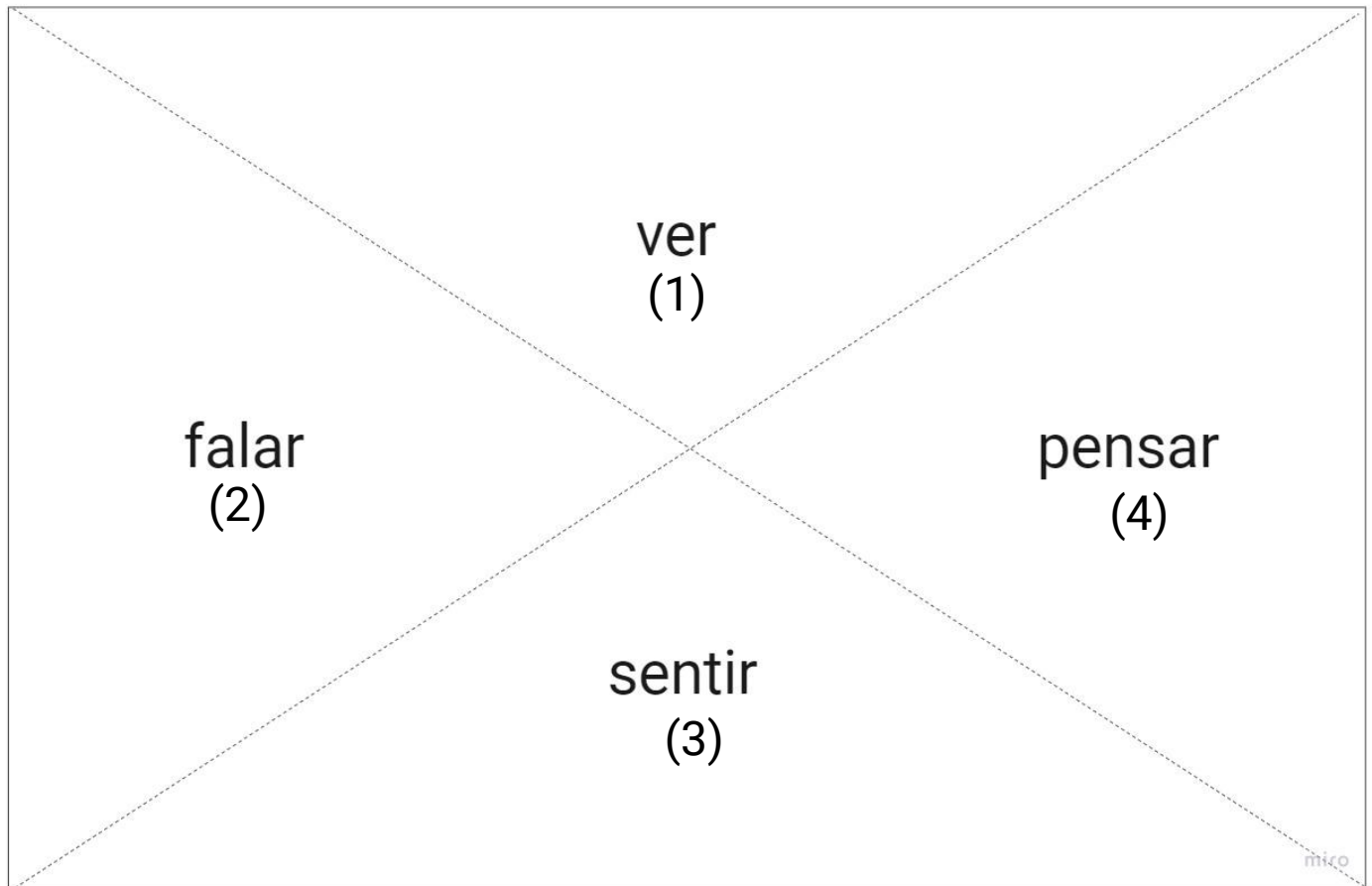
OBJETIVO DO NEGÓCIO

Despertar o desejo de compreender e praticar ESG

OBJETIVOS DOS USUÁRIOS

- Garantir a segurança financeira e o bem-estar da família
- Garantir a continuidade do negócio ao longo das gerações
- Aumentar a lucratividade e o valor da empresa
- Melhorar a imagem e a reputação da empresa
- Identificar e gerenciar riscos financeiros e operacionais

DIAGRAMAS (MAPA DE SENSIBILIZAÇÃO)



DIAGRAMAS (MAPA DE SENSIBILIZAÇÃO)

experienciar
(8)

silenciar
(9)

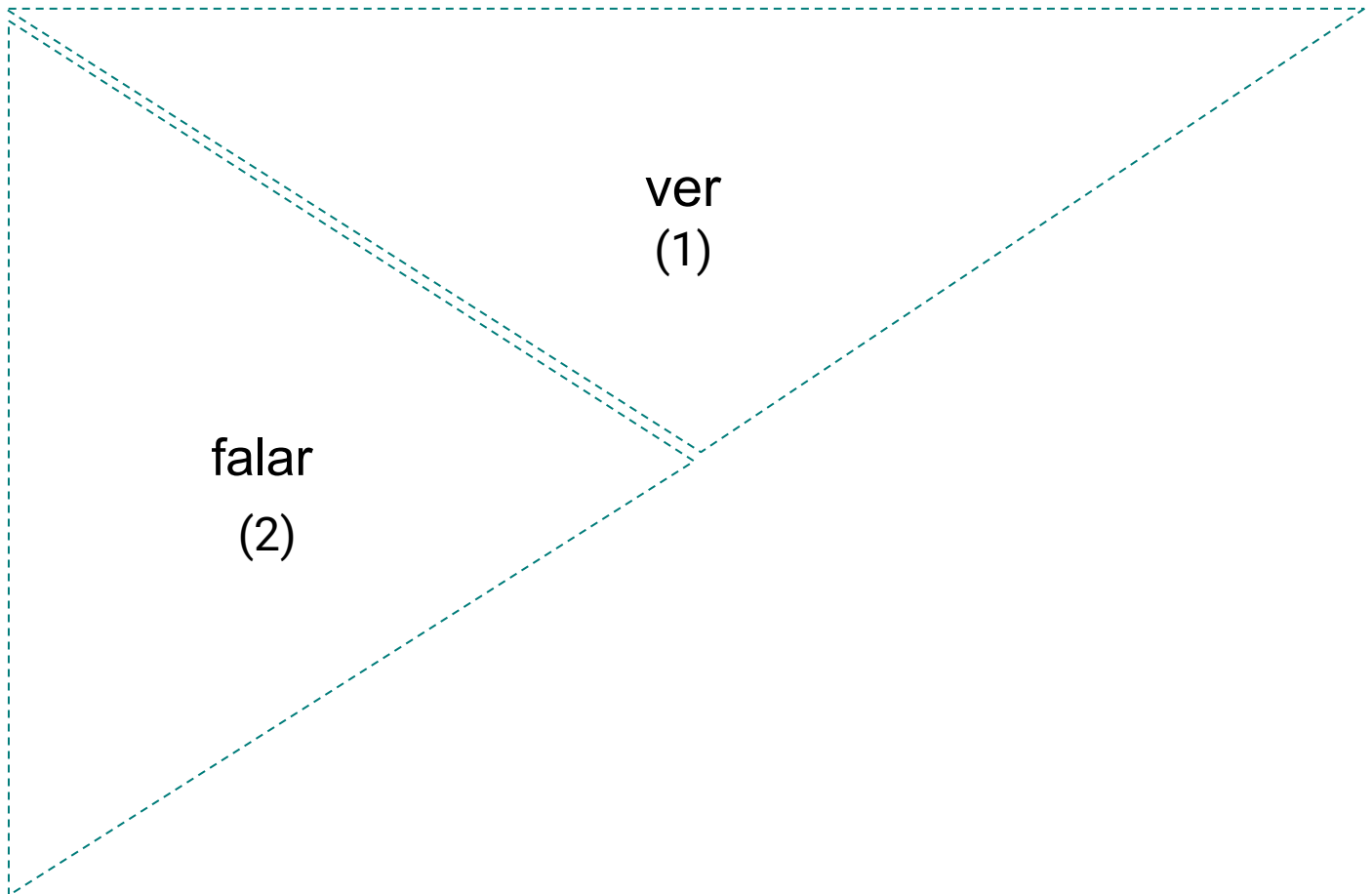
miro

escutar
(10)

miro

DETALHAMENTO

"Pensar é, primeiramente, ver e falar."
Deleuze



OBJETIVOS: (1) Despertar e ampliar a percepção; (2) Promover o protagonismo do usuário, expressão, reflexão e autoconhecimento.

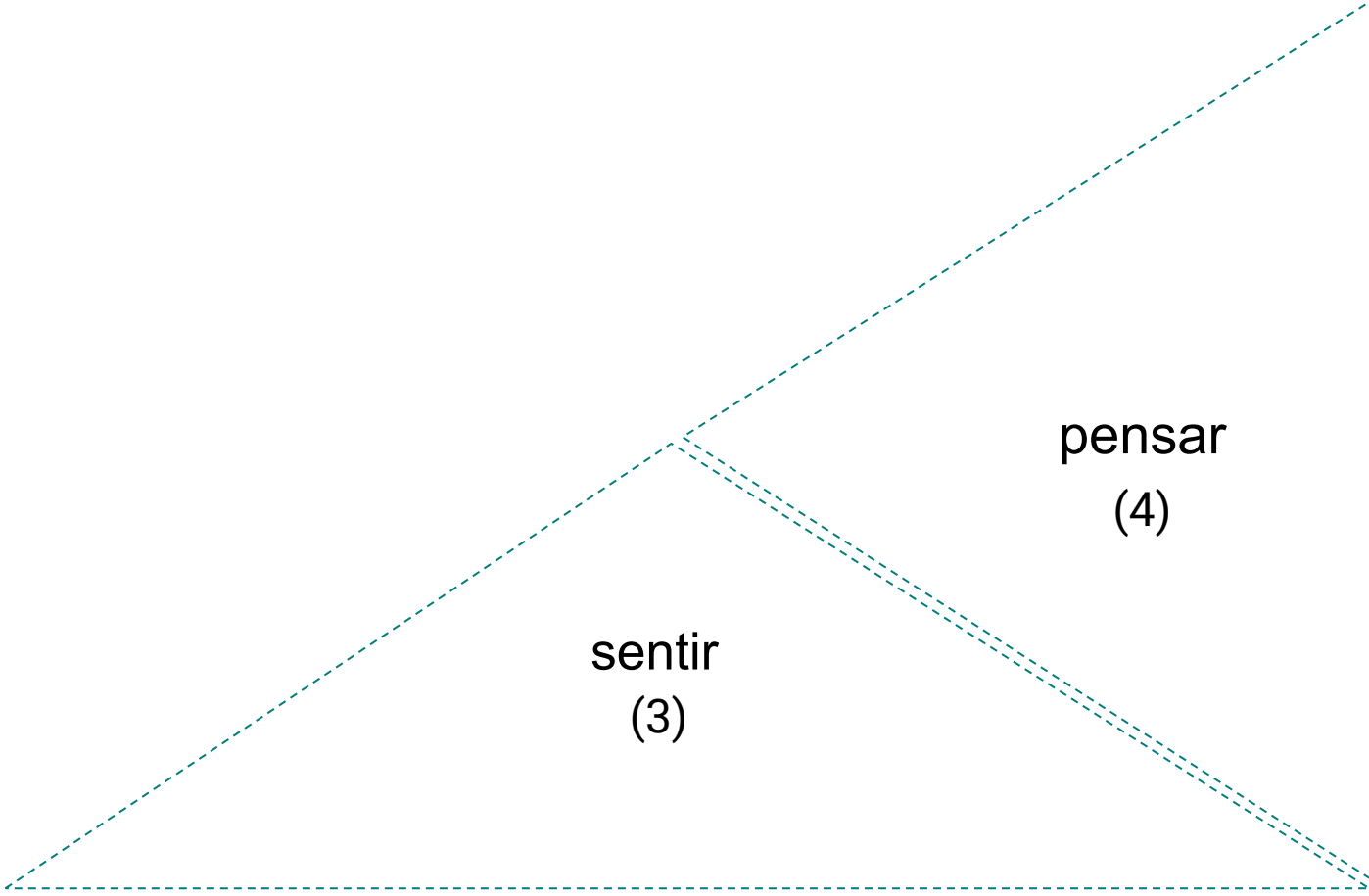
INTERAÇÕES: (1) O usuário vê imagens, paisagens, infográficos, objetos e seres vivos; (2) o usuário fala sobre diversos assuntos.

ATIVIDADES E CANAIS DE COMUNICAÇÃO: Vide BANCO DE IDEIAS.

MÉTRICAS: Feedbacks emocionais e qualitativos.

RESULTADOS ESPERADOS: Aumento na identificação do usuário com o tema.

"O pensamento é o mais potente dos afetos"
Spinoza



sentir
(3)

pensar
(4)

OBJETIVOS: (3) Construir uma conexão autêntica com o tema e acessar perspectivas desconhecidas; (4) Expandir a compreensão sobre o tema.

INTERAÇÕES: (3) O usuário sente diversos afetos, emoções e sensações; (4) o usuário pensa sobre perguntas, suposições, informações, problemas e desafios.

ATIVIDADES E CANAIS DE COMUNICAÇÃO: Vide BANCO DE IDEIAS.

MÉTRICAS: Número de contribuições verbais e/ou escritas e número de interessados em participar do módulo seguinte.

RESULTADOS ESPERADOS: Compreensão ampla sobre o assunto.

escolher
(5)

OBJETIVOS: (5) Ampliar autonomia e engajamento.

INTERAÇÕES: (5) O usuário faz escolhas dentro da trilha de sensibilização; o usuário também pode fazer escolhas pessoais e profissionais.

ATIVIDADES E CANAIS DE COMUNICAÇÃO: Vide BANCO DE IDEIAS.

MÉTRICAS: Tempo de engajamento do usuário em relação ao tempo total do processo.

RESULTADOS ESPERADOS: Previsibilidade das atividades e maior envolvimento do usuário com a trilha definida.

fazer
(6)

OBJETIVOS: (6) Compreender conceitos e desenvolver habilidades e competências para lidar com situações reais.

INTERAÇÕES: (6) o usuário realiza atividades práticas manuais, de aprendizado, de trabalho e/ou de serviço.

ATIVIDADES E CANAIS DE COMUNICAÇÃO: Vide BANCO DE IDEIAS.

MÉTRICAS: Desempenho em testes práticos (tempo, precisão, eficácia, entre outros).

RESULTADOS ESPERADOS: Aquisição de habilidades e competências.

ensinar
(7)

OBJETIVOS: (7) Desenvolver habilidades de comunicação e repertório sobre o tema, além de formar multiplicadores.

INTERAÇÕES: (7) o usuário ensina outras pessoas sobre o tema; o usuário também pode ensinar sobre seus conhecimentos prévios, articulados com o tema.

ATIVIDADES E CANAIS DE COMUNICAÇÃO: Vide BANCO DE IDEIAS.

MÉTRICAS: Número de pessoas ensinadas pelo usuário e compartilhamento de conteúdo sobre o tema em redes sociais.

RESULTADOS ESPERADOS: Aumento da capacidade do usuário falar e se posicionar sobre o tema.

experienciar
(8)

OBJETIVOS: (8) Criar conexões cognitivas, emocionais e sensoriais profundas que podem facilitar a retenção e a aplicação do conhecimento sobre o tema, motivar e inspirar a continuar aprendendo e explorando.

INTERAÇÕES: (8) o usuário participa de atividades, visitas, eventos memoráveis e vivências imersivas.

ATIVIDADES E CANAIS DE COMUNICAÇÃO: Vide BANCO DE IDEIAS.

MÉTRICAS: Número de participações do usuário em atividades e feedbacks qualitativos.

RESULTADOS ESPERADOS: Engajamento significativo e aumento de motivação em relação ao tema.

*"Sabedoria pode ser que seja estar uma árvore."
Manoel de Barros*

silenciar
(9)

OBJETIVOS: (9) Criar conexões físicas e espirituais para processar e integrar conhecimentos de forma significativa e profunda.

INTERAÇÕES: (9) o usuário participa de atividades e ambientes com pouco ruído ou som, evitando falar e se expressar.

ATIVIDADES E CANAIS DE COMUNICAÇÃO: Vide BANCO DE IDEIAS.

MÉTRICAS: Pesquisa sobre sensação de conexão e pertencimento e NPS.

RESULTADOS ESPERADOS: Aumentar a capacidade do usuário de refletir sobre seus valores e propósito de vida.

escutar (10)

OBJETIVOS: (10) Possibilitar a abertura para perspectivas e experiências de outras pessoas sobre o tema, a assimilação de novas informações e ideias, a integração ao próprio entendimento e percepção de mundo, além de reflexão e análise crítica.

INTERAÇÕES: (10) o usuário escuta outras pessoas falando sobre o tema; o usuário também pode ser escutado por especialistas.

ATIVIDADES E CANAIS DE COMUNICAÇÃO: Vide BANCO DE IDEIAS.

MÉTRICAS: Número de novos produtos/serviços adquiridos, número de novas iniciativas em relação ao tema e recorrência.

RESULTADOS ESPERADOS: Ampliação da autonomia do usuário para tomar decisões em relação ao tema.

BANCO DE IDEIAS PARA MAPA DE SENSIBILIZAÇÃO COM TEMÁTICA ESG

	ATIVIDADES	CANAIS DE COMUNICAÇÃO
(1) Ver	Utilizar recursos visuais, como gráficos, diagramas e imagens para auxiliar na compreensão do assunto. Evidências de benefícios do engajamento em ESG Empresas engajadas em sustentabilidade, clientes dispostos a pagar mais por serviços/produtos de empresas que seguem esse modelo, interesse de fundos de investimentos, aumento de credibilidade do negócio, oportunidades de negócios). Evidências de impactos negativos do não engajamento em ESG Corresponsabilidade nos danos ambientais dos fornecedores, riscos para o negócio, relato de fornecedores falidos por irresponsabilidade corporativa, impactos negativos na saúde mental de pessoas falidas economicamente. Cases de sucesso e evidências de impacto positivo do engajamento em ESG Relatórios, gráficos, etc, depoimento de gestores que implementaram a prática. Imagens e ambientes inspiradores Cenas abundância x escassez; ambientes colaborativos e de sucesso; ambientes naturais x degradados; Evidências de falhas e problemas Evidências de problemas em outras empresas, planilhas desorganizadas e com erros. Outras perspectivas e experiências Mostrar pessoas e locais que ele não conhece na região onde a empresa ou moradia dele é localizada Boas práticas Dashboards e softwares de gestão ESG.	Eventos e workshops Videoconferências Cartazes e placas Impressos Apresentação de slides Vídeos Instalações Experiências imersivas (realidade virtual e aumentada)

	ATIVIDADES	CANAIS DE COMUNICAÇÃO
(2) Falar	Criar um ambiente seguro e acolhedor, permitindo que as pessoas se sintam confortáveis para expressar suas opiniões e dúvidas sem medo de julgamento. Abordagens de escuta e diálogo Falar da infância e escutar os colegas, criar roda de discussão, contar histórias, dinâmica de compartilhamento de vulnerabilidades, fazer perguntas, falar o que pensa sobre o assunto sem julgamentos (acolhimento); Ferramentas de design e metodologias Human-Centered Design Toolkit, Teoria da mudança, Transition design, Paulo Freire, HumanizaSUS; Experiência prática e troca de experiências Perguntar para outras empresas e profissionais que já atuam com ESG; Comunicação e apresentação Fazer um podcast, falar de costas para os ouvintes, vender e falar de olhos fechados. Abordagens psicológicas Chamar psicanalistas e psicólogos, criar ambiente livre de julgamentos, o consultor pode se mostrar vulnerável.	Eventos e workshops Especialistas Videoconferências Cartazes e placas Impressos Apresentação de slides Vídeos Experiências imersivas (realidade virtual e aumentada)

	ATIVIDADES	CANAIS DE COMUNICAÇÃO
(3) Sentir	Explorar sentimentos como medo, culpa, rejeição e motivação para influenciar a tomada de decisão. Experiência sensorial Atividades com fogo, terra, água e exploração dos sentidos; Experiências imersivas Imersão em comunidades e ambientes naturais para entender a realidade e impactos da falta de sustentabilidade. Compartilhamento de exemplos Mostrar iniciativas e pessoas bem-sucedidas de sustentabilidade, Mostrar casos de pessoas e empresas que falharam por não se preocuparem com ESG. Humor Uso de memes, palhaços ecológicos e outras formas de humor para trazer leveza e engajamento ao tema. Gamificação Uso de jogos e ferramentas lúdicas para criar um ambiente de descontração e leveza.	Eventos e workshops Videoconferências Cartazes e placas Impressos Apresentação de slides Vídeos Experiências imersivas (realidade virtual e aumentada)

	ATIVIDADES	CANAIS DE COMUNICAÇÃO
(4) Pensar	Promover o pensamento crítico, questionando suposições e crenças pré-concebidas sobre o assunto. Fazer perguntas abertas e provocativas relacionadas ao assunto, estimulando a reflexão e o diálogo. Utilizar analogias ou metáforas para ilustrar o assunto de forma mais clara e tangível. Incentivar a pesquisa e o estudo do assunto, fornecendo recursos e referências para leitura e análise. Realizar debates ou discussões em grupo, permitindo que diferentes perspectivas e opiniões sejam compartilhadas e debatidas. Estimular a empatia, incentivando as pessoas a considerar as perspectivas e sentimentos de outras pessoas relacionados ao assunto. Fornecer feedback construtivo para ajudar as pessoas a melhorar sua compreensão do assunto e suas habilidades de pensamento crítico. Escrever sobre o assunto, assistir vídeos, ler um livro, se atualizar sobre os níveis de poluição no mundo, conversar com colaboradores e pessoas da comunidade.	Eventos e workshops Especialistas Videoconferências Cartazes e placas Impressos Apresentações de slides Vídeos Experiências imersivas (realidade virtual e aumentada)

	ATIVIDADES	CANAIS DE COMUNICAÇÃO
(5) Escolher	Garantir o protagonismo e a autonomia dos participantes, permitindo que façam escolhas. Como será sua trilha de sensibilização Quais atividades dentro da jornada de sensibilização você prefere realizar? Temáticas prioritárias Dar muitas opções de ações ESG e deixar que ele escolha, Definir um projeto piloto; O que mais te sensibilizou? Qual iniciativa acha que seria mais fácil? Onde acha que terá maior resultado? Comprometimento Quer essa mudança? Quanto está disposto a investir nesse processo? Quando pretende começar? Prefere permanecer como está? Prefere continuar a gestão tradicional ou começar ESG? Avaliação Pontos positivos e negativos da jornada de sensibilização; sugestões de mudança.	Eventos e workshops Ferramentas de design E-mails Apps de mensagem Mural de sugestões e reclamações Pesquisas de satisfação

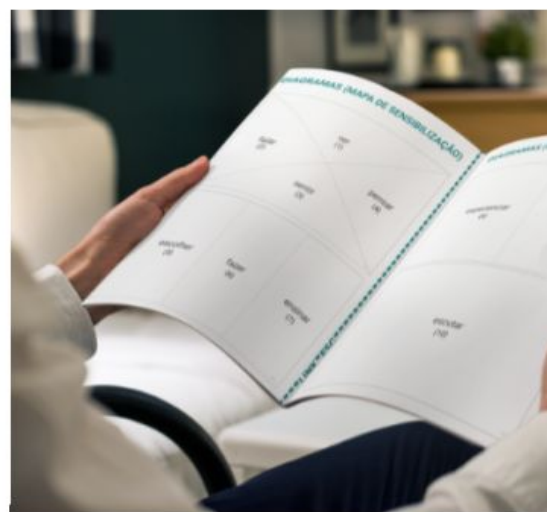
	ATIVIDADES	CANAIS DE COMUNICAÇÃO
(6) Fazer	Atividades práticas que permitam a experimentação de forma concreta e estimulem desenvolvimento de habilidades e competências, aplicando o conhecimento sobre o assunto em situações reais ou simuladas. Planejamento e Gestão Iniciar um plano de ação realizando levantamento dos pontos a serem melhorados, objetivos, prazos e metas, responsáveis por ações, setores envolvidos, softwares utilizado; experimentar o uso um dashboard de gestão, participar de sessão de design thinking, realizar matriz de decisão, simular cada uma das etapas de implantação ESG (Diagnóstico, levantamento de dados, definição de problema, formação, plano de ação, projetos de impacto, relatórios de gestão e monitoramento), simular uma empresa ESG entre os participantes. Fornecedores Criar critérios de classificação dos fornecedores, se aproximar de fornecedores propondo boas práticas. Redução de Impacto ambiental Definir o que podem reduzir de insumos, entrar em contato com iniciativas de restauração ambiental, propor intervenções, projetos e incentivos ao meio ambiente, Trabalhos de campo, como observação de fenômenos naturais e coleta de dados Responsabilidade Social Treinar pessoas para trabalhar na empresa, Conhecer projeto social, realizar trabalhos em grupo para resolver problemas e desenvolver soluções. Inovação Incluir um evento de criação na empresa utilizando ESG, criar um selo ESG, criar uma metodologia de planejamento estratégico que já tenha o ESG como parte fundamental, criação de projetos ou protótipos, ferramentas de design.	Eventos e workshops Apresentações Demonstrações Protótipos Visitas institucionais Vídeos e imagens Softwares e ferramentas de gestão Materiais gráficos

	ATIVIDADES	CANAIS DE COMUNICAÇÃO
(7) Ensinar	Compartilhamento de conhecimento Realizar lives, provocar o ambiente de seu alcance com intervenções urbanas, Levar pautas para o cotidiano, promover eventos que engajem o público com ESG, promover campanhas de educação sustentável, Ir em escolas, escrever um livro sobre as práticas em sua empresa, falar sobre ESG nos eventos da empresa, realizar eventos sociais, videos DIY, Posts em redes sociais, Fazer podcast, ensinar os filhos, ensinar os seus liderados, preparar uma apresentação ou aula sobre o assunto, realizar dinâmicas e jogos educativos, Elaborar exercícios e atividades para fixação do conteúdo, como questionários, mapas mentais, resumos, entre outros. Incentivo Premiar quem se destacar apresentando boas ideias e dedicação em ESG, contratar pessoas para conversar sobre em mesas de debates, fazer concurso de melhores práticas de ESG na empresa, receber empresários e pesquisadores para trocar ideias e melhorias para as práticas ESG, financiar cursos para colaboradores. Colaboração Ir em outras empresas falar sobre ESG, realizar de oficinas, disponibilizar a troca de informações com outras empresas, participar de políticas públicas ensinando suas boas práticas. Mídia e Divulgação Falar em escolas, mostrar porque acreditam em ESG, conscientizar vizinhos da importância da ESG.	Eventos e workshops Apresentações Visitas institucionais Vídeos e imagens Materiais gráficos Webinars e cursos online Redes sociais Videoconferências

	ATIVIDADES	CANAIS DE COMUNICAÇÃO
(8) Experienciar	Vivências na natureza e com a comunidade Um dia no Jardim Botânico, dormir à margem do rio, passeio de barco no rio, visitar localidades menos favorecidas, passar um final de semana na natureza, sem tecnologias digitais, terrenos baldios que podem ser transformados em hortas comunitárias, colher alimentos da horta para cozinhar, plantar, fazer trilhas, visita a reservas ambientais e de proteção a animais. Infraestrutura necessária Avaliação psicológica, equipe de saúde multidisciplinar, publicidade responsável, profissional responsável pela preservação da natureza e posicionamento ético na comunidade. Contraste entre diferentes ambientes Andar pela via mangue no dia da maré alta preocupação com a poluição do mangue x andar no mangue preservado, visitar um canavial x ambiente com mata, ambiente limpo x ambiente sujo, recolher plástico no mangue e outros ambientes naturais, visitar indústrias insalubres. Eventos Promover almoço em estabelecimentos que praticam ESG, promover um evento em resort que pratique ESG, participar de reuniões de conselho ESG.	Eventos e workshops Visitas guiadas Professores e instrutores

	ATIVIDADES	CANAIS DE COMUNICAÇÃO
(9) Silenciar	Atividades ao ar livre Andar de barco, pescar, caminhar em silêncio, contemplar o pôr ou nascer do sol, trilhas ecológicas, passeios ciclísticos, acampamento, retiro; Práticas corporais yoga, tai chi chuan, biodança, saudação ao sol, corrida, dança em silêncio; Práticas de relaxamento e terapias alternativas aromaterapia, massagem, acupuntura, vipassana, mindfulness, meditação, biodança; Estímulos sensoriais Escutar música clássica, mexer com flores (ikebana), comer frutas tiradas do pé, mergulhar, vivenciar cada um dos sentidos separadamente; Expressão artística Desenhar, se envolver com arte, escrever; Ambiente de trabalho Instituir um dia de relax na empresa, instalar um local para descanso e meditação.	Eventos e workshops Visitas guiadas Professores e instrutores Pesquisas de satisfação

	ATIVIDADES	CANAIS DE COMUNICAÇÃO
(10) Escutar	Ouvir especialistas em ESG, consultorias especializadas em transformação ESG, colaboradores, clientes e stakeholders Palestras, autoridades/chefes de estado falando sobre o assunto, grupos sociais/ambientais ongs, escutar crianças, escutar empresários que adotaram essas políticas, escutar grupos vulneráveis, sociólogos e outras especialidades acadêmicas, depoimentos de pessoas comuns, abrir um dia por mês para escutar colaboradores e comunidade Mídias e atividades assíncronas Trabalho com músicas, filmes, aulas online, Intervenções urbanas e interativas, peças de teatro e outras linguagens artísticas.	Eventos e workshops Palestras Videoconferências Webinars e cursos online Vídeos Programas de fidelidade Promoções



JORNADA

JORNADA DE SENSIBILIZAÇÃO

4 a 7 dias

	MÓDULO 1	MÓDULO 2		MÓDULO 3		MÓDULO 4
	ver - falar - sentir - pensar	escolher - fazer	ensinar	experienciar	silenciar	escutar
	☐ 8h ☐ 16h	8h	☐ 4h ☐ 8h	☐ 4h ☐ 8h	☐ 4h ☐ 8h	☐ 8h ☐ 16h
	Objetivos: percepção, protagonismo, conexão e compreensão	Objetivos: autonomia, engajamento, habilidades e competências	Objetivos: comunicação, repertório e multiplicação	Objetivo: conexões profundas, motivação e inspiração	Objetivo: processamento e integração de conhecimentos	Objetivo: assimilação de novas ideias, reflexão e crítica
I. Formato	☐ Presencial ☐ Online ☐ Híbrido	☐ Presencial ☐ Online ☐ Híbrido	☐ Presencial ☐ Online ☐ Híbrido	☐ Presencial	☐ Presencial	☐ Presencial ☐ Online ☐ Híbrido
II. Estratégias						
III. Temas e conteúdos						
IV. Materiais, ferramentas e techs						
V. Ambiente/local						
VI. Especialidades profissionais						
VII. Abordagem metodológica						
VIII. Avaliação da aprendizagem						
IX. Programação						
X. Metas						miro

Storytelling

CARLOS LIMA ANDRADE

DONO DE PEQUENA EMPRESA



Nas primeiras 4h apenas observou dados, práticas, fotos e depoimentos

Leu o E-book Link-ESG e decidiu participar da Jornada

Foi estimulado a falar sobre sua empresa e sobre seus desejos. Sentiu medo ao avaliar riscos para o futuro da sua família e funcionários

Pôde escolher como seria sua jornada

Participou de atividades práticas mapeando os problemas prioritários da sua empresa e escrevendo um artigo de podcast para informar os líderes de sua empresa

Conheceu um projeto de restauração ambiental na sua cidade e participou de uma aula sobre corais durante uma atividade de mergulho

Escutou vários palestrantes especialistas em ESG e comprou alguns produtos de consultorias que estavam no evento (planilhas e instrumentais para gestão financeira)



ROBERTO AVELAR

DIRETOR CRIATIVO



Nas primeiras 4h apenas observou cases de sucesso e alguns locais da sua cidade que ele não conhecia

Participou da Jornada por iniciativa de seu chefe

Foi estimulado a falar sobre suas ideias de projetos e seu conhecimento sobre sustentabilidade e responsabilidade social. Também se divertiu em uma apresentação feita por palhaços ecológicos

Pôde escolher como seria sua jornada

Participou de uma sessão de design thinking e fez um protótipo de um projeto ESG para sua empresa, além de preparar um roteiro em PPT para explicar o projeto para seus liderados

Conheceu um projeto social próximo a empresa onde trabalha e participou de uma aula de mindfulness no final

Assistiu filmes e aulas online relacionadas a ESG e inovação



“

Conheça a história de Paulo Dantas, dono de uma pequena empresa no setor de varejo do Recife, que estava enfrentando grandes desafios na gestão de seu negócio, devido ao crescente aumento da concorrência e queda nas vendas. Ele precisava encontrar uma maneira de aumentar a rentabilidade do seu negócio e sabia que precisava melhorar sua gestão financeira, por isso, conversou com alguns de seus gerentes de confiança sobre o assunto.

Foi então que numa manhã de quarta-feira um dos gerentes entrou em contato com ele dizendo que tinha encontrado um conteúdo muito interessante em um e-book sobre “negócios sustentáveis”. Paulo reagiu com ceticismo porque não estava interessado em resolver problemas do meio-ambiente, já que tinha problemas mais urgentes que o preocupavam, mas, diante da insistência daquele que era um de seus profissionais de confiança, se comprometeu a dar uma olhada no final de semana.

No sábado, ao finalizar a leitura de 25 páginas de conteúdo simplificado e objetivo, Paulo estava ainda mais preocupado: ele tinha compreendido o que precisava ser feito para sua empresa ter mais chances de prosperar no longo prazo, mas também percebeu que estava muito atrasado e desatualizado. Para lidar com a ansiedade subsequente à descoberta de uma nova perspectiva sobre negócios, discutiu o assunto com alguns amigos empresários mais próximos. Após algumas semanas e pesquisas decidiram fazer um investimento no “primeiro passo” para sustentabilizar suas empresas. Um dos quatro colegas tinha recebido uma indicação para participar de uma “Jornada” pouco convencional, que havia “aberto a cabeça” dos líderes e gerentes da empresa do seu amigo Henrique Pessoa.

Se organizaram para delegar e remarcar tarefas e compromissos profissionais por três dias úteis e se afastar dos compromissos familiares por um final de semana e foram juntos para a “Jornada LINK-ESG”

Nas primeiras horas Paulo ficou apenas observando. Ele viu dados interessantes sobre o sucesso de empresas engajadas com boas práticas de gestão e também notícias preocupantes sobre empresas e pessoas que já estavam sofrendo impactos negativos como consequência de irresponsabilidade corporativa. Ele ficou muito animado com os depoimentos de empresários experientes e com evidências apresentadas em gráficos e relatórios e ficou realmente interessado em saber mais sobre os painéis de inteligência analítica. Paulo percebeu que o espaço e a identidade visual do evento mostravam cenas naturais inspiradoras em contraste com ambientes degradados e sujos.

No final da manhã ele se sentiu muito à vontade para falar o que pensava sobre negócios sustentáveis, mesmo sabendo que não tinha muitas informações sobre o assunto. As pessoas que conduziam a atividade tinham formas de abordar o assunto que o faziam se sentir “em casa”, e além disso, ele estava com seus parceiros de trabalho. Neste momento também conheceu um pouco os outros empresários que estavam na mesma situação que ele.

Após o almoço, Paulo participou de atividades diferentes e até se divertiu bastante. Houve um momento específico em que sentiu medo ao pensar no bem-estar da sua família. No final do dia realizou uma pesquisa em grupo sobre um dos assuntos que mais o interessou, “metas de desenvolvimento sustentável” e também respondeu a algumas perguntas que foram feitas. Achou desnecessário mas curioso o sistema de pontuações e premiações que foi proposto, já que alguns participantes demonstraram muito entusiasmo com isso.

No segundo dia, a primeira parte da manhã foi dedicada a escolher o que ele gostaria de fazer nos próximos dias da jornada! Paulo e os outros participantes visualizaram a trilha completa da Jornada, até o final de semana, e receberam muitas opções para montar seu cronograma de atividades até a conclusão. Ele se sentiu seguro ao saber tudo que viria pela frente e muito motivado para realizar as atividades mais interessantes para ele. Algumas atividades que ele gostaria de fazer ficaram de fora devido à quantidade de opções, e ele até pensou em voltar com seus liderados e gerentes, caso avaliasse que valeria a pena.

A Jornada LINK-ESG de Paulo foi composta por levantar e priorizar os pontos a serem melhorados na sua empresa e mapear seus fornecedores com critérios de classificação. Além disso, ele conseguiu iniciar um mapeamento do ecossistema da sua empresa e ainda deu tempo de experimentar o uso de um dashboard de gestão muito avançado.

Paulo também participou de um grupo que estruturou uma proposta de Podcast cujo objetivo era informar todos os líderes de suas empresas sobre “Primeiros passos em direção à gestão ESG”. Embora não tenha participado das gravações de áudios, colaborou muito com o roteiro.

Para Paulo o quarto dia da Jornada foi o mais surpreendente pois todos conheceram a Associação Peixe Boi, em São Miguel dos Milagres. Assim ele conseguiu ver os problemas discutidos nos dias anteriores de uma perspectiva completamente diferente. No final deste dia ele ainda recebeu uma massagem e instruções para 20 minutos de meditação. Quando foi solicitado um breve feedback sobre estas experiências Paulo escreveu “Depois de alguns dias de muito aprendizado, consegui focar no que realmente importa e me sinto preparado para começar. Vale a pena a experiência!”

No último dia assistiu a diversas palestras dos melhores especialistas em ESG do mercado e até pôde tirar dúvidas com empresas de consultoria que mostraram soluções para ajudá-lo.

Uma das atividades realizadas por outros participantes da Jornada foi montar um grupo no whatsapp com propostas de ações conjuntas e, desde então, Paulo se comunica com eles. Atualmente está idealizando dois projetos de impacto em parceria com uma empresária da sua região. Sem contar que eles estão alimentando uma lista de fornecedores comprometidos com a agenda ESG, para facilitar as negociações para todos, de uma só vez. Também está estudando algumas propostas de consultorias que podem ajudá-lo a acelerar a transição para um modelo de gestão ESG.

Paulo pretende proporcionar a Jornada LINK-ESG para as lideranças da sua empresa. Ele tem indicado a Jornada para novos parceiros de negócio, sempre que tem oportunidade.

”

Validação

PLANEJAMENTO

NOME DO PROJETO

Design de serviço para gestão ESG

OBJETIVO DA PESQUISA

Consultar especialistas sobre inteligibilidade, relevância e aplicabilidade da proposta de solução para embasar posterior avaliação da factibilidade, viabilidade, desejabilidade e impacto potencial.

IMPACTO (O QUE VAMOS FAZER COM O RESULTADO DA PESQUISA)

Melhorias e ajustes; Preparação para testes junto a usuários e stakeholders; implementação de Jornadas de sensibilização ESG.

3 PORQUES (PORQUE PRECISAMOS FAZER ESSA PESQUISA)

1. Obter informações sobre inteligibilidade, relevância e aplicabilidade do serviço, junto a especialistas;
2. Tomar decisões informadas e orientadas por dados para ajustar o serviço;
3. Minimizar o risco de falha do serviço, melhorar a experiência do usuário e aumentar a probabilidade de sucesso do negócio.

PERFIL DE RECRUTAMENTO (COM QUEM QUEREMOS FALAR, EXIGÊNCIAS/EXPERIÊNCIAS PRÉVIAS)

Designers, consultores empresariais, psicólogos e especialistas em ESG

ENTREGÁVEIS

Mapa e jornada de sensibilização

FERRAMENTAS

PDF e G-forms

PROCEDIMENTOS

Apresentar E-book LINK-ESG

Solicitar preenchimento de formulário online

Realizar orientações individualizadas, se necessário

ITENS DA AVALIAÇÃO

Qual é sua principal profissão/ocupação?

(Designer, psicólogo, consultor empresarial, especialista em ESG, ambientalista, outros)

Qual a sua faixa de experiência profissional?

(Menos de 1 ano, 3 a 5 anos, 5 a 10 anos, 10 a 20 anos, mais de 20 anos)

De 0 a 10, o quanto você considera o trabalho coerente?

Considere: Contextualização, Objetivos e Justificativa, Problema, Personas e Proposta de solução
(Escala de 0 a 10)

Você considera que a proposta de solução "Mapa de Sensibilização" é compreensível?

(Sim, não, talvez, não sei responder)

Você gostaria de fazer sugestões de melhorias ou correções? Quais?

Quanto ao primeiro módulo da Jornada de Sensibilização (VER, SENTIR, PENSAR, FALAR), você avalia:

É compreensível? (Escala de 0 a 10)

É relevante? (Escala de 0 a 10)

É aplicável? (Escala de 0 a 10)

Quanto ao segundo módulo da Jornada de Sensibilização (ESCOLHER, FAZER, ENSINAR), você avalia:

É compreensível? (Escala de 0 a 10)

É relevante? (Escala de 0 a 10)

É aplicável? (Escala de 0 a 10)

Quanto ao terceiro módulo da Jornada de Sensibilização (EXPERIENCIAR E SILENCIAR), você avalia:

É compreensível? (Escala de 0 a 10)

É relevante? (Escala de 0 a 10)

É aplicável? (Escala de 0 a 10)

Quanto ao quarto módulo da Jornada de Sensibilização (ESCUTAR), você avalia:

É compreensível? (Escala de 0 a 10)

É relevante? (Escala de 0 a 10)

É aplicável? (Escala de 0 a 10)

Você gostaria de fazer sugestões de melhorias na Jornada? Quais?

**acesse o link
para
participar da
validação
[AQUI](#)**

Resultados

(ATUALIZADOS EM 12/05/2023)



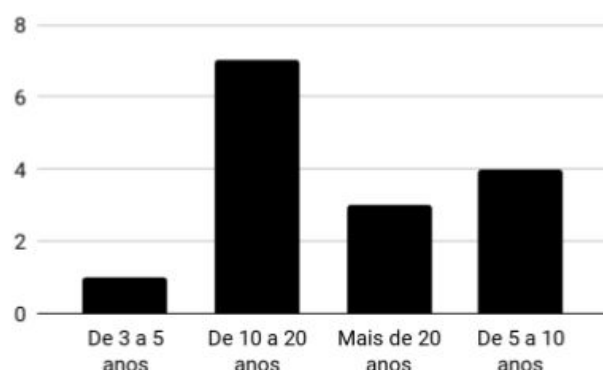
5 especialistas em sustentabilidade*
(gestão, projetos ou educação superior)

4 psicólogos

4 consultores empresariais

2 designers

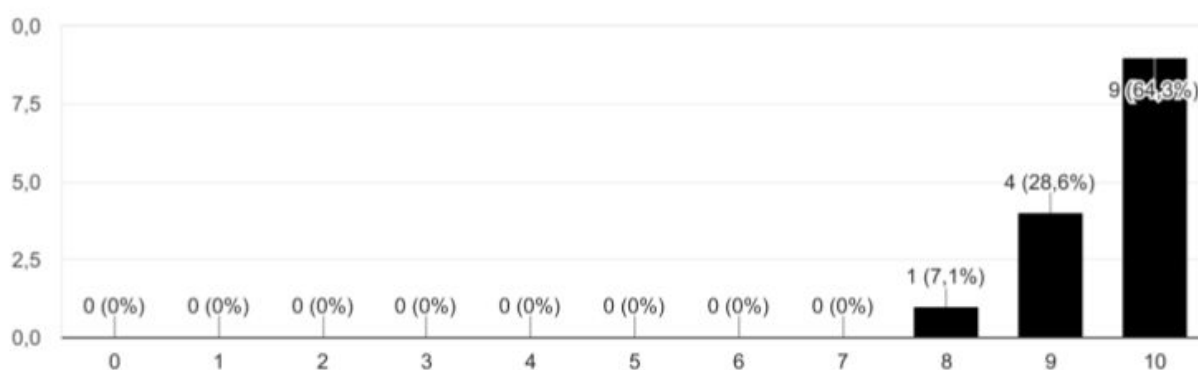
15 participantes



Média de 10 a 16 anos de experiência
apenas 1 pessoa com menos de 5 anos de experiência

De 0 a 10, o quanto considera o trabalho COERENTE?

Contextualização, Objetivos e Justificativa, Problema, Personas e Proposta de solução



PARA 80% O MAPA DE SENSIBILIZAÇÃO É COMPREENSÍVEL

AVALIAÇÕES QUALITATIVAS

SOBRE O MAPA DE SENSIBILIZAÇÃO

"O mapa de sensibilização é muito bem construído, coerente e flexível. Adaptável a qualquer perfil de necessidades"

Quatro especialistas questionaram a ordem dos itens apresentados no mapa de sensibilização: um afirmou não concordar com a disposição (1) ver (2) falar (3) sentir (4) pensar (5) escolher (6) fazer (7) ensinar (8) experienciar (9) silenciar (10) escutar; um afirmou não entender a razão de tal disposição; um(a) sugeriu que os itens (3) sentir e (4) pensar poderiam ser unidos e um sugeriu que o item (10) escutar deveria vir primeiro. Estes questionamentos foram realizados por consultores empresariais e professor universitário. Um(a) especialista sugeriu *"colocar o mapa de sensibilização numa folha só"*. Um(a) especialista psicólogo sugeriu que *"a realidade do modo de vida contemporâneo também pode servir de indicativo e lançar luz sobre as perspectivas e esperanças que sejam almejadas no futuro pessoal e profissional."*; e finalmente, um(a) especialista afirmou *"achei bem interessante a proposta"*.

SOBRE A JORNADA DE SENSIBILIZAÇÃO

"Os módulos são apresentados de forma totalmente flexível, o que pode permitir a adaptação para períodos mais curtos."

Quatro especialistas questionaram de alguma forma o fator TEMPO da jornada, sendo um comentário acerca da *"falta de paciência"* do público-alvo devido a *"capacidades sensoriais comprometidas"*; um comentário sugerindo versões mais compactas *"de acordo com nível de maturidade ESG"*; um comentário sugerindo *"não necessitando passar por todas as fases obrigatoriamente"* e um último sugerindo que as ações possam ser espaçadas entre si. Um(a) especialista validou a importância do item (7) ensinar, porém questionando que *"depende muito do cliente e é algo muito particular."*

AVALIAÇÕES POR MÓDULOS

	MÓDULO 1	MÓDULO 2		MÓDULO 3		MÓDULO 4
	ver - falar - sentir - pensar	escolher - fazer	ensinar	experienciar	silenciar	escutar
	08h 16h	8h	04h 08h	04h 08h	04h 08h	08h 16h
	Objetivos: percepção, protagonismo, conexão e compreensão	Objetivos: autonomia, engajamento, habilidades e competências	Objetivos: comunicação, repertório e multiplicação	Objetivo: conexões profundas, motivação e inspiração	Objetivo: processamento e integração de conhecimentos	Objetivo: assimilação de novas ideias, reflexão e crítica
compreensível	140	145		141		143
relevante	142	143		138		144
aplicável	136	131		131		143
TOTAL	418	419		410		430

Os módulos foram avaliados por especialistas considerando uma escala de 0 a 10 para cada um dos três critérios (1) compreensível (2) relevante e (3) aplicável: A pontuação máxima possível, de acordo com o número de participantes, seria 450pts. Foi observada tendência de avaliação positiva para todos os módulos considerando uma diferença de apenas 40pts para pontuação máxima considerando o módulo menos pontuado.

O MÓDULO 4 (escutar) foi avaliado como o mais relevante a aplicável;
O MÓDULO 2 (escolher-fazer-ensinar) foi avaliado como o mais compreensível;
O MÓDULO 3 (experienciar-silenciar) foi avaliado como menos relevante e aplicável;
O MÓDULO 1 (ver-falar-sentir-pensar) foi avaliado como o menos compreensível.

Foi observada diferença de apenas 20pts entre as avaliações dos módulos.

Conclusões

LIMITAÇÕES DA VALIDAÇÃO

Considerar viés de afinidade: alguns especialistas participantes já conheciam a pesquisadora anteriormente;

Considerar prazo curto para validação: em apenas quatro dias alguns especialistas avaliaram e outros não tiveram tempo hábil;

Considerar que o material completo enviado para análise (e-book contendo contextualização, público-alvo, personas, problema, proposta, storytelling, desenvolvimento, metodologia, referências, agradecimentos e apêndices) embora objetivo, ainda era extenso;

Considerar validação mais criteriosa junto a especialistas, em outro formato;

Considerar a utilização de outros critérios além de compreensão, relevância e aplicabilidade.

Considerar a baixa participação e contribuição de especialistas designers.

APRENDIZADOS DA VALIDAÇÃO

É importante destacar *à priori* que os módulos da Jornada de Sensibilização podem ser operacionalizados separadamente;

É possível realizar novo esforço para desenhar o Mapa de Sensibilização em apenas uma página;

É necessário justificar o embasamento em abordagem psicológica da proposta, justificando que a escolha e a ordem dos componentes (1) ver (2) falar (3) sentir (4) pensar (5) escolher (6) fazer (7) ensinar (8) experienciar (9) silenciar (10) escutar precisam ser testadas junto a usuários, pois, disto depende a validação de viabilidade, factibilidade, desejabilidade, impacto e eficiência da proposta;

É possível considerar que o fator inovação do projeto se encontra justamente na definição e na disposição dos componentes da jornada de forma diferenciada (salientando (8) experienciar, (9) silenciar e por último (10) escutar), uma vez que propostas de sensibilização tradicionais, aparentemente, não têm gerado resultados impactantes ou satisfatórios.

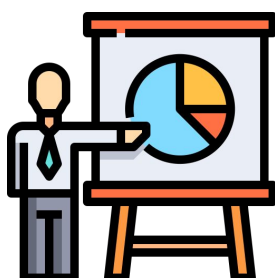
PRÓXIMOS PASSOS



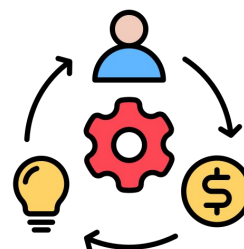
Ajustar e iterar priorizando a pesquisa de problemas relacionados à aplicabilidade e paralelamente desenvolver os próximos módulos da trilha de consultoria



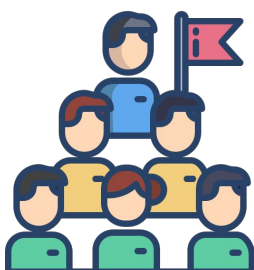
Validar junto a usuários



Aprimorar e divulgar Pitch



Definir modelo de negócio



Definir equipe e atribuições



Operacionalizar projeto piloto

Referências

Acosta, Alberto. **O bem viver: uma oportunidade para imaginar outros mundos**. Editora Elefante. 2016.

B3. Brasil, Bolsa, Balcão. **Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3)**. Disponível em: < https://www.b3.com.br/pt_br/ > Acesso em: outubro de 2022.

B3. Brasil, Bolsa, Balcão. **ESG Workspace**. Disponível em: < <https://esgworkspace.b3.com.br/> > Acesso em: outubro de 2022.

Bellen, Michel Hans van. **Indicadores de Sustentabilidade - uma análise comparativa**. Rio de Janeiro - RJ. Editora FGV, 2006).

B-Lab. **B Lab Global** Disponível em: < <https://www.bcorporation.net/en-us/> > Acesso em: outubro de 2022.

Cardoso, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: UBU 2017.

Deleuze. **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

Donaldson, Thomas; Lee, Preston E. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. **The Academy of Management Review**. Vol. 20, No. 1, pp. 65-91. Jan. 1995.

Dunker, C; Junior, N. S; Safatle, V. (Orgs). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Ed. Autêntica. 2021.

Elkington, Jonh. **Sustentabilidade: Canibais com Garfo e Faca**. Editora: M. Books 1998.

Elkington, John. 25 Years Ago I Coined the Phrase “Triple Bottom Line.” Here’s Why It’s Time to Rethink It. **Harvard Business Review**. Disponível em: < <https://hbr.org/> > Acesso em: outubro de 2022.

Feng, Changli; Ma, Ruize; Jiang, Lin. The impact of service innovation on firm performance: a meta-analysis. **Journal of Service Management**. Vol. 32 (3), p. 289-314, 2021.

Fanon, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Salvador: Ed. UFBA, 2008.

Freeman, R. Edward. **Strategic Management: A Stakeholder Approach (1984)** Cambridge University Press. University of Virginia. February 2015. Disponível em: <<https://www.cambridge.org/core>>. Acesso em: outubro de 2022.

Guattari, F & Rolnik, S. **Micropolítica: cartografias do desejo**. Petrópolis: VOZES, 2007.

Guattari, F. **As três ecologias**. Papirus. 1990.

Hooks, B. **Tudo sobre o amor: novas perspectivas**. Elefante, 2020.

Ibañez, Nelson; Neto, Gonzalo Vecina. Modelos de gestão e o SUS. **Ciência & Saúde Coletiva**. 12(Sup):1831-1840, 2007.

Jo, Hoje; Harjoto, Maretno A. The Causal Effect of Corporate Governance on Corporate Social Responsibility. **Journal of Business Ethics**. vol. 106, pp. 53–72. 2012.

Krenak, Ailton. **Ideias para adiar o fim do mundo**. Ed. Cia das Letras. 2020.

Larrosa, J. **Notas sobre a experiência e o saber de experiência.** Educação e Realidade, v. 22, n. 2, p. 71-82, jul./dez. 1997.

Lee, Ki-Hoon; Cin, Beom Cheol; Lee Eui Young. Environmental Responsibility and Firm Performance: The Application of an Environmental, Social and Governance Model. **Business Strategy and the Environment**. Vol. 25 (1) p. 40-53 Jan, 2016.

Liu, Yuhan; Kim, Choo Yeon; Lee, Eun Hwa; Yoo, Jae Wook. Relationship between Sustainable Management Activities and Financial Performance: Mediating Effects of Non-Financial Performance and Moderating Effects of Institutional Environment. **Sustainability**, 14 (1168), pp. 2022

Lo, Yee Kar; Kwan, Calvin Lee. The Effect of Environmental, Social, Governance and Sustainability Initiatives on Stock Value – Examining Market Response to Initiatives Undertaken by Listed Companies. **Corporate Social Responsibility and Environment Management**. Vol. 24(6). Nov-dez, 2017.

Lönngren, Johanna; Poeck, Katrien van. Wicked problems: a mapping review of the literature. International. **Journal of Sustainable Development & World Ecology**. Vol. 28 (6), p. 481-502. Dez, 2020.

LOVISCEK, Vittoria. Triple Bottom Line toward a Holistic Framework for Sustainability: A Systematic Review. **Journal of Contemporary Administration**, v. 25, n. 3, 2021.

MEADOWS, D. H. et al. **Os limites do crescimento: um relatório para o Projeto do Clube de Roma sobre o dilema da humanidade.** Coleção debates. Editora Perspectiva, 1973.

MIT Brasil. **MIT Technology Review** Disponível em: < <https://mittechreview.com.br/> > Acesso em: outubro de 2022.

NYU Stern. **Determining the Financial Impact of ESG Investing.** Disponível em: < <https://www.stern.nyu.edu/>>. Acesso em: outubro de 2022a.

NYU Stern. **Sustainability Tools.** Disponível em: < <https://www.stern.nyu.edu/>>. Acesso em: outubro de 2022b.

Onocko Campos, R. T.; & Wagner de S. Campos, G. Co-construção de autonomia: o sujeito em questão. In: G. W. de S. Campos, M. C. S. Minayo, M. Akerman, M. Drumond Júnior, & Y. M. Carvalho (Orgs.), **Tratado de Saúde Coletiva.** Editora Hucitec/Fiocruz, pg. 669-668, 2006.

Orlitzky, Marc; Schmidt, Frank L.; Rynes, Sara, L. **Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis.** Organization Studies, 24(3), pp. 403–441, 2003.

Parmar, L. Bidhan; Freeman, Edward R; Harrison, Jeffrey, S; Andrew C. Wicks; Purnell, Lauren; Colle, Simone de. Stakeholder Theory: The State of the Art. **Academy of Management Annals**. Vol. 4(1). Jan, 2010.

Freire, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa.** São Paulo: Paz, 1996.

Rahman, Rashidah Abdul; Alsayegh, Maha Faisal. Determinants of Corporate Environment, Social and Governance (ESG) Reporting among Asian Firms. **Journal of Risk and Financial Management**. Vol. 14 (167). p. 1-13, 2021.

Shahzad, Ali M; Rutherford, Matthew A; Sharfman, Mark P. Stakeholder-Centric Governance and Corporate Social Performance: A Cross-National Study. **Corporate Social Responsibility and Environment Management**. Vol. 23(2). Mar-abr, 2016.

Sistema B. **Sistema B Brasil** Disponível em: < <https://www.sistemabbrasil.org/> > Acesso em: outubro de 2022.

Stickdorn, Marc; Schneider, Jakob. **Isto é design thinking de serviços: fundamentos, ferramentas, casos**. Porto Alegre: Bookman Editora, 2014.

Stubbs, Wendy; Rogers, Paul. Lifting the veil on environment-social-governance rating methods. **Social Responsibility Journal**, Vol. 9 No. 4, p. 622-640, 2013.

Soepboer, René. **PROVO. Amsterdam e o nascimento da contracultura**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2005.

Kazazian, Thierry (Org.). **Haverá a idade das coisas leves**. São Paulo: Editora: Senac . 2009.

Torre, E. H. G; Amarante, P. Protagonismo e subjetividade: a construção coletiva no campo da saúde mental. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 1, p. 73-85, 2001.

Vassão, Caio A.. **Metadesign. Ferramentas, estratégias e ética para a complexidade**. Blucher. 2010.

Volans. **Volans Ventures Limited**. Disponível em: < <https://volans.com/> > Acesso em: outubro de 2022.

Widyawati, Luluk. A systematic literature review of socially responsible investment and environmental social governance metrics. **Business Strategy and the Environment**. Vol, 29 (2) p. 619-637. Feb, 2020.

Wyrzykowska, Barbara. Teal Organizations: Literature Review and Future Research Directions. **Central European Management Journal**. Vol. 27 (4), pp. 124–141, 2019.

Xie, Jun; Yagi, Michiyuri; Fuji, Hidemichi; Shunsuke, Managi. Do environmental, social, and governance activities improve corporate financial performance? **Business Strategy and the Environment**. Vol. 28 (2). Fev. 2019.

Agradecimentos

LEONARDO CASTILLO (ORIENTADOR PC2)

AMILTON ARRUDA (ORIENTADOR PC1)

WALTER FRANKLIN

ANA EMILIA CASTRO

ANDRÉ NEVES

SIMONE DE BARROS

HIROSHI KOIKE

HANS WAECHTER, ORIANA DUARTE

CRISTINA IBARRA, SILVIO CAMPELLO, GISELA LEÃO, MARCELO SOARES

CAIO VASSÃO

PEDRO BALGA

CIBELLE, ANTONIO, GLAUCE, FERNANDA, LUCAS, MARIANA, JONAS (Gestex)

MARIA DAS GRAÇAS, ANA PAULA, ITAMAR, MARCELO, VALÉRIA, MYRTES E YVANA ALENCASTRO (C.E.S.A.R)

PATRICIA OLIVEIRA, AYL A E DIOGO ARAÚJO (Aika)

ITAMAR LAGES, BERNADETE ANTUNES, WELLINGTON, THAIS, JULIANA, JÉSSICA E LORENA (Cebes)

ELVIRA, PAULO, SINTIA, AGNES, BIANCA, ALEXYA E TAMARA (Creas Miguel Otávio)

FERNANDO ARRUDA, JUVENIL SILVA, RAYO E NATHALIA (Pina)

BIANCA NAOMY, TAIS, ALINE E RICARDO (Unic)

VICTOR ALMEIDA

MILENA GERMANO

ANDRÊS DE NUCCIO

IVAN CARDOSO

JESSICA DOMINGOS, DANILO GOULART E NETO CARDOSO

MARJORIE, MAYARA, AMALIA, VICENTE E MIRELA CHENEDEZZI

THIAGO SANTOS, SILMARA MONTEJANO, HELTON SOUZA E FILIPE BERTANHA

MARCIO MOMESSO, BRUNO BERTAZZO, ANA CLARA REUTER E PEPE NUÑES

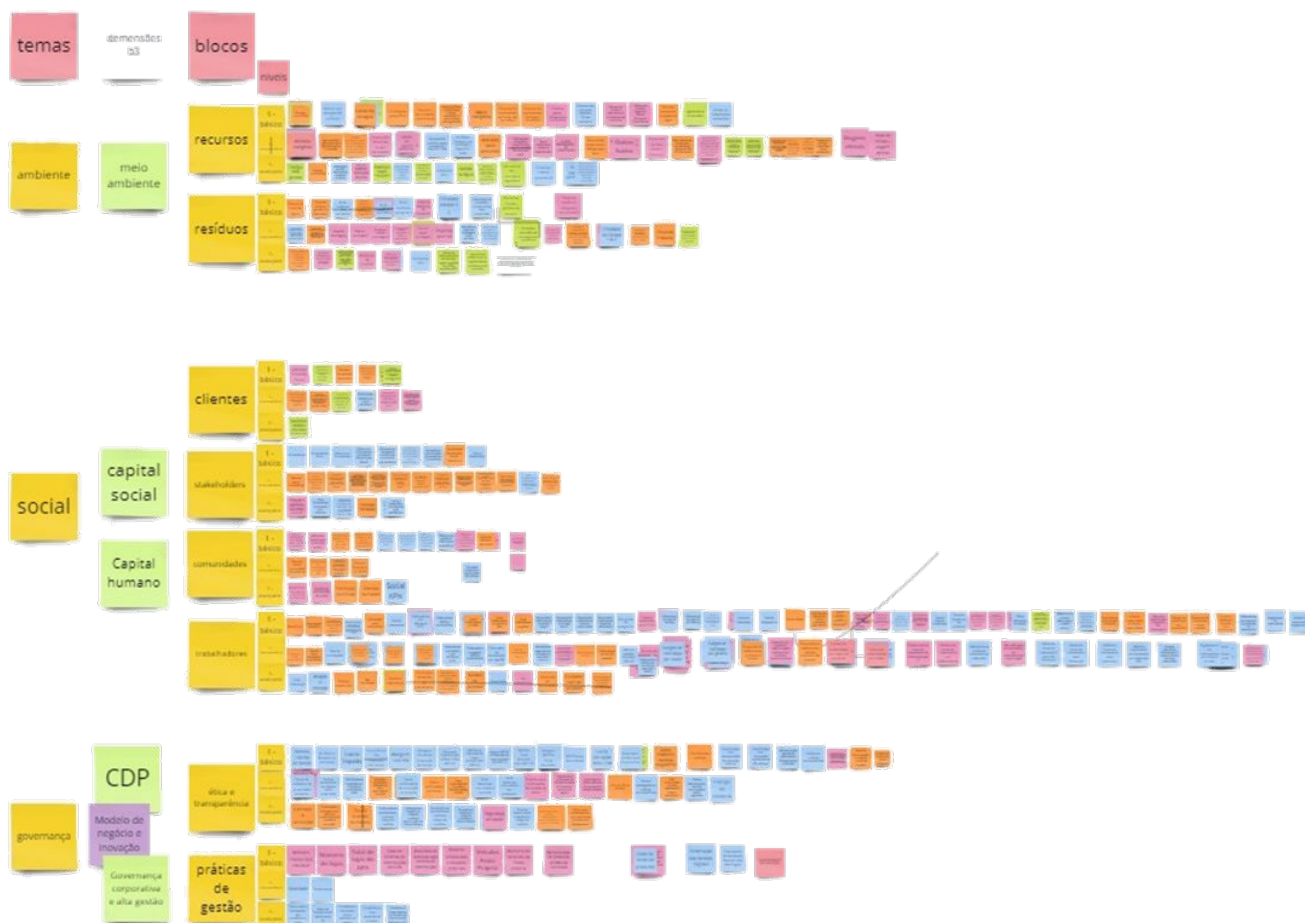
VILMA, DALMO, DALBERT, DANIELA, PRISCILA, ENEAS E HELENA

XÊPA E FRIDA

COM AMOR.

Apêndices

Matriz por tema,
por blocos, por
níveis:



REFERENCIAS

SASB

GRI

ODS

FALCONI

B-
LAB

GPA

EDP
ENERGIAS

RENNER

NATURA

O que podemos mostrar para o público-alvo VER e se sensibilizar em relação a ESG?



Quais perguntas podemos fazer para sensibilizar Paulo e Henrique?



Como p **Apresentar** estimular a SENTIR? (Afetos e sentidos)



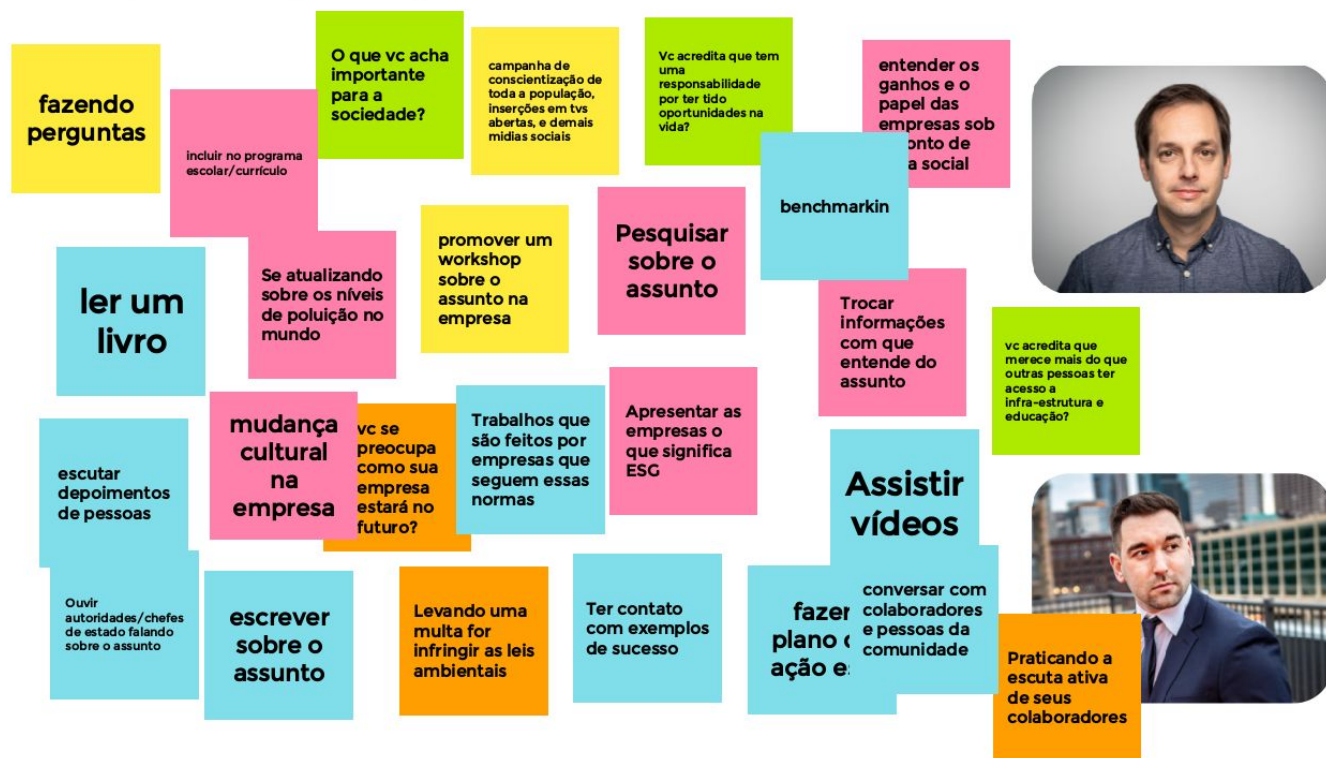
Como podemos estimular a FALAR o que pensam?



Como podemos ajudar o público alvo a tomar boas decisões? Que opções e situações de escolha podemos oferecer? Dentro do processo de sensibilização, o que ele pode ESCOLHER?



Como podemos ajudar o público-alvo a PENSAR sobre ESG?



Como podemos ajudar o público-alvo a ENSINAR sobre ESG?



Dentro do processo de sensibilização, o que ele pode FAZER? (Atividades mão-na-massa)



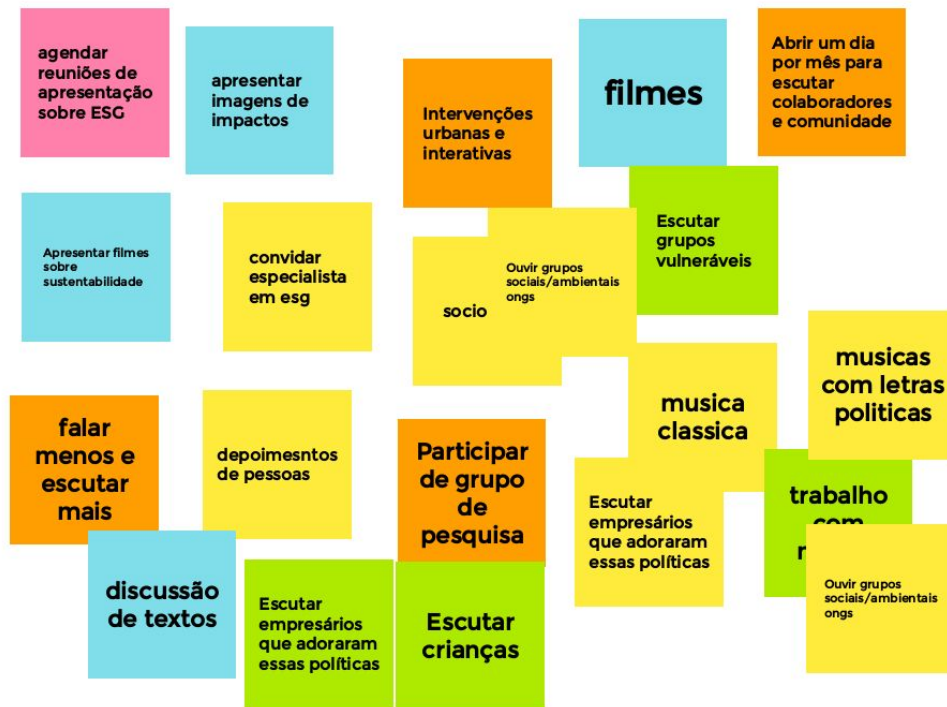
Como podemos **dar** o público alvo a SILENCIAR? Onde?



O que podemos proporcionar para o público-alvo EXPERENCIAR sustentabilidade, responsabilidade social e gestão ESG? Onde podemos levá-lo? Em quais situações podemos colocá-lo?



Como podemos fazer o público alvo ESCUTAR sobre ESG?



MUITO OBRIGADA!

Esta obra está licenciada com uma [Licença Creative Commons Atribuição-Compartilha Igual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



**UNIVERSIDADE
FEDERAL
DE PERNAMBUCO**

**LINK-ESG: PROPOSTA DE FRAMEWORK SIMPLIFICADO PARA
JORNADAS DE SENSIBILIZAÇÃO EM ESG**
DIGIANE RAPHAELA MARTINS
PROF. LEONARDO CASTILLO
PROJETO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE DESIGN
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
RECIFE/2023