

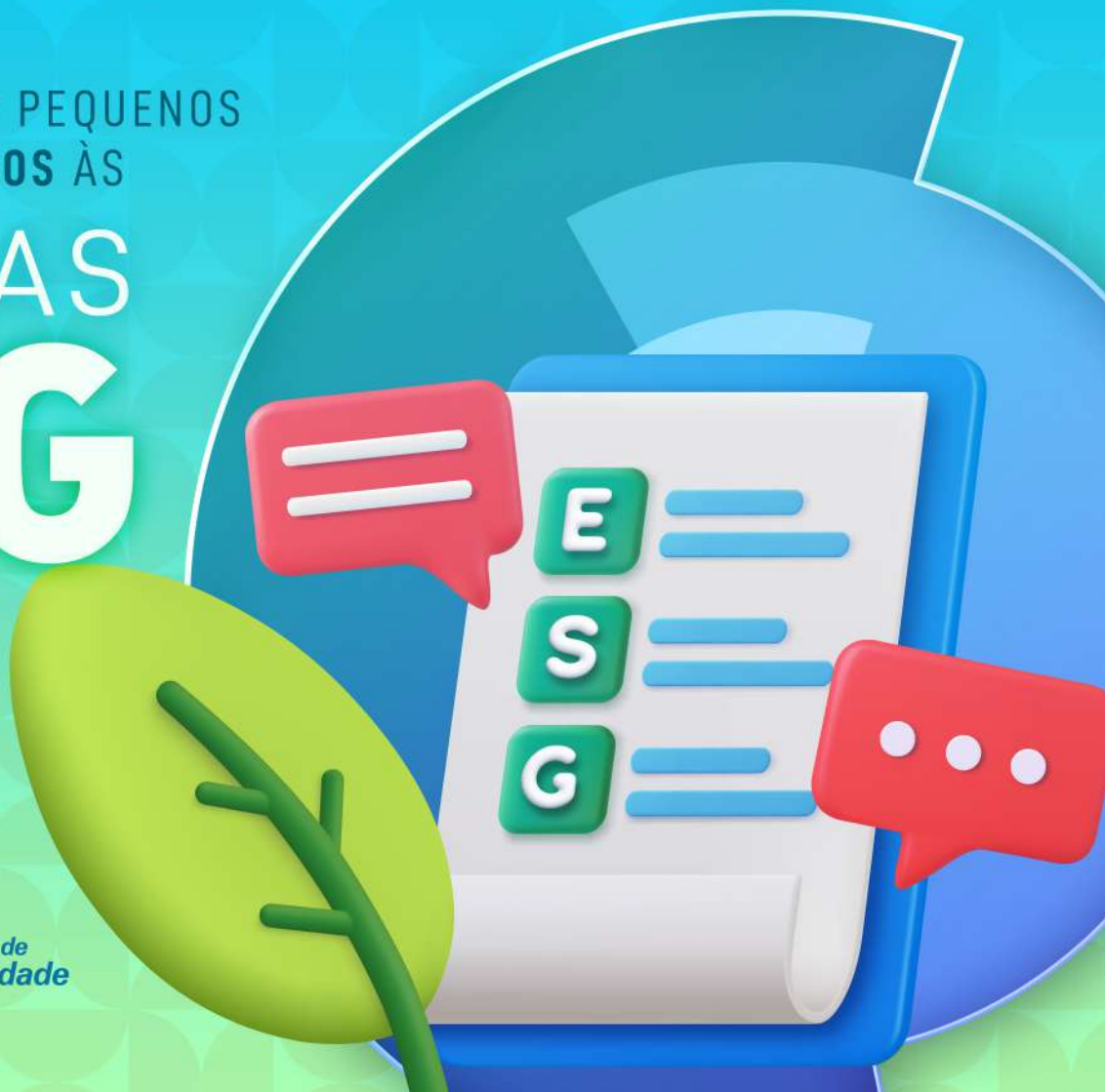
**PESQUISA**

O ENGAJAMENTO DOS PEQUENOS  
NEGÓCIOS BRASILEIROS ÀS

# PRÁTICAS ESG



Centro Sebrae de  
Sustentabilidade





# FICHA TÉCNICA

## SEBRAE NACIONAL

- *Presidente do Conselho Deliberativo*  
José Zeferino Pedrozo
- *Diretor – Presidente*  
Décio Nery de Lima
- *Diretor Técnico*  
Bruno Quick Lourenço de Lima
- *Diretora Administrativo-Financeiro*  
Margarete de Castro Coelho

## APLICAÇÃO, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

- **Núcleo de Inteligência de Mercado**
- *Gerente*  
Diego Buscariol de Almeida
- *Coordenação*  
Amanda A. Alves

## SEBRAE MATO GROSSO

- *Presidente do Conselho Deliberativo*  
Jonas Alves de Souza
- *Diretora - Superintendente*  
Lélia Rocha Abadio Brun
- *Diretor Técnico*  
André Luiz Spinelli Schelini
- *Diretor Administrativo-Financeiro*  
Roberto Henrique Dahmer

- *Metanálise*  
Jorge Alves Sousa
- *ABC Associados*  
Aron Belinky      Renato Moya  
Luiz Macedo      Pedro Mazzarella

## PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO TÉCNICA

- **Gerência do Centro SEBRAE de Sustentabilidade**
- *Gerente*  
Helen Camargo de Almeida
- *Coordenação*  
Nager Castilho Amui



# PALAVRA DA DIRETORIA



O Centro SEBRAE de Sustentabilidade é o polo de referência nacional em sustentabilidade e com esse foco nós orientamos as iniciativas no Estado pautadas com o nosso propósito de transformar os pequenos negócios protagonistas do desenvolvimento sustentável do país. Esse propósito está intrinsecamente ligado à disseminação dos conceitos e engajamento dos pequenos negócios para com a sustentabilidade, além da consciência empreendedora da sua contribuição na construção do futuro para o qual estamos caminhando.

A Pesquisa **O Engajamento dos Pequenos Negócios Brasileiros às práticas ESG** foi desenvolvida para que a instituição entenda como os Pequenos Negócios estão utilizando as práticas ESG como forma de garantir a sobrevivência, otimizar custos, buscar a competitividade, ampliar a produtividade e principalmente estimular o ecossistema dentro e fora da organização.

Relacionado ao conceito de Governança, o Sebrae também entende de forma positiva todo o trabalho que já foi realizado ao longo dos anos em prol da melhoria do ambiente de negócios para que as Micro e pequenas empresas possam empreender, desenvolver e prosperar por meio da Rede Sebrae e dos atores locais de desenvolvimento, presentes em todos os municípios brasileiros e ancorados dentro da Lei Complementar nº123 e demais normativas legais que dão sustentação à estratégia.

Do ponto de vista social, temos a inserção dos pequenos negócios nas cadeias produtivas e tecnológicas, tanto no mercado doméstico, quanto internacional. E do aspecto ambiental, como as empresas podem contribuir com suas práticas de gestão interna na organização.



É importante destacar também que no aspecto internacional, o modelo de desenvolvimento econômico e social brasileiro está intrinsecamente ligado ao sucesso dos pequenos negócios, considerando que majoritariamente o universo empresarial brasileiro são micro e pequenas empresas, em grande maioria o MEI (Microempreendedor Individual), seguido da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte. E temos uma gama de empreendedores individuais que iniciaram, seja por necessidade ou oportunidade, que também precisam tomar consciência na gestão de seus negócios.

*André Luiz Spinelli Schelini*  
Diretor Técnico Sebrae Mato Grosso



# INTRO DUÇÃO

## NOSSO MUNDO ESTÁ MUDANDO RAPIDAMENTE.

A forma como o universo empresarial existiu e operou já não é a mesma. As transformações externas e internas tendem a impactar a maneira com a qual as empresas fazem negócios e como realizam suas ações. Desta transformação, surgem iniciativas como ESG.

O termo **ESG** é uma sigla em inglês, com o seguinte significado: **Environmental, Social and Governance**. Tal sigla diz respeito às práticas Ambientais, Sociais e de Governança de uma organização corporativa.

Cada vez mais, espera-se que as empresas sigam iniciativas ESG, por parte do público, além das partes interessadas exigirem a tomada de decisões éticas, porém, rentáveis. A letra **E** significa **Ambiental**, como se vê afetado o mundo natural; a letra **S** significa

**Social**, como uma corporação se integra dentro do contexto da nossa sociedade; e a letra **G** significa **Governança**, como se dirige e opera uma organização.

Desta forma, o Sebrae, em sua constante evolução e aprendizado, tem desenvolvido e aperfeiçoado produtos para diversos segmentos, esse desenvolvimento é realizado pela escuta ativa dos seus clientes. A vista disso, as informações obtidas com a presente pesquisa, pretenderam fornecer elementos importantes para subsidiar adequações e melhorias nas estratégias e abordagens, possibilitando o delineamento de um plano de ação que simplifique conhecimento e aplicabilidade de iniciativas ESG em todo o universo de empresas atendidas pelo sistema Sebrae.

# 1. OBJETIVOS



O objetivo da pesquisa foi diagnosticar o conhecimento e engajamento das micro e pequenas empresas brasileiras em sustentabilidade norteada por iniciativas ESG.

O questionário foi orientado por três objetivos principais:

- *Garantir que a pesquisa esteja atualizada e consistente no que diz respeito à aplicação da sustentabilidade empresarial no contexto das Micro e pequenas empresas, inclusive quanto às agendas dos ODS e aos critérios ESG;*
- *Desenvolver no questionário uma pauta e narrativa que permitam aferir as reais percepções e práticas das empresas entrevistadas, evitando (ou detectando) vieses conscientes ou inconscientes dos respondentes;*
- *Interpretar os resultados, buscando insights e conclusões úteis para a atuação do Centro Sebrae de Sustentabilidade e demais potenciais leitores da pesquisa.*



## 2. METODOLOGIA

Os elementos que integram as ações operacionais planejadas para o Estudo de ESG nas Micro e pequenas empresas foram: Pesquisa de abrangência nacional quantitativa aplicada por telefone, com representatividade estadual.

### 2.1 — Quanto à Amostra da Pesquisa Quantitativa

Considerando o universo de pesquisa em Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) localizadas em todo país. Assim, utilizou-se inicialmente o critério de amostra probabilística, conforme equação abaixo descrita para população infinita, pois a amostra tem tamanho (n) menor que 5% do tamanho da população (N), na qual a estimativa estabelecida pelo Sebrae-MT foi de 4000 empresas pesquisadas e ajustada para 3.623 empresas (tabela 1), considerando o universo de 7.087.181 empresas até 08/2022, com base na Receita Federal do Brasil.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

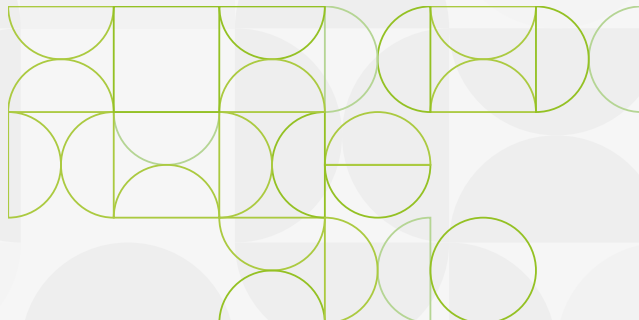
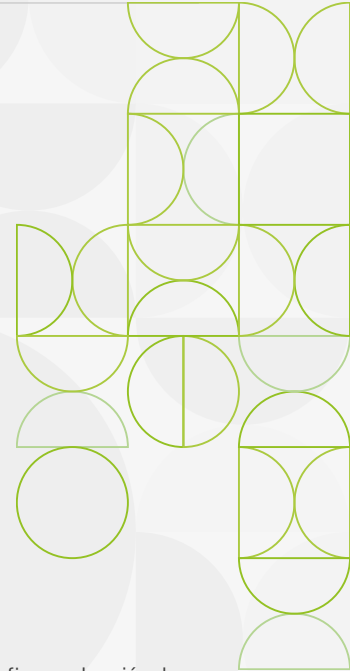
Onde:

**n** – Tamanho da amostra calculada

**Z** – Valor crítico correspondente ao grau de confiança desejável 1,96 (nível de confiança = 95%)

**p** – Proporção populacional de indivíduos que pertence a uma das categorias que estamos interessados em estudar = 85% (ME)

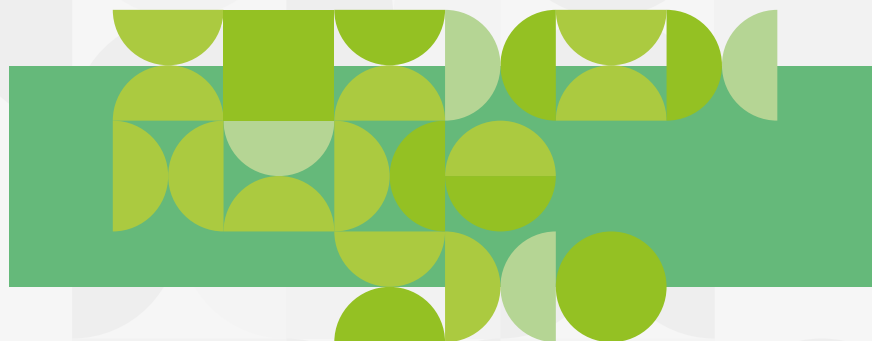
**e** – Erro amostral = 1,1%





Unidade Federativa	Quantidade	%	Unidade Federativa	Quantidade	%	Unidade Federativa	Quantidade	%
Acre	10	0,3	Maranhão	69	1,9	Rio de Janeiro	269	7,4
Alagoas	32	0,9	Mato Grosso	112	3,1	Rio Grande do Norte	47	1,3
Amapá	10	0,3	Mato Grosso do Sul	63	1,7	Rio Grande do Sul	292	8,1
Amazonas	46	1,3	Minas Gerais	412	11,4	Rondônia	28	0,8
Bahia	190	5,2	Pará	79	2,2	Roraima	9	0,3
Ceará	109	3,0	Paraíba	49	1,4	Santa Catarina	223	6,2
Distrito Federal	79	2,2	Paraná	332	9,2	São Paulo	728	20,1
Espírito Santo	85	2,4	Pernambuco	102	2,8	Sergipe	25	0,7
Goiás	156	4,3	Piauí	41	1,1	Tocantins	26	0,7
<b>Total</b>							<b>3623</b>	<b>100,00</b>

Tabela 1 - Distribuição amostral por Unidade de Federação



# 3. PRINCIPAIS RESULTADOS

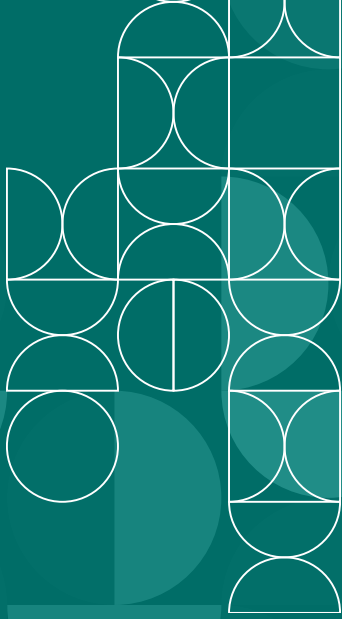
Com esta iniciativa, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas (SEBRAE), buscou conhecer o engajamento dos pequenos negócios na agenda ESG através da preocupação e práticas adotadas por iniciativas ambientais, sociais e de governança, além da consideração de outras características comuns ao tema.

O levantamento dos dados possibilitou identificar:

- Aproximadamente um terço das empresas já se sentiram pressionadas ou cobradas para incorporar práticas ESG à sua gestão (**E=30%**, **S=29%** e **G=36%**). Considerando a grande exposição do tema nos meios de comunicação e o aumento de sua importância na agenda das grandes empresas, dos governos e da sociedade em geral, esse percentual parece baixo. É alerta, pois pode indicar atraso no reconhecimento mais pragmático da questão ESG pelas MPEs.
- Dentre todas as respondentes, **91%** consideram "Muito importante" ou "Importante" a preocupação com incluir aspectos ESG em sua gestão, em relação a aspectos ambientais. Em relação a aspectos sociais esse percentual é de **81%**, e a aspectos de governança **87%**.
- É majoritário o percentual de empresas que declaram adotar práticas ESG em sua gestão: **75%**, **56%** e **87%**, respectivamente.
- As MPEs entrevistadas adotam práticas ESG movidas, não tanto pela pressão que percebem receber de suas partes interessadas, mas por outras razões. Uma possibilidade é a compreensão da importância dessas questões para o seu negócio. Outra é a percepção da relevância que esses temas têm para a sociedade como um todo. Apesar do lado positivo, a baixa percepção de cobrança, podem indicar que

as MPEs ainda não têm sido confrontadas de forma mais sistemática ou objetiva sobre a agenda ESG. Com isso, apesar de sua boa disposição, podem ser surpreendidas por futuras demandas sobre o tema.

- Os baixos percentuais de conhecimento sobre referenciais e termos-chave da pauta ESG reforçam essa preocupação.
- Por outro lado, há indicações de uma correlação positiva entre o conhecimento do CSS e o perfil das MPEs sobre ESG.
- O nível de importância dado à preocupação com aspectos ESG na gestão do negócio é maior dentre as empresas que já se sentiram pressionadas. Dentre as empresas que classificaram como "muito importante" a preocupação com aspectos sociais, **43%** já se sentiram cobradas sobre esse assunto: um percentual significativamente maior que o peso desse grupo no total da amostra (**29%**). Mesmo que em menor proporção, o mesmo se repete em relação a aspectos ambientais e de governança.
- *Sustentabilidade empresarial*, é termo conhecido por **72%** das respondentes. *Pacto Global da ONU* e *ODS* são conhecidos pela maioria (**58%** e **51%**), respectivamente. Já *ASG/ESG* e *Sistema B/Empresas B* são muito pouco conhecidos: **14%** e **11%**, respectivamente.
- O *Sebrae* é conhecido por praticamente todas as empresas (**94%**), com destaque para o *Sebrae na sua Empresa* (**47%**).
- O *Centro SEBRAE de Sustentabilidade* é conhecido por **23%**, e há importantes correlações entre esse conhecimento e a postura ESG das empresas.

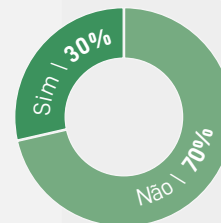


# RESULTADOS

---

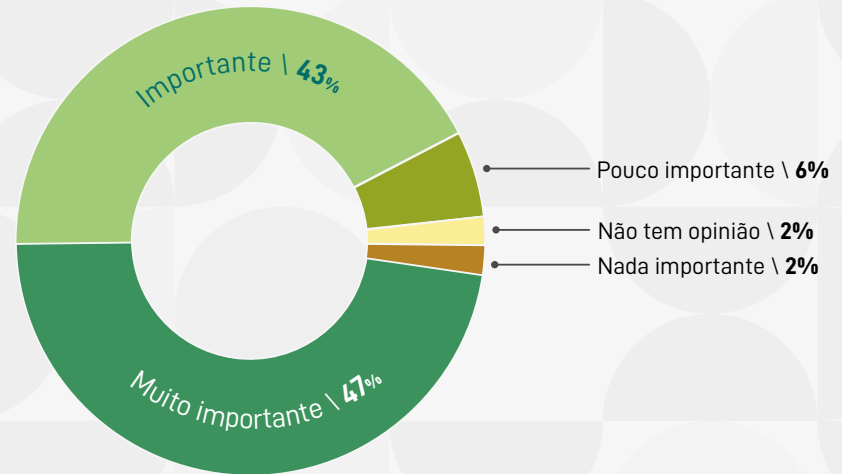
# 4. ESG - ADERÊNCIA A ASPECTOS AMBIENTAIS NOS NEGÓCIOS

- Já foi pressionado para reduzir os impactos do negócio sobre o meio ambiente ou proteger a natureza?



- De onde surgiu esse tipo de cobrança?
- | Fonte da cobrança                           | Porcentagem |
|---|-------------|
| Entidades sociais (ONGs, associações, etc.) | 14%         |
| Governo (federal, estadual ou municipal)    | 28%         |
| Representantes da comunidade próxima        | 9%          |
| Fornecedores                                | 1%          |
| Sócios, financiadores ou investidores       | 13%         |
| Clientes e consumidores                     | 27%         |
| Funcionários                                | 12%         |

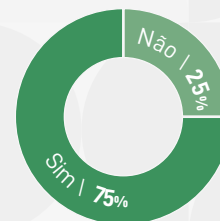
- **Grau de importância em incluir a preocupação de reduzir os impactos ambientais ou proteger a natureza na gestão do negócio**



A pesquisa indicou um baixo percentual de empresários que se sentiram pressionados a se preocuparem com questões ambientais. Considerando que os principais públicos que geram este tipo de pressão estão relacionados ao governo, clientes e consumidores. *(Página anterior)*

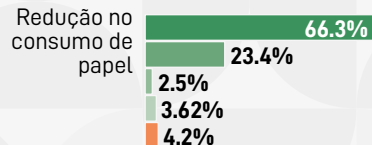
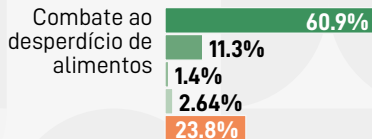
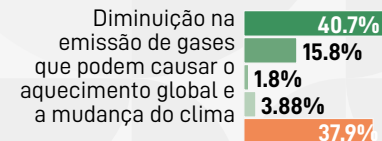
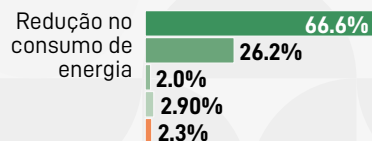
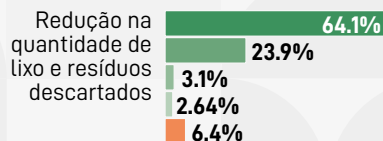
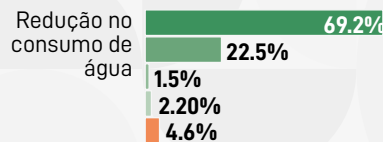
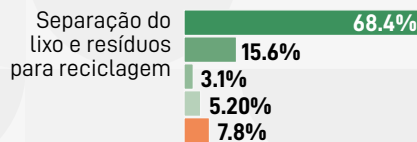
Porém, mesmo com essa baixa percepção de pressão externa pelos empresários, para a grande maioria a pauta de impactos ambientais é algo importante ou muito importante a ser discutida.

• **Adota práticas para reduzir os impactos do seu negócio no meio ambiente ou proteger a natureza?**

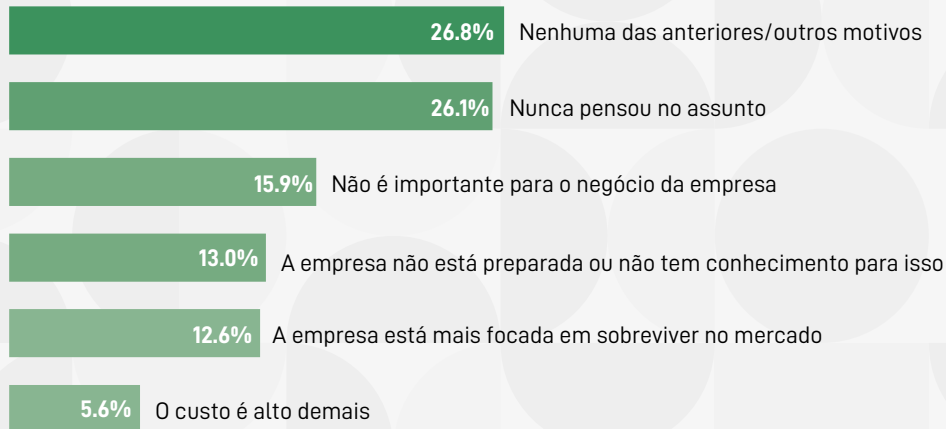


• **Proporção de práticas adotadas para reduzir os impactos no meio ambiente ou proteger a natureza pelas Micro e pequenas empresas.**

■ Sempre  
 ■ Sempre que possível  
 ■ De vez em quando  
 ■ Raramente, ou nunca  
 ■ Não se aplica



- **Proporção para motivos de não adoção as práticas Ambientais na gestão do negócio pelas Micro e pequenas empresas**



A maior parte dos empresários indicaram adotar práticas ambientais, as mais realizadas são a redução do consumo de água e a separação do lixo e resíduos para reciclagem. Cabe destacar que de todas as perguntas realizadas, a alternativa mais frequente foi a de que realizam tais ações.

Dentre os empresários que declararam não adotar práticas ambientais, uma parte relevante indicou que nunca pensou no assunto ou que ele não é importante para os negócios.

**4.1 — Análise Comparativa – Por Regiões – Pressão e Adoção - Ambiental**

PERGUNTAS	BR	CO	NE	N	SE	S
<b>1 - Já foi pressionado para reduzir os impactos do negócio sobre o meio ambiente ou proteger a natureza?</b>	%					
Sim	30	36	24	31	31	32
Não	70	64	76	69	69	68
<b>2 - De onde surgiu esse tipo de cobrança</b>	%					
Funcionários	12	14	16	15	12	9
Clientes e consumidores	27	32	27	25	30	23
Sócios, financiadores ou investidores	13	13	20	15	10	11
Fornecedores	11	14	9	20	11	10
Representantes da comunidade próxima	9	12	4	3	10	11
Governo (federal, estadual ou municipal)	28	32	27	22	25	32
Entidades ambientais (ONGs, associações etc.)	14	18	10	11	11	18
<b>3 - Grau de importância em incluir a preocupação de reduzir os impactos ambientais ou proteger a natureza na gestão do negócio</b>	%					
Muito Importante	48	53	25	27	57	51
Importante	43	40	62	55	35	40
Pouco importante	6	3	12	14	3	5
Nada importante	2	2	0	2	2	2
Não tem opinião sobre isto	2	2	0	1	3	2
<b>4 - Adota práticas para reduzir os impactos do seu negócio no meio ambiente ou proteger a natureza?</b>	%					
Sim	75	79	72	66	74	81
Não	25	21	28	34	26	19
<b>5 - Qual a principal razão para a empresa não adotar práticas desse tipo?</b>	%					
Nunca pensou no assunto	26	27	16	18	30	32
Não é importante para o negócio da empresa	16	13	21	15	14	16
Não está preparada ou não tem conhecimento para isso	13	23	6	7	15	13
Está mais focada em sobreviver no mercado	13	14	13	13	12	13
O custo é alto demais	6	5	10	7	5	2
Nenhuma das anteriores/outros motivos	27	19	34	39	24	24

Legenda: BR = Brasil // CO = Centro-Oeste // NE = Nordeste // N = Norte // SE = Sudeste // S = Sul



## DESTAQUES

- Na média nacional, apenas 3 em cada 10 Micro e pequenas empresas já se sentiram pressionadas ou cobradas para reduzir seus impactos ambientais ou proteger a natureza.
- Na região CO este percentual é maior (36%), e na região NE, menor (24%).
- Em todas as regiões do país, o Governo é percebido como a maior fonte de pressão (28%), com mais ênfase no CO e Sul (32%), e menor no Norte (22%).
- Em seguida vem Clientes/consumidores (27%), também com mais ênfase no CO (32%) e no SE (30%).
- No geral, Comunidade próxima é percebida como menor fonte de pressão (9%), mas com grande diferença entre regiões, indo de 3% (Norte) até 12% (CO).
- Situação semelhante ocorre também em relação a Fornecedores (média 11%, mínimo 9% no NE e máximo 20% no Norte) e Entidades sociais (média 14%, mínimo 10% no NE e máximo 18%, no CO e Sul).
- Por outro lado, é praticamente consensual a importância de incluir essas preocupações na gestão dos negócios, com 91% das Micro e pequenas empresas as classificando como Importantes ou Muito importantes.
- Em mais detalhe, as regiões NE e Norte são menos enfáticas nessa importância, com, respectivamente, 25% e 27% de Muito importante, enquanto a média nacional é de 48% nessa avaliação.
- Também se contrapondo à relativamente baixa percepção de pressões, e em linha com a alta percepção de importância, 75% das Micro e pequenas empresas declaram adotar práticas de caráter ambiental.
- Considerado o alto percentual de adesão, há relativa uniformidade entre as regiões, sendo no Norte o menor nível declarado de adoção (66%) e no Sul, o maior (81%).
- Dentre as razões para não adoção dessas práticas, 53% das empresas descartam razões objetivas, justificando apenas que nunca pensou no assunto (26%) ou dando outros motivos, não especificados (27%).
- As demais 47% dividem suas justificativas entre as quatro razões objetivas sugeridas.
- Dentre essas, destacam-se 23% das Micro e pequenas empresas do CO, que declaram lhes faltar preparo para isso, e 21% das do NE, que entendem não ser algo importante para seu negócio (no entanto, apenas 12% das Micro e pequenas empresas dessa região classificaram o termo "Meio Ambiente" Pouco importante).

PERGUNTAS	BR	CO	NE	N	SE	S
4 - Adota práticas para reduzir os impactos do seu negócio no meio ambiente ou proteger a natureza?	%					
Sim	75	79	72	66	74	81
Não	25	21	28	34	26	19
5a - Redução na quantidade de lixo e resíduos descartados						
Sempre	64	60	70	58	63	63
Sempre que possível	24	28	12	12	25	30
De vez em quando	3	3	2	9	3	3
Raramente, ou nunca	3	4	3	5	3	1
Não se aplica	6	4	13	13	6	2
5b - Diminuição na emissão de poluentes						
Sempre	48	50	61	54	42	45
Sempre que possível	18	22	8	13	18	22
De vez em quando	2	1	4	7	1	1
Raramente, ou nunca	3	5	2	3	3	3
Não se aplica	29	22	25	24	36	28
5c - Redução no consumo de papel						
Sempre	66	64	82	72	62	62
Sempre que possível	23	26	12	12	26	28
De vez em quando	2	2	1	7	2	4
Raramente, ou nunca	4	6	1	5	4	2
Não se aplica	4	2	3	4	6	3
5d - Redução no consumo de água						
Sempre	69	64	82	72	67	66
Sempre que possível	22	29	10	14	24	26
De vez em quando	2	2	2	5	1	1
Raramente, ou nunca	2	3	2	4	2	2
Não se aplica	5	2	3	6	6	5

Legenda: BR = Brasil // CO = Centro-Oeste // NE = Nordeste // N = Norte // SE = Sudeste // S = Sul

gráfico continua a seguir

PERGUNTAS	BR	CO	NE	N	SE	S
<b>5e - Diminuição na emissão de gases de efeito estufa</b>	%					
Sempre	<b>64</b>	60	70	58	63	63
Sempre que possível	<b>24</b>	28	12	12	25	30
De vez em quando	<b>3</b>	3	2	9	3	3
Raramente, ou nunca	<b>3</b>	4	3	5	3	1
Não se aplica	<b>6</b>	4	13	13	6	2
<b>5f - Redução no consumo de energia</b>						
Sempre	<b>48</b>	50	61	54	42	45
Sempre que possível	<b>18</b>	22	8	13	18	22
De vez em quando	<b>2</b>	1	4	7	1	1
Raramente, ou nunca	<b>3</b>	5	2	3	3	3
Não se aplica	<b>29</b>	22	25	24	36	28
<b>5g - Combate ao desperdício de alimentos</b>						
Sempre	<b>66</b>	64	82	72	62	62
Sempre que possível	<b>23</b>	26	12	12	26	28
De vez em quando	<b>2</b>	2	1	7	2	4
Raramente, ou nunca	<b>4</b>	6	1	5	4	2
Não se aplica	<b>4</b>	2	3	4	6	3
<b>5h - Separação do lixo e resíduos para reciclagem</b>						
Sempre	<b>69</b>	64	82	72	67	66
Sempre que possível	<b>22</b>	29	10	14	24	26
De vez em quando	<b>2</b>	2	2	5	1	1
Raramente, ou nunca	<b>2</b>	3	2	4	2	2
Não se aplica	<b>5</b>	2	3	6	6	5

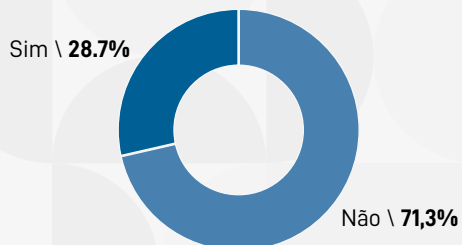
Legenda: BR = Brasil // CO = Centro-Oeste // NE = Nordeste // N = Norte // SE = Sudeste // S = Sul

## DESTAQUES

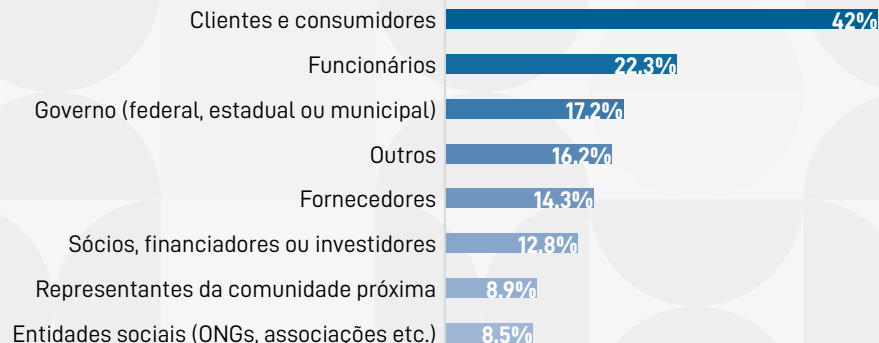
- Na média nacional, quase 80% das Micro e pequenas empresas adotam práticas voltadas à redução de impactos ambientais e proteção da natureza.
- A maior taxa de Micro e pequenas empresas que adotam práticas de redução de impactos ambientais foi registrada na região Sul (81%), enquanto que a menor taxa foi no Norte (66%).
- Dentre as práticas adotadas nas empresas a redução no consumo de água se destacou como a ação em desenvolvimento pelos empresários com maior resultado (69%).
- A região CO detém o menor percentual de empresas que realizam práticas de redução de consumo de água (64%), enquanto a região NE (82%) apresentou a maior taxa.
- A redução no consumo de água foi a prática que teve maior taxa em ser sempre realizada pelas Micro e pequenas empresas no país, com 69%.
- A região Sul foi que registrou a maior taxa (79%) na separação do lixo e resíduos, enquanto a região CO foi a que registrou o maior valor (8%) para raramente, ou nunca, realizar essa prática.
- As práticas que encontram as menores taxas de serem sempre implementadas pelas Micro e pequenas empresas no país são as de diminuição de emissão de gases de efeito estufa (41%) e diminuição na emissão de poluentes (48%).
- Em ambos os casos, a região que registrou as maiores taxas na adoção destas práticas foi o NE, com 61% e 59%, respectivamente.
- Por outro lado, a região que teve as maiores taxas de raramente, ou nunca, realizar essas práticas é o CO, com 5% para diminuição de emissão de GEE e 7%, para diminuição na emissão de poluentes.
- A região NE se destaca nas práticas de redução de impactos ambientais, registrando o maior resultado de sempre adotá-las em 7 das 8 opções.
- Do contrário, a região CO foi a que registrou as maiores taxas de raramente, ou nunca, aplicar essas práticas, que foram as maiores entre 5 das 8 opções de medidas adotadas.
- O combate ao desperdício de alimentos é uma prática adotada por 61% das Micro e pequenas empresas; se destacam as regiões Norte (64%) e Nordeste (71%) por sempre combaterem esse desperdício.
- Do contrário, se destacam por raramente, ou nunca, adotarem a prática, as regiões SE (29%) e Sul (25%).

# 5. ESG - ADERÊNCIA A ASPECTOS **SOCIAIS** NOS NEGÓCIOS

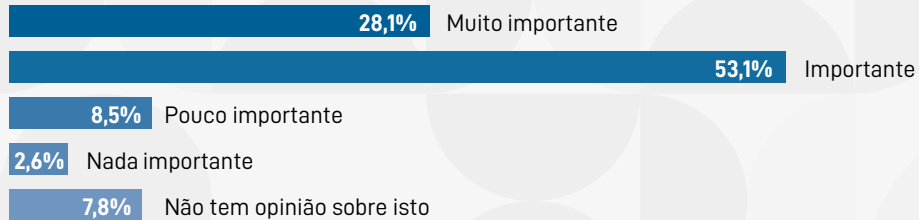
- **Proporção de Micro e pequenas empresas preocupadas com questões sociais na gestão dos seus negócios**



- **De onde surgiu esse tipo de cobrança?**



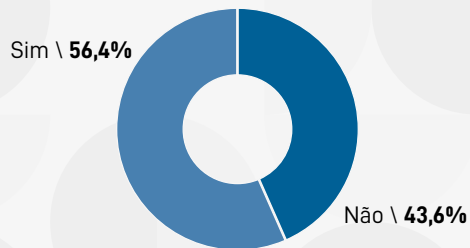
- **Proporção em escala de importância em incluir essa preocupação com questões sociais na gestão do negócio**



Uma menor proporção de empresários indicou terem sido pressionados a se preocuparem com ações/questões sociais. Destacando-se que esta demanda corresponde a públicos relacionados aos clientes e consumidores, seguidos pelos próprios funcionários. *(Página anterior)*

Independentemente das pressões recebidas, a grande maioria dos empresários entrevistados declararam importante ou muito importante incluir as questões sociais na gestão de seus negócios.

• Adota práticas sociais na gestão do seu negócio?

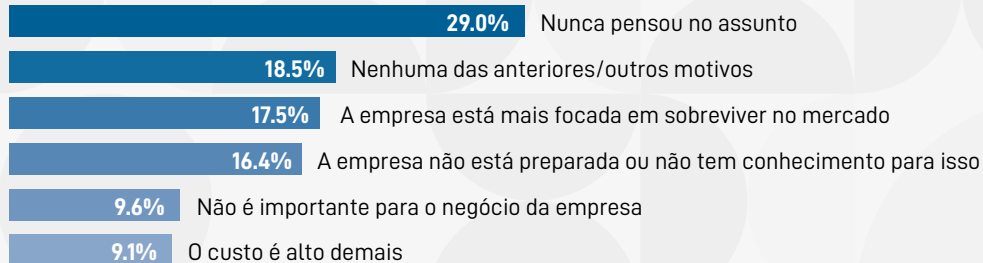


• Proporção de práticas sociais adotadas na gestão do negócio pelas Micro e pequenas empresas

- Raramente, ou nunca
- De vez em quando
- Sempre que possível
- Sempre



- **Proporção para motivos de não adoção às práticas sociais na gestão do negócio pelas Micro e pequenas empresas**



A maior parte dos empresários declarou adotar práticas sociais na gestão de seus negócios. Dentre as práticas indicadas na pergunta 11, em todas elas, a alternativa mais indicada foi a de que sempre realizam tais práticas.

Dentre os empresários que indicaram não adotar práticas sociais, uma parte relevante declararam que nunca parou para pensar nelas ou que a empresa está mais focada em sobreviver no mercado.



## 5.1 — Análise Comparativa - Por Regiões - Social

PERGUNTAS	BR	CO	NE	N	SE	S
<b>7 - Já foi pressionado para incluir a preocupação com questões sociais na gestão do negócio?</b>	%					
Sim	29	34	25	33	28	29
Não	71	66	75	67	72	71
<b>8 - De onde surgiu esse tipo de cobrança</b>	%					
Funcionários	23	23	22	29	22	22
Clientes e consumidores	42	45	33	37	44	44
Sócios, financiadores ou investidores	13	14	19	15	10	12
Fornecedores	14	15	14	13	12	18
Representantes da comunidade próxima	9	9	6	7	10	9
Governo (federal, estadual ou municipal)	17	21	13	10	19	17
Entidades ambientais (ONGs, associações etc.)	8	10	6	13	9	7
<b>9 - Grau de importância em incluir a preocupação com questões sociais na gestão do negócio?</b>	%					
Muito Importante	28	29	19	25	33	26
Importante	53	50	69	59	47	51
Pouco importante	8	8	11	13	7	9
Nada importante	3	3	0	1	3	4
Não tem opinião sobre isto	8	9	0	2	10	11
<b>10 - Adota práticas sociais na gestão do negócio?</b>	%					
Sim	56	62	60	52	53	57
Não	44	38	40	48	47	43
<b>11 - Principais razões para a empresa não adotar essas práticas?</b>	%					
Nunca pensou no assunto	29	34	25	23	31	27
Não é importante para o negócio da empresa	17	21	16	10	19	17
Não está preparada ou não tem conhecimento para isso	16	18	14	16	16	18
Está mais focada em sobreviver no mercado	10	6	13	10	9	9
O custo é alto demais	9	8	9	6	9	9
Nenhuma das anteriores/outros motivos	18	12	23	34	15	19

Legenda: BR = Brasil // CO = Centro-Oeste // NE = Nordeste // N = Norte // SE = Sudeste // S = Sul

## DESTAQUES

- Na média nacional, menos de 3 em cada 10 Micro e pequenas empresas já se sentiram pressionadas ou cobradas a incluir questões sociais na gestão do negócio.
- Na região CO este percentual é maior (34%), e na região NE (25%), menor.
- Em todas as regiões do país, clientes e consumidores são percebidos como a maior fonte de pressão (42%), com ênfase maior no CO (45%), e menor no NE (33%).
- Apesar disso foi o público que registrou a maior variação entre as respondentes (média 42%, com máxima de 45% no CO e mínima de 33% no NE).
- Em seguida funcionários são a segunda maior fonte de pressão (23%), com mais ênfase no N (29%) e no CO (23%).
- No geral, entidades sociais são percebidas como menor fonte de pressão (8%).
- É alta a percepção nacional da importância de incluir essas preocupações com questões sociais dos negócios, com 81% das Micro e pequenas empresas as classificando como importantes ou muito importantes.
- Nas regiões SE e CO a percepção da sua importância registraram as maiores taxas, classificando como muito importante com 33% e 29%, respectivamente.
- Ao contrário da alta taxa de percepção das Micro e pequenas empresas para a importância de incluir questões sociais no negócio, a adoção de práticas sociais encontra certa resistência, registrando um total de 56% das empresas que realizam alguma ação.
- Apesar de figurar como a região de maior percepção como muito importante a preocupação com as questões sociais, a região SE (47%) está atrás apenas do N (48%), entre as que não adotam nenhum tipo de prática no seu negócio. Entre as que mais adotam, estão CO (62%) e NE (60%), enquanto a região Sul (57%) é a que ficou mais próxima da média nacional.
- Dentre as razões para não adoção dessas práticas, a maior parte justificou como nunca ter pensado no assunto (29%) ou por outros motivos (18%).
- Entretanto, também registraram altas taxas a preocupação em sobreviver no mercado (17%) e não estar preparado ou ter conhecimento para isso (16%), de forma mais acentuada no CO, com 21% e 18%, respectivamente em cada justificativa.
- A justificativa de não ser importante para o negócio da empresa foi respondida por 10% das Micro e pequenas empresas brasileiras, com a maior taxa registrada no NE (13%) e a menor no CO (6%).

PERGUNTAS	BR	CO	NE	N	SE	S
10 - Adota práticas sociais na gestão do negócio?	%					
Sim	<b>44</b>	38	40	48	47	43
Não	<b>56</b>	62	60	52	53	57
11a - Cumpre com todas as obrigações legais trabalhistas no que se refere ao pagamento de salários e benefícios	%					
Sempre	<b>92</b>	94	92	76	92	94
Sempre que possível	<b>5</b>	5	4	9	6	5
De vez em quando	<b>1</b>	1	2	9	1	0
Raramente, ou nunca	<b>2</b>	0	3	6	1	1
11b - Oferece um ambiente de trabalho saudável e seguro para seus funcionários	%					
Sempre	<b>89</b>	92	91	74	90	90
Sempre que possível	<b>8</b>	6	5	16	9	10
De vez em quando	<b>1</b>	0	2	6	1	0
Raramente, ou nunca	<b>2</b>	2	3	4	1	1
11c - Valoriza a diversidade no ambiente de trabalho	%					
Sempre	<b>74</b>	72	82	70	75	67
Sempre que possível	<b>18</b>	22	10	17	18	22
De vez em quando	<b>3</b>	1	3	6	2	3
Raramente, ou nunca	<b>6</b>	5	5	6	5	8
11d - Incentiva o desenvolvimento pessoal e profissional dos empregados	%					
Sempre	<b>60</b>	60	73	66	59	51
Sempre que possível	<b>25</b>	27	13	20	24	34
De vez em quando	<b>7</b>	5	8	8	6	7
Raramente, ou nunca	<b>8</b>	8	6	6	11	2
11e - Combate à discriminação	%					
Sempre	<b>83</b>	81	88	70	83	82
Sempre que possível	<b>10</b>	14	5	21	10	10
De vez em quando	<b>2</b>	0	2	4	1	2
Raramente, ou nunca	<b>6</b>	4	5	6	7	6

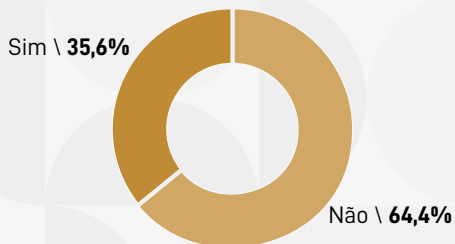
Legenda: BR = Brasil // CO = Centro-Oeste // NE = Nordeste // N = Norte // SE = Sudeste // S = Sul

## DESTAQUES

- Práticas sociais são adotadas por 56% das Micro e pequenas empresas brasileiras.
- A intensidade é maior na região CO (62%) e menor no Norte (52%).
- Uma prática majoritariamente adotada entre quase todas as Micro e pequenas empresas é o cumprimento com todas as obrigações trabalhistas de pagamento de salários e benefícios, com 92% afirmando que sempre praticam. Esse número sobe para 97% quando somado aos que praticam sempre que possível.
- A região Norte (76%) é a única que tem a média regional menor que 90% nessa prática, além de contar com o maior número de Micro e pequenas empresas que cumprem com essas obrigações raramente, ou nunca (6%).
- Um ambiente de trabalho saudável e seguro é oferecido sempre por 89% das Micro e pequenas empresas entrevistadas, com o CO indicando a maior média (92%) e o Norte a menor (74%).
- Quando somadas à prática realizada sempre que possível, SE (99%) e Sul (90%) são as que tem maior destaque.
- A valorização da diversidade no trabalho é uma prática adotada sempre em 74% das Micro e pequenas empresas, com destaque para a região NE (82%). A região Sul é a que tem a menor taxa (67%).
- Quando avaliadas sobre valorização da diversidade no ambiente de trabalho, as regiões CO (94%) e SE (93%) se destacaram em realizarem esta ação.
- O incentivo ao desenvolvimento pessoal e profissional dos empregados é a prática com menos aderência das Micro e pequenas empresas, com uma média nacional de sempre ser realizada em 60%, mas com grande variação entre a região Sul (51%) e o NE (73%).
- A região SE tem a maior taxa (11%) de Micro e pequenas empresas que informaram realizar a prática raramente, ou nunca.
- O combate à discriminação é a prática adotada sempre em 83% das Micro e pequenas empresas brasileiras, com a maior taxa registrada no NE (88%) e a menor no Norte (70%). Quando somadas à adoção da prática sempre que possível, todas as regiões passam dos 90%.
- As regiões SE (7%), Norte (6%) e Sul (6%) tem as maiores taxas de adoção da medida raramente, ou nunca.

# 6. ESG - ADERÊNCIA A ASPECTOS DE GOVERNANÇA NOS NEGÓCIOS

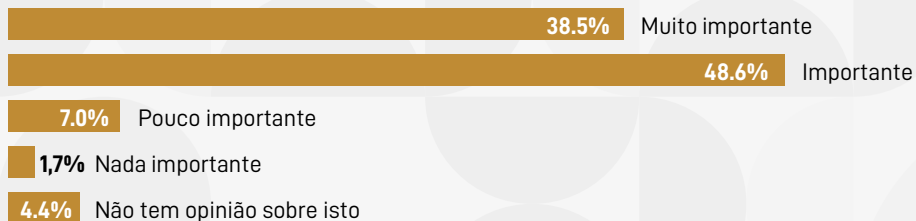
- Se sentiram cobrados (as) ou pressionados (as) em melhorar a forma de como sua empresa toma decisões



- De onde surgiu esse tipo de cobrança?



- **Proporção em escala de importância em incluir na gestão do seu negócio a preocupação em melhorar a forma como a empresa toma suas decisões**

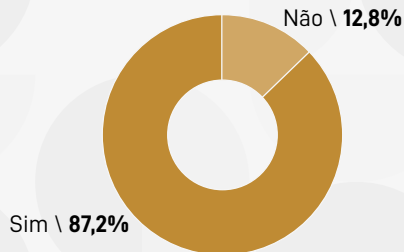


A maior parte dos empresários declararam não se sentirem pressionados a melhorar a forma como toma suas decisões administrativas. Porém, dentre os que se sentiram pressionados, observou-se que os clientes e consumidores, sócios, financiadores, investidores e funcionários foram os principais públicos que exerceram pressão sob esta prática. *(Página anterior)*

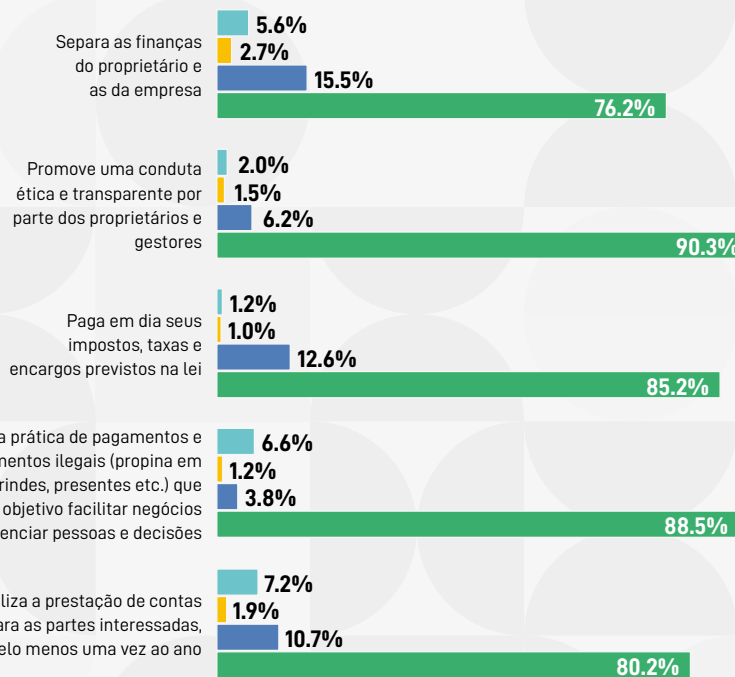
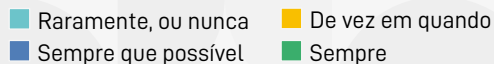
Independentemente das pressões recebidas, a grande maioria dos empresários entrevistados declararam importante ou muito importante melhorar a forma como tomam suas decisões de negócio.



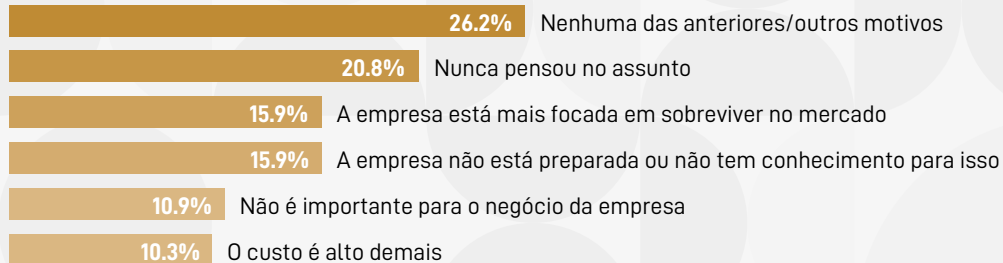
• **Proporção de Micro e pequenas empresas que adotam práticas para melhorar a forma como a empresa é administrada**



• **Proporção de práticas para melhorar a forma como a empresa é administrada**



- **Proporção para motivos de não adoção de práticas para melhorar a forma como a empresa é administrada**



A maior parte dos empresários declarou adotar práticas de governança que melhoraram o desempenho da gestão do negócio. Dentre as práticas indicadas, 87% indicaram realizar algum tipo de ação para melhorar a gestão da empresa. Dentre as práticas indicadas na pergunta 17, em todas elas a alternativa mais indicada foi a de que sempre realizam tais práticas.

Dentre os empresários que indicaram não adotar essas práticas, uma parte relevante declarou que nunca pensou no assunto, ou que a empresa está mais focada em sobreviver no mercado ou não está preparada para realizar tais práticas.



## 6.1 — Análise Comparativa – Por Regiões – Governança

PERGUNTAS	BR	CO	NE	N	SE	S
<b>13 - Já foi pressionado para melhorar a forma como a empresa toma decisões?</b>	%					
Sim	<b>36</b>	40	33	36	35	37
Não	<b>64</b>	60	67	64	65	63
<b>14 - De onde surgiu esse tipo de cobrança</b>	%					
Funcionários	<b>25</b>	29	25	19	25	25
Clientes e consumidores	<b>42</b>	48	36	26	45	41
Sócios, financiadores ou investidores	<b>26</b>	26	28	24	22	32
Fornecedores	<b>13</b>	15	17	15	12	12
Representantes da comunidade próxima	<b>5</b>	5	6	7	6	5
Governo (federal, estadual ou municipal)	<b>11</b>	14	7	18	11	13
Entidades ambientais (ONGs, associações etc.)	<b>4</b>	6	2	4	4	4
<b>15 - Grau de importância em incluir a preocupação em melhorar a forma como a empresa toma suas decisões na gestão do negócio</b>	%					
Importante	<b>49</b>	48	63	58	44	44
Muito importante	<b>38</b>	38	26	28	44	42
Nada importante	<b>2</b>	2	0	0	2	2
Não tem opinião sobre isto	<b>4</b>	6	0	0	5	6
Pouco importante	<b>7</b>	6	11	13	5	6
<b>16 - A empresa adota práticas para melhorar a forma como é administrada?</b>	%					
Sim	<b>87</b>	91	88	80	85	89
Não	<b>13</b>	9	12	20	15	11
<b>17 - Qual a principal razão para a empresa não adotar práticas desse tipo?</b>	%					
Nunca pensou no assunto	<b>21</b>	22	10	15	24	24
Está mais focada em sobreviver no mercado	<b>16</b>	19	14	10	18	15
Não está preparada ou não tem conhecimento para isso	<b>16</b>	22	9	5	18	18
Não é importante para o negócio da empresa	<b>11</b>	14	10	10	12	9
O custo é alto demais	<b>10</b>	6	10	17	11	9
Nenhuma das anteriores/outros motivos	<b>26</b>	17	45	44	18	25

Legenda: BR = Brasil // CO = Centro-Oeste // NE = Nordeste // N = Norte // SE = Sudeste // S = Sul

## DESTAQUES

- Na média nacional, 36% das Micro e pequenas empresas já se sentiram pressionadas ou cobradas para melhorar a forma como tomam suas decisões.
- Na região CO este percentual é maior (40%) e na região NE menor (33%).
- Em todas as regiões do país clientes e consumidores são percebidos como a maior fonte de pressão (42%), com mais ênfase no CO (48%), e menor no Norte (26%), sendo a maior variação registrada nas fontes de pressão.
- Em seguida, a segunda maior fonte de pressão foram sócios, financiadores ou investidores (26%), com mais ênfase no Sul (32%) e no NE (28%).
- No geral, entidades sociais são percebidas como menor fonte de pressão (4%).
- É alta a percepção da importância de melhorar a forma como as empresas tomam decisões, com 87% das Micro e pequenas empresas as classificando como importantes ou muito importantes.
- Nas regiões SE e S a percepção da sua importância registraram as maiores taxas, com respectivamente 44% e 42% classificando como muito importante.
- Acompanhando a alta taxa de percepção das Micro e pequenas empresas para a importância de melhorar a forma como a empresa toma decisões, a adoção de práticas segue a tendência, registrando um total de 87% das empresas que realizam alguma ação.
- Mesmo estando entre as regiões que classificou com menor grau a alternativa muito importante incluir a preocupação como empresas tomam decisões, a região NE está entre as que adotam mais práticas nesse sentido (88%), estando atrás do CO (91%) e Sul (89%). Entre as que menos adotam, estão a região Norte (80%) e SE (85%).
- Dentre as razões para não adoção dessas práticas, a maior parte justificou por outros motivos (26%) ou por nunca ter pensado no assunto (21%).
- As regiões NE (45%) e Norte (44%), registraram taxas mais altas das demais no que tange a outros motivos.
- Entretanto, também registraram altas taxas a preocupação em sobreviver no mercado (16%) e não estar preparado ou ter conhecimento para isso (16%). Em ambos os casos, as regiões CO e SE foram as que registraram as maiores taxas destas classificações.

PERGUNTAS	BR	CO	NE	N	SE	S
16 - Adota práticas sociais na gestão do negócio?	%					
Sim	87	91	88	80	85	89
Não	13	9	12	20	15	11
17a - Separa as finanças do proprietário e as da empresa	%					
Sempre	76	76	81	73	76	74
Sempre que possível	15	16	10	12	17	18
De vez em quando	3	2	3	10	2	3
Raramente, ou nunca	6	6	6	5	6	5
17b - Promove uma conduta ética e transparente por parte dos proprietários e gestores	%					
Sempre	90	90	90	78	90	93
Sempre que possível	6	6	6	11	6	5
De vez em quando	2	2	3	7	1	0
Raramente, ou nunca	2	2	1	4	2	1
17c - Paga em dia seus impostos, taxas e encargos previstos na lei	%					
Sempre	85	85	84	75	86	88
Sempre que possível	13	14	13	13	13	11
De vez em quando	1	1	1	7	1	1
Raramente, ou nunca	1	1	2	5	1	1
17d - Realiza a prestação de contas para as partes interessadas, pelo menos uma vez ao ano	%					
Sempre	80	80	88	76	78	80
Sempre que possível	11	13	6	11	13	9
De vez em quando	2	2	1	7	1	2
Raramente, ou nunca	7	6	5	6	8	9
17e - Proíbe práticas corruptas que envolvam dinheiro para influenciar	%					
Sempre	88	85	92	78	89	88
Sempre que possível	4	4	4	8	3	4
De vez em quando	1	1	1	10	0	1
Raramente, ou nunca	7	10	3	4	7	7

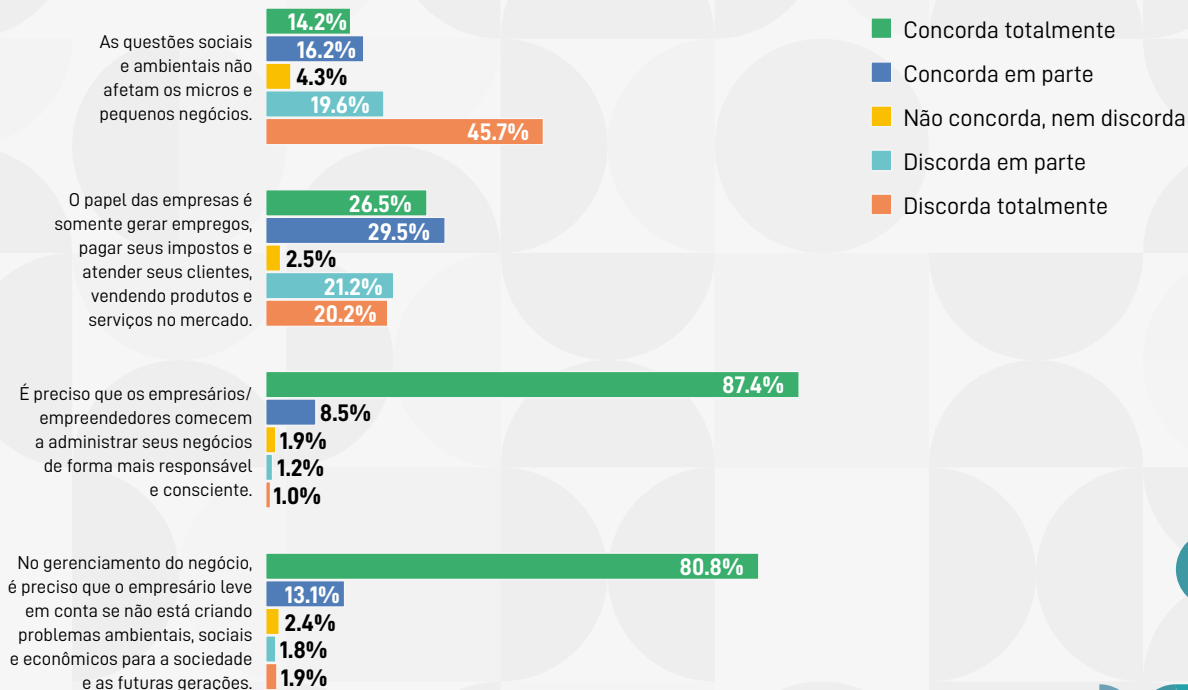
Legenda: BR = Brasil // CO = Centro-Oeste // NE = Nordeste // N = Norte // SE = Sudeste // S = Sul

## DESTAQUES

- *As Micro e pequenas empresas que adotam práticas para melhorar a forma como são administradas totalizam 87% na média nacional.*
- *A maior variação pode ser encontrada entre as regiões CO (91%) e Norte (80%).*
- *Separar as finanças do proprietário da empresa é uma medida realizada sempre em 76% das Micro e pequenas empresas.*
- *Em 6% das empresas, a prática raramente, ou nunca, é adotada.*
- *A promoção de conduta ética e transparente por parte dos gestores figura como a mais adotada pelas Micro e pequenas empresas, com média nacional de 90%.*
- *A região com a maior taxa de promoção da prática é a Sul (93%) e a Norte a que indicou menos adotar (78%).*
- *Enquanto as demais regiões adotam a prática sempre e sempre que possível em, ao menos, 96% dos casos, a região Norte tem a menor média, com 89%.*
- *Pagar em dia os impostos, taxas e encargos é praticado sempre pelas Micro e pequenas empresas em 85% dos casos, com maior variação registrada entre as regiões Sul (88%) e Norte (75%).*
- *A região que tem a maior taxa de Micro e pequenas empresas que raramente, ou nunca, pagam suas taxas em dia é a Norte (5%).*
- *A realização de prestação de contas para as partes interessadas, pelo menos uma vez ao ano, é praticada sempre, ou sempre que é possível, em 91% dos casos.*
- *A região NE tem a prática realizada sempre por quase 9 a cada 10 empresas. A região Sul (9%), por sua vez, é a que tem o maior número de empresas que raramente, ou nunca, realizam a prestação de contas anualmente.*
- *É predominante o número de Micro e pequenas empresas brasileiras que sempre proíbem práticas corruptas que envolvam dinheiro, totalizando 88% dos casos.*
- *O maior percentual de empresas que sempre coíbem essas práticas está concentrado no NE (92%), enquanto o Norte (78%) figura o menor valor.*
- *A região CO é a que detém a maior quantidade de empresas que raramente, ou nunca, proíbem a prática, com um número de 1 a cada 10 empresas.*

# 7. O PAPEL DAS EMPRESAS

- **Proporção de concordância/discordância de frases que avaliam o papel das empresas para melhorar a forma como a empresa é administrada**

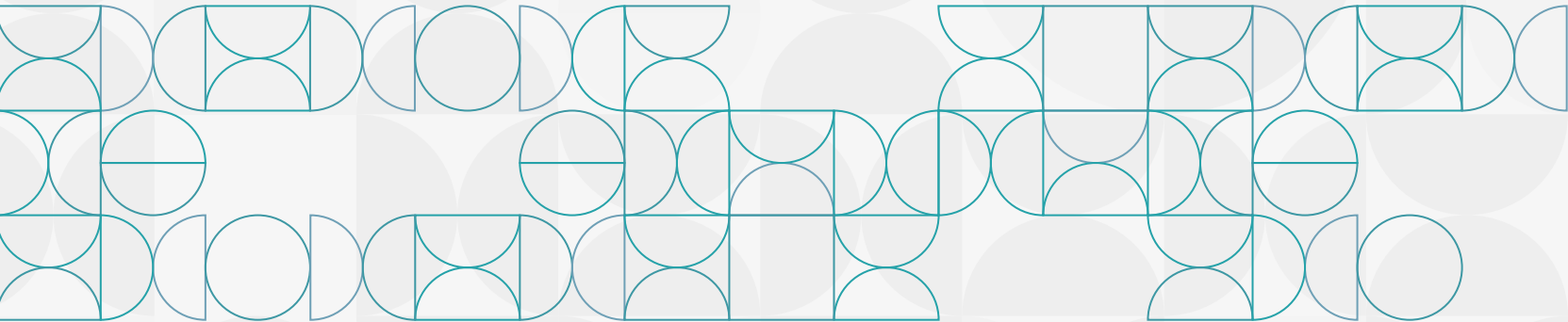




Dentre as opções apresentadas, a mais indicada pelos empresários é a que discorda totalmente que as questões sociais e ambientais não afetam os seus negócios.

Nesse sentido, uma parte relevante concorda que é preciso administrar seus negócios de forma mais responsável e consciente, assim como, que devem evitar criar problemas ambientais, sociais e econômicos para a sociedade e para as futuras gerações.

Por outro lado, também a maior parte dos empresários entende que o papel das empresas é somente o de gerar empregos, pagar impostos e atender clientes, vendendo produtos e serviços no mercado.



PERGUNTAS	BR	CO	NE	N	SE	S
19a - Questões sociais e ambientais não afetam os micros e pequenos negócios	%					
Concorda totalmente	14	18	17	16	14	10
Concorda em parte	16	22	10	18	17	16
Não concorda, nem discorda	4	3	5	11	4	3
Discorda em parte	20	22	11	11	22	23
Discorda totalmente	46	35	57	44	43	47
19b - O papel das empresas é somente gerar empregos, pagar seus impostos e atender seus clientes, vendendo produtos e serviços no mercado	%					
Concorda totalmente	27	29	24	25	30	22
Concorda em parte	30	35	19	17	33	33
Não concorda, nem discorda	3	2	4	9	2	1
Discorda em parte	21	20	14	13	21	30
Discorda totalmente	20	15	39	36	14	15
19c - É preciso que os empresários/empreendedores comecem a administrar seus negócios de forma mais responsável e consciente.	%					
Concorda totalmente	87	88	91	72	87	88
Concorda em parte	8	9	6	9	9	9
Não concorda, nem discorda	2	1	2	12	1	1
Discorda em parte	1	1	0	4	1	1
Discorda totalmente	1	1	0	2	1	1
19d - O empresário deve levar em conta se não está criando problemas ambientais, sociais e econômicos para a sociedade e as futuras gerações.	%					
Concorda totalmente	81	75	90	73	79	82
Concorda em parte	13	19	4	10	15	14
Não concorda, nem discorda	2	2	3	9	2	2
Discorda em parte	2	1	2	4	2	1
Discorda totalmente	2	2	2	4	2	1

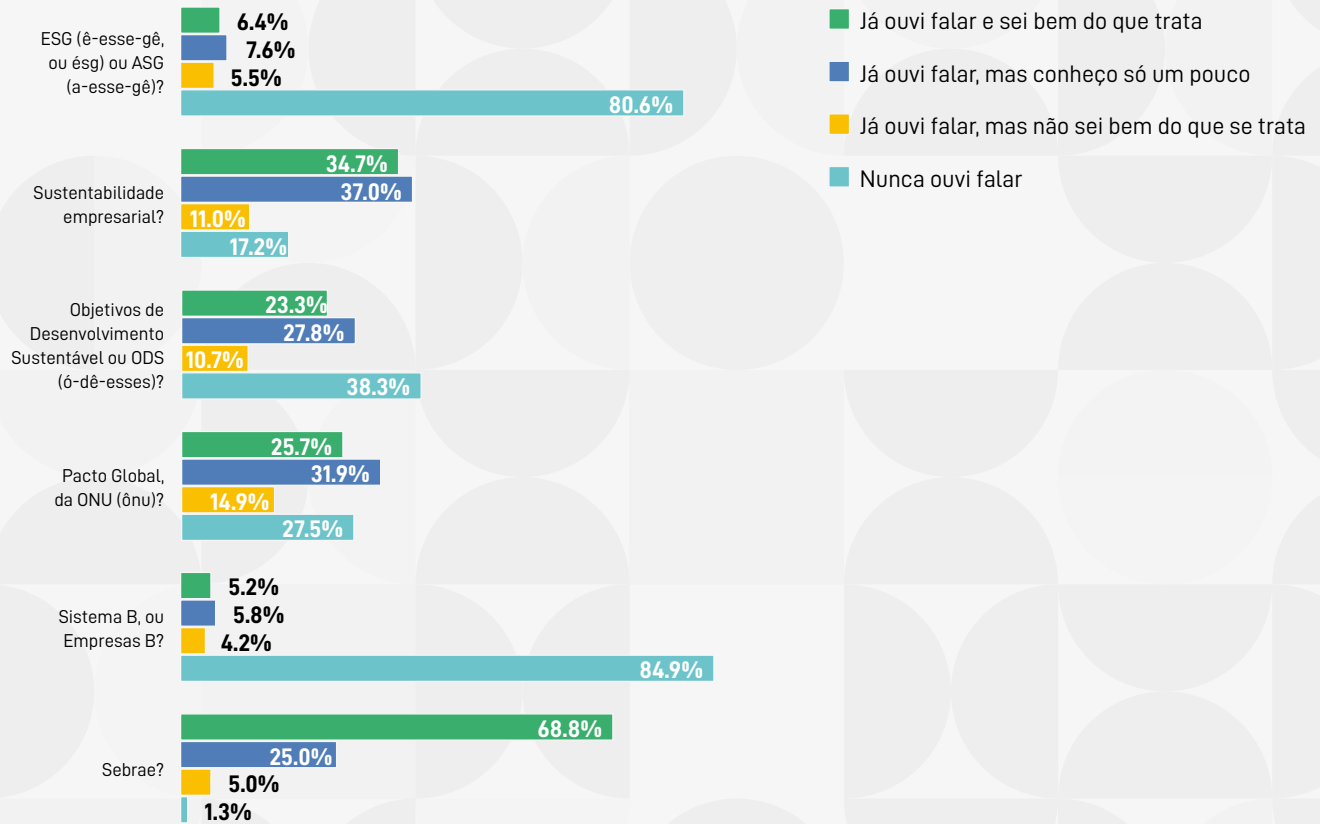
Legenda: BR = Brasil // CO = Centro-Oeste // NE = Nordeste // N = Norte // SE = Sudeste // S = Sul


## DESTAQUES

- *Quase metade (46%) dos empreendedores discordam totalmente que questões sociais e ambientais não afetam seus negócios. As regiões que registraram a maior e a menor taxa foram NE (57%) e CO (35%).*
- *Os empreendedores que concordam totalmente e em parte com essa afirmação são quase um terço do total (30%).*
- *A maior parte dos empreendedores (57%) concordam totalmente e em parte que o papel das empresas é somente o de gerar empregos, pagar impostos e atender clientes, vendendo produto e serviços no mercado.*
- *Aqueles que discordam totalmente e em parte da afirmação de esse ser o único papel das empresas são 4 a cada 10 empreendedores.*
- *A maior variação das respostas pode ser observada sobre a discordância total sobre o papel das empresas, concentradas entre a região NE (39%) e o SE (14%).*
- *Sobre a necessidade de empreendedores administrarem seus negócios de forma mais responsável e consciente, foi quase unanimidade a concordância, total ou em partes, que representa 95% do total.*
- *A região Norte foi a que registrou a menor concentração de respostas, em que 81% concordam totalmente ou em parte, 12% não concordam nem discordam e 6% discordam totalmente ou em partes.*
- *Seguindo a tendência da pergunta anterior, a grande maioria (94%) dos empresários concordam, totalmente ou em parte, que o empresário deve levar em conta que não está criando problemas ambientais, sociais e econômicos para a sociedade e as futuras gerações.*
- *Que concordam totalmente, a maior taxa foi registrada no NE (90%), e a menor no Norte (73%).*
- *A região Norte foi, também, a que registrou a maior taxa de discordância, tanto total como em parte, com 4% em cada uma.*


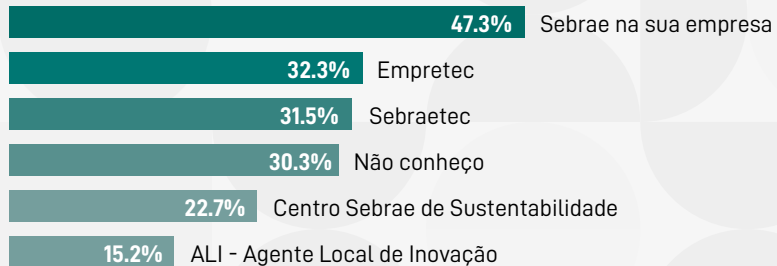


• **Proporção do conhecimento de termos e atores ligados aos assuntos abordados anteriormente**





A maioria dos empresários entrevistados desconhece a sigla ESG e o que seriam Empresas B. Além de conhecerem pouco sobre o que seriam os ODS. Por outro lado, estão consideravelmente familiarizados com o termo "sustentabilidade empresarial" e com o Pacto Global.



Em relação ao Sebrae, quase todos os empresários indicaram conhecer a instituição, mas com pouca noção sobre suas iniciativas específicas. Destaca-se nesse sentido um considerável conhecimento sobre o programa "Sebrae na sua Empresa".

PERGUNTAS	BR	CO	NE	N	SE	S
20. Sobre cada um dos termos a seguir, por favor, responda escolhendo uma das opções:	%					
ESG (ê-esse-gê, ou ésg) ou ASG (a-esse-gê)?	%					
Já ouvi falar e sei bem do que trata	6	4	10	13	4	7
Já ouvi falar, mas conheço só um pouco	8	8	10	21	6	6
Já ouvi falar, mas não sei bem do que se trata	5	5	5	11	6	4
Nunca ouvi falar	81	83	76	55	84	84
Sustentabilidade empresarial?	%					
Já ouvi falar e sei bem do que trata	35	31	46	37	32	32
Já ouvi falar, mas conheço só um pouco	37	39	27	30	39	42
Já ouvi falar, mas não sei bem do que se trata	11	13	5	15	12	11
Nunca ouvi falar	17	16	22	18	17	14
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável ou ODS? (ó-dê-esses)?	%					
Já ouvi falar e sei bem do que trata	23	17	40	36	19	18
Já ouvi falar, mas conheço só um pouco	28	28	26	32	28	28
Já ouvi falar, mas não sei bem do que se trata	11	12	6	12	13	10
Nunca ouvi falar	38	43	29	21	41	44
Pacto Global, da ONU (ônu)?	%					
Já ouvi falar e sei bem do que trata	26	26	33	37	25	18
Já ouvi falar, mas conheço só um pouco	32	32	28	25	30	40
Já ouvi falar, mas não sei bem do que se trata	15	18	5	14	16	20
Nunca ouvi falar	28	24	34	24	29	23
Sistema B, ou Empresas B?	%					
Já ouvi falar e sei bem do que trata	5	4	9	13	4	3
Já ouvi falar, mas conheço só um pouco	6	8	7	16	5	3
Já ouvi falar, mas não sei bem do que se trata	4	5	3	9	4	3
Nunca ouvi falar	85	83	81	63	87	90

Legenda: BR = Brasil // CO = Centro-Oeste // NE = Nordeste // N = Norte // SE = Sudeste // S = Sul

gráfico continua a seguir

PERGUNTAS	BR	CO	NE	N	SE	S
Sebrae?	%					
Já ouvi falar e sei bem do que trata	<b>69</b>	69	84	57	67	63
Já ouvi falar, mas conheço só um pouco	<b>25</b>	25	9	18	29	33
Já ouvi falar, mas não sei bem do que se trata	<b>5</b>	4	6	20	3	4
Nunca ouvi falar	<b>1</b>	1	2	5	1	0
21.Em relação ao Sebrae, quais iniciativas e atividades conhece?	%					
Sebrae na sua Empresa	<b>47</b>	58	38	28	49	51
EMPRETEC	<b>32</b>	27	33	39	32	31
Sebraetec	<b>32</b>	32	35	34	32	26
Centro Sebrae de Sustentabilidade	<b>23</b>	27	23	17	24	19
ALI - Agente Local de Inovação	<b>15</b>	14	15	14	15	16

Legenda: BR = Brasil // CO = Centro-Oeste // NE = Nordeste // N = Norte // SE = Sudeste // S = Sul

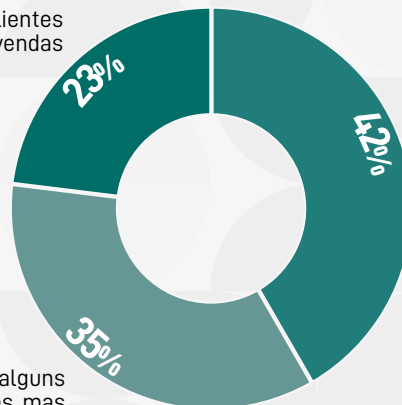
## DESTAQUES

- *Dentre os seis termos perguntados, os dois que os empresários mais afirmaram já ter ouvido e saber do que se trata são Sebrae (69%) e sustentabilidade empresarial (35%).*
- *Em ambos, a região NE foi a que registrou as maiores taxas, com 84% que já ouviram e sabem bem o que é o Sebrae e 46%, sustentabilidade empresarial.*
- *No Brasil, 81% afirmam nunca ter ouvido falar sobre ESG.*
- *A região Norte foi a que registrou a menor taxa de nunca terem ouvido falar (55%), e a maior taxa de empreendedores que já escutaram e sabem bem do que se trata (13%).*
- *Quanto aos ODS, a maior concentração de respostas está em empresários que nunca ouviram falar (38%). Em comparação, a região NE (40%) foi a que apresentou a maior taxa de empresários que já ouviram falar e sabem bem do que se trata.*
- *Quanto ao Pacto Global da ONU, 72% dos empresários já escutaram falar da iniciativa, mas apenas 26% sabem bem do que trata.*
- *As regiões que concentram as maiores taxas de saber bem do que se trata o Pacto Global são Norte (37%) e NE (33%). Mesmo figurando entre os que mais conhecem do Pacto, o NE (34%) também representa a região que mais registrou nunca ter ouvido falar.*
- *O Sistema B foi a iniciativa menos conhecida entre todas, com uma concentração de 85% dos empresários que nunca ouviram falar. Com exceção do Norte (63%), a média das demais regiões se manteve acima de 80%.*
- *É a região Norte, também, a região com a maior taxa de empresário que já ouviram falar da iniciativa, sabendo bem ou não do que se trata, totalizando 37%.*
- *Das iniciativas e programas do Sebrae, a mais conhecida pelos empresários é a Sebrae na sua Empresa (47%). A maior variação nessa categoria é registrada entre as regiões CO (58%) e Norte (28%).*
- *Seguindo, as iniciativas de Empretec e Sebraetec são conhecidas por 32% dos empresários, Centro Sebrae de Sustentabilidade, por 23%, e o menos conhecido foi o ALI, por 15%.*

# 8. PERFIL DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

- 22 - Perfil das vendas

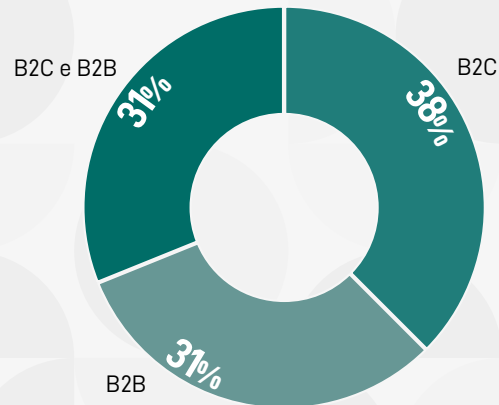
Elas são concentradas: poucos clientes respondem pela maioria das vendas



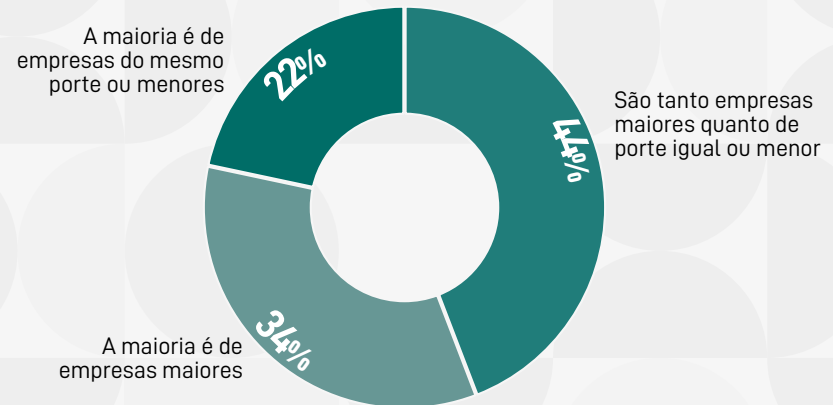
Elas são pulverizadas: todos os clientes têm mais ou menos o mesmo peso

Elas são bem distribuídas: alguns clientes são mais importantes, mas não há uma concentração das vendas

- 23 - Perfil dos clientes



- 24 - Porte das empresas que são clientes



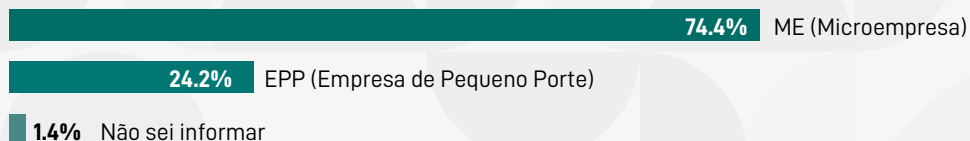
A maioria das empresas entrevistadas tem um perfil de vendas pulverizadas, em que todos os seus clientes têm mais ou menos o mesmo peso. (Página anterior)

Já a maior fatia do perfil de clientes dessas empresas indica os negócios B2C.

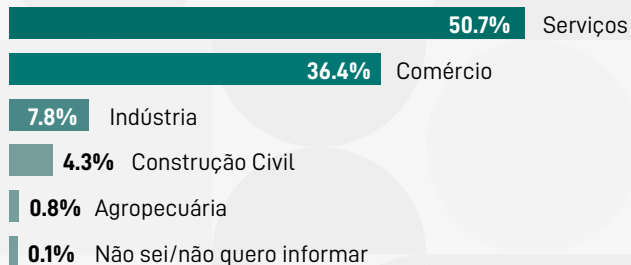
Já o porte das empresas que são clientes, em quase metade dos casos é de, tanto empresas maiores, quanto empresas de porte igual aos das empresas entrevistadas.

# 9. PERFIL DOS RESPONDENTES

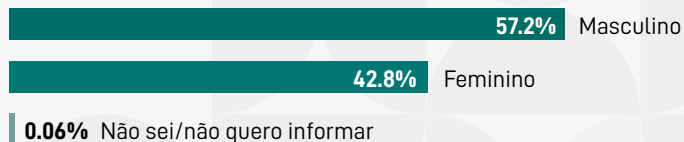
- **Proporção do perfil das Micro e pequenas empresas que compõem a mostra em função do porte**



- **Proporção do perfil das Micro e pequenas empresas que compõem a mostra em função do setor de atividade econômica**

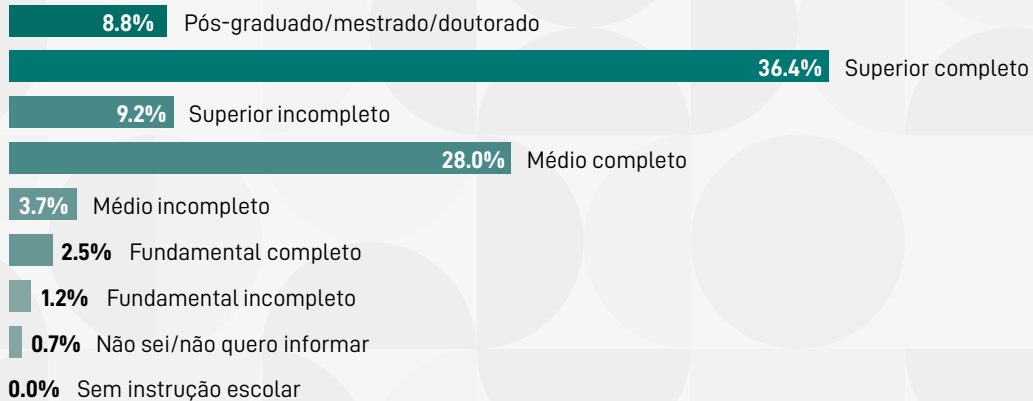


- **Proporção do perfil das Micro e pequenas empresas que compõem a mostra em função do gênero**





- **Proporção do perfil das Micro e pequenas empresas que compõem a amostra em função da escolaridade**



A maior parte das empresas entrevistadas se refere às microempresas. *(Página anterior)*

Mais da metade dos setores das empresas entrevistadas se refere ao setor de Serviços, seguido do setor de Comércio.

A divisão de gênero entre os entrevistados é um pouco maior em relação ao sexo masculino.

Já o grau de escolaridade indica quase metade dos entrevistados com nível superior completo, seguido pelo nível médio completo.

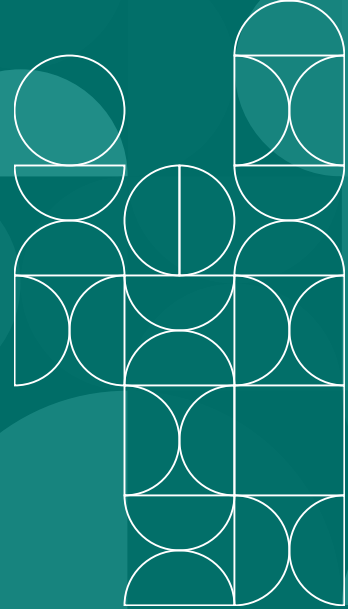
9.1 — Análise Comparativa - Por Regiões - Perfil das Empresas	PERGUNTAS	BR	CO	NE	N	SE	S
		22 - Sobre suas vendas			%		
	Elas são pulverizadas: todos os clientes têm mais ou menos o mesmo peso	42	46	30	29	48	41
	Elas são bem distribuídas: alguns clientes são mais importantes, mas não há uma concentração das vendas	35	33	34	31	34	40
	Elas são concentradas: poucos clientes respondem pela maioria das vendas	23	20	36	40	18	19
	23. Seus clientes são:			%			
	Em sua grande maioria, outras empresas	31	33	33	31	30	32
	Em sua grande maioria, pessoas físicas	38	30	40	45	38	37
	Tanto empresas quanto pessoas físicas	31	37	26	24	32	32
	24. Em relação ao porte das empresas que são suas clientes, você diria que			%			
	A maioria é de empresas maiores	34	31	42	52	32	29
	Tanto empresas maiores quanto de porte igual ou menor	44	45	39	31	47	46
	A maioria é de empresas do mesmo porte ou menores	22	24	19	17	21	25
	25. Qual o porte do seu empreendimento?			%			
	EPP (Empresa de Pequeno Porte)	24	20	36	39	22	16
	ME (Microempresa)	74	80	58	58	77	83
	Não sei informar	1	0	5	3	0	1
	26. Qual o setor de atuação do seu empreendimento?			%			
	Serviços	51	50	60	61	49	45
	Comércio	36	38	33	31	38	37
	Indústria	8	8	4	4	8	12
	Construção Civil	4	4	2	2	4	6
	Agropecuária	1	1	0	1	1	1

Legenda: BR = Brasil // CO = Centro-Oeste // NE = Nordeste // N = Norte // SE = Sudeste // S = Sul

## DESTAQUES

- *No cenário nacional, 42% das Micro e pequenas empresas tem suas vendas pulverizadas entre os clientes, tendo o mesmo peso para o negócio. As vendas bem distribuídas concentram 35% e as vendas concentradas, 23%.*
- *Enquanto as vendas foram mais pulverizadas nas regiões SE (48%) e CO (46%), foram mais bem distribuídas no Sul (40%) e mais concentradas no Norte (40%) e NE (36%).*
- *Sobre os clientes, as Micro e pequenas empresas responderam majoritariamente como sendo pessoas físicas, com 38%. Todavia, houve uma boa proximidade com as demais, em que o restante (62%) foi dividido igualmente entre as opções outras empresas e tanto empresas como pessoas físicas.*
- *A região que tem menor variação entre clientes sendo empresas, quanto pessoas físicas é o CO, com respectivamente 33% e 30%. A região Norte teve a maior variação, com uma concentração de 31% de empresas e 45%, pessoas físicas.*
- *Com relação ao porte das empresas que são clientes, a maior parte das respostas (44%) está concentrada em empresas tanto maiores como de porte igual ou menor. Esse cenário se reflete nas regiões SE (47%), Sul (46%) e CO (45%), enquanto as regiões que tem predominância de empresas maiores como cliente são Norte (52%) e NE (42%).*
- *Quase 3 em cada 4 Micro e pequenas empresas entrevistadas tem porte de microempresa, enquanto 24% são empresa de pequeno porte (EPP), e 1% não soube informar.*
- *É predominante o número de microempresas no Sul (83%), enquanto que no Norte a diferença é a menor registrada, com 58% de microempresas e 39% de Empresas de Pequeno Porte.*
- *O setor de serviços corresponde à maioria entre as respondentes, com 51%, enquanto o de agropecuária registrou o menor número (1%).*
- *A região Sul é a que apresenta maior distribuição entre os setores. São 45% voltados aos serviços, 37% ao comércio, 12% à Indústria, 6% à construção civil e 1% à agropecuária.*

# ANÁLISES TRANSVERSAIS ESG

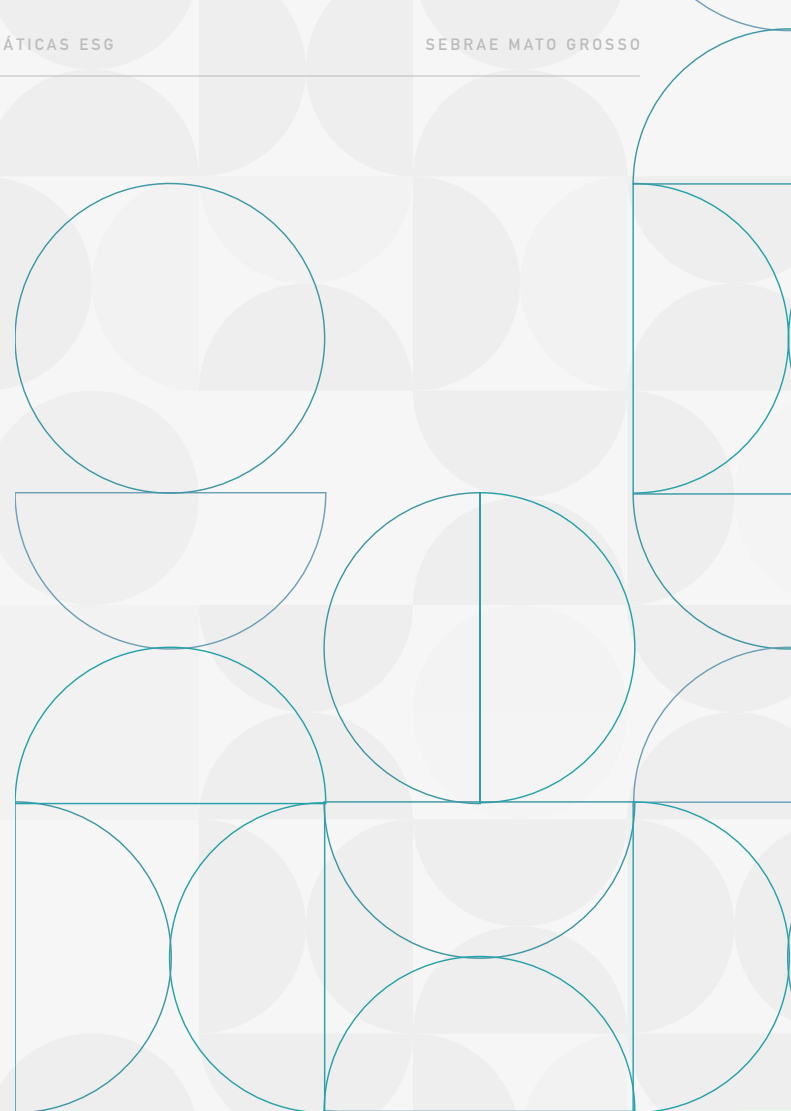


Nesta seção os resultados foram combinados a partir de diferentes perguntas, buscando identificar possíveis correlações e diferenciais entre os aspectos abordados no questionário. Os dados se referem ao nível nacional (todas as regiões). Mais especificamente, é investigada a variação nas respostas conforme dois aspectos-chave:

- a) Os respondentes declararam já terem se sentido cobrados ou pressionados em relação à inclusão de preocupações de natureza ambiental (pergunta 1), social (pergunta 7) ou de governança (pergunta 13);*
- b) Os respondentes tenham declarado que sua empresa adota práticas de natureza ambiental (pergunta 4), social (pergunta 10) ou de governança (pergunta 16).*

Para isso, dividimos os resultados em dois grupos (resposta "sim" ou "não") para cada uma das perguntas acima, e comparamos os percentuais de respostas às demais perguntas do questionário.

Considerando que as diferenças dos percentuais de cada resposta em relação à média nacional indicam possíveis correlações.



# 10. IMPORTÂNCIA DE ESG

Como líder da sua empresa, já sentiu cobrança ou pressão em relação a aspectos	AMBIENTAIS? (p1) "sim" = 30%							SOCIAIS? (p2) "sim" = 29%						DE GOVERNANÇA? (p13) "sim" = 36%							
	Clientes e consumidores	Entidades sociais (ONGs, associações etc.)	Fornecedores	Funcionários	Governo	Comunidade próxima	Sócios, financiadores ou investidores	Clientes e consumidores	Entidades sociais (ONGs, associações etc.)	Fornecedores	Funcionários	Governo	Comunidade próxima	Sócios, financiadores ou investidores	Clientes e consumidores	Entidades sociais (ONGs, associações etc.)	Fornecedores	Funcionários	Governo	Comunidade próxima	Sócios, financiadores ou investidores
De que partes interessadas veio essa cobrança ou pressão? (% dentre respostas "sim")	27%	14%	11%	12%	28%	9%	13%	42%	8%	14%	23%	17%	9%	13%	42%	4%	13%	25%	11%	5%	26%

**Como avalia a importância de incluir essa preocupação na gestão do seu negócio? (% dentre respostas "sim")**

	Clientes e consumidores	Entidades sociais (ONGs, associações etc.)	Fornecedores	Funcionários	Governo	Comunidade próxima	Sócios, financiadores ou investidores	Clientes e consumidores	Entidades sociais (ONGs, associações etc.)	Fornecedores	Funcionários	Governo	Comunidade próxima	Sócios, financiadores ou investidores	Clientes e consumidores	Entidades sociais (ONGs, associações etc.)	Fornecedores	Funcionários	Governo	Comunidade próxima	Sócios, financiadores ou investidores
Muito Importante	59	63	64	60	56	69	58	39	36	40	38	34	43	40	55	53	47	55	42	54	59
Importante	38	34	32	34	38	28	38	52	49	45	48	51	42	48	41	45	45	42	51	41	36
Pouco importante	2	3	2	4	4	3	4	5	10	8	8	10	5	8	3	2	6	2	5	6	4
Nada importante	1	0	0	0	2	0	0	1	2	1	0	3	2	0	0	0	1	0	1	0	0
Não tem opinião	1	1	2	2	1	0	0	5	2	6	5	2	8	3	1	0	2	1	1	0	1

## DESTAQUES

- *Em todos os grupos, independentemente do tipo de pressão já sentida, o predomínio absoluto da avaliação é "Muito importante" ou "Importante".*
- *Os percentuais de "Pouco importante", "Nada importante" e "Não tem opinião" são muito baixos, especialmente entre os que sentiram pressão por aspectos ambientais ou de governança. Dentre os que sentiram pressão por aspectos sociais há maior tendência para avaliação nessas categorias de menor importância, especialmente quando originada do Governo ou de Entidades sociais.*
- *Respondentes que já se sentiram pressionados por aspectos ambientais são os quem mais tendem a avaliar como "Muito importante" a inclusão desses aspectos na gestão dos negócios. Essa tendência é significativamente maior quando a pressão vem da Comunidade próxima.*
- *Em contraste, entre os que sentiram a pressão por aspectos sociais o grau a avaliação predominante é apenas "Importante".*
- *Dentre os que se sentiram pressionados por aspectos de Governança, destaca-se a avaliação de "Muito importante" quando a pressão veio de Sócios, financiadores ou investidores. Entretanto, a maior incidência de avaliações de menor importância se dá quando a pressão se origina de Fornecedores ou do Governo.*

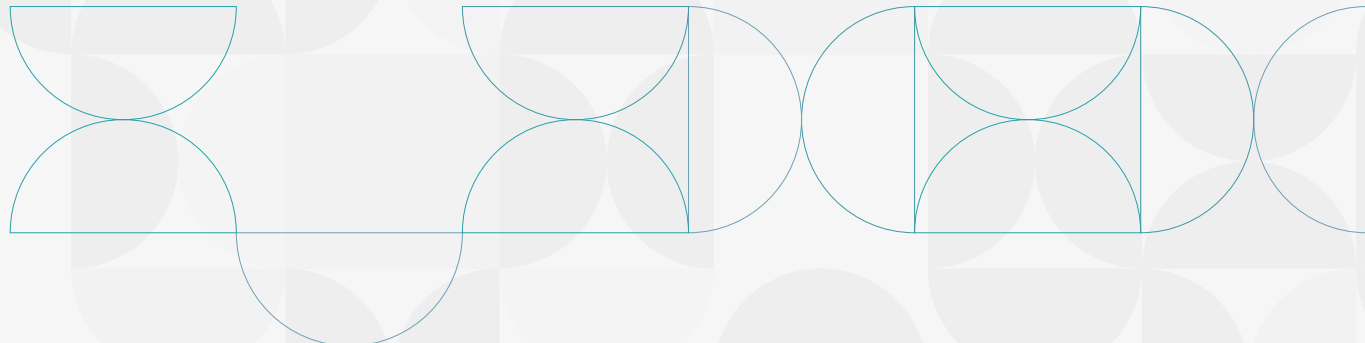
# 11. PRESSÃO POR ESG CONFORME VARIÁVEIS DO NEGÓCIO

Como líder da sua empresa já sentiu cobrança ou pressão em relação a aspectos...	A? (p1)		S? (p7)		G? (p13)	
	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim
	70%	30%	71%	29%	64%	36%
Como avalia a importância de incluir essa preocupação na gestão do seu negócio?	%					
Muito Importante	61	39	57	43	50	50
Importante	68	32	66	34	70	30
Pouco importante	66	34	64	36	81	19
Nada importante	75	25	84	16	93	7
Não tem opinião sobre isto	68	32	76	24	87	13
22. Sobre suas vendas:	%					
Elas são pulverizadas: todos os clientes têm mais ou menos o mesmo peso	70	30	73	27	65	35
Elas são bem distribuídas: alguns clientes são mais importantes, mas não há uma concentração das vendas	69	31	70	30	64	36
Elas são concentradas: poucos clientes respondem pela maioria das vendas	70	30	70	30	63	37
23. Seus clientes são:	%					
Em sua grande maioria, outras empresas	71	29	70	30	63	37
Em sua grande maioria, pessoas físicas	70	30	72	28	66	34
Tanto empresas quanto pessoas físicas, de forma equilibrada	68	32	72	28	64	36

*gráfico continua a seguir*



Como líder da sua empresa já sentiu cobrança ou pressão em relação a aspectos...	A? (p1)		S? (p7)		G? (p13)	
	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim
<b>24. Em relação ao porte das empresas que são suas clientes você diria que:</b>	%					
A maioria é de empresas do mesmo porte que a minha ou menores	68	32	74	26	65	35
A maioria é de empresas maiores que a minha	70	31	68	32	63	37
São tanto empresas maiores que a minha quanto empresas de porte igual ou menor	71	29	72	29	62	38
<b>25. Qual o porte do seu empreendimento</b>	%					
EPP (Empresa de Pequeno Porte)	68	32	67	33	62	38
ME (Microempresa)	70	30	73	27	65	35
Não sei informar	71	33	75	25	77	23
<b>26. Qual o setor de atuação do seu empreendimento?</b>	%					
Serviços	72	28	72	28	66	34
Comércio	71	29	72	28	65	35
Indústria	51	49	64	36	57	43
Construção Civil	60	40	67	33	61	39
Agropecuária	67	33	80	20	47	53
Não sei / não quero informar	67	33	67	33	67	33



## DESTAQUES

- São bem próximos os percentuais de respondentes que declaram já terem sentido pressão para incorporar aspectos ambientais, sociais ou governança na gestão de suas empresas: 30%, 29% e 36%, respectivamente (cabeçalho da tabela);
- Independentemente do tipo de pressão sentida (A, S ou G), é perceptível que o nível de importância dado ao assunto é maior dentre os que já se sentiram pressionados;
- Esse "efeito pressão" é mais pronunciado quando se trata de aspectos Sociais: o percentual dos respondentes que já se sentiram pressionados é de 29% em média, mas sobe para 43% dentre os que classificaram o tema Social como Muito importante;
- O mesmo se aplica para o tema Governança, onde o contraste é de 50% de Muito importante entre os que já sentiram pressão, contra 36% da média;
- Esse efeito também surge na comparação de "nada importante", especialmente entre os que sentiram pressão por aspectos de Governança: 7% contra 36% da média;
- Em relação ao perfil de vendas e tipo/porte dos clientes, não há variações significativas: o percentual dos que declaram ter se sentido pressionados é próximo à média geral, para todas as opções de resposta;
- Em relação aos setores, vê-se que o percentual das empresas que sentiram pressão por aspectos ambientais é maior entre os respondentes dos setores de Indústria e Construção Civil: 49% e 40%, contra a média de 30%;
- Dentre as respondentes do setor Agropecuário é maior o percentual das que já se perceberam pressionadas por aspectos de Governança: 53% contra 36%.

# 12. ADOÇÃO DE PRÁTICAS ESG CONFORME TER PERCEBIDO PRESSÃO

Já foi pressionado em relação a...	A? (p1)		S? (p7)		G? (p13)	
	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim
Contagem de "sim" >>>	2522	1101	2584	1039	2334	1289
		30%		29%		36%
A empresa adota práticas para reduzir os impactos do seu negócio no meio ambiente ou proteger a natureza?	%					
Sim — <b>75%</b>	64	36	70	30	63	37
Não	86	14	76	24	69	31
A empresa adota práticas sociais na gestão do seu negócio?						
Sim — <b>56%</b>	65	35	68	32	61	39
Não	76	24	76	24	69	31
A empresa adota práticas para melhorar a forma como é administrada?						
Sim — <b>87%</b>	68	32	70	30	63	37
Não	79	21	79	21	75	25

## DESTAQUES

- *Um achado importante desta pesquisa foi constatação de uma baixa correlação entre a adoção de práticas da agenda ESG e o fato de a empresa ter se sentido pressionada nesse contexto;*
- *Em relação ao aspecto ambiental, apenas 30% das respondentes declaram terem sido pressionadas, mas 75% declaram já adotar práticas de gestão nesse sentido;*
- *Em relação ao aspecto social, essas proporções são 29% e 56%, respectivamente;*
- *Em relação à governança (traduzida no questionário como "a forma como a empresa é administrada), essas proporções são 36% e 87%;*
- *Isso pode ser entendido como indicação de que as Micro e pequenas empresas entrevistadas adotam práticas ESG movidas não tanto pela pressão que percebem receber de suas partes interessadas, mas por outras razões. Uma possibilidade seria a compreensão da importância dessas questões para o seu negócio. Outra seria a percepção da relevância que esses temas têm para a sociedade como um todo;*
- *Analisando mais detalhadamente, vê-se que dentre as empresas que adotam práticas ambientais, 36% declaram já terem se sentido pressionadas nesse sentido. Esse percentual é um pouco superior à média geral (30%). O mesmo ocorre em relação aos aspectos sociais (32% contra 29%) e de governança (37% contra 36%);*
- *Por outro lado, dentre as empresas que não adotam práticas ambientais, apenas 14% já se sentiram pressionadas para isso, sendo um percentual inferior à média de 30%. Em relação à não adoção de práticas sociais essa proporção é de 24% contra 29%, e em práticas de governança, 25% contra 36%;*
- *Aparentemente, empresas que não percebem pressão sobre os temas ESG são mais propensas a não adotarem práticas neste sentido, especialmente em temas ambientais.*

# 13. ADOÇÃO DE ESG CONFORME OPINIÃO SOBRE O PAPEL DAS EMPRESAS

A sua empresa adota práticas de gestão relacionadas a aspectos...	A? (p1)		S? (p7)		G? (p13)	
	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim
Contagem de "sim" >>>	884	2.733	1577	2040	460	3157
		75%		56%		87%
As questões sociais e ambientais não afetam os micro e pequenos negócios	%					
Concorda totalmente	28	72	46	54	16	84
Concorda em parte	28	72	49	51	13	87
Não concorda, nem discorda	33	67	49	51	19	81
Discorda em parte	25	75	44	56	14	86
Discorda totalmente	21	79	40	60	10	90
O papel das empresas é somente gerar empregos, pagar seus impostos e atender seus clientes, vendendo produtos e serviços no mercado.	%					
Concorda totalmente	27	73	48	52	14	86
Concorda em parte	24	76	44	56	12	88
Não concorda, nem discorda	33	67	42	58	26	74
Discorda em parte	21	79	39	61	11	89
Discorda totalmente	25	75	42	58	12	88

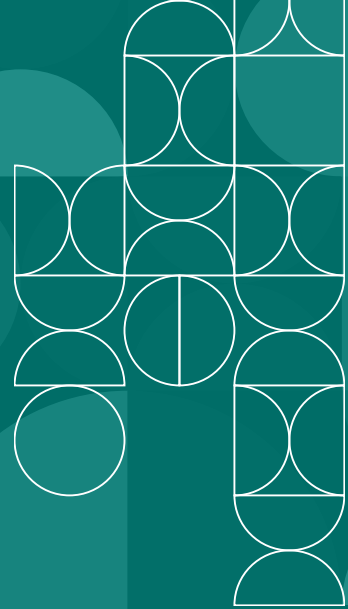
gráfico continua a seguir

A sua empresa adota práticas de gestão relacionadas a aspectos...	A? (p1)		S? (p7)		G? (p13)	
	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim
É preciso que os empresários/empreendedores comecem a administrar seus negócios de forma mais responsável e consciente.	%					
Concorda totalmente	24	76	44	56	11	89
Concorda em parte	29	71	43	57	20	80
Não concorda nem discorda	35	65	40	60	24	76
Discorda em parte	36	64	47	53	31	69
Discorda totalmente	14	86	49	51	26	74
No gerenciamento do negócio, é preciso que o empresário leve em conta se não está criando problemas ambientais, sociais e econômicos para a sociedade e as futuras gerações.	%					
Concorda totalmente	22	78	42	58	11	89
Concorda em parte	32	68	50	50	16	84
Não concorda nem discorda	39	61	40	60	21	79
Discorda em parte	42	58	52	48	32	68
Discorda totalmente	29	71	51	49	23	77

## DESTAQUES

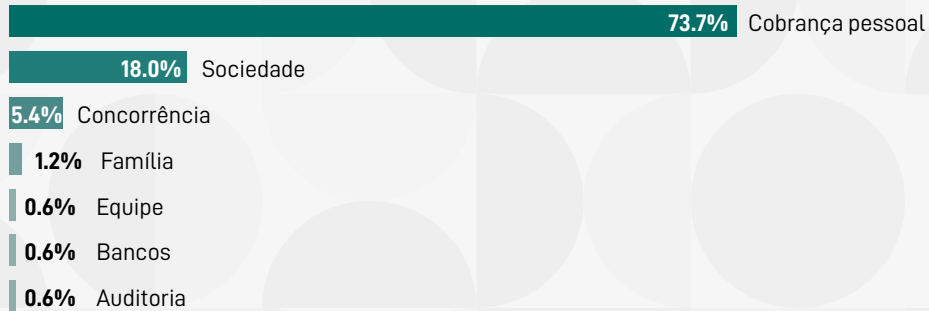
- *O entendimento sobre o papel das empresas na sociedade é um possível indicativo da propensão dos empresários adotarem práticas ESG na gestão de seus negócios;*
- *Nesse sentido, a pesquisa apresentou aos respondentes quatro afirmativas que, a priori, estariam associadas à maior ou menor propensão à adoção dessas práticas;*
- *Em relação à afirmativa de que o papel das empresas é somente gerar empregos, pagar seus impostos e atender seus clientes, vendendo produtos e serviços no mercado a maioria (56%) tende a concordar, mostrando uma possível tendência reativa à agenda ESG, vista como indo além do papel das empresas. Por outro lado, também é grande (41%) o grupo dos que discordam total ou parcialmente dessa afirmação;*
- *Dentre os que discordam totalmente é maior a adoção de práticas ESG. Como no caso anterior, porém, essa diferença não é grande;*
- *Em relação à afirmativa de que as questões sociais e ambientais não afetam os micros e pequenos negócios, 66% dos respondentes discordam total ou parcialmente, indicando que é majoritária a percepção de que a agenda ESG é vista como relevante para os pequenos negócios, pois afetam suas empresas;*
- *A adoção de práticas ESG é maior dentre os que discordam totalmente. Essa diferença, porém, não é grande, ficando 3 ou 4 pontos percentuais acima da média geral dos que adotam práticas sobre cada tema;*
- *Ainda em relação a essa afirmativa, nota-se pouca variação em relação aos demais grupos indicados pelos níveis de concordância ou discordância;*
- *Em relação às duas outras afirmativas – que são explícitas em afirmar a necessidade de que os empresários considerem aspectos ESG em sua gestão – há praticamente um consenso, com níveis de 94% e 95% de concordância total ou parcial;*
- *Em ambos casos, de modo geral, o percentual de adoção de práticas ESG é maior dentre os que concordam totalmente com as afirmativas, porém, também nestes casos, com pequena margem;*
- *Mesmo em alguns grupos minoritários (que discordam das afirmativas ou não se posicionam), há percentuais de adoção de práticas maiores que a média, nos temas ambientais e sociais;*
- *Considerando o conjunto de respostas declarado nas entrevistas, parece haver uma diferença entre a adoção de práticas ESG e a opinião sobre o papel das empresas. Isso é percebido tanto pela baixa variabilidade nos percentuais de adoção quanto pela existência de uma parcela expressiva de respondentes que parece aderir ao discurso esperado (concordar com as demandas ESG) mas, ao mesmo tempo, acreditar que esse não é o papel das empresas.*

# ANEXO I – QUESTÕES ABERTAS

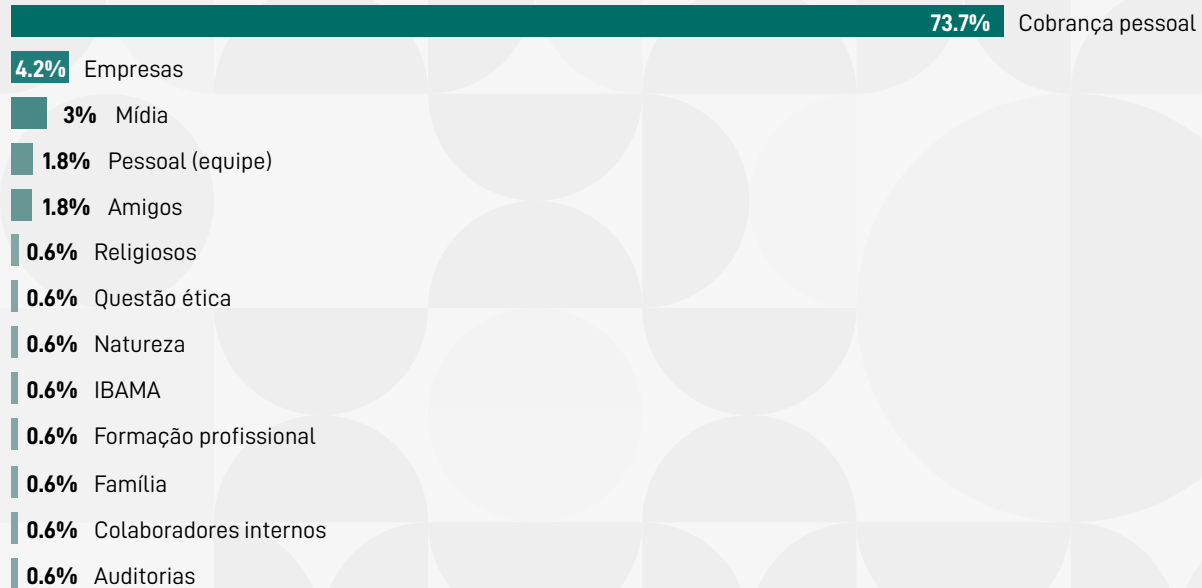




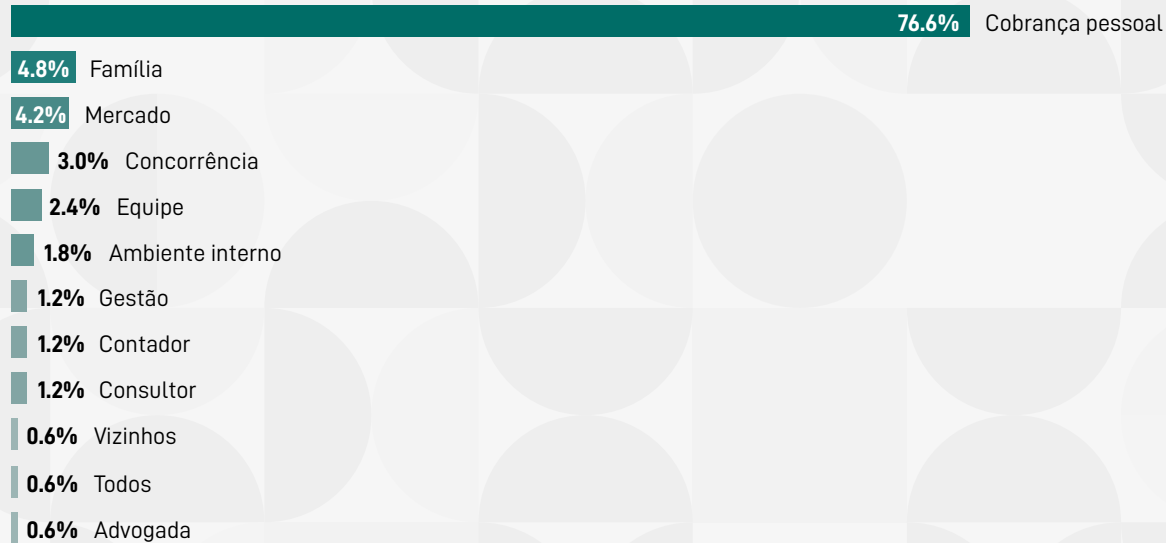
- **Gráfico 1.1.1 - Proporção de outras opções de onde surgiu esse tipo de cobrança de preocupação com questões sociais na gestão do negócio**



- **Proporção de outras opções de onde surgiu esse tipo de cobrança para reduzir os impactos do seu negócio sobre o meio ambiente ou proteger a natureza**



- **Proporção de outras opções de onde surgiu esse tipo de cobrança para melhorar a forma de como sua empresa toma decisões**



The logo for SEBRAE, featuring the word "SEBRAE" in a bold, white, sans-serif font. The letters "S", "B", and "R" are partially obscured by three horizontal white bars of varying lengths that intersect them.

**SEBRAE**

*Centro Sebrae de  
Sustentabilidade*