

FACULDADE DE DIREITO DE VITÓRIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

LUIS EDUARDO GUIMARÃES SANTOS SOBRINHO

**O RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE “MÃE NATUREZA” DA APPLE:
UMA ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DO ESG E DO PRINCÍPIO DA
INFORMAÇÃO AMBIENTAL**

VITÓRIA
2023

LUIS EDUARDO GUIMARÃES SANTOS SOBRINHO

**O RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE “MÃE NATUREZA” DA APPLE:
UMA ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DO ESG E DO PRINCÍPIO DA
INFORMAÇÃO AMBIENTAL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Direito da Faculdade de Direito de Vitória, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientador(a): Prof. Dr. Rhiani Salamon Reis Riani.

VITÓRIA
2023

LUIS EDUARDO GUIMARÃES SANTOS SOBRINHO

**O RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE “MÃE NATUREZA” DA APPLE:
UMA ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DO ESG E DO PRINCÍPIO DA
INFORMAÇÃO AMBIENTAL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Graduação em Direito da Faculdade de Direito de Vitória, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Direito.

Orientador(a): Prof. Dr. Rhiani Salamon Reis Riani.

Aprovada em ____/____/2023

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Dr. Rhiani Salamon Reis Riani

Orientador.

Faculdade de Direito de Vitória

Prof(a). Dr(a).

Membro Titular – Faculdade de
Direito de Vitória

RESUMO

Decorrente da enorme proporção que as práticas ESG estão alcançando no cenário atual, como também a variedade de conceitos e princípios que abrangem este tema em sua aplicação prática dentro de uma empresa, o presente trabalho visa, através de um método indutivo de pesquisa, analisar, sob os princípios do ESG e da informação ambiental, o relatório “Mãe Natureza” da Apple. Para tanto, serão utilizadas das técnicas procedimentais bibliográfica, para discorrer sobre o tema, e a documental, para examinar os relatórios de sustentabilidade da Apple. Dito isso, o estudo será dividido em 3 capítulos. O primeiro irá trazer a origem, conceito e aplicação do ESG no capitalismo atual. O segundo se aprofundará na Apple, apresentando a missão, visão, valores e propósito da empresa. Já o terceiro irá adentrar em alguns dos princípios do direito ambiental que regem o tema ESG, dando enfoque no princípio da informação ambiental, averiguando junto a ele sua participação nas práticas utilizadas pela Apple. Dessa forma, por fim, será respondido o questionamento chave para a produção de todo este estudo: o relatório de sustentabilidade “Mãe Natureza” da Apple atende os requisitos necessários quando observados sob uma perspectiva do ESG e do princípio da informação ambiental?

Palavras-chaves: APPLE; ESG; Princípio da informação; Sustentabilidade corporativa.

ABSTRACT

Due to the enormous scope that ESG practices are attaining in the current scenario, as well as the variety of concepts and principles encompassed by this theme in its practical application within a company, the present work aims, through an inductive research method, to analyze, under the principles of ESG and environmental information, Apple's "Mother Nature" report. To do so, procedural bibliographic techniques will be used to discuss the topic, and documentary techniques will be employed to examine Apple's sustainability reports. With that said, the study will be divided into three chapters. The first will bring the origin, concept, and application of ESG in today's capitalism. The second will delve into Apple, presenting the company's mission, vision, values, and purpose. The third will explore some of the principles of environmental law that govern the ESG theme, focusing on the principle of environmental information, examining its role in the practices used by Apple. Thus, finally, the key question for the production of this entire study will be answered: Does Apple's "Mother Nature" sustainability report meet the necessary requirements when viewed from an ESG and environmental information principle perspective?

Keywords: APPLE; ESG; Information principle; Corporate sustainability.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE): A SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA.....	9
2.1 HISTÓRICO DE FORMAÇÃO DO ESG	9
2.2 DEFINIÇÃO DE ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE)	12
2.3 CAPITALISMO DE STAKEHOLDERS	14
3. A APPLE E SEU COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA.....	18
3.1 A MISSÃO, VISÃO E VALORES DA APPLE	18
3.2 O PROPÓSITO DAS EMPRESAS NA ERA DO CAPITALISMO DE STAKEHOLDERS	20
3.3 O PROPÓSITO DA APPLE	21
4. A SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA EM AÇÃO: UMA ANÁLISE DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE “MÃE NATUREZA” DA APPLE SOB A PERSPECTIVA DO ESG E DO PRINCÍPIO AMBIENTAL DA INFORMAÇÃO	24
4.1 RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE MÃE NATUREZA DA APPLE	24
4.2 PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO AMBIENTAL E PARTICIPAÇÃO SOCIAL	26
4.3 A EFETIVIDADE DA INFORMAÇÃO AMBIENTAL NA ERA DO ESG: UMA ANÁLISE DO RELATÓRIO MÃE NATUREZA	28
CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS.....	33

1. INTRODUÇÃO

O Capitalismo vivencia uma era de influência de seus *stakeholders*. Deste modo, os interesses dos consumidores são considerados no processo de gestão das empresas, o que inclui as pautas ambientais. Este modelo de Capitalismo de Stakeholders é materializado na pauta denominada de ESG (*Environmental, Social and Governance*). O ESG representa a sustentabilidade do setor empresarial, as empresas necessitam demonstrar boas práticas ambientais, sociais e de governança para seus *stakeholders*.

Neste sentido, a Apple é uma empresa que aparenta estar buscando o caminho da sustentabilidade, tanto que possui relatórios de sustentabilidade e, recentemente, apresentou um, que foi considerado uma sacada de marketing, o relatório “Mãe Natureza”.

Assim, o presente trabalho, através de uma pesquisa utilizando o método de abordagem indutivo, realizar uma análise do relatório “Mãe Natureza”, com base nos princípios do ESG e do princípio ambiental da informação. Para tanto, serão utilizadas das técnicas procedimentais bibliográfica e documental. A técnica bibliográfica será empregada para discorrer sobre o tema do ESG e do Capitalismo de *Stakeholders*. Já a técnica documental será utilizada para se estudar os relatórios de sustentabilidade da Apple.

Invoca-se a perspectiva concebida a partir de três critérios, sendo eles, ambientais, sociais e de governança, utilizados para avaliar o desempenho e a sustentabilidade de uma empresa, os quais são resumidos nas siglas “ESG”. Nesse sentido, aclara-se que, a sigla “E” faz referência aos critérios ambientais, a sigla “S” aos critérios sociais e a sigla “G” diz respeito aos critérios de governança.

Dentro deste contexto, no primeiro capítulo, será feita uma passagem histórica sobre o surgimento do ESG no Brasil, como também sua conceituação e importância perante, por exemplo, os acionistas de uma empresa, o meio ambiente e da sociedade como um todo.

Já no segundo capítulo, será feito um estudo na estrutura e ideias da empresa Apple, uma das principais empresas globais conhecidas por sua inovação tecnológica e impacto no mercado. Com o objetivo de compreender melhor os critérios de avaliação do desempenho ESG na Apple, dessa forma, serão realizadas análises mais aprofundadas sobre quais seriam os ideais desta empresa, através da conceituação e exposição da sua missão, visão e valores, como também, analisar o relatório ambiental completo da Apple e o relatório interativo “Mãe Natureza”.

No terceiro capítulo, através destes relatórios, será possível avaliar o conteúdo e os indicadores utilizados pela empresa para medir seu progresso em relação aos aspectos ambientais, em especial o climático, como projetos, alcance de metas e cronograma nos assuntos referentes a sustentabilidade e o meio ambiente.

Posteriormente, haverá um aprofundamento nos princípios essenciais que regem o direito ambiental e, conseqüentemente, o ESG, como o princípio ambiental da informação, educação ambiental, precaução e prevenção. Trazendo seus conceitos, importância e seu enquadramento no cenário de atuação da Apple.

Com isso, será efetuada uma conclusão sobre a pergunta essencial para a produção deste estudo: o relatório de sustentabilidade “Mãe Natureza” da Apple atende os requisitos necessários quando observados sob uma perspectiva do ESG e do princípio da informação ambiental?

2. ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE): A SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA

2.1 HISTÓRICO DE FORMAÇÃO DO ESG

Nas últimas décadas, o setor corporativo passou a se preocupar cada vez mais a minimizar ou mitigar os efeitos negativos de suas ações ou omissões empresariais. Não basta mais, apenas, buscar o lucro. Agora, é importante considerar também a boa reputação, o impacto ambiental e a qualidade de vida dos colaboradores. Nesse sentido, o mercado financeiro tem valorizado a integração de boas práticas ambientais, sociais e de governança corporativa (LIMA, 2022, p. 33).

Assim, este contexto foi impulsionado pelo movimento da sustentabilidade no âmbito corporativo denominada de *ESG (Environmental, Social and Governance)*, que representa questões ambientais, sociais e de governança como critérios de avaliação para as empresas. Com relação à preocupação da vertente ambiental, em particular, esta ganhou destaque devido às crescentes preocupações da sociedade com o aquecimento global e outras adversidades que vêm sendo tratadas no âmbito ambiental, por exemplo, impactos do plástico nos oceanos e a perda da biodiversidade.

É crucial que as empresas, independentemente de seu setor, se esforcem para reduzir seu impacto no meio ambiente e discutam questões mais amplas, como desmatamento, mudanças climáticas, preservação da biodiversidade e adoção de energias renováveis. Mesmo as empresas que não provoquem grande impacto ambiental direto devem considerar o de seus parceiros de negócios. A responsabilidade ambiental exige a tomada de decisões estratégicas antes que problemas irreversíveis ocorram (LIMA, 2022, p. 33).

Até 2019 o ESG era pouco falado pelos brasileiros, tendo as discussões sobre o assunto de forma bem restrita nas vias digitais (GLOBAL, STILINGUE, 2021, p. 16). Contudo, em 2020, houve um crescimento exponencial sobre o tema, sendo comprovado, também, em uma pesquisa realizada pelo Pacto Global neste

mesmo ano de anuência de 72% dos entrevistados, sendo eles membros da Rede Brasil do Pacto Global, acerca do assunto (GLOBAL, STILINGUE, 2021, p. 21).

Nesse sentido, percebe-se que o investimento do ESG se tornou uma tendência nos últimos anos, mediante os resultados apresentados na pesquisa supramencionada, nos negócios corporativos no Brasil e no mundo, com projeções de crescimento significativo a cada ano.

A sigla ESG foi cunhada em 2004, em uma publicação chamada “Who Cares Wins” quando o Banco Mundial, em parceria com o Pacto Global da ONU, convidou líderes de instituições financeiras para integrar fatores ambientais, sociais e de governança em suas análises de investimento. Isso se tornou um movimento sólido, com objetivos claros em todas as áreas (NASCIMENTO, 2021).

Tratando-se das áreas do ESG mencionadas acima de uma forma sucinta, na área ambiental, avalia-se a performance da empresa como sendo responsável pelo meio ambiente e pela garantia da sustentabilidade em suas operações, exemplo disso, seria a preocupação com a redução dos gases de efeito estufa (REIS, 2023). O Environmental (ambiental) do ESG busca analisar as boas práticas de sustentabilidade ambiental desenvolvidas pelas empresas no contexto de seus impactos para com os diversos desafios contemporâneos da humanidade, tais como, resíduos sólidos, emissões de carbono, recursos hídricos, por exemplo.

Na área social, estaria sendo analisada como a organização promove e gerencia seu relacionamento com seus colaboradores, fornecedores, clientes e toda a comunidade em que opera, além do trato e compromisso com temas sociais sensíveis da humanidade, tais como direitos humanos, igualdade de gênero e diversidades, por exemplo. O Social do ESG aborda os compromissos internos e externos da empresa com seus *stakeholders* (REIS, 2023).

Já na área de governança, avalia-se o posicionamento da empresa em relação a adoção de boas práticas de governança corporativa. O *Governance* (Governança) do ESG foca na transparência, na gestão integrativa eficiente e conformidade com as normas e boas práticas empresariais. Em outras palavras, abarca a atuação da empresa no respeito ao código de ética e de conduta, bem como também na transparência empresarial perante seus *stakeholders* (REIS, 2023).

A gestão integrada desses aspectos ajuda as empresas a garantirem sua perenidade, sustentabilidade e retorno financeiro. Além disso, aumenta seu valor nos mercados nacionais e internacionais, tornando-se uma referência em responsabilidade social empresarial (LIMA, 2022, p. 34). Dessa forma, pode-se observar que não está sendo tratado aqui sobre um projeto temporário, mas sim uma mudança cultural que deve estar enraizada dentro das empresas.

O aumento populacional e o desenvolvimento após a Segunda Guerra Mundial aceleraram muitos índices, incluindo a emissão de carbono, o que levou à necessidade de abordar questões ambientais e sociais. Isso culminou na Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano em 1972 e no conceito de desenvolvimento sustentável em 1987 (LIMA, 2022, p 34-35).

No Brasil, o debate sobre essas questões se intensificou na Eco-92, também considerada a maior conferência ambiental já realizada, onde foi criada a Agenda 21 com políticas ambientais relacionadas à elaboração e implementação do desenvolvimento sustentável¹, abrangendo, assim, a conservação ambiental, justiça social e crescimento econômico (GUITARRARA, 2023). Contudo, apesar de o país ter um papel importante devido às suas dimensões e recursos naturais, ainda enfrenta desafios significativos, incluindo desigualdades e questões sociais².

¹ Segundo Adriano Pedra e Leonardo Pereira (2023, p. 52) “a sustentabilidade está ligada à ideia de preservação do ecossistema e à promoção de uma vida equilibrada, de forma a garantir às futuras gerações as mesmas possibilidades de fruição que as presentes estão tendo”.

² A humanidade vivencia um desafio a ser superado em um mundo homogeneizado e globalizante de construir uma sociedade pluralista e democrática, capaz de evitar o empobrecimento social e a degradação ambiental (CASTRO MAIA, 2012).

A pandemia da COVID-19 revelou uma população vulnerável que não estava adequadamente representada em sistemas de apoio social. Isso destaca a necessidade de empresas controlarem suas operações e adotarem práticas responsáveis.

A implementação do ESG nas empresas brasileiras está acelerando, principalmente devido às preocupações crescentes com a crise climática, fazendo, assim, com que as empresas considerem riscos e adotem ações eficazes. Praticamente todos os setores empresariais, especialmente a indústria, estão adotando práticas ESG. A nova tendência não é apenas buscar lucro, mas também criar valor para todos os envolvidos no sucesso da empresa. Para isso, é importante promover diversidade, justiça e transparência internamente e melhorar a reputação da empresa, aumentar a lucratividade.

2.2 DEFINIÇÃO DE ESG (*ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE*)

O ESG (*Environmental, Social and Governance*) é uma abordagem de investimento que leva em consideração três fatores na avaliação de uma empresa: fatores ambientais (E), fatores sociais (S) e fatores de governança Corporativa (G). Assim, a implementação desses fatores possui como objetivo um olhar mais cuidadoso para as atitudes das empresas em prol de um mundo melhor, com propósito de futuro lucrativo e sustentável (BARJUD, 2022, p. 40).

Nota-se, atualmente, que as empresas humanizadas buscam maximizar o seu valor para a sociedade como um todo e não apenas para os seus acionistas, isso porque são criadoras de valores em diversos âmbitos para além do econômico, como, por exemplo, o valor emocional, espiritual, social, cultural, dentre outros. Logo, é cabível compreender que essas empresas promovem mais segurança, mais proteção, para as pessoas que trabalham nelas, para as pessoas que são vizinhas delas, para pessoas que pensam em investir nelas, dentre outras (SISODIA, WOLFE, SHETH, 2019, p. 4).

Para mais, conforme Kercher (2022) tem-se que, o fator ambiental está

relacionado ao impacto da empresa no meio ambiente. Isso inclui questões como poluição, mudanças climáticas, gestão de resíduos e conservação de recursos naturais. Empresas que gerenciam suas atividades ambientais de forma consciente e responsável são menos propensas a enfrentar problemas, processos judiciais e perda de reputação, por exemplo. Além disso, essas empresas conseguem se beneficiar de uma maior eficiência energética e de redução de custos (KERCHER, 2022).

Já o fator social, diz acerca da relação que a empresa possui com seus funcionários, clientes, fornecedores e comunidades locais. Nessa toada, observam-se questões como, a diversidade, a equidade, os direitos humanos e a segurança no local de trabalho, porque, a partir de uma perspectiva analítica, empresas que promovem um ambiente de trabalho seguro e justo para seus funcionários podem moldar, atrair e fidelizar talentos de alto nível, além de aumentar a lealdade e a satisfação do cliente (KERCHER, 2022).

Quanto ao fator de governança, trata-se dos elementos estruturais da empresa, incluindo questões como, por exemplo, transparência, ética e gestão de riscos. Isso porque, empresas que possuem uma governança corporativa são mais propensas a evitar conflitos de interesse, fraudes e outros comportamentos que possam ser antiéticos. Inclusive, essas empresas são mais favoráveis, também, para adotar políticas de remuneração mais justas e transparentes, dessa forma, podem ocasionar um aumento na confiança dos investidores (KERCHER, 2022).

Ora, analisa-se, a partir da adoção de condutas pautadas na métrica do ESG, que empresas privadas já compreenderam a necessidade de adotar governança ambiental, social e corporativa como pilares fundamentais para crescer e, até mesmo, continuarem existindo em seus mercados (VASQUES, 2021).

Em resumo, a abordagem do ESG é uma forma de avaliar a responsabilidade social e a sustentabilidade de uma empresa, levando em consideração fatores ambientais, sociais e de governança corporativa, possibilitando, assim, que as empresas tenham maior probabilidade de prosperar ao longo prazo, além de serem, mais atraentes aos olhos dos investidores.

Segundo Rhiani Riani (2022, p. 69):

Todo investimento exige uma análise minuciosa de riscos e conformidades. A vantagem competitiva e a solvência de empresas neste século, exigem estratégias de negócios voltadas para a incorporação de responsabilidades sobre os temas sensíveis da humanidade. Portanto, na era do capitalismo de *stakeholders*, há uma exigência socioeconômica e mercadológica de empresas incorporarem os critérios ESG aos negócios, o que se inclui os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). O mercado de capitais exige medidas de adequação das empresas aos princípios, objetivos e metas da Agenda 2030.

Assim, é possível afirmar que o ESG é a sustentabilidade corporativa. O mercado financeiro é um ator interessado no compromisso socioambiental das empresas e nas suas boas práticas de sustentabilidade para além das exigências legais.

Dessa forma, veja-se que, ao adotar o ESG, as empresas demonstram seu compromisso com a sustentabilidade, a transparência e a responsabilidade. Isso cria valor compartilhado para a sociedade e o meio ambiente, fortalecendo a relação com seus stakeholders, ou seja, seus clientes, funcionários, fornecedores e parceiros, acionistas e a sociedade em geral. Ante a isso, através do ESG, as empresas podem promover um modelo de negócio mais sustentável e responsável, alinhado com os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana e da defesa do meio ambiente (CURADO, 2022, p. 27).

2.3 CAPITALISMO DE *STAKEHOLDERS*

Primeiramente, a fim de explanar o conceito de “capitalismo” utilizado no presente estudo, tem-se, segundo Luana Caroline Künast Polon (2023), que:

O capitalismo é um sistema que visa à autonomia dos empresários em relação ao Estado, com base na ideia de mínima intervenção estatal. As relações neste sistema são baseadas na lei da oferta e procura, ou seja, os preços dos produtos são fixados de acordo com a procura que há deles. Outro conceito essencial para compreensão do capitalismo é o de lucro. O lucro é basicamente o valor agregado sobre o custo da produção de um produto. Quanto menores forem os custos de produção, maiores serão os lucros [...] (Polon, 2023).

O cenário capitalista e efeitos pós-pandemia, provocaram a necessidade de adaptações, devido as mudanças disruptivas no mercado corporativo como, por exemplo, o *home office*. Dessa forma, a governança empresarial se encontrou sob uma necessidade de se transformar, ou melhor, inovar, em relação as suas práticas de sustentabilidade, valores e quesitos econômicos. (NASCIMENTO, 2021)

Baseando-se na compreensão do tema por Scott D. Anthony, a inovação “é a força mais importante para a transformação do mercado e da sociedade” (ANTHONY *apud* SCHUMPETER, 2012, p. 55) e esta é a ligação presente com o ESG (NASCIMENTO, 2021). Isso ocorre, uma vez que, o ESG promove e alimenta a inovação no cenário empresarial visando a melhoria incansável dos aspectos ambientais, sociais e de governança existentes.

Nesse aspecto, abre-se uma reflexão sobre o modo em que as empresas atuavam, onde visavam apenas maximizar seus lucros explorando os recursos dos seres humanos e da natureza, sem se preocupar com os possíveis danos que seu objetivo poderia acarretar. O que aconteceu? Que movimento transformou ou vem provocando este novo pensar?

Essa modificação no modo de pensar é resultado do movimento “capitalismo consciente” ou “capitalismo de *stakeholders*“, onde que o ESG visa, trazendo mudanças significativas pautadas em valores e no bem-estar financeiro, social, cultural e ético, por exemplo, de todas as partes envolvidas (MACKEY, SISODIA, 2018). O capitalismo consciente é um novo pensamento onde as empresas se inovam ao ponto de se tornarem entidades que contribuem e promovem uma polinização cruzada de potenciais humanos (MACKEY; SISODIA, 2018). Neste cenário, encontra-se o que Juliana Oliveira Nascimento (2021) chama de transformação empresarial para uma cidadania corporativa das companhias perante a sociedade.

O capitalismo de *stakeholders* busca reconhecer a importância de considerar os interesses de todas as pessoas envolvidas no seu processo, ou seja, seus *stakeholders*, e não apenas seus acionistas, como também, traz em seu conceito

uma reflexão sobre a razão de existência da empresa e como ela pode criar mais valor (SCHWAB, VANHAM, 2023, p. 185 – 186). Conforme Francine Lemos (2022), este tipo de capitalismo vincula o sucesso de uma empresa mediante sua contribuição no desenvolvimento de toda a sociedade.

John Mackey e Raj Sisodia (2019), abordam a existência de quatro princípios fundamentais, ou seja, os elementos essenciais da filosofia empresarial, que possuem uma relação de ligação e reforço mútuo, que regem o capitalismo *stakeholders*, são eles: o propósito maior; a integração de *stakeholders*; a liderança consciente; e a cultura e gestão consciente.

Ao se tratar do propósito maior, vê-se que as empresas têm um impacto mais positivo quando têm um propósito maior, indo além do lucro, envolvendo todas as partes interessadas e estimulando a criatividade e o comprometimento. As Empresas devem questionar constantemente seu propósito e valores, que são essenciais para unificar a organização. Esses elementos formam o núcleo de uma empresa consciente, com outros princípios se conectando a eles (SISODIA, WOLFE, 2019, p. 36).

A integração de *stakeholders* diz que as empresas conscientes reconhecem a importância de todos os *stakeholders*, que são afetados pela organização e afetam a mesma. Todos eles compartilham um propósito e valores comuns. Em situações de conflito entre essas partes interessadas, as empresas conscientes buscam soluções criativas que beneficiem a todos, estabelecendo harmonia na rede de *stakeholders* (SISODIA, WOLFE, 2019, p. 36 – 37).

A liderança consciente aborda a questão de que líderes em negócios conscientes são motivados pelo propósito da empresa e pela criação de valor para todos os *stakeholders*, buscando abordagens criativas que beneficiem a todos. Eles possuem inteligência sistêmica, compreendendo as relações entre *stakeholders* interdependentes, e sua reflexão sobre o negócio vai além da mente analítica, evitando conflitos e *trade-offs* (SISODIA, WOLFE, 2019, p. 37).

Por fim, o princípio da cultura e gestão consciente, diz que a cultura de uma empresa consciente é fundamental para sua estabilidade e longevidade, pois garante que seu propósito e valores centrais permanecerão ao longo do tempo e às mudanças na liderança. Essas culturas se desenvolvem a partir do compromisso com um propósito maior, a interdependência dos *stakeholders* e uma liderança consciente. Características comuns dessas culturas incluem confiança, responsabilidade, transparência, integridade e lealdade, por exemplo (SISODIA, SHETH, 2019, p. 37 – 38).

Dessa forma, conclui-se que as empresas conscientes adotam uma gestão descentralizada, autônoma e colaborativa, o que promove a inovação interna, criando valores para os seus *stakeholders*. Ao abraçar os princípios do capitalismo consciente, essas empresas alinham-se com os interesses da sociedade e incorporam uma ética muitas vezes negligenciada nos negócios. Elas acreditam que as empresas devem liderar na elevação da consciência global, reconhecendo sua responsabilidade devido ao seu impacto significativo. Assim como um navio deixa um rastro no mar, empresas e indivíduos deixam um impacto no mundo, muitas vezes sem perceber.

3. A *APPLE* E SEU COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA

3.1 A MISSÃO, VISÃO E VALORES DA *APPLE*

A missão, visão e valores de uma empresa, são elementos fundamentais que servem para definir a sua identidade, propósito e direção (ESCOBAR, 2022). Dessa forma, desempenham um papel crucial na definição da cultura organizacional e no alinhamento dos colaboradores com os objetivos e princípios da empresa (HEEMAN, 2023).

Realizando um melhor detalhamento sobre estes tópicos e utilizando o entendimento de Pedro Henrique Escobar (2022) e Michele Heeman (2023) sobre o assunto, primeiramente, ao se tratar da missão dentro de uma empresa, podemos dizer que a missão é uma declaração concisa que descreve o motivo pelo qual a empresa existe, o que ela faz e para quem faz.

Sendo assim, podemos dizer que a missão responde à pergunta: "Por que estamos no negócio?" A missão fornece um propósito claro e ajuda a direcionar as ações e decisões da empresa. É uma espécie de farol que guia a organização em sua jornada (ESCOBAR, 2022).

Além disso, uma missão empresarial eficaz deve ser clara, limpa, simples e, se possível, elaborada a partir do coletivo. Isso porque quando o coletivo é englobado na construção da missão empresarial, fermenta dentro dos envolvidos um sentimento de pertencimento e responsabilidade dentro do processo, dessa forma, estabelecendo uma relação de orgulho e autoria na missão (HEEMAN, 2023)

Por outro lado, a visão empresarial representa a direção e a trajetória que a empresa deseja seguir no futuro, sendo moldada pela missão, foco e esforço da empresa, dessa forma, definindo onde ela quer chegar ao longo do tempo. Embora a visão seja uma ideia geral do que a empresa deseja alcançar, é importante notar que ela não deve ser confundida com objetivos e metas

organizacionais específicas. A visão aborda a empresa como um todo, sem se concentrar em aspectos particulares (ESCOBAR, 2022).

A visão atua como um motivador para todos os projetos e ações dentro da empresa, independentemente do setor escolhido. Ao se pensar na visão de uma empresa, leva-se em consideração perguntas como: “É possível alcançar esta visão?”; “Como a empresa quer ser observada pelos seus clientes e quais clientes deseja atender?”; e Qual produto visa entregar aos seus clientes?” (ESCOBAR, 2022).

Para nortear como fazer uma boa visão empresarial, a empresa precisa ser ambiciosa e inspiradora, porém realista, e, se possível, envolver em sua criação os integrantes de sua equipe de funcionários.

Por fim, ao se tratar dos valores, no contexto empresarial, representam o cerne da identidade de uma organização. São princípios que definem atitudes, comportamentos e a busca por resultados compartilhados entre funcionários, líderes e acionistas, em suas interações com clientes, fornecedores, comunidades, parceiros e governos (ESCOBAR, 2022).

Enquanto a missão e a visão estabelecem a direção estratégica de uma empresa, os valores são mais perenes e intrínsecos à cultura organizacional. Eles formam a base sobre a qual a estratégia é construída e sustentada ao longo do tempo. Ao adquirir novos talentos, é fundamental que os recrutadores identifiquem o alinhamento cultural e de valores entre os candidatos e a empresa, o que facilitará a integração deles de maneira mais eficaz (ESCOBAR, 2022).

Ao contrário de elementos da cultura que podem mudar rapidamente, como políticas ou procedimentos, os valores estão relacionados a atitudes e comportamentos e, portanto, sua evolução costuma ser lenta e orgânica. Isso garante que não ocorram mudanças abruptas que possam desviar a organização de sua identidade cultural.

A definição dos valores é uma etapa crucial para a reputação e o sucesso de uma empresa. Líderes, funcionários, parceiros e fornecedores precisam estar alinhados com esses valores, que servem como um guia para as ações e decisões, desde processos de seleção até questões éticas cotidianas. Esse alinhamento, a longo prazo, constrói confiança junto aos clientes e é fundamental para o sucesso dos negócios.

A escolha e definição dos valores empresariais deve ser cuidadosa e precisa refletir a essência da organização. Para identificá-los, é útil pensar em quais atitudes e comportamentos a empresa gostaria de ser lembrada, bem como quais valores ela aspira que sejam admirados. A partir dessas reflexões, são identificados os valores que fazem sentido para a cultura da empresa. Esses valores são documentados de forma sucinta e clara, e comportamentos e atitudes observáveis que representem esses valores são estabelecidos.

A definição dos valores não é um processo unilateral, mas sim um esforço colaborativo que envolve todos os interessados. Uma vez estabelecidos, os valores são compartilhados e servem como referência para orientar decisões diárias e estratégicas. Eles se tornam um "livro mestre" que ajuda a manter a coesão cultural e a consistência nas ações da organização, contribuindo para o seu sucesso a longo prazo.

3.2 O PROPÓSITO DAS EMPRESAS NA ERA DO CAPITALISMO DE *STAKEHOLDERS*

Há uma significativa ampliação do propósito no capitalismo de *stakeholders* quando comparado com o capitalismo de acionistas, no qual tinha como principal objetivo o lucro para os acionistas. Nesse novo cenário do capitalismo, as empresas reconhecem a responsabilidade de atender não apenas aos interesses dos acionistas como, também, de todos os interessados, ou seja, os *stakeholders*.

Conforme entendimento de Klaus Schwab, e Peter Vanham (2023), ambos reforçam a necessidade das empresas de expandirem seus horizontes além da declaração de lucro e perda e afirmam, ainda, que as empresas estão cada vez mais dispostas em realizar essa expansão.

Dessa forma, Klaus Schwab (2023) apresentou no Fórum Econômico Mundial o que seria o propósito universal de uma empresa na quarta revolução industrial através do Manifesto de Davos de 2020. Em seu entendimento, o propósito de uma empresa no capitalismo de stakeholders seria envolver todos os seus stakeholders em uma criação de valores sustentável e compartilhada (SCHWAB, VANHAM, 2023).

Nesta criação de valores compartilhados e sustentáveis, Klaus Schwab (2019) diz que há dentro deste contexto 5 atitudes que as empresas devem tomar, sendo elas: 1- atender seus clientes e propor a eles valores que melhor os atendam; 2- tratar as pessoas com respeito e dignidade; 3- realmente tratar seus fornecedores como parceiros na criação de seu valor; 4- servir a sociedade como um todo, dessa forma, utilizando eficientemente os dados coletados de forma ética e segura, além de, por exemplo, visar trazer inovações para o bem estar das pessoas e proteger o meio ambiente; 5- por fim, entregar aos *stakeholders* um retorno dos investimentos realizados observando os riscos empresariais que foram assumidos.

Conclui-se, que uma empresa é muito mais do que uma unidade econômica existente para produção de riqueza, uma vez que deve ser levado em consideração que a performance empresarial atinge não apenas o retorno para seus shareholders, ou seja, seus acionistas, mas também em seu modo de alcançar seus objetivos ambientais, sociais e de governança.

3.3 O PROPÓSITO DA APPLE

A Apple é uma multinacional norte-americana fundada em 1 de abril de 1976 por Steve Wozniak, Steve Jobs e Ronald Wayne (WIKIPEDIA, 2023). Não é novo o

fato desta empresa ser mundialmente conhecida principalmente por características como a inovação, o design, a qualidade e a fidelização que a empresa consegue propor ao seu consumidor, trazendo, assim, a sua notoriedade no âmbito empresarial e comercial.

Inclusive, a Apple se destaca por conta de sua atuação voltada à aplicação prática das condutas pautadas no ESG. A Empresa tem trabalhado para tornar seus negócios cada vez mais sustentáveis, melhorando as condições de trabalho para seus funcionários e sendo mais transparentes em suas práticas de governança, segundo os dados que são disponibilizados em seus relatórios anualmente.

Conforme visto anteriormente, o propósito de uma empresa seria envolver todos os seus *stakeholders* em uma criação de valores sustentável e compartilhada. Sendo assim, para compreender o propósito da Empresa *Apple*, deve-se, primeiramente, entender qual seria a missão, visão e valores da empresa.

A Apple não possui oficialmente declarada qual seria sua missão, visão e valores, dessa forma, deve ser necessária uma análise em seu site oficial e nos relatórios disponíveis sobre em seu “Environmental Progress Report” e seu relatório de benefícios de carreira para seus funcionários para poder chegar a uma conclusão sobre o assunto (APPLE, 2023).

A missão da empresa é a razão de sua existência, sua entrega ao cliente, tendo isso em mente, e observando que em seu site e relatórios, a Empresa Apple busca sempre tentar trazer ao seu cliente uma experiência excepcional ao seu consumidor. Sendo assim, conclui-se que sua missão seria fornecer aos seus clientes a melhor experiência possível, através de seus serviços e produtos inovadores e liderar o setor tecnológico com isso (MARCOCCI, 2023)

A visão de uma empresa tende a ser mais ambiciosa, enquanto a missão é algo mais tangível. Tendo como base a missão que foi apresentada e o impacto que a Apple já causa mundialmente, podemos concluir que a visão da Apple seria mudar o mundo através de sua tecnologia (MARCOCCI, 2023).

Já nos valores da Apple, podemos ressaltar principalmente a transparência que a empresa apresenta, disponibilizando seus relatórios tanto ambientais como sociais, além de suas decisões de governança sobre o assunto com fácil acessibilidade em seu site oficial, como também na inovação, uma vez que a empresa investe muito em sempre estar fazendo novos lançamentos com suas tecnologias melhoradas e preocupadas cada vez mais com a experiência do cliente e com o meio ambiente.

Por fim, complementa-se aos valores empresariais, a criatividade, sustentabilidade, ética, responsabilidade social e a personalização (MARCOCCI, 2023). Mediante seu propósito que a Empresa Apple cria seus relatórios de sustentabilidade e leva informações aos seus *stakeholders*. Assim, no próximo capítulo será realizado um estudo do seu relatório de sustentabilidade “Mãe Natureza”.

4. A SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA EM AÇÃO: UMA ANÁLISE DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE “MÃE NATUREZA” DA APPLE SOB A PERSPECTIVA DO ESG E DO PRINCÍPIO AMBIENTAL DA INFORMAÇÃO

4.1 RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE MÃE NATUREZA DA APPLE

O relatório completo da Apple sobre o meio ambiente, denominado "Environmental Progress Report", possui atualização anualmente, onde ele apresenta quais são as metas a serem alcançadas pela empresa até 2030, como também, quais já foram concretizadas, estão em andamento ou que não puderam ser feitas até o momento, de forma detalhada e explicativa.

Dentro deste relatório, são expostos assuntos relacionados ao meio ambiente divididos por categorias, sendo elas: mudanças climáticas, recursos utilizados pela empresa em sua fabricação, "química inteligente" em seus produtos e seus engajamentos em projetos sustentáveis. (APPLE, 2023, p. 2)

Nesta toada, destaca-se dentro deste relatório a meta da Apple ao tratar sobre sua emissão de carbono até 2030. A empresa afirma que desde abril de 2020, todas as operações corporativas, ou seja, seus escritórios, lojas, data centers, como também, o transporte de seus funcionários, viagens de negócios e home office, são carbono neutro. Além disso, visam chegar em sua neutralidade de carbono em sua produção e produtos até 2030, enquanto isto não ocorre, até o momento já houve uma redução de 75% ao comparar o ano de 2023 com o ano de 2015 (APPLE, 2023, p. 8).

Salienta-se que a empresa no momento já apresenta a utilização de energia limpa, através de eletricidade por meios solares e eólica e não só está trazendo consigo a ideologia de um desenvolvimento sustentável, como também está repassando este ideal e mantando em sua linha produtiva fornecedores que aderem esta forma de produzir ecológica. Até o momento da divulgação do Environmental Progress Report, a Apple possui cerca de 250 fornecedores que também estão usufruindo de 100% de energia limpa e renovável (APPLE, 2023, p. 8 - 25).

Além do "Environmental Progress Report", a Apple disponibilizou um relatório interativo em 12 de setembro de 2023 denominado "Mother Nature" (Mãe Natureza), onde transmitem de uma forma clara e sucinta através de um vídeo contagiante aos expectadores, por sua qualidade e forma de falar, seus avanços e seus projetos que abordam o meio ambiente (APPLE, 2023).

Neste vídeo, a mãe natureza é representada pela brilhante atriz Octavia Spencer, que soube com maestria expressar a essência do papel e que trouxe em seu roteiro cômico, mas com críticas pertinentes a atualidade quando tratamos do empenho das empresas no cenário ambiental na atualidade. Isso ocorre já no início do vídeo, onde subentende-se que a mãe natureza faz visitas anuais as empresas e aguarda ouvir delas seus avanços perante o meio ambiente, contudo, sempre se decepciona, pois as empresas dizem que vão fazer, por exemplo, plantio de árvores e produtos mais ecológicos, para chamar a atenção dos seus consumidores e observadores, mas sempre postergam a data ou não efetivam o que foi proposto (APPLE, 2023).

O conteúdo do relatório traz uma impressão de que a empresa está 100% alinhada com o meio ambiente e todos os princípios que o regem no ordenamento jurídico, uma vez que apresentam diversos projetos sustentáveis e metas já alcançadas que a primeira vista, parecem surreais. Pode-se, primeiramente, introduzir que o consumo de água da empresa reduziu, em média, bilhões de litros e que ao se tratar da eletricidade, que a Apple reforça o que já foi dito anteriormente sobre possuírem eletricidade 100% limpa e renovável em escritórios e data centers, por exemplo, como também possuir escritórios neutros em carbono, porém, trouxeram um dado atualizado sobre a quantidade de fornecedores parceiros que também utilizam 100% energia renovável, no início de 2023 era 250 fornecedores e em setembro aumentou para cerca de 300 (APPLE, 2023).

Em relação aos materiais utilizados, a empresa prevê eliminar a utilização do plástico em todas as embalagens dos produtos Apple até o final de 2024, como também, a eliminação do couro utilizado na capinha dos celulares. Além disso, alegam já produzir as estruturas dos produtos, Macbook, Apple Watch e Apple

Tvs. A empresa comprova seus esforços neste quesito, apresentando um Apple Watch, neutro em carbono, sendo seu primeiro produto com esta característica, e visa fazer todos os seus produtos neutros em carbono até 2030 (APPLE, 2023).

Já em relação ao meio de transporte utilizado pela empresa, há uma redução de 95% das emissões de gases realizados pelos transportes terrestres na circulação de suas mercadorias. Isso decorre da alteração da predominância de seu meio de transporte terrestre para o marítimo, possibilitando dessa forma esta drástica redução. (APPLE, 2023)

Não obstante, a Apple está investindo fortemente em projetos sustentáveis não em todo o mundo, visando a proteção do solo, plantas e árvores. Há uma crítica neste momento através de um diálogo com a mãe natureza, onde ela satiriza o fato de várias empresas alegarem estar plantando árvores para ajudar o meio ambiente, contudo, há rapidamente uma reviravolta onde os funcionários da Apple alegam que não plantam árvores, mas sim florestas no Paraguai e no Brasil, como também, afirmam estar salvando o cerrado da região, recuperando mangues na Colômbia e pastagens em Quênia. Isso tudo com o objetivo de eliminar o gás carbônico da atmosfera de uma vez por todas (APPLE, 2023)

Com isso, o relatório interativo se encerra com um desfecho inesperado, uma vez que a mãe natureza age não como se estivesse extremamente feliz com as informações que foram levadas a ela, sendo que foram as primeiras realmente boas em todas as reuniões realizadas, mas sim com um ar de que a Apple estaria fazendo sua função de forma produtiva e efetiva, pois é sua função também auxiliar e se preocupar com o meio ambiente, como se fosse seu dever e o de todos (APPLE, 2023).

4.2 PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO AMBIENTAL E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

Insta salientar, de plano, que as empresas devem pautar suas condutas de acordo com os princípios estabelecidos na Constituição Federal, como em demais textos legais, pois assim é possível transmitir segurança para a

população, de forma que essa possa questionar suas atitudes quando não estiverem de acordo com o que lhes seria devido.

Destarte, se analisa que a ordem econômica, abarcada pelo art. 170, inciso VI, da Constituição Federal de 1988, institui a defesa do meio ambiente como um princípio importante a ser seguido pelas empresas. Ademais, incorpora-se à interpretação, o artigo 225 da Constituição³, como veículo necessário à realização do maior princípio do Direito Ambiental, sendo esse: o princípio do desenvolvimento sustentável.

Nesse sentido, toma-se que o princípio do desenvolvimento sustentável visa atender as necessidades da geração atual sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem suas próprias necessidades (SARLET, FENSTERSEIFER, 2017, p. 42). Inclusive, dentro do conteúdo existente no art. 225 da Constituição Federal, se observa outros dois princípios dentro do Direito Ambiental, sendo eles: o princípio da prevenção e da precaução.

Primeiramente, entende-se que o princípio da prevenção trata do dever da sociedade e do poder público de evitar e mitigar quaisquer riscos ou danos ambientais quando se tem conhecimento tecnológico e científico sobre os riscos e passivos ambientais que podem ser ocasionados pela atividade empresarial (SARLET, FENSTERSEIFER, 2017, p. 72).

Outrossim, o princípio da precaução o Poder Público e a sociedade, também, precisam mitigar riscos e danos ambientais. No entanto, quando se tem dúvida, incerteza ou controvérsia acerca dos riscos da ocorrência de danos diretos e reflexos, ou seja, quando se há incerteza científica (SARLET, FENSTERSEIFER, 2017, p. 74).

Não obstante, a Constituição Federal institui os princípios da informação e da participação social ao longo de seus dispositivos. O primeiro princípio, visa fazer com que a sociedade tenha pleno conhecimento das questões relacionadas ao

³ Conforme afirma Talita Vieira (2009), o art. 225 da Constituição Federal propugna por um meio ambiente ecologicamente equilibrado, posicionando-o como um direito fundamental de terceira geração (VIEIRA, 2009).

meio ambiente, para que dessa forma os indivíduos possam ter suas próprias opiniões acerca do tema. O princípio da informação pode ser observado através do art. 5º, inc. XIV, pois dele decorre o direito de que todos mediante a lei terão acesso à informação, bem como o mesmo artigo em seu inciso XXXIII afirma que esse direito será um princípio importante à concretização do direito de informação que todo cidadão possui perante o Poder Público (SARLET, FENSTERSEIFER, 2017, p. 54).

Nessa seara, tem-se como princípio correlato o disposto no art. 225, §1º, inciso VI, da Constituição, o princípio da educação ambiental, o qual visa promover a preservação do meio ambiente mediante a inserção de uma educação ambiental de qualidade em todos os níveis de ensino. Nota-se, portanto, que o princípio da informação é compreendido, aqui, como uma necessidade não apenas normativa, que institui um dever de fazer quando for acionado, como também, é uma obrigação constante, a qual deve ser efetivada por meio de condutas a serem realizadas pelo Poder Público e pelos entes privados (SARLET, FENSTERSEIFER, 2017, p. 69).

Já o segundo, pode ser analisado mediante diversos diplomas, tais como o art. 182 da Constituição e os artigos 2º, inciso II e 40, §4º, incisos I, II e III do Estatuto da Cidade, além de estar presente no princípio 10 da Declaração do Rio de Janeiro Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio/92).

O ideal de participação popular ampara não só o direito à informação, como a qualidade da informação e da educação quanto ao meio ambiente. Ora, veja-se que, a sociedade como maior beneficiária pela proteção do meio ambiente, deve atuar de forma ativa nas questões acerca desse meio, como se observa (a título de exemplo) em projetos de lei de iniciativa popular, Conselhos Paritários e audiências e consultas públicas (SARLET, FENSTERSEIFER, 2017, P. 55 - 59)

4.3 A EFETIVIDADE DA INFORMAÇÃO AMBIENTAL NA ERA DO ESG: UMA ANÁLISE DO RELATÓRIO MÃE NATUREZA

Diante do exposto no tópico anterior, cabe adentrar na concretização do princípio da informação, uma vez que a Apple traz a transparência como uma forte característica de sua governança. Ademais, se observa que a empresa possui como seu fundamento o desenvolvimento sustentável, trazendo em seu relatório Mãe Natureza diversas inovações em produtos verdes, ou seja, produtos sustentáveis

Apesar da Apple não comentar dentro do seu relatório interativo aonde o consumidor ou público pode adentrar em informações mais detalhadas sobre o que foi apresentado, há na descrição de seu vídeo no YouTube⁴ e no site oficial um link que direciona os interessados a oportunidade de visualizar as informações. Neste aspecto, se percebe uma falha da empresa por não ter deixado explícito em seu vídeo, nem que seja em uma mensagem escrita no final, a informação de que todos que estão assistindo podem olhar seu relatório completo para averiguar e analisar o que foi dialogado, uma vez que grande parte dos espectadores não leem a descrição do vídeo que foi repassado ou encontrado na internet.

Não obstante, a empresa, no relatório Mãe Natureza e em seu relatório completo, informa que estão plantando florestas, por exemplo, no Brasil e no Paraguai, como também está protegendo o cerrado desta localidade. Contudo, não há em nenhum dos relatórios fotos ou uma localização precisa das florestas. Essa falta de informação, junto com a supracitada questão do link do relatório completo, pode fazer com que a Apple seja vista por algumas pessoas como se estivesse praticando *greenwashing*, algo que ela mesma critica em seu vídeo interativo, dizendo que outras empresas estariam atuando desta forma.

O *greenwashing* ocorre quando uma organização engana os consumidores ou exagera nas informações que estão sendo passadas para eles para ter benefícios de marketing. As acusações de *greenwashing* podem arruinar a reputação de uma empresa, então, é necessário que haja muita cautela no

⁴ Como forma de acesso, disponibiliza-se o link do vídeo, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FZq3rYGWXjI>

momento da produção e divulgação que estará sendo passada aos consumidores (ALVES, 2023, p. 33).

Uma das estratégias que podem ser utilizadas pelas empresas se resguardarem contra falsas alegações de *greenwashing*, seria investir em certidões e selos que comprovem a autenticidade da qualidade ambiental dos seus produtos. Nesta seara, a Apple em seu relatório completo disponibiliza alguns de seus certificados para averiguação do consumidor, como: Pegada de carbono abrangente líquida, dados de energia das instalações, carbono, resíduos, papel e água (Apex); Pegada de carbono do produto (Instituto Fraunhofer); Programa de Energia Limpa do Fornecedor (Apex); Programa de Eficiência Energética do Fornecedor (Apex); Pegada de fibra de embalagem e plástico (Instituto Fraunhofer); e, por fim, o Certificado de Registro do Sistema de Gestão Ambiental para a norma I.S. EN ISO 14001:2015.

Assim, pode-se afirmar que o princípio da informação ambiental ainda não é totalmente respeitado no Relatório Mãe Natureza. Trata-se apenas de uma estratégia de marketing, mas que precisa ser cuidadosamente revista. Na Era do Capitalismo de *Stakeholders*, os consumidores estão atentos as informações passadas pelos produtos e serviços oferecidos. Desta forma, é fundamental que estratégias como a do Relatório Mãe Natureza sejam revistas e repensadas conforme preconiza a sustentabilidade corporativa do ESG e o princípio da informação do direito ambiental brasileiro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ESG é uma técnica empresarial ainda muito nova no cenário, porém vem trazendo cada vez mais sua força e importância com o passar dos dias no cenário atual. Trazendo consigo um contexto em que a governança empresarial, o aspecto social da empresa com seus stakeholders e a proteção e responsabilização pelo meio ambiente andam juntos.

Manifestando sua efetivação no meio do capitalismo consciente, a APPLE, atribui como bases de seus princípios uma ligação com a natureza e com a sociedade ao seu redor, trazendo transparência e informação sobre suas inovações, projetos e qualidade.

Nesta seara, o parágrafo anterior traz novamente o cenário do propósito da empresa, trazendo a reflexão novamente, de que sua missão, estaria relacionada a incrível experiência proporcionada através de seus serviços e produtos inovadores, como também, liderar o setor tecnológico. A sua visão estaria ligada a mudar o mundo através de sua tecnologia e, por fim, seus valores presentes em sua transparência, ética, inovação e responsabilidade social e ambiental, por exemplo. (MARCOCCI, 2023)

Dessa forma, se observa que a APPLE é uma forte multinacional que realmente está à frente da maioria das empresas na questão de visibilidade e efetividade de informações acerca de sua sustentabilidade. Seu relatório completo possui diversas informações com detalhes e certificações que mostram a toda sua grande motivação em cumprir suas metas para auxiliar na concretização de um desenvolvimento sustentável. Já Seu relatório interativo é interessante e prende seu consumidor num vídeo que contém humor e conhecimento das práticas da empresa que com certeza ganha uma proporção de marketing grandiosa.

Conclui-se, assim, que apesar das críticas realizadas no tópico anterior, sobre a falta de uma informação de localidade das florestas ou do local de proteção do cerrado, a APPLE está na busca por seu objetivo como empresa possuidora do ESG em sua estrutura também está no caminho para a efetividade do princípio

da informação ambiental. O *greenwashing* é uma realidade mundial e a APPLE deve fazer de tudo para evitá-lo, uma vez que poderá sofrer um cancelamento de seus *stakeholders*.

REFERÊNCIAS

ALVES, Ricardo R. **Marketing Ambiental: Sustentabilidade Empresarial e Mercado Verde**. [Digite o Local da Editora]: Editora Manole, 2016. *E-book*. ISBN 9788520450406. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520450406/>. Acesso em: 09 nov. 2023.

ANTHONY, Scott D. **O Livro de Ouro da Inovação: o guia definitivo para o sucesso organizacional e o crescimento pessoal**. Tradução Bruno Alexander e Luiz Otávio Talu. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012, p. 55.

APPLE. **Environmental Progress Report: Behind every Apple product is a plan for the future**. Disponível em: https://www.apple.com/br/environment/pdf/Apple_Environmental_Progress_Report_2023.pdf. Acesso em: 01 nov. 2023.

APPLE. **Carreiras na Apple: Contamos com você e você pode contar com a gente**. Disponível em: <https://www.apple.com/careers/br/benefits.html>. Acesso em: 01 nov. 2023

APPLE. **Mãe Natureza**. Disponível em: <https://www.apple.com/br/environment/mother-nature>. Acesso em: 01 de nov. 2023

BARJURD, Marina. **Precisamos falar sobre ESG: Environmental – Social – Governance**. In: ESG: a referência da responsabilidade social empresarial / Newton dos Anjos (Organizador), Ricardo Calcini (Organizador) - Leme – SP. Mizuno. 2022.

BRASIL, Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. **Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2011**. Regulamenta os arts. 182 e 183 da Constituição Federal, estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/Leis_2001/110257.htm. Acesso em: 07 de nov. 2023.

CASTRO MAIA, Patrícia Mendonça (2012). Ladeira Sacopã, 250: um parque, um quilombo, um conflito socioambiental na lagoa. **Revista De Direitos E Garantias Fundamentais**, (10), 251–274. <https://doi.org/10.18759/rdgf.v0i10.131>. Disponível em: <https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/131>. Acesso em: 20 out. 2023.

CURADO, Frederico Pinheiro Fleury. **ESG – Origens e definições**. In: ESG: a referência da responsabilidade social empresarial / Newton dos Anjos

(Organizador), Ricardo Calcini (Organizador) - Leme – SP. Mizuno. 2022.
KERCHER, Sofia. **Entenda o que é ESG: tendência para os investidores em 2022.** CNN Brasil. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/entenda-o-que-e-esg-tendencia-para-os-investidores-em-2022/>. Acesso em: 03 set. 2023.

LEMOS, Francine. **Capitalismo de stakeholders e o Movimento B. Exame.** Disponível em: <https://exame.com/colunistas/francine-lemos/capitalismo-de-stakeholders-e-o-movimento-b/>. Acesso em: 12 de set. 2023.

LIMA, Neida M. S. **ESG – surgimento e evolução do tema no Brasil e sua integração nas empresas brasileiras.** In: ESG: a referência da responsabilidade social empresarial / Newton dos Anjos (Organizador), Ricardo Calcini (Organizador) - Leme – SP. Mizuno. 2022.

MARCOCCI, Camila. **Missão, Visão e Valores de uma organização.** Disponível em: <https://certificacaoiso.com.br/missao-visao-valores/#:~:text=Apple%3A,%2C%20simplicidade%2C%20design%2C%20sustentabilidade>. Acesso em: 09 nov. 2023.

ESCOBAR, Pedro Henrique. **Missão, visão e valores: O que são e como aplicar.** Disponível em: <https://blog.egestor.com.br/missao-visao-e-valores/>. Acesso em: 20 out. 2023.

GUITARRARA, Paloma. **"ECO-92";** Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/geografia/eco-92.htm>. Acesso em 02 de out. de 2023.

HEEMAN, Michele. **Missão, visão e valores: O que é? Como definir e exemplos.** Disponível em <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/missao-visao-valores/>. Acesso em: 20 out. 2023.

KÜNST POLON, Luana Caroline. **Capitalismo e Socialismo.** Todo Estudo. Disponível em: <https://www.todoestudo.com.br/geografia/capitalismo-e-socialismo>. Acesso em: 13 de set. 2023.

MACKEY, John. SISODIA, Raj. **Capitalismo Consciente: como libertar o espírito heroico dos negócios.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

NASCIMENTO, Juliana Oliveira. **ESG: O Cisne Verde e o Capitalismo de Stakeholder.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS – ONU. **Declaração sobre o Meio Ambiente Humano.** Estocolmo, 1972.

PEDRA, Adriano Sant`ana; PEREIRA, Leonardo Gomes. **O princípio da educação ambiental como pressuposto para a efetivação da proteção ao meio ambiente.** 2023. Revista Cadernos da FUCAMP. V. 22, n. 56. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2846>. Acesso em: 20 out. 2023.

REIS, Thiago. **ESG: O que é? Entenda tudo sobre a sigla.** Disponível em: <https://www.suno.com.br/guias/esg/>. Acesso em: 02 out. 2023.

RIANI, R. S. R. **Governança ambiental corporativa no âmbito da agenda 2030: A participação dos atores corporativos no acesso global às vacinas da covid-19 (COVAX).** 2022. Tese (Doutorado em Direito Ambiental Internacional) – Universidade Católica de Santos, 2022.

SARLET, Ingo W.; FENSTERSEIFER, Tiago. **Princípios do direito ambiental.** São Paulo: Editora Saraiva, 2017. E-book. ISBN 9788547218607. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547218607/>. Acesso em: 09 nov. 2023.

SCHWAB, Klaus. Davos Manifesto 2020: **The Universal Purpose of a Company in the Fourth Industrial Revolution.** Disponível em: <https://www.weforum.org/agenda/2019/12/davos-manifesto-2020-the-universal-purpose-of-a-company-in-the-fourth-industrial-revolution/>. Acesso em: 01 de nov. 2023

SCHWAB, Klaus. VANHAM, Peter. **Capitalismo Stakeholder: uma economia global que trabalha para o progresso, as pessoas e o planeta.** Alta Books, 2023.

SISODIA, Raj. WOLFE, David. SHETH, Jag. **Empresas Humanizadas: Pessoas Propósito, Performance.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

VASQUES, Victor. **O futuro da ESG: Os exemplos da Apple, da China e a Cúpula do Clima.** Disponível em: <https://inovasocial.com.br/inova/futuro-esg-apple-china-cupula-do-clima/>. Acesso em: 03 set. 2023.

VIEIRA, T. T. (2009). **Desapropriação de propriedade rural produtiva para fins de reforma agrária: efetivação de direitos fundamentais a partir de uma perspectiva ambiental constitucional fundada na justiça social.** *Revista De Direitos E Garantias Fundamentais*, (5), 83–100. <https://doi.org/10.18759/rdgf.v0i5.20>. Disponível em: <https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/20>. Acesso em: 20 out. 2023.

WIKIPEDIA. **Apple.** Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Apple>. Acesso em: 09 nov. 2023.