

A Influência das Práticas do ESG na Internacionalização da Empresa Dengo

*The Influence of ESG Practices on the
Internationalization of the Dengo Company*

*La influencia de las prácticas ESG en la
internacionalización de la empresa Dengo*

Camila Pereira Pontes Ribeiro¹
camila.ribeiro9@fatec.sp.gov.br

Marina Peixoto Guimarães¹
marina.guimaraes@fatec.sp.gov.br

Ester Felix¹
ester.felix@fatec.sp.gov.br

Palavras-chave:

ESG.
Influência.
Internacionalização.
Práticas.
Sustentabilidade.

Keywords:

ESG.
Influence.
Internationalization.
Practices.
Sustainability.

Palabras clave:

ESG.
Influencia.
Internacionalización.
Prácticas.
Sostenibilidad.

Enviado em:

16 novembro, 2023

Apresentado em:

05 dezembro, 2023

Publicado em:

29 julho, 2024

Evento:

6º EnGeTec

Local do evento:

Fatec Zona Leste

Avaliadores:

Lucas Domiciano Pereira
Patricia Viveiros de Castro
Krakauer



Resumo:

As constantes mudanças que estão ocorrendo atualmente no ambiente econômico e a grande concorrência no mercado interno, faz com que as empresas saiam em busca de novos mercados internacionais, com o intuito de expandi-los e aumentar assim sua receita. O presente trabalho realizou uma revisão de literaturas que fazem menções as práticas do ESG e a internacionalização de empresas, através de um estudo de caso sobre a empresa Dengo Chocolates, que vem se destacando no Brasil na produção de chocolates e com grande preocupação na aplicação das práticas do ESG, tendo como problema de pesquisa saber como as práticas dos pilares do ESG influenciaram na internacionalização desta empresa. A pesquisa exploratória foi realizada por meio de análise de conteúdo do site institucional da Dengo Chocolates e artigos pesquisados na internet sobre a empresa. Ao final do estudo constatou-se que a aplicação das práticas ESG influencia a empresa tanto na forma em como a organização é gerida quanto em seu processo de internacionalização, contribuindo com uma viabilidade positiva e servindo como um guia valioso para empresas que buscam equilibrar o crescimento global com responsabilidade ambiental, social e de governança.

Abstract:

The constant changes that are currently taking place in the economic environment and the great competition in the internal market, makes companies go in search of new international markets, to expand them and thus increase their revenue. The present work carried out a review of literature that mentions ESG practices and the internationalization of companies, through a case study about the company Dengo Chocolates, which has been standing out in Brazil in the production of chocolates and with great concern in the application of ESG practices, having as a research problem to know how the practices of the ESG pillars influenced the internationalization of this company. The exploratory research was carried out through content analysis of the institutional website of Dengo Chocolates and articles researched on the internet about the company. At the end of the study, it was found that the application of ESG practices influences the company both in the way the organization is managed as well as in its internationalization process, contributing to positive viability and serving as a valuable guide for companies seeking to balance global growth with environmental, social and governance responsibility.

Resumen:

Los constantes cambios que se están produciendo actualmente en el entorno económico y la gran competencia en el mercado nacional, hace que las empresas vayan en busca de nuevos mercados internacionales, con el fin de ampliarlos y así aumentar sus ingresos. El presente trabajo realizó una revisión de la literatura que menciona las prácticas ESG y la internacionalización de las empresas, a través de un estudio de caso sobre la empresa Dengo Chocolates, la cual viene destacándose en Brasil en la producción de chocolates y con gran preocupación en la aplicación de prácticas ESG, teniendo como problema de investigación conocer cómo las prácticas de los pilares ESG influyeron en la internacionalización de esta empresa. La investigación exploratoria se realizó a través del análisis de contenido de la página web institucional de Dengo Chocolates y artículos investigados en internet sobre la empresa. Al final del estudio, se encontró que la aplicación de prácticas ESG influye en la empresa tanto en la forma en que se gestiona la organización como en su proceso de internacionalización, contribuyendo a una viabilidad positiva y sirviendo como una guía valiosa para las empresas que buscan equilibrar el crecimiento global con la responsabilidad ambiental, social y de gobernanza.

¹ Faculdade de Tecnologia da Zona Leste | Fatec Zona Leste

1. Introdução

A internacionalização de empresas tornou-se uma estratégia crucial em um cenário globalizado e dinâmico, impulsionando organizações a expandir suas operações para além das fronteiras nacionais. Atualmente, as práticas relacionadas ao termo Environmental, Social and Governance (ESG) exercem uma influência significativa nesse processo. O ESG consiste em critérios que avaliam o impacto ambiental, as práticas sociais e as estruturas de governança de uma empresa, oferecendo uma abordagem abrangente para avaliar seu desempenho sustentável e responsável. Nessa perspectiva, a governança corporativa torna-se crucial, representando a forma como as organizações são administradas e como se relacionam com seus stakeholders. A ênfase na transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa define a base da governança, conforme os princípios do Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa.

O pilar social do ESG destaca a importância das práticas sociais nas organizações, indo além da sustentabilidade ambiental. A responsabilidade social corporativa envolve aspectos como diversidade, inclusão, relações de trabalho e preocupação com a comunidade. Em um contexto mais amplo, o desenvolvimento sustentável alinha o crescimento econômico à proteção ambiental e ao bem-estar social, sendo respaldado pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) propostos pelas Nações Unidas.

A integração de considerações ESG nas estratégias de negócios internacionais é um passo importante na construção de uma marca sólida e sustentável. Neste contexto, examinaremos como as práticas do ESG têm impactado a internacionalização da empresa Dengo Chocolates S.A. aqui denominada pelo nome Dengo, que, além de buscar excelência em seus produtos, está comprometida com a sustentabilidade, responsabilidade social e governança transparente.

2. Fundamentação Teórica

2.1. ESG – *Environmental, Social and Governance*

O termo *Environmental, Social and Governance* (ESG), segundo Pereira (2020), é uma sigla em inglês que traduzida significa “Ambiental, Social e Governança”. Este termo é internacionalmente conhecido e representa um conjunto de fatores que uma organização adquire e desenvolve para melhorar seus aspectos ambientais sociais e de governança. Podemos dizer que é uma maneira de definir e estabelecer se as práticas de determinada empresa podem ser consideradas ou não, socialmente responsáveis e sustentáveis. Podemos dizer que o como ESG é utilizado para descrever como as empresas buscam maneiras de minimizar seu impacto no meio ambiente, e como estas também se preocupam com as pessoas ao seu redor e adotam bons processos de gestão.

O termo ESG, de acordo com Pereira (2020), foi cunhado pela primeira vez no ano de 2004 em uma publicação do Pacto Global em parceria com o Banco Mundial, chamada *Who Cares Wins*, de acordo com perspectiva do autor, o termo ESG não é uma evolução da sustentabilidade empresarial, mas sim a própria sustentabilidade empresarial.

2.1.1. Governança

Segundo Elkington (1997), a ênfase da governança corporativa, antes estava em como administrar empresas e como os administradores prestavam contas aos proprietários, especialmente em empresas de capital fechado.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC, 2015), a governança corporativa é a forma como as instituições são geridas e incentivadas, compreendendo os relacionamentos entre todos os stakeholders, como sócios, diretoria, conselhos, colaboradores, órgãos de fiscalização e controle e demais partes interessadas. Uma política de governança bem estabelecida, ainda conforme

o IBGC (2015), faz com que todos esses grupos dialoguem e determinem objetivos convergentes, tornando-se essencial para uma boa performance dos negócios. Segundo o Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa (2020), a governança corporativa está baseada em quatro princípios de boas práticas: transparência, equidade, prestação de contas, responsabilidade corporativa.

2.1.2. Social

O pilar social é um ponto muito importante e influente no ESG. O indicador social de acordo com Bramante e Carloto (2023), é um fator bastante relevante, principalmente quando se trata do impacto que pode causar, seja ele negativo ou positivo, na vida corporativa das pessoas. Segundo Bramante e Carloto (2023), a responsabilidade social vai muito além da sustentabilidade e proteção ao meio ambiente externo, ela envolve o meio ambiente interno corporativo, visando a prática da responsabilidade socioambiental. Para atingirmos um planeta com uma sociedade honesta e altruísta de acordo com Bramante e Carloto (2023), o mundo corporativo precisa adotar boas práticas sociais e à governança.

O tripé social, segundo Elkington (1997), refere-se à adesão de práticas benéficas e justas para o trabalho, para o capital humano e a comunidade. Sendo assim, de acordo com Goel (2010), o meio social se presta na interação entre a comunidade e a organização, onde são abordadas questões relacionadas ao envolvimento da comunidade, relações com os colaboradores e salários justos. Logo, podemos observar que é imprescindível que as empresas dediquem mais do seu tempo para pregar uma influência em assuntos de suma relevância como as políticas de diversidades, treinamentos, palestras, canais de denúncia e códigos de condutas com diretrizes e orientações que combatam e proíbam práticas discriminatórias, prevenindo acidentes de trabalho, impedindo assédio moral e sexual, assim intimidando atitudes desrespeitosas e preconceituosas no ambiente corporativo e externo. A consciência em questões de segurança e responsabilidade durante os processos de produção e vendas dos produtos das empresas se tornaram benéficas devido ao modelo praticado no ESG, sendo assim, as empresas não estão protegendo apenas seus colaboradores e clientes, mas principalmente sua imagem para com si mesma e provando seu compromisso com a colaboração em alcançar uma sociedade mais consciente e segura para todos no presente e no futuro. Sendo assim, podemos destacar aqui os princípios da ferramenta de compliance trabalhista, que destaca o indicador social, promovendo o aspecto de governança social.

2.1.3. Desenvolvimento Sustentável

O conceito de Desenvolvimento Sustentável, conforme expresso no relatório de Brundtland (1991), implica em garantir as necessidades presentes sem prejudicar a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades. Ele requer, de acordo com a Organização das Nações Unidas - ONU (2020), a erradicação da pobreza e da desigualdade, visto que sociedades desiguais são mais suscetíveis a crises ambientais. Além disso, o desenvolvimento sustentável, segundo ONU (2020), envolve a utilização responsável dos recursos naturais, como energia, de modo a não comprometer os sistemas essenciais para a vida na Terra, como a atmosfera, água, solo e biodiversidade. Em resumo, o Desenvolvimento Sustentável, segundo ONU (2020), é um processo de mudança que alinha a exploração de recursos, investimentos, avanços tecnológicos e institucionais para atender às necessidades humanas atuais e futuras de maneira equitativa e ambientalmente consciente.

O Desenvolvimento Sustentável, envolve a busca por um equilíbrio entre o crescimento econômico, a proteção do meio ambiente e o bem-estar social, sendo assim, pode-se dizer que o conceito agrega o desenvolvimento econômico, a conservação da natureza e a redução da desigualdade mundial como objetivos éticos comuns.

De acordo com as Nações Unidas no Brasil (2022), os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir

que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade. Os objetivos de desenvolvimento sustentável e os critérios ESG, segundo Romaro e Serralvo (2022) estão interconectados porque ambos se concentram em aspectos de sustentabilidade e responsabilidade corporativa. Os ODS, de acordo com os autores Romaro e Serralvo (2022), oferecem uma estrutura mais ampla para a promoção do desenvolvimento sustentável, enquanto os critérios ESG são uma ferramenta específica para avaliar o desempenho das empresas.

É relevante ressaltar que o Secretário Geral da ONU, António Guterres, citado por Amaral e Balbi (2022), abordou a necessidade iminente do desenvolvimento sustentável durante uma Assembleia Geral ocorrida em 20 de setembro de 2022. Guterres, de acordo com Amaral e Balbi (2022), enfatizou que a Carta das Nações Unidas e seus princípios fundamentais estão atualmente em risco, e é imperativo que tomemos medidas imediatas. No entanto, Guterres segundo Amaral e Balbi (2022), observou a paralisia que afeta a comunidade internacional, traz desafios imediatos, como: as mudanças climáticas, a crescente disseminação de conflitos globais e as dificuldades financeiras enfrentadas por nações em desenvolvimento. Guterres, segundo Amaral e Balbi (2022), afirma que estas questões urgentes, até agora permaneceram sem soluções.

2.1.3.1. Sustentabilidade nas Organizações

Conforme afirma Bramante *et al.* (2023), é crucial integrar a sustentabilidade na governança corporativa e no desenvolvimento econômico responsável. Devemos adotar uma postura crítica em defesa do meio ambiente e promover uma educação que valorize o respeito pela natureza também no ambiente corporativo.

Algumas das principais ações para a sustentabilidade ambiental no contexto organizacional, para Bramante *et al.* (2023), no âmbito do ESG+i (Ambiental, Social e Governança com foco em impacto), incluem a promoção da eficiência energética com fontes renováveis, a redução das emissões de gases de efeito estufa, a gestão responsável de resíduos, a preservação da biodiversidade e a formação de parcerias estratégicas para atrair investimentos sustentáveis, como os "*green bonds*", títulos de dívida destinados exclusivamente ao financiamento de projetos sustentáveis.

2.2. Internacionalização de Empresas Brasileiras

Para se competir no mercado global que está em constante mudanças, que de acordo com os autores Pinto e Pereira (2016), sempre trazendo novos e contínuos desafios, a importância da internacionalização se faz necessária para que o sucesso e permanência

Portanto, as empresas competem no mercado global em constante mudança, o que muitas vezes traz novos e contínuos desafios de negócios (Pinto e Pereira, 2016). Assim o rápido e contínuo desenvolvimento mundial que enfrentam explica a importância da internacionalização para as empresas, sendo essa uma posição imprescindível para o sucesso e permanência empresarial.

Para Aurélio Neto (2018) a internacionalização, para o autor Aurélio Neto (2018), é como um processo gradual, partindo do território nacional, através do investimento direto no exterior, e por fim se forma uma organização em rede global.

Mas vemos de acordo com a literatura que não foi tão fácil para as empresas brasileiras se internacionalizarem.

Com a abertura comercial no início da década de 90 no Brasil, os autores Furlan *et al.* (2016) afirmam que as empresas brasileiras começaram a encontrar dificuldades no mercado para permanecerem competitivas devido a problemas na economia nacional, como carga tributária e altas taxas de juros, então foram obrigadas a se internacionalizar.

De acordo com Costa e Gambeta (2016), no início da década de 90 a internacionalização de empresas brasileiras teve um grande impulso, entretanto, devido a mudanças políticas internas, a

internacionalização das empresas não foi fácil. Uma das razões, de acordo com Costa e Gambeta (2016), foi que as empresas nacionais não estavam preparadas para a abertura do comércio exterior, pois não eram competitivas o bastante para conseguir concorrer com empresas estrangeiras no exterior e tão pouco competir com as organizações internacionais que se instalaram no Brasil. Todo este sofrimento, segundo Costa e Gambeta (2016), foi causado devido à falta de internacionalização até aquele momento. Além de todos os problemas, segundo Costa e Gambeta (2016), as empresas nacionais tinham mais um desafio a vencer, o preconceito, países ricos não aceitavam ver um país emergente como o Brasil brigando de igual para igual com empresas de grande porte, temo como exemplo a Embraer concorrendo diretamente com a Bombardier no mercado de aeronaves.

Czinkota *et al.* (2005) afirmam que as empresas têm várias motivações que as levam a internacionalizarem-se citando 11 motivos que incentivam as empresas a entrar no mercado global. Estes motivos de acordo com Czinkota *et al.* (2005), são divididos em dois grandes grupos: a) O primeiro deles é chamado de “motivações proativas”, que são as vantagens em termos de lucros, tecnologia, os produtos únicos, a informação exclusiva, o compromisso de gestão, os benefícios fiscais e as economias de escala; b) O segundo grupo engloba as chamadas “motivações reativas”, representadas pela pressão da concorrência, o excesso de capacidade produtiva, a saturação do mercado doméstico e a proximidade entre clientes e portos de desembarque.

A internacionalização, segundo Welford e Prescott (1994), é uma entre várias estratégias de crescimento que as empresas podem adotar.

Os modos de entrada de uma empresa no mercado externo, segundo Root (1994), podem ser alcançados pelos mecanismos de expansão como a exportação, que engloba exportação direta e indireta; que abrange de acordo com Root (1994), acordos de licença, franquias, contratos de gestão e alianças estratégicas; e por investimentos, seja por novos investimentos (*greenfield*) que envolve o estabelecimento de uma nova unidade de produção em outro país, e aquisições ou joint ventures.

Fernandez e Nieto (2005) consideram a internacionalização como a estratégia mais complexa que uma empresa pode adotar, porém, planejada corretamente, gera grandes retornos.

Mesmo tendo um grande mercado como o Brasil, Almendra *et al.* (2018), afirmam que a internacionalização faz com que as empresas amadureçam rapidamente, tornando-as mais competitivas em escala global, diversificando os riscos e criando uma marca global.

2.3. Caracterização da Empresa Dengo

A escolha da empresa Dengo para estudo de nosso trabalho deveu-se ao fato desta empresa ter nascido em 2017 e em apenas 6 (seis) anos, possuir 35 lojas no Brasil, tendo como estratégia de varejo foco na experiência do cliente e ter se internacionalizado em março 2023 com a inauguração de sua primeira loja fora do Brasil na cidade de Paris na França.

Na virada do milênio, de acordo com Tucci (2021), a Dengo, empreendimento fundado por Guilherme Leal, um dos sócios por trás da Natura, teve sua origem quando Leal adquiriu um terreno em Ilhéus, Bahia, inicialmente com o intuito de construir uma residência de veraneio. Diante dos desafios sociais e ambientais provocados pela crise na produção de cacau devido à praga vassoura-de-bruxa, Leal estabeleceu o Instituto Arapyáú em 2008, visando impulsionar o desenvolvimento territorial no sul da Bahia.

Tucci (2021) ainda descreve que em 2015, Estevan Sartoreli, ex-colaborador da Natura, conduziu uma minuciosa análise da cadeia produtiva do cacau ao chocolate. Seu objetivo era formular um modelo de negócios capaz de reverter o declínio social na região. Para isso, foi inaugurada como startup, com um investimento de cerca de R\$200.000,00, o primeiro Laboratório em São Paulo, sendo a marca lançada em 2017 no mercado com a abertura de 20 lojas pelo Brasil. Mais do que ser reconhecida como uma simples marca de chocolate, a Dengo almeja contribuir ativamente para o desenvolvimento

socioeconômico local, inclusive com perspectivas de expansão internacional que está sendo realizada no momento. Essa narrativa revela não apenas a origem da empresa, mas também seu compromisso inabalável com o impacto social e econômico positivo na região.

3. Materiais e Métodos

Este artigo utilizou o método de pesquisa exploratória qualitativa através de um Estudo de Caso. As pesquisas exploratórias, de acordo com Gil (2018), costumam ser utilizadas quando se deseja obter mais detalhes acerca do campo de investigação. A pesquisa exploratória, de acordo com De Sordi (2017), geralmente é utilizada em temas pouco conhecidos ou explorados. Isso pode ocorrer por um tópico tipicamente novo ou algo já existente, porém observado de outro ângulo.

Gil (2007), afirma que estudo de caso é um estudo aprofundado sobre o objeto estudado em questão, podendo ser um indivíduo, uma organização, um grupo ou um fenômeno, sendo aplicado em diversas áreas do conhecimento. Esse tipo de estudo, de acordo com Gil (2007), permite que o objeto de estudo tenha sua unidade preservada, mesmo quando entrelace com o conceito ao qual está inserido, concedendo também a explicação de variáveis em situações complexas.

A abordagem empregada neste artigo foi a qualitativa. A pesquisa qualitativa segundo Diehl e Tatim (2011), é usada para descrever a complexidade de um problema, entender a interação entre suas variáveis e compreender e classificar seus processos dinâmicos. Ao se usar o método qualitativo como método de investigação, há um contato pessoal e estreito do pesquisador com o tema pesquisado, o que apresenta uma série de vantagens.

O método análise do conteúdo, foi utilizado para a análise dos dados para a coleta dos dados para responder o problema de pesquisa deste artigo: Como as práticas dos pilares do ESG influenciaram o processo de internacionalização da empresa Dengo?

O termo análise do conteúdo, segundo Bardin (2011), é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que tem como intuito de descrever mensagens ou indicadores (quantitativos ou não), que permitem a inferência de conhecimentos relativos as variáveis inferidas destas mensagens.

Utilizou-se unidade de registro de significação, a “palavra”, para codificar o segmento do conteúdo, visando a categorização e a contagem de frequência.

A coleta dos dados foi realizada entre os meses de setembro a outubro de 2023, através de pesquisa bibliográfica em 15 (quinze) artigos que tratam sobre o tema ESG e o processo de internacionalização da empresa Dengo Chocolates. Neste estudo levou-se em consideração as palavras mais citadas nos artigos pesquisados.

4. Resultados e Discussões

Elaborou-se a tabela 1 denominada: Práticas do ESG na empresa Dengo, onde nos demonstra as práticas realizadas por esta empresa com relação aos pilares do ESG.

Tabela 1 – Práticas do ESG na empresa Dengo

Palavras (Unidade de Registro)	Número de Citações (Total de Frequência)	Ordenamento (Por número de Citações)
Produtores	78	1ª
Qualidade	57	2ª
Impacto	57	3ª
Meio ambiente	48	4ª
Sustentabilidade	46	5ª

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2023)

Levou-se em consideração as palavras mais citadas com relação suas práticas e sua correlação com os pilares do ESG, palavras estas pesquisadas no site institucional da empresa Dengo e artigos publicados na Internet entre os anos de 2021 e 2023, conforme demonstrado abaixo:

- 1. A palavra “Produtores”** aparece em 1º lugar sendo citada 78 vezes. Sartorelli - CEO da Dengo (*apud* Andrade (2023), enfatizou que ‘...a empresa visa a “gerar impacto social por meio da produção responsável e remuneração justa aos *produtores* de cacau”. Sartorelli (*apud* Andrade 2023), disse que “... houve uma evolução positiva da renda média dos *produtores* ao mesmo tempo que resgataram o orgulho da atividade cacauera’. A palavra *produtores*, de acordo com Andrade (2023) aparece como meta de Sartorelli de dobrar até 2030 a renda deles. Sartorelli (*apud* Andrade 2023), frisou que “Os *produtores* não precisam fornecer exclusivamente para a empresa. Sartorelli (*apud* Andrade 2023), defendeu a liberdade de escolha do fornecedor não forçando desta forma uma relação de dependência deles. O Co-CEO da Dengo Tulio Landin (*apud* PR Newswire, 2023), afirmou que “Além do pagamento justo a Dengo também oferece aos *produtores* treinamentos para as melhores práticas de cultivo, para preservarem a natureza”. Fernandes (2022) informa que “os produtores que forneceram cacau para a Dengo receberam, em média, 91% a mais do que o preço de mercado”. Estas frases nos demonstram o forte envolvimento da Dengo em pautas sociais e na melhoria do ambiente corporativo, que são práticas de atitudes e valores que estão relacionadas os pilares Social (S) e de Governança (G) do ESG.
- 2. A palavra “Qualidade”** aparece em 2º lugar sendo citada 57 vezes. Segundo Andrade (2023), a Dengo avança nos planos de internacionalização com a mesma receita que deu certo aqui: produção sustentável, remuneração acima do mercado ao produtor e produtos mais saudáveis e de alta qualidade. De acordo com Ataíde (2023) o consumidor consciente se responsabiliza em consumir com mais qualidade e de forma mais responsável, por meio de um comportamento cauteloso aos indivíduos ao seu redor, ao governo, às organizações, às posturas individuais e sem esquecer à qualidade de vida. Segundo a empresa Dengo em seu site Institucional (2023), a empresa demonstra estar com a visão ligada aos pilares Social (S) e Ambiental (E) de ESG, quando a empresa reforça seu olhar socioambiental, ao fornecer um impacto social profundo relacionado ao poder de compra da população e ao oferecer resultados na produção e venda de seus produtos de alta qualidade para os clientes, também evidenciando que procuram estar sempre “...Difundindo e promovendo práticas agrícolas de alta qualidade e remunerando mais ao produtor de cacau e café de alta qualidade”. Através da palavra qualidade pode-se denotar a correlação da Dengo com os pilares do ESG – Social (S) e Ambiental (E).
- 3. A palavra “Impacto”** aparece em 3º lugar sendo citada 57 vezes. Sartorelli (*apud* Frachetta 2023), disse que deseja com que “...o negócio gere *impacto* social”. Sartorelli, (*apud* Tucci 2023) afirmou que: “O mundo não precisa de mais marcas, precisa de mais negócios de *impacto*”. Outra citação de destaque é em uma entrevista de Sartorelli ao Sebrae-SP (2022), na qual afirmou que a empresa, está preocupada com o impacto socioambiental, buscando difundir conceitos e compromissos socioambientais sem toda a formalidade. Ainda Sartorelli (*apud* SEBRAE-SP 2022) afirmou “Um negócio de *impacto* social busca gerar lucro, equilibrando os pilares socioambientais com o pilar financeiro”. Segundo Costa (2022), impactos positivos nas esferas econômica, social e ambiental no Sul da Bahia incentivando investimentos e treinamentos em produtores que não prejudicam à natureza e ainda ajudam na preservação da Mata Atlântica no Brasil. Denota-se que a empresa Dengo gera impactos socioambientais positivos, evidenciando-se seu envolvimento com práticas benéficas numa esfera que transcende a econômica, visando o lucro para que se exerça diferença na experiência, tanto dos colaboradores, clientes, investidores, tendo como resultados, as práticas dos conceitos do ESG; nos pilares Social (S) e Ambiental (E).
- 4. A palavra “Meio Ambiente”** aparece em 4º lugar sendo citada 48 vezes nos artigos pesquisados, sendo mencionada principalmente com a ideia de conservação e divulgação.

Frachetta (2023) sustenta que “...são poucas as empresas (principalmente no Brasil) criadas partir de uma filosofia 100% calcada na conservação do meio ambiente e na produção consciente”. Segundo Frachetta (2023), a companhia gera “...riqueza e ao mesmo tempo conserva o meio ambiente”; concluindo que “A Dengo é a prova que uma marca pode ser sustentável e lucrativa, sem degradar o meio ambiente, privilegiando só os maiores fornecedores e usar produtos baratos e artificiais”. Ataíde (2023), afirma que realizou uma pesquisa o ano de 2023 onde 15,4% das respostas à pergunta de como a marca se diferencia das outras, os respondentes alegaram que o fator sustentabilidade, é o que mais impacta. Um dos respondentes disse: “Quando eu compro lá, sinto que eu estou contribuindo de forma positiva para o *meio ambiente*”. Outro respondente disse “...é a marca que mais se compromete com o meio ambiente, ao mesmo tempo que mantém a qualidade dos produtos oferecidos”. Em vista disso, pode-se declarar que a empresa se destaca no pilar Ambiental (E) do ESG, ao ser referida a produção consciente, conservação e o não uso de produtos artificiais. Denota-se que a Dengo tem uma forte preocupação com as práticas de preservação ambiental e está no cerne da empresa.

5. **5) A palavra “Sustentabilidade”** aparece em 5º lugar sendo citada 46 vezes. Muitas foram as frases citadas em vários artigos pesquisados, vamos citar algumas de maior destaque. De acordo com a empresa Dengo em seu site Institucional (2023), “A Dengo nasceu para oferecer chocolates deliciosos, saudáveis e sustentáveis”. Frachetta (2023), afirma “A Dengo, que tem a sustentabilidade em seu DNA, é uma honrosa exceção”. Segundo Frachetta (2023), “O conceito da sustentabilidade permeia toda a estratégia de branding da marca. Todos os pontos de contato, logo, lojas, embalagens, campanhas e canais de comunicação enaltecem o foco na produtividade sustentável, no cuidado com o meio ambiente, na atenção aos mínimos detalhes”. Em entrevista a Sebrae no ano de 2022, o fundador da Dengo Sartoreli disse: “Costumamos dizer que a sustentabilidade é simples – diferente de fácil – e precisa ser leve”; e a frase: “Buscamos ainda “desintelectualizar” a sustentabilidade empresarial para viabilizarmos a transição que a sociedade e o planeta demandam”. Através das frases citadas denota-se que a empresa Dengo não está focada somente em produzir e vender chocolates com qualidade, mas também está a preocupada com a sustentabilidade e o meio ambiente, pois o Cacau que é principal matéria prima na Dengo vem da Cabruca, e de acordo com o site institucional da Dengo (2023), este procedimento agrega valor à produção rural, por meio do manejo de sistemas agroflorestais (cabrucas), diversificando a área de atuação e aumentando a produção sustentável, que é o pilar Ambiental (E) do ESG.

A tabela 2 demonstra através da correlação das práticas da Dengo, tendo como referência as palavras mais citadas, quais pilares do ESG são mais utilizados pela empresa citada.

Tabela 2 – Pilares do ESG mais utilizados pela empresa Dengo

Pilares do ESG mais utilizados	Ordenamento
Ambiental	1o
Social	2o
Governança	3o

Fonte: Elaborado pelas autoras (2023)

Analisando a Tabela 2, constatou-se que a Dengo destaca-se nos pilares do ESG com ênfase no:

- 1) Pilar Ambiental (Environmental), que foi o pilar que ficou em 1o (primeiro) lugar, pois tem uma grande preocupação com a preservação da natureza oferecendo a seus clientes um produto que é chocolate saudável, com qualidade e produzido de forma sustentável.
- 2) O pilar que ficou em 2o (segundo) lugar é o Social (Social), vimos que a Dengo tem uma grande preocupação com seus colaboradores pagando remuneração justa.

- 3) E por último em 3º (terceiro) lugar temos o pilar Governança (Governance), evidenciando na análise realizada a transparência e responsabilidade corporativa.

Mas como as práticas dos pilares do ESG influenciaram o processo de Internacionalização da Dengo? Que é o problema de pesquisa deste artigo.

Para responder esta pergunta vale salientar que a Dengo abriu sua 1ª loja no mercado internacional no mês de março de 2023, na cidade de Paris França. De acordo com Andrade (2023), a DENG0 abriu a loja nesta cidade porque para os donos da Dengo o país França é uma vitrine para o mundo, afirmando que a aceitação da marca pelos paraenses e pelos turistas dá um selo de creditação internacional para a empresa Dengo.

Andrade (2023) cita que o dono da Dengo informou que muitos fatores contribuíram para a abertura da loja na França começando desta forma o processo de Internacionalização da empresa, destacando o consumidor europeu busca um consumo mais responsável e consciente. E estas atitudes se correlacionam com as práticas do ESG de Sustentabilidade e Governança.

Andrade (2023) afirma que “O chocolate Dengo tem “receita ESG” tendo um grande compromisso com o meio ambiente, desta forma podemos afirmar que as práticas do ESG, em especial a de Sustentabilidade que a é prática mais utilizada pela Dengo de acordo com nossa pesquisa, trouxe uma grande contribuição para a Internacionalização da Dengo.

5. Conclusão

A análise da empresa Dengo revela como a empresa incorpora os princípios do ESG em suas operações diárias, influenciando não apenas a forma como a organização é gerida, mas também seu processo de internacionalização, a qual é intrinsecamente ligada às práticas do ESG. A busca do consumidor europeu por um consumo mais responsável e consciente, ressoa diretamente com os valores da Dengo, especialmente no que diz respeito à sustentabilidade e governança. A marca, ao se posicionar como uma referência internacional, não apenas atende a uma demanda crescente por produtos social e ambientalmente responsáveis, mas também valida a credibilidade global da empresa.

Portanto, podemos concluir que este estudo de caso não apenas contribui para a compreensão de como as práticas de ESG podem impulsionar a internacionalização das empresas brasileiras, mas também destaca a importância de alinhar os valores corporativos com as expectativas crescentes dos consumidores internacionais. A Dengo emerge como um exemplo sólido de como o compromisso com os princípios do ESG não só molda a identidade da empresa no cenário nacional, mas também serve como um diferencial estratégico crucial em sua expansão global. Assim, as práticas sustentáveis e socialmente responsáveis não são apenas uma escolha ética, mas também uma vantagem competitiva na busca pelo crescimento global equilibrado e responsável, sendo a Dengo um grande exemplo, servindo como um guia valioso para organizações que buscam equilibrar o crescimento global com responsabilidade ambiental, social e de governança

Referências

- ALMENDRA, R. S., De VASCONCELOS, A. C., Silva, R. B., De Luca, M. M. M. (2018). **Internacionalização, risco sistemático e disclosure de riscos em empresas listadas na BM&FBovespa**. Enfoque: Reflexão Contábil, (2018). Disponível em: <<https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Enfoque/article/view/38090>>. Acesso em: 29/10/2023.
- AMARAL, A. C.; BALBI, C. **Guterres abre Assembleia com defesa da ONU em meio a críticas por ineficácia**, 2022. Folha de S.Paulo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2022/09/mundo-esta-viceado-em-combustiveis-fosseis-diz-secretario-geral-da-onu.shtml>>. Acesso em: 16/08/2023.
- ANDRADE, Daiany. **Cacau ESG da Dengo “aprende” francês e ganha mais um endereço em Paris**. 2023. Disponível em: <<https://agfeed.com.br/esg/cacau-esg-da-dengo-aprende-frances-e-ganha-mais-um-endereco-em-paris/#>>. Acesso em: 27/10/2023.

- ATAÍDE, J. N. **Análise do fator socioambiental como influência no comportamento de compra: Estudo de Caso Dengo Chocolates**. 2023. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/63366/63366.PDF>>. Acesso em: 27/10/2023.
- AURÉLIO Neto, O.P. (2018). **Estratégia espacial no mercado mundial de carne: a internacionalização do setor frigorífico brasileiro**. (Dissertation) Doctorate, Universidade Federal de Goiás.
- BARDIN, Laurence. **“Análise de Conteúdo”**. (2011). Trad. Reto, L; Pinheiro, A. São Paulo: Edições 70.
- BRAMANTE, I. C.; CARLOTO, S.; BRAMANTE, S. **ESG+I: governança ambiental, social e corporativa**. São Paulo, SP: Ltr Editora, 2023. eBook.
- BRUNDTLAND, Gro Harlem. **Nosso futuro comum: comissão mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento**. 2.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- COSTA, K. M. **Estevan Sartoreli encabeça projeto de preservação de áreas remanescentes de Mata Atlântica**. 2022. Disponível em: <<https://29horas.com.br/pessoas/ceo-da-dengo-estevan-sartoreli-encabeça-projeto-de-preservacao-de-areas-remanescentes-de-mata-atlantica/>> Acesso em: 27/10/2023.
- COSTA; A.P.C.; GAMBETTA; L.C.A. Internacionalização de empresas Brasileiras como forma de vantagem competitiva na era da globalização. **Revista Inteligência Competitiva**, São Paulo, 2016. 162-165 p.
- CZINKOTA, M., RONKAINEN, I. MOFFET, M. **International business (The Dryden Press Series in Management)** Thomson/South-Western, 7th Edition, 2005. USA.
- DE SORDI, J.O. **Desenvolvimento De Projeto de Pesquisa**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 62 p., 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547214975/>>. Acesso em: 03/10/2023.
- DENGO. **Site Institucional – Produtores**. Disponível em: <<https://dengo.com/pt/pages/producers>>. Acesso em: 27/10/2023.
- DIEHL, A.A; TATIM, D. C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004, p. 47-62. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012934>>. Acesso em: 03/10/2023.
- ELKINGTON, J. **Sustentabilidade, canibais com garfo e faca**, 1997. Edição História de 12 anos – São Paulo: Editora M.Books, 2012.
- EXAME. REVISTA, DA REDAÇÃO. **Cacau sustentável: como a Dengo revolucionou a indústria de chocolates pagando mais aos produtores**. 2022. Disponível em: <https://exame.com/esg/cacau-sustentavel-como-a-dengo-revolucionou-a-industria-de-chocolates-pagando-mais-aos-produtores_red-01/>. Acesso em: 01/11/2023.
- FECOMERCIO.SP. **ESG: as lições de empresas que investem em sustentabilidade e responsabilidade social**. 2022. Disponível em: <<https://www.fecomercio.com.br/noticia/esg-as-lico-es-de-empresas-que-investem-em-sustentabilidade-e-responsabilidade-social>>. Acesso em: 04/11/23.
- FERNANDES, F. **Com práticas ESG, Dengo deslança na pandemia**. 2022. Disponível em: <<https://dcomercio.com.br/publicacao/s/com-praticas-esg-dengo-deslança-na-pandemia>>. Acesso em: 01/11/2023.
- FERNANDEZ, Z.; NIETO, M. J. (2005). **La estrategia de internacionalización de la pequeña empresa familiar**. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 22(15), 107-126.
- FRACHETTA, A. **Branding de Sustentabilidade: Dengo e o Chocolate com sabor de mudar o mundo**. 2023 Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/branding-de-sustentabilidade-dengo-e-o-chocolate-com-sabor-frachetta>>. Acesso em: 27/10/2023.
- FURLAN, J., ZANOTTO; M. P.; CARRARO, I.; BARCELLOS, P. F. P. (2016). **Estratégias de Marketing Internacional como facilitadoras do processo de Internacionalização: Estudo de Caso em uma empresa brasileira fabricante de materiais de fricção**. In XVI Mostra de Iniciação Científica, Pós-graduação, Pesquisa e Extensão.
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, p. 26-132, 2018.
- GODOI, M. H.; PACHECO, J. M. **Sustentabilidade E Abordagem Sistêmica: Reconsiderando O Triple Bottom Line**. Operations & production management [recurso eletrônico]. Capítulo16, p. 234. Ponta Grossa, PR: Atena

- Editora, 2019. Disponível em: <<https://www.atenaeditora.com.br/catalogo/post/sustentabilidade-e-abordagem-sistematica-reconsiderando-o-triple-bottom-line>>. Acesso em: 16/09/2023.
- IBGC. **Instituto Brasileiro de Governança Corporativa**. Disponível em: <<https://www.ibgc.org.br/>>. Acesso em 21 setembro 2023
- LANDIN, Tulio apud PR NEWSWIRE. **Co-ceo dengo compartilha estratégias de expansão da marca no videocast 'pod do varejo', DA LINX**. 2023. Disponível em: <<https://bluestudio.estadao.com.br/agencia-de-comunicacao/prnewswire/prnewsinternacional/co-ceo-da-dengo-compartilha-estrategias-de-expansao-da-marca-no-videocast-pod-do-varejo-da-linx-2/>>. Acesso em: 27/10/2023.
- ODS BRASIL. **Objetivos Desenvolvimento Sustentável**. 2023. Disponível em: <<https://odsbrasil.gov.br/home/agenda>>. Acesso em: 27/10/2023.
- ONU – Organização das Nações Unidas. **A ONU e o meio ambiente**, 2020. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente>>. Acesso em: 21/09/2023.
- PINTO, M., PEREIRA, R. **A internacionalização das PME portuguesas: um estudo de caso. XXVI jornadas Luso-Espanholas de gestão científica-competitividade das regiões transfronteiriças**, (2016). Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10400.22/7709>>. Acesso em: 29/10/2023.
- PEREIRA, C. REDE BRASIL DO PACTO GLOBAL. **ESG: Entenda o significado da sigla ESG (Ambiental, Social e Governança) e saiba como inserir esses princípios no dia a dia de sua empresa**, 2022 Disponível em: <<https://www.pactoglobal.org.br/pg/esg#:~:text=ESG%20%C3%A9%20uma%20sigla%20em,Mundial%2C%20chamada%20Who%20Cares%20Wins.>>. Acesso em 18/09/2023.
- ROMARO, P.; SERRALVO, F. A. **ESG: uma visão plural**, 2022. 1ª.ed. São Paulo: Estação das letras e cores. Disponível em: <https://www.pucsp.br/sites/default/files/download/graduacao/cursos/administracao/esg-uma-visao-plural-site-puc.pdf>. Acesso em: 18/09/2023.
- ROOT, F. R. **Entry strategies for international markets**. Lexington, MA: Lexington books, 1994.
- SAMBRANA, C. **Na Dengo, um chocolate com "sabor ESG" e DNA da Natura atrai o mercado**. 2021. Disponível em: <<https://neofeed.com.br/blog/home/na-dengo-um-chocolate-com-sabor-esg-e-dna-da-natura-atrai-o-mercado/>>. Acesso em: 01/11/2023.
- SEBRAE-SP. **Não é só chocolate: Estevan Sartoreli, da Dengo, explica como a marca une sabor e Responsabilidade Social**. 2022. Disponível em: <<https://sp.agenciasebrae.com.br/cultura-empresendedora/nao-e-so-chocolate-estevan-sartoreli-da-dengo-explica-como-a-marca-une-sabor-e-responsabilidade-social/>>. Acesso em: 27/10/2023.
- TUCCI, A. **"O mundo não precisa de mais marcas, precisa de mais negócios de impacto", afirma Estevan Sartoreli, CEO da Dengo**. 2021. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbeslife/2021/04/o-mundo-nao-precisa-de-mais-marcas-precisa-de-mais-negocios-de-impacto-afirma-estevan-sartoreli-ceo-da-dengo/>>. Acesso em: 29/10/2023.
- VIZEU, Rodrigo. **Dengo, eleito melhor chocolate, compensa preço com sabor e sustentabilidade**. Disponível em: <<https://saopaulo.folha.uol.com.br/o-melhor-de-saopaulo/2019/restaurantes-bares-e-cozinha/06/dengo-eleito-melhor-chocolate-compensa-preco-com-sabor-e-sustentabilidade.shtml>>. Acesso em: 27/10/2023.
- WELFORD, R.; PRESCOTT, K. **European Business – An issue – based Approach**. London: Pitman Publishing, 1994.