

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO CARLOS
LETÍCIA DA SILVA

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL E SOCIAL NAS EMPRESAS

São Carlos

2025

LETÍCIA DA SILVA

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL E SOCIAL NAS EMPRESAS

Trabalho de Graduação do tipo Artigo apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial, pelo Curso de Tecnologia em Gestão Empresarial da Faculdade de Tecnologia de São Carlos do Centro Paula Souza.

Orientador: Prof. Me. Edilson Ramos Dias

São Carlos
2025

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL E SOCIAL NAS EMPRESAS

Letícia da Silva
Prof. Me. Edilson Ramos Dias

Resumo: Este artigo tem como objetivo analisar como as empresas podem adotar práticas de responsabilidade ambiental e social para alcançar a sustentabilidade e contribuir para o desenvolvimento sustentável.

A pesquisa, com abordagem qualitativa e exploratória, utilizou a análise documental para identificar as principais ferramentas aplicadas na gestão ambiental e social das organizações, como a norma ISO 14001, auditorias ambientais, relatórios de sustentabilidade GRI e certificações ambientais reconhecidas internacionalmente.

Estudos de caso foram realizados sobre a Faber-Castell e a Natura, ambas com um forte histórico na implementação de práticas sustentáveis.

Os resultados mostram que a responsabilidade socioambiental gera benefícios não apenas para o meio ambiente e a sociedade, mas também para as próprias instituições, promovendo melhorias na imagem corporativa, atraindo consumidores conscientes, aumentando a competitividade e fortalecendo a fidelização dos clientes.

Conclui-se que a responsabilidade socioambiental deixou de ser apenas uma vantagem competitiva, tornando-se um requisito estratégico para as empresas que desejam prosperar em um mercado cada vez mais sustentável, ético e regulado.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Responsabilidade Social. Gestão Ambiental. ISO 14001. Relatórios GRI.

Abstract: This article aims to analyze how companies can adopt environmental and social responsibility practices to achieve sustainability and contribute to sustainable development. The research, with a qualitative and exploratory approach, used document analysis to identify the main tools applied in the environmental and social management of organizations, such as the ISO 14001 standard, environmental audits, GRI sustainability reports, and internationally recognized environmental certifications. Case studies were conducted on Faber-Castell and Natura, both with a strong history in the implementation of sustainable practices. The results show that socio-environmental responsibility generates benefits not only for the environment and society but also for the institutions themselves, promoting improvements in corporate image, attracting conscious consumers, increasing competitiveness, and enhancing customer loyalty.

It is concluded that socio-environmental responsibility is no longer just a competitive advantage, but a strategic requirement for companies aiming to thrive in an increasingly sustainable, ethical, and regulated market.

Keywords: Sustainability. Social Responsibility. Environmental Management. ISO 14001. GRI Reports.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	4
1.1	PROBLEMA.....	5
1.2	HIPOTESE.....	6
1.3	OBJETIVOS	62
	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	7
3	MÉTODO DE PESQUISA.....	10
4	RESULTADOS	11
5	CRONOGRAMA	13
6	REFERÊNCIAS.....	14

1 INTRODUÇÃO

O tema Responsabilidade Ambiental e Social nas Empresas tem se tornado um tema recorrente no mundo empresarial, onde diversas organizações têm enfrentado desafios em equilibrar suas operações com os impactos que tem sobre o meio ambiente e a sociedade, há, uma crescente necessidade no mundo empresarial de práticas sustentáveis que auxiliem na preservação do meio-ambiente. Segundo Dalmoro, Venturini e Pereira (2009), o sucesso de uma organização depende mais do impacto sobre a sociedade e meio-ambiente, do que o lucro que a empresa tem.

Quando as organizações integram estes princípios a sua cultura organizacional, acabam por contribuir com um mundo mais sustentável, ocasionando um fortalecimento de sua imagem, conquistando investidores e gerando valor a longo prazo.

Segundo Busch e Ribeiro (2009), os consumidores e a comunidade têm demonstrado maior interesse por organizações que promovem soluções aos problemas ambientais e sociais. Diante deste cenário, sistemas de gestão ambiental (SGA) e segundo a CETESB (2019), ferramentas como ISO 14001, auditorias ambientais e relatórios GRI, tem sido usado por diversas empresas, pois, permitem que os processos sejam sustentáveis, tenham custos menores e um melhor controle sobre o uso de recursos naturais. Segundo Oliveira e Pinheiro (2010):

O sistema de gestão ambiental com base na norma ISO 14001 tem como objetivo prover as organizações de elementos de um SGA eficaz que possam ser integrados a outros requisitos da gestão e auxiliá-las a alcançar seus objetivos ambientais e econômicos. A sua finalidade geral é equilibrar a proteção ambiental e a prevenção de poluição com as necessidades socioeconômicas.

Este artigo propõe-se a contribuir para o entendimento de quais ferramentas e práticas podem vir a ser usadas para que se torne possível promover um desenvolvimento sustentável, ocasionando impactos positivos no meio ambiente e sociedade.

1.1 PROBLEMA

Quais práticas e ferramentas de gestão podem ser adotadas pelas empresas para que se torne possível integrar a responsabilidade ambiental e social em suas operações, proporcionando um desenvolvimento sustentável e ético em suas operações?

1.2 HIPOTESE

A execução de práticas de Gestão Ambiental, em conjunto com o uso de ferramentas como a norma ISO 14001, relatórios GRI e auditorias ambientais, permitem às empresas alcançarem um equilíbrio entre desempenho econômico, responsabilidade ambiental e impacto social positivo. Além de serem sustentáveis, agregando valor econômico e social a longo prazo, estas empresas se destacam pois possuem uma maior competitividade no mercado, como redução de riscos ambientais e operacionais, acesso a incentivos e certificações. As organizações que não adotam estas práticas podem enfrentar uma resistência do mercado, custos elevados em passivos ambientais e dificuldades em atender exigências regulatórias

1.3 OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Avaliar como uma empresa obtém a sustentabilidade ambiental e social, para contribuir com o desenvolvimento sustentável, através de práticas e ações para não agredir o planeta e tornando o ambiente de trabalho equilibrado.

Objetivo Específico:

Identificar ferramentas de responsabilidade social e ambiental, que devem ser implementadas pelas empresas.

Analisar casos em que o emprego destas ferramentas trouxe benefícios tanto para as instituições, quanto para os seus consumidores.

Determinar como e quais práticas as organizações devem adotar para se tornarem responsáveis nos âmbitos sociais e ambientais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Definição

As empresas assumem a responsabilidade social e ambiental quando operam de modo ético e sustentável, considerando o impacto que suas ações têm sobre a sociedade e meio ambiente. Para Carrol (1991), a responsabilidade ambiental e social é composta por: responsabilidade econômica, legal, ética e filantrópica, que em conjunto, conduzem a atuação das empresas para além do lucro, incorporando-as aos princípios de sustentabilidade e bem-estar social.

Ademais, a relação entre responsabilidade socioambiental e o marketing verde tem ganhado destaque, já que algumas organizações têm buscado maneiras de agregar valor à sua marca e atrair consumidores mais conscientes divulgando suas práticas sustentáveis.

Entretanto a legitimidade destas ações deve estar alinhada com os discursos e práticas tomados pela empresa, caso não, existe a possibilidade de a organização ser acusada de greenwashing, que acontece quando as iniciativas sustentáveis são exageradas ou inexistentes, sendo feitas somente para a melhora da imagem corporativa.

Portanto, uma gestão responsável é essencial para as organizações que buscam crescer de maneira sustentável, alinhadas aos padrões éticos e ambientais.

2.2 Contextualização

O conceito de “Triple Bottom Line” introduzido por Elkington (1997), é um conceito que abrange três tópicos, sendo, planeta pessoas e lucro, com o objetivo de auxiliar as empresas

a obterem a sustentabilidade nas suas produções gerando impactos ambientais positivos, trazendo uma mudança na ideia de sucesso.

Segundo Porter e Kramer (2006), a competitividade e o bem-estar social dependem um do outro, as organizações devem adotar práticas que as tornem responsáveis ambientalmente e socialmente, tornando-se prósperas a longo prazo. Para que isso aconteça de maneira eficiente, é necessário um processo de educação ambiental corporativa, alguns estudos indicam que quando a educação ambiental é implementada de modo correto dentro das empresas, há transformações significativas, estimulando a cultura da sustentabilidade e consumo responsável.

2.3 Importância da Certificação

A certificações desempenham um papel importante na construção da imagem das empresas, aumentando a atratividade da organização para investidores e consumidores, que buscam por produtos ou serviços com práticas sustentáveis, criando uma percepção positiva do público, o que resulta em uma maior vantagem competitiva no mercado.

Segundo Oliveira e Serra (2010), a aquisição da certificação NBR ISO 14001: 2004 proporciona benefícios internos, como o aumento de motivação dos colaboradores e melhoria nos processos internos, Sroufe (2003), destaca que as normas, fornecem diversas possibilidades para a gestão ambiental, proporcionando uma melhora na performance ambiental das empresas.

Além disso, as certificações garantem que as organizações estão em conformidade com padrões ambientais reconhecidos, porém, um dos grandes desafios é a resistência cultural dentro de algumas corporações, principalmente entre os colaboradores que não entendem a importância da gestão ambiental. Sendo assim, a inclusão de programas de educação ambiental pode facilitar o processo de aceitação das normas, melhorando a eficácia dos sistemas ambiental.

2.4 Implementação de Sistemas de Gestão

Para alcançar as certificações como a ISO 14001, as organizações devem implementar um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) que siga as etapas do ciclo PDCA (Planejar, Fazer, Verificar e Agir), este tipo de processo envolve o desenvolvimento de políticas e objetivos

ambientais, realizando auditorias internas e avaliações de desempenho com propósito em melhoria contínua e ações corretivas.

A implementação de SGAs, aparenta ser um dos maiores desafios para algumas empresas, devido a resistência cultural e limitação de recursos, segundo Benn e Bolton (2011). Para que seja possível superar este desafio, é necessária uma liderança forte e que seja comprometida em promover uma cultura organizacional sustentável, além disso, estudos demonstram que a realização de auditorias ambientais é essencial para garantir a conformidade com as normas ambientais, contribuindo para a identificação de riscos ambientais, aprimorando a performance sustentável das empresas. Sendo assim, os Sistemas de Gestão Ambiental além de serem ferramentas, são também meios estratégicos de possibilitar a responsabilidade ambiental e social para as empresas.

Empresas que veem buscando certificações ambientais e o emprego de práticas mais sustentáveis, estão cada vez mais alinhadas com as exigências regulatórias e as demandas de um mercado mais consciente, demonstrando aos seus stakeholders que possuem compromissos com o meio ambiente a sociedade. Freeman (1984), introduziu a teoria dos stakeholders, argumentando que as decisões corporativas devem considerar as expectativas das partes interessadas, como colaboradores, acionistas, comunidades e clientes.

Em vista disso, a implementação de Sistemas de Gestão Ambiental e a aplicação de práticas sustentáveis, asseguram que as empresas colaborem para um futuro mais sustentável.

2.5 Ferramentas de Gestão Ambiental

Algumas das ferramentas de gestão ambiental que podem auxiliar as organizações a serem responsáveis ambientalmente e socialmente, são:

a) **ISO 14001:** é uma norma internacional, qual estabelece padrões para um sistema de gestão ambiental (SGA) competente, contribuindo com a melhora no desempenho no âmbito ambiental das empresas, tornando-as mais sustentáveis.

b) **Relatórios de Sustentabilidade GRI:** o GRI (Global Reporting Initiative), é uma organização internacional que desenvolveu instruções para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, tendo como objetivo promover a

transparência e responsabilidade, permitindo que organizações relatem seus desempenhos ambientais, sociais e econômicos.

c) **Auditorias Ambientais:** realizar avaliações periódicas para verificar o desempenho das normas e do SGA, identificando possíveis melhorias.

d) **Certificações Ambientais:** as certificações demonstram compromisso com as práticas sustentáveis, uma destas certificações é LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), um dos padrões mais utilizados para construções sustentáveis, pois, contribui para a redução do impacto ambiental e conscientiza a comunidade sobre a importância da sustentabilidade. Estas ferramentas auxiliam as empresas a se tornarem líderes em sustentabilidade, atenderem as regulamentações e preservar o meio-ambiente e a comunidade que estão inseridos.

3 MÉTODO DE PESQUISA

Este artigo adota uma abordagem exploratória e qualitativa, conforme Vergara (2007), a pesquisa exploratória tem como objetivo aprofundar o conhecimento sobre um tema pouco estudado, possibilitando uma compreensão inicial e a formulação de futuras hipóteses.

Os dados foram coletados de análises documentais provenientes de documentos oficiais. Segundo Vergara (2007), a pesquisa documental faz uso de materiais que não receberam tratamento analítico prévio, como relatórios, legislações e comunicados oficiais.

buscando proporcionar uma visão mais crítica sobre a eficácia das práticas ambientais adotadas por empresas e a influência sobre a gestão corporativa sustentável.

Creswell (2014), evidencia que a pesquisa qualitativa pode envolver análise documental, onde documentos de domínio público são examinados para identificar padrões, discursos e tendências. Deste modo, a análise dos documentos selecionados seguirá os princípios da análise de conteúdo, possibilitando uma compreensão sistemática das informações disponíveis.

A primeira etapa metodológica foi a seleção de artigos científicos, livros e publicações institucionais relacionados a práticas sustentáveis dentro do conceito empresarial. Após, foi realizado a classificação das fontes em tópicos, sendo eles: ferramentas sistemas de gestão ambiental, impactos ambientais e sociais, certificações. Deste modo foi possível a interpretação dos dados coletados, buscando proporcionar uma visão mais ampla e com base em ferramentas que auxiliam as organizações a se tornarem responsáveis ambientalmente e socialmente.

A pesquisa foi conduzida de maneira ética, respeitando os direitos autorais das publicações consultadas, todas as fontes utilizadas foram devidamente citadas de acordo com as normas da ABNT, garantindo a atribuição de crédito aos autores originais.

4 RESULTADOS

Foram realizadas pesquisas com duas empresas que demonstram forte compromisso com a responsabilidade ambiental e social, utilizando de práticas sustentáveis como parte de sua estratégia de negócio, Faber-Castell e Natura.

A Faber-Castell é uma das empresas de materiais de escrita e desenho mais antigas e renomadas. Fundada por Kaspar Faber em Stein, na Alemanha, no ano de 1761, a empresa era inicialmente uma pequena fábrica de lápis que cresceu globalmente sob a liderança de Lothar von Faber, em 1898 adotou o nome atual devido a união da família Faber com os condes Castell.

Desde 1930 o Brasil se tornou uma das principais subsidiárias do grupo, possuindo unidades em São Carlos (SP), Prata (MG), Manaus (AM) e uma área de preservação em Morretes (PR). Pioneira em sustentabilidade, iniciou na década de 1950 o plantio de florestas próprias para garantir madeira certificada pelo FSC.

A Faber-Castell, em especial sua unidade em São Carlos, demonstram um grande compromisso com a responsabilidade ambiental e social, contribuindo de modo positivo para sua imagem corporativa e suas vendas.

Nos âmbitos de responsabilidade ambiental, a empresa promove Gestão Florestal Sustentável desde 1980, as florestas de pinus são gerenciadas no Brasil, o que garante uma fonte sustentável de madeira e promove a biodiversidade, além de mais de 95% das suas embalagens serem feitas de materiais recicláveis, alinhando-se as metas globais da organização e reduzindo

o uso de plástico. A fábrica de São Carlos opera uma estação de tratamento de água residuais desde 2018, o que proporciona a reutilização de aproximadamente 10.000 metros cúbicos de água por ano.

Nos quesitos da responsabilidade social, a empresa adota a Carta Social desde 2000, onde se compromete em fornecer condições de trabalho recomendadas pela Organização Internacional de Trabalho (OIT), em todas as suas unidades, também promovem iniciativas para combater a discriminação e valorizar a diversidade. O instituto Faber-Castell no Brasil, apoia projetos educacionais para crianças de comunidades locais, incentivando a educação, desenvolvimento pessoal e criatividade.

O compromisso da Faber-Castell com práticas sustentáveis reforça sua imagem como uma marca ética e confiável, influenciando de modo positivo decisões de compra dos consumidores.

Além da melhoria de imagem e aumento de vendas, a estratégia da Faber-Castell gera impactos positivos em várias áreas, fortalecendo a empresa ao longo prazo. Seu desempenho sustentável melhora a eficiência operacional, reduz os riscos e amplia as oportunidades de negócio, provando que a responsabilidade ambiental e social não é somente um diferencial competitivo, mas uma necessidade estratégica para o futuro do mercado.

Fundada em 1969, em São Paulo por Luiz Seabra, a Natura é uma das maiores empresas brasileiras do setor de cosméticos, sendo reconhecida globalmente pelo seu compromisso com a sustentabilidade e inovação. Parte do grupo Natura & Co, inclui as empresas Avon, The Body Shop e Aesop, a organização adota práticas de produção responsável, dando prioridade a ingredientes naturais, embalagens recicláveis e programas sociais para comunidades locais, em especial na Amazônia.

Nos termos de Responsabilidade ambiental e social, a Natura lidera o Ranking Mercado de Responsabilidade ESG 2023 pelo décimo ano consecutivo, tendo destaque nas categorias de Meio Ambiente, Âmbito Interno, Clientes e Sociedade, Ética e Governança Corporativa.

Há quase 25 anos, a empresa investe em bioeconomia da sociobiodiversidade, destinando R\$ 42,8 milhões para comunidades locais (2023), o que beneficia mais de 10 mil famílias e contribui para a conservação de 2,2 milhões de hectares de florestas.

Além disso, a Natura foi a primeira empresa do Sul global a conseguir o Selo de Platina de Integridade de Carbono, emitido devido a Iniciativa de Integridade dos Mercados de Carbono Voluntários (VCMi), o que reflete seu compromisso com a neutralização das emissões de carbono.

O compromisso contínuo com as práticas sustentáveis fortalece a imagem da Natura como líder em Responsabilidade Socioambiental, o que atrai mais consumidores conscientes e amplia sua participação no mercado.

O estudo demonstrou que a responsabilidade ambiental e social não somente contribui para a preservação do meio-ambiente e para o bem-estar social, mas também constitui um diferencial competitivo para as organizações. Por meio das análises de ferramentas como a norma ISO 14001, relatórios GRI, auditorias ambientais e certificações ambientais, nota-se que é possível integrar a sustentabilidade às operações das empresas de modo eficaz e estratégico.

Os casos da Faber-Castell e Natura demonstram em como as práticas sustentáveis fortalecem a imagem corporativa, conquistam a confiança de seus consumidores e resultam em fidelização e crescimento nas vendas. Deste modo, os resultados confirmam que a responsabilidade socioambiental deve ser vista como um investimento de longo prazo, capaz de gera benefícios econômicos e sociais.

Portanto, pode-se concluir que as organizações que desejam se destacar em um mercado cada vez mais consciente devem adotar práticas sustentáveis, promover educação ambiental interna, buscar certificações reconhecidas e manter o compromisso com a ética e transparência. A responsabilidade ambiental e social deixa de ser somente um diferencial e se torna uma necessidade estratégica para o sucesso das empresas no cenário atual.

5 CRONOGRAMA

Mês/Ano	Atividades	Atividades	Descrição
Agosto 2024	Tema e Justificativa	Hipótese Problema	Escolha do tema, redação do problema, hipótese e justificativa.
Setembro 2024	Fundamentação Teórica		Pesquisa, leitura e redação da fundamentação teórica.
Outubro 2024	Objetivo	Metodologia e Referências	Redação dos objetivos (geral e específico), redigir a metodologia e referências.
Novembro 2024	Revisar o Projeto	Apresentar o projeto	Revisar o projeto, corrigir erros e entregar.

Fevereiro 2025	Procura por orientador		Início da procura por um orientador com conhecimentos em Gestão Ambiental.
Março 2025	Reunião com orientador	Correção de alguns tópicos	Reunião para revisar e corrigir alguns tópicos e sugestões para a análise documental.
Abril 2025	Conclusão		Pesquisa sobre as empresas, leitura e redação da conclusão.

6 REFERÊNCIAS

ABDALLA, José Jorge; FEICHAS, Suzana Arcangela Quacchia. **Modelo Hackefors para obtenção de certificado ambiental ISO 14.001 em pequenas e médias empresas: uma discussão sobre sua aplicação em empresas brasileiras.** Cadernos EBAPE.BR, edição temática, 2005. Disponível em: <www.ebape.fgv.br/cadernosebape>. Acesso em: 13 nov. 2024.

ABNT NBR ISO 14001:2015. Sistemas de gestão ambiental – Requisitos com orientações para uso. Rio de Janeiro: Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2015.

BARBIERI, José Carlos. - **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos.** São Paulo: Saraiva, 2004.

BASSO, Luis Alberto.; VERDUM, Roberto. **Avaliação do impacto ambiental: EIA e RIMA como instrumentos técnicos e de gestão ambiental.** VERDUM, R. & MEDEIROS, R.M.V. (org.), Editora da Universidade UFRGS. Porto Alegre. 2006.

BENN, S.; BOLTON, K. **Key concepts in corporate social responsibility.** London: SAGE Publications, 2011.

BUSCH, Susanna Erica.; RIBEIRO, Helena. **Responsabilidade Socioambiental Empresarial: revisão da literatura sobre conceitos.** INTERFACHES-Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente. São Paulo, v. 4, n. 2, Artigo 1, p. 1-25, maio/ago. 2009.

BRITO, Alessandro Menezes de; AMORIM, Ricardo José Rocha; AMORIM, Dinani Gomes. **A educação ambiental nas empresas como estratégia de sustentabilidade empresarial.** Revista Semiárido De Visu, Petrolina, v. 12, n. 2, p. 1042-1053, 2024. DOI: <https://doi.org/10.31416/rsdv.v12i2.831>.

CARRIER. Alexandre de Paduá.; SILVA. Alfredo Rodrigues Leite.; PIMENTEL. Thiago Duarte. **O tema da proteção ambiental incorporado nos discursos de responsabilidade social corporativa.** RAC, Curitiba, v. 13, n. 1, art. 1, p. 1-16, jan./mar. 2009.

CARVALHO, Alexson Pantaleão Machado de. **Revisão narrativa sobre auditoria ambiental no Brasil: uma reflexão acerca da sua eficácia.** Journal of Education, Science and Health, v. 3, n. 1, p. 1-8, 2023. Disponível em: <https://www.jeshjournal.com.br/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

CARROLL, A. B. **The pyramid of CSR: toward the moral management of organizational stakeholders.** Business Horizons, v. 34, n. 4, p. 39-48, 1991.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto.** 3. ed. Porto Alegre: Penso, 2014.

DALMORO. Marlon.; VENTURINI. Jonas Cardona.; PEREIRA. Breno Augusto Diniz. **Marketing Verde: responsabilidade social e ambiental integradas na envolvente de marketing.** RBGN - Revista brasileira de Gestão de Negócios. São Paulo, v. 11, n. 30, p. 38-52, jan./mar. 2009.

DOISTERCOS. **Natura é líder em ESG no Brasil pelo 10º ano consecutivo.** Disponível em: <https://www.doistercos.com.br/natura-e-lider-em-esg-no-brasil-pelo-10o-ano-consecutivo/>. Acesso em: 18 mar. 2025.

ELKINGTON, J. **Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business.** Gabriola Island. New Society Publisher, 1998.

ENOKI. Priscilla Azevedo.; et. al. **Estratégias de Marketing verde na percepção de compra dos consumidores na Grande São Paulo.** Revista Jovens Pesquisadores. São Paulo, ano v, n. 8, jan./jul. 2008.

ENVOLVERDE. **Mais de 95% das embalagens da Faber-Castell são de materiais de fontes renováveis ou recicláveis.** Disponível em: <https://envolverde.com.br/politica-publica/noticias/mais-de-95-das-embalagens-da-faber-castell-sao-de-materiais-de-fontes-renovaveis-ou-reciclaveis/>. Acesso em: 18 mar. 2025.

FABER-CASTELL. **Faber-Castell Brasil.** Disponível em: <https://www.faber-castell.com.br/corporate/faber-castell-brasil>. Acesso em: 18 mar. 2025.

FABER-CASTELL. **Compromisso social.** Disponível em: <https://www.faber-castell.com.br/corporate/sustainability/social-commitment>. Acesso em: 18 mar. 2025.

FABER-CASTELL. **Sustentabilidade ambiental.** Disponível em: <https://www.faber-castell.com.br/corporate/sustentabilidade>. Acesso em: 18 mar. 2025.

FABER-CASTELL. **Sustentabilidade ecológica.** Disponível em: <https://www.faber-castell.com.br/corporate/sustentabilidade/ecological>. Acesso em: 18 mar. 2025.

FITEC AMBIENTAL. **Natura investe na bioeconomia da sociobiodiversidade.** Disponível em: <https://fitecambiental.com.br/natura-e-lider-em-esg-no-brasil-pelo-10o-ano-consecutivo/> Acesso em: 18 mar. 2025.

FREEMAN, R. E. **Strategic management: a stakeholder approach**. Boston: Pitman, 1984.

GRAEL, Paulo Fernando Fuzer.; OLIVEIRA, Otávio José. **Sistemas certificáveis de gestão ambiental e da qualidade: práticas para integração em empresas do setor moveleiro**. Produção. Bauru, v. 20, n. 1, p. 30-41, jan./mar. 2010.

Global Reporting Initiative. GRI Standards: normas para relatórios de sustentabilidade. Amsterdã: GRI, 2016.

GONÇALVES, Sulliwan da Silva – **Análise Econômica da Implantação de um sistema de gestão ambiental existente a norma ABNT ISO14001:2015** – Universidade Federal de Uberlândia – Uberlândia –MG – 2020.

LOPES, Juliana Campos.; DEMAJOROVIC, Jacques. **Responsabilidade social corporativa: uma visão crítica a partir do estudo de caso da tragédia socioambiental da Samarco**. Cadernos EBAPE.BR. Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 309–322, abr./jun. 2020.

MECHI, Andréa.; SANCHES, Djalma Luiz. **Impactos ambientais da mineração no Estado de São Paulo**. Estudos Avançados. São Paulo, v. 24 (68), p. 209–220, 2010.

NATURA. **Nossa história**. Disponível em: <https://www.natura.com.br/a-natura-nossa-historia?consultoria=lucimarconsultoria>. Acesso em: 18 mar. 2025.

OLIVEIRA, José Arimatés. **Responsabilidade Social em pequenas e médias empresas**. Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, v. 24 (4), p. 203-210, out./dez. 1984.

OLIVEIRA, Otávio José.; SERRA, José Roberto. **Benefícios e dificuldades da gestão ambiental com base na ISO 14001 em empresas industriais de São Paulo**. Produção. São Paulo, v. 20, n. 3, p. 429–438, jul./set. 2010.

OLIVEIRA, Otávio José.; PINHEIRO, Camila Roberta M. S. **Implantação de um sistema de gestão ambiental ISO 14001: uma contribuição da área de gestão de pessoas**. Gestão & Projetos. São Carlos, v. 17, n. 1, p. 51-61, 2010.

POMBO, Felipe Ramalho.; MAGRINI, Alessandra. **Panorama de aplicação da norma ISO 14001 no Brasil**. Gestão & Produção. São Carlos, v. 15, n. 1, p. 1-10, jan./abr. 2008.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. **Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility**. Harvard Business Review, v. 84, n. 12, p. 78-92, 2006.

ROHRICH, Sandra Simm. **A gestão ambiental e os Sistemas de Gestão Ambiental conforme a NBR ISO 14001: 2004: uma revisão do panorama nacional**. Revista Qualidade Emergente. Paraná, v. 2, n. 1, p. 3-18, 2011.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria de Infraestrutura e Meio Ambiente – SIMA; Companhia Ambiental do Estado de São Paulo – CETESB. **Instrumentos de planejamento, licenciamento e gestão ambiental no estado de São Paulo: caderno de apoio para profissionais**. São Paulo: CETESB/SIMA, 2019.

SILVA, Demétrios Antônio.; RIBEIRO, Helena. **Certificação ambiental empresarial e sustentabilidade: desafios da comunicação.** Saúde e Sociedade. São Paulo, v. 14, n. 1, p. 52-67, jan./abr. 2005.

SCHREIBER, Dusan; COSTA, Camila da; SCHMITT FIGUEIRÓ, Paola; VIANA, Luciane Pereira. **Análise abrangente do alinhamento da responsabilidade socioambiental e do marketing verde.** Revista Brasileira de Educação Ambiental, São Paulo, v. 19, n. 5, p. 202-219, 2024.

SROUFE, R. **Effects of environmental management systems on environmental and economic performance.** International Journal of Production Research, v. 41, n. 11, p. 2441-2459, 2003.

STEFANUTO, Ágata Pâmela Olivari.; HENKES, Jairo Afonso. **Crerios para a obtenção da certificação LEED: um estudo de caso no supermercado pão de açúcar em Indaiatuba/SP.** Revista Gestão & Sustentabilidade Ambiental, Florianópolis, v. 1, n. 2, p.282- 332, out. 2012/mar.2013

TACHIZAWA, Takeshy.; POZO, Hamilton. **Responsabilidade socioambiental no contexto brasileiro: um indicador para avaliar a responsabilidade social e ambiental nas empresas.** IX ENGEMA- Encontro Nacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente. Curitiba, nov. 2007

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatários de Pesquisa em Administração.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.