

**CENTRO PAULA SOUZA  
ETEC JARAGUÁ  
ENSINO TÉCNICO DE ADMINISTRAÇÃO**

**CAMILLY PEREIRA DO NASCIMENTO  
CAROLINA DO NASCIMENTO FERREIRA  
CAROLINE LOMBARDI GALONES  
GUSTAVO CAVALCANTE DA SILVA  
IAN VICTOR LIMA E SILVA  
KAWANA CABRAL AMORIN  
RAYSSA PEREIRA FERNANDES DA SILVA**

**SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL  
CORPORATIVA**

**São Paulo**

**2024**

**CAMILLY PEREIRA DO NASCIMENTO  
CAROLINA DO NASCIMENTO FERREIRA  
CAROLINE LOMBARDI GALONES  
GUSTAVO CAVALCANTE DA SILVA  
IAN VICTOR LIMA E SILVA  
KAWANA CABRAL AMORIN  
RAYSSA PEREIRA FERNANDES DA SILVA**

**SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL  
CORPORATIVA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Jaraguá, orientado pela Prof.<sup>a</sup> Ana Paula dos Santos, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração.

**São Paulo  
2024**

## **DEDICATÓRIA**

Este trabalho é dedicado aos nossos familiares, pelo apoio e motivação que sempre nos deram. Aos amigos que fizemos ao longo dessa jornada, que tornaram nossa caminhada mais especial com sua companhia e ajuda. Aos professores, por dedicarem seu tempo, esforço e vontade de nos ensinar, contribuindo muito para o nosso aprendizado. E, principalmente, à Etec Jaraguá, pela oportunidade de estudo, pelos recursos oferecidos e pelo suporte para o nosso crescimento acadêmico e profissional.

***“A persistência é o caminho do êxito.”***  
***Charles Chaplin***

## RESUMO

A ideia de sustentabilidade não é recente. Há muitos anos, discute-se sobre a saúde do planeta estar sendo prejudicada, isso se dá pelas ações humanas na natureza quem vêm se agravando com o passar do tempo. A sustentabilidade tem muito mais importância do que as pessoas pensam ultimamente este assunto tem tomado cada vez mais espaço em discussões organizacionais. A discussão deste assunto não é necessária apenas para a sobrevivência do planeta, mas também para a sobrevivência da empresa. Todos priorizam o lucro e buscam boas oportunidades de compra e contratos, esquecendo-se dos fatores sustentáveis. No entanto, adotar práticas sustentáveis pode trazer inúmeros benefícios a longo prazo, como a melhoria da imagem da empresa, clientes conscientes e a redução de custos operacionais através da eficiência energética e do uso responsável de recursos naturais. Empresas que não se adaptarem a essa nova realidade correm o risco de perder competitividade e relevância no mercado.

**Palavras-chave:** sustentabilidade, ações humanas, práticas sustentáveis, imagem da empresa, competitividade.

## ABSTRACT

The idea of sustainability is not new. For many years, there has been discussion about the health of the planet being harmed, this is due to human actions in nature, which have worsened over time. Sustainability is much more important than people think, lately this subject has taken up more and more space in organizational discussions. Discussing this issue is not only necessary for the survival of the planet, but also for the survival of the company. Everyone prioritizes profit and looks for good purchasing opportunities and contracts, forgetting about sustainable factors. However, adopting sustainable practices can bring numerous benefits in the long term, such as improving the company's image, conscious customers and reducing operational costs through energy efficiency and the responsible use of natural resources. Companies that do not adapt to this new reality run the risk of losing competitiveness and relevance in the market.

**Keywords:** sustainability, human actions, sustainable practices, company image, competitiveness.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	10
2. SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL.....	11
2.1. importância da sustentabilidade empresarial .....	12
3. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA .....	13
3.1. importância da responsabilidade social corporativa .....	14
4. NATURA.....	15
5. CACAU SHOW.....	17
6. BENEFÍCIOS.....	18
7. DESAFIOS .....	19
8. OPORTUNIDADES .....	20
9. COMO IMPLEMENTAR NAS ORGANIZAÇÕES.....	21
10. TENDÊNCIAS FUTURAS .....	23
11. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	25
REFERÊNCIAS.....	26

## 1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como finalidade abordar a implementação de práticas sustentáveis nas empresas, destacando o impacto da responsabilidade social na imagem corporativa e nos resultados financeiros. A problemática central que conduz com este estudo é: como as práticas de sustentabilidade empresarial e responsabilidade social corporativa podem ser integradas efetivamente na estratégia de negócios?

A justificativa para este estudo significa que a necessidade de compreender como as práticas de sustentabilidade e responsabilidade social podem ser alinhadas com a estratégia de negócios para gerar valor tangível e intangível. No entanto, as empresas enfrentam desafios na implementação eficaz dessas práticas, devido a questões como custos adicionais, falta de compreensão sobre os benefícios a longo prazo e resistência cultural interna.

Assim, o objetivo geral desta pesquisa é analisar os impactos financeiros e não financeiros das práticas de sustentabilidade e responsabilidade social nas empresas, incluindo a reputação da marca e o envolvimento dos funcionários. Também visa identificar estratégias eficazes para integrar a sustentabilidade social na estratégia de negócios, considerando desafios e oportunidades enfrentados pelas organizações. De forma mais específica, os objetivos específicos são: identificar estratégias para a aplicação de RSC, analisar empresas sustentáveis e verificar as formas sustentáveis.

A metodologia utilizada foi qualitativa, exploratória e descritiva através de pesquisas bibliográficas, como: livros, artigos, Google acadêmico e estudo de caso.

A partir desta abordagem, busca-se fornecer uma visão geral sobre sustentabilidade e responsabilidade social corporativa, contribuindo para uma compreensão mais aprofundada de como a sustentabilidade e a responsabilidade social podem ser integradas de maneira eficaz nas estratégias empresariais, gerando benefícios significativos tanto para as empresas quanto para a sociedade como um todo.

## 2. SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

A sustentabilidade empresarial é um meio de controlar os negócios de uma instituição de modo sustentável, que venha a equilibrar suas economias e que tenha foco no meio ambiente e sociedade. Dessa forma, ao longo dos anos a implementação deste conceito, consideraria impactos menores tanto a corporação como a civilização.

O início desse movimento teve suas raízes no questionamento de responsabilidade corporativa, onde surgiu em meados do século XX, porém, ganhou destaque nas últimas décadas pelas preocupações em relação a riscos ambientais por culpa de consumo exagerado por parte das empresas. Ao perceber que suas ações estavam trazendo malefícios à natureza, começaram a programar esta ideia, onde não apenas reduziu riscos, mas também pode gerar oportunidades de inovação, vantagem competitiva, eficiência operacional e uma boa reputação.

Todavia, o benefício não é apenas para companhia, trouxe práticas para redução de emissões de carbono na atmosfera, gestão de recursos naturais e biodiversidade, sendo assim, a sustentabilidade empresarial visa não apenas o lucro, mas também o cuidado e bem-estar das pessoas e do planeta.

De acordo com Andrade (2017, p. 8) "O mundo corporativo tem um papel fundamental na sociedade, seja para garantir a preservação do meio ambiente, seja na definição da qualidade de vida de seus colaboradores e comunidade.". Em suma, analisando este comentário podemos concluir que a sustentabilidade empresarial sempre esteve interligada no cotidiano da população.

## 2.1. IMPORTÂNCIA DA SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

A sustentabilidade empresarial tem sido destaque como um tema importante no mercado, impulsionada pela crescente demanda por práticas que respeitem o meio ambiente e as gerações futuras. Empresas de todos os portes e setores estão percebendo que, além de atender às expectativas dos consumidores, adotar práticas sustentáveis também oferece benefícios competitivos, como a redução de custos operacionais e a melhoria da imagem corporativa. Investir em sustentabilidade não é apenas uma opção, mas uma necessidade em um mercado que valoriza cada vez mais a responsabilidade ambiental.

Além disso, práticas sustentáveis contribuem para uma sociedade mais resistente e uma economia mais firme. A implementação de regimes que protegem os recursos naturais e promovem o bem-estar social pode criar um ciclo positivo, resultando em colaboradores mais satisfeitos, consumidores mais envolvidos e maior confiança. Manter o equilíbrio entre o crescimento econômico e a preservação ambiental é crucial para garantir a sustentabilidade dos negócios e a qualidade de vida para as gerações futuras.

No contexto do Brasil, o tema é dado à imensa biodiversidade e os recursos naturais únicos do país. Muitas empresas já compreendem que sua sustentabilidade está diretamente relacionada à preservação desses recursos. No entanto, ainda há muito a ser feito. A adoção de políticas públicas mais rígidas e o aumento da conscientização entre empresários e consumidores são passos importantes para avançar em direção a um futuro mais sustentável.

De acordo com o Veiga (2010, p. 42):

Uma empresa adota um discurso de sustentabilidade com estratégia meramente defensiva e só depois percebe que pode, simultaneamente, estimular novos negócios, engajar funcionários e promover as chamadas relações públicas.

Em suma, este pensamento ressalta que as empresas que não se adaptarem às exigências ambientais e sociais correm o risco de perder competitividade, evidenciando que a sustentabilidade já não é uma escolha opcional, mas um objetivo estratégico.

### 3. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) refere-se ao compromisso que uma empresa tem com a ética, alinhada aos interesses econômicos, visando melhorar a qualidade de vida na sociedade por meio de suas habilidades e ações no ambiente de trabalho. A ética nos negócios expressa efeitos duradouros e a longo prazo, tornando-se cada vez mais um elemento constante nas sociedades contemporâneas. As empresas não buscam apenas impressionar seus clientes, mas também atrair investidores e reduzir os impactos negativos de suas atividades no ambiente.

De acordo com Andrade (2012, p. 20):

A gestão ambiental e a responsabilidade social, para um desenvolvimento que seja sustentável econômica, social e ecologicamente, precisam contar com executivos e profissionais nas organizações, públicas e privadas, que incorporam tecnologias de produção inovadoras e regras de decisão estruturadas em torno dos princípios socioambientais a requeridos no contexto em que se inserem.

Observa-se que os profissionais, atualmente, precisam se reinventar para se adequar ao novo ambiente de trabalho, que exige cada vez mais qualificações. O mercado demanda não apenas habilidades técnicas, mas também uma consciência socioambiental alinhada às necessidades contemporâneas. As empresas que incorporam esses valores são aquelas que prosperam, pois estão preparadas para lidar com as mudanças globais, oferecendo soluções inovadoras e sustentáveis.

Diante disso, a RSC vai além de apenas uma questão de marketing ou de satisfação imediata de stakeholders; ela representa um caminho para a construção de um futuro mais justo e equilibrado. Então, empresas que investem em práticas de responsabilidade social contribuem para o bem-estar coletivo, fomentando a confiança e lealdade, tanto internamente quanto externamente.

### **3.1. IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

Devido às grandes mudanças nas últimas décadas, o Estado não tem conseguido fornecer sozinho as necessidades sociais da sociedade, o qual buscou ajuda das empresas, que passaram a participar ativamente deste procedimento. Além disso, o crescimento da consciência social dos consumidores do mundo todo passou a exigir das organizações privadas atitudes neste sentido, nascendo assim a responsabilidade social corporativa.

O conceito de responsabilidade social está diretamente relacionado ao desenvolvimento sustentável, pois a busca pela excelência nas empresas passa a ter como objetivo a qualidade nas relações e a sustentabilidade em suas três dimensões: econômica, social e ambiental. Como afirmou Drucker (1995, p. 30), "A melhor maneira de prever o futuro é criá-lo". Essa citação ressalta a importância de as empresas tomarem a iniciativa de moldar um futuro sustentável.

As empresas passam a demonstrar um grau de maturidade quanto ao desenvolvimento social, pois deixam de lado a beneficência e o assistencialismo, passando a exercer práticas que realmente tragam alguma mudança para a população. Conforme Elkington (1998, p. 2), "A sustentabilidade não é um conceito, mas uma abordagem prática que deve ser integrada a todas as decisões de negócios".

A adoção dessas práticas possibilita às organizações agregarem valor social à sua imagem e, através dela, alcançar a credibilidade e admiração de toda a sociedade, conquistando um destaque frente à concorrência.

## 4. NATURA

A Natura é uma empresa brasileira que atua no setor de cosméticos, produtos de higiene e beleza. Fundada em 1969 pelo Antônio Luiz Seabra, em São Paulo, a Natura se destaca por sua presença em sete países da América Latina, além da França. A empresa é conhecida por seu compromisso com a sustentabilidade, sendo 100% carbono neutro desde 2007. Isso significa que a Natura contabiliza e compensa todas as emissões de carbono relacionadas às suas atividades, desde a fabricação até o transporte dos produtos.

A Natura também se destaca por suas práticas de embalagem reciclada e por seu compromisso com o desenvolvimento sustentável. A empresa busca cultivar relações saudáveis e transparentes com todos os seus sócios, incluindo fornecedores, colaboradores e consumidores.

Segundo o Estúdio Folha em julho de 2024, Natura é a única brasileira entre as três empresas mais sustentáveis do mundo. Este dado confirma a dedicação presente na sustentabilidade onde por parte das empresas é uma estratégia primordial para reconhecimento e ajuda aos seres humanos.

“A Natura já tinha clara sua preocupação com o meio ambiente quando poucos se falavam disso”. Afirma Ângela Pinhati, diretora de sustentabilidade da Natura. É exponencial o aumento da empresa ao longo dos anos, sendo seu principal foco na área cosmética, porém, tratando de modo sustentável foi o que levou a empresa o seu grande reconhecimento. A estratégia não só traz benefícios a natureza como a instituição, que adotando esse método passa a reduzir gastos de matéria prima e consequentemente economizando seu faturamento. A Natura se preocupa muito com o impacto ambiental de suas embalagens e utiliza diversas estratégias para reduzir esse impacto. Uma delas é o uso de plástico verde, que evita a emissão de quase cinco mil toneladas de carbono por ano. Isso equivale à emissão de gases de efeito estufa de milhões de carros.

Além disso, a Natura busca utilizar materiais reciclados em suas embalagens. A meta da empresa é alcançar 10% de material reciclado pós-consumo na massa total de embalagens até 2020. A Natura também investe em embalagens compostáveis e recicláveis, além de ter desenvolvido embalagens com zero plástico. A empresa também realiza ações para incentivar a reciclagem de suas embalagens, como a campanha "Embalagem Reciclada: conheça a ação feita no Rock In Rio 2022".

Com essas iniciativas, a Natura busca minimizar o impacto ambiental de suas embalagens e contribuir para um futuro mais sustentável. Sendo assim, destaque como companhia na área sustentável e responsabilidade organizacional.

## 5. CACAU SHOW

Cacau Show é uma empresa brasileira de chocolates reconhecida mundialmente, fundada por Alexandre Tadeu da Costa em 1988, em São Paulo. A instituição possui uma fábrica em Itapevi, no interior do estado, e também possui uma fazenda em Linhares, no Espírito Santo, chamada “Dedo de Deus”, onde é produzido o cacau utilizado em seus chocolates.

Entre diversas marcas, Cacau Show se destaca pelas suas campanhas e pela sua diferença no mercado, sendo uma empresa que preza pela responsabilidade e sustentabilidade na produção de seus produtos. Segundo o site Gazeta do Povo em 2023, a marca de chocolate conquistou o selo da Rainforest Alliance, certificação que comprova que o cacau usado na fabricação dos seus produtos é cultivado de forma sustentável.

O instituto Cacau Show, com o objetivo de construir um mundo melhor, tem como visão um futuro mais verde e responsável. Essa corporação desenvolve projetos e ações sociais e ambientais sem fins lucrativos, empenhando-se em melhorar a qualidade de vida de comunidades carentes. Com isso, demonstra preocupação com o meio ambiente, projetos de reflorestamento, conservação de recursos naturais e incentivo à agricultura sustentável.

Em conclusão, com de acordo com o site ESG Cursos, a Cacau Show não se destaca apenas pela qualidade de seus produtos, mas também por seu compromisso com a responsabilidade social e ambiental. Por meio de práticas sustentáveis e ações voltadas para o bem-estar das comunidades, a empresa relata a importância de um crescimento empresarial alinhado com a preservação do planeta e o desenvolvimento social.

## 6. BENEFÍCIOS

Os benefícios são práticas que uma empresa dedica às suas necessidades presentes e, possivelmente, futuras, garantindo a competitividade em relação aos seus concorrentes. Portanto, um dos objetivos da adoção dessa prática é atender às suas necessidades e às necessidades das futuras gerações.

De acordo com Soares (2022, p. 26): “Por último, a essência do desenvolvimento sustentável contempla, além das variáveis abrangidas pelo desenvolvimento simples, a responsabilidade ambiental.” Dessa forma, o desenvolvimento sustentável é entendido, por muitos, como aquele capaz de satisfazer às necessidades das gerações presentes - preservando, porém, os diversos recursos atualmente disponíveis, de modo que as gerações futuras também tenham condições de satisfazer às suas próprias necessidades.

As empresas não priorizam apenas o lucro de suas ações, mas consideram também o impacto social e ambiental de suas operações, adotando estratégias significativas como:

**Redução de Custos:** a redução dos custos de produção, dos recursos utilizados, do desperdício, e, principalmente, dos custos operacionais.

**Melhoria da Reputação da Empresa:** as empresas que adotam essas medidas são vistas como mais éticas e, por esse motivo, podem se destacar em relação às suas concorrentes.

**Vantagem competitiva:** empresas que se destacam nesse campo podem se diferenciar no mercado, inovando e ganhando destaque competitivo.

**Preferência do consumidor:** com o avanço da conscientização social, o cuidado com o meio ambiente tem se tornado um fator importante para os consumidores. Portanto, empresas que adotam práticas sustentáveis podem conquistar a confiança de um público cada vez mais consciente.

## 7. DESAFIOS

Os desafios envolvem o acordo entre o desenvolvimento econômico, o bem-estar social e a preservação ambiental, de modo a garantir a sobrevivência e a qualidade de vida das gerações futuras. Entre os principais desafios, ressaltou-se a crise climática, que é causada pela emissão excessiva de gases de efeito estufa. Isso resulta no aumento das temperaturas globais e provoca eventos climáticos extremos, como secas, inundações e tempestades mais intensas. Enfrentar esse desafio requer a adoção de medidas que reduzam o carbono, como a fontes de energia renováveis, a divulgação da eficiência energética e a redução do desmatamento.

Outro desafio está relacionado ao consumo insustentável de recursos naturais. A exploração excessiva de matérias-primas, muitas vezes não renováveis, pode levar ao esgotamento de ecossistemas. Isso exige um equilíbrio entre a demanda por recursos e a capacidade da Terra de se regenerar.

O crescimento da população global e a consequente urbanização acelerada também apresentam desafios complexos. Cidades em expansão enfrentam problemas como o aumento da poluição e a falta de infraestrutura adequada. A criação de ambientes urbanos mais sustentáveis, com foco em transportes públicos eficientes, planejamento urbano inteligente e uso responsável de recursos, é essencial para enfrentar esses desafios.

Discurso do Presidente do Uruguai, José Pepe Mujica na reunião mundial sobre desenvolvimento sustentável no Rio+20, ele ressaltou, "Mas este hiperconsumo, este que está agredindo o planeta [...] precisa produzir coisas que durem pouco, pois há que se vender muito". Em resumo, estes desafios exigem que tenha soluções tanto tecnológicas quanto políticas e culturais, promovendo uma mudança profunda nos padrões de produção e consumo no mundo.

## 8. OPORTUNIDADES

A área em desenvolvimento de sustentabilidade e responsabilidade social oferece uma variedade de oportunidades para empreendedorismo, inovação e transformação social. As empresas, governos e grupos estão investindo cada vez mais em práticas sustentáveis para melhorar o bem-estar social e reduzir as consequências ambientais. Isso cria oportunidades para novas ocupações em áreas de energias renováveis, economia circular, arquitetura sustentável, agricultura regenerativa e gestão de recursos naturais.

Além disso, a demanda por soluções sustentáveis está impulsionando a criação de startups focada em tecnologias verdes, como reciclagem avançada, eficiência energética e transporte limpo. A transição para uma economia mais verde também está gerando novas oportunidades nos setores tradicionais, que precisam se adaptar às novas regulamentações e expectativas dos consumidores.

De acordo com o United Nation General Assembly, Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development (2015, p. 3):

O desenvolvimento sustentável oferece uma oportunidade sem precedentes para repensar nossa abordagem ao crescimento econômico, promovendo o bem-estar humano enquanto protege os recursos naturais que sustentam a vida no planeta.

Portanto, devido à demanda por soluções sustentáveis, estão surgindo startups que se concentram em tecnologias verdes como transporte limpo, eficiência energética e reciclagem avançada. Com isso, a mudança para uma economia menos poluente também está trazendo novas oportunidades para os setores tradicionais, que precisam mudar para atender às novas regras e expectativas dos consumidores.

## 9. COMO IMPLEMENTAR NAS ORGANIZAÇÕES

A sustentabilidade e a responsabilidade social corporativa (RSC) são essenciais para o sucesso a longo prazo das organizações. A implementação de práticas sustentáveis envolve escolhas de ações que minimizem o impacto ambiental, como o uso eficiente de recursos naturais, a redução de resíduos e a promoção de energia renovável. Isso não só melhora a imagem da empresa, mas também gera economia a médio e longo prazo, contribuindo para um crescimento mais equilibrado e sustentável.

Além da questão ambiental, a RSC inclui o cuidado com a comunidade e os colaboradores. As organizações podem investir em programas de desenvolvimento social, como capacitação profissional, projetos de inclusão e bem-estar no trabalho. Também é fundamental garantir condições de trabalho justas, com políticas de diversidade e igualdade. Ao assumir esse papel social, a empresa se alinha às expectativas de consumidores e investidores, que cada vez mais valorizam empresas com propósito.

A tecnologia é uma aliada importante na implementação de estratégias sustentáveis e de RSC. Ferramentas de monitoramento de consumo energético, por exemplo, ajudam a identificar e corrigir desperdícios, enquanto softwares de análise de dados auxiliam no acompanhamento de indicadores de sustentabilidade, permitindo decisões mais precisas.

De acordo com a revista “O tempo”, A Bulbe Energia, que segue rigorosamente as normas legais vigentes e as melhores práticas de sustentabilidade, gera energia solar com impacto ambiental reduzido e a um custo de produção inferior ao de fontes tradicionais, como as hidrelétricas e termelétricas.

Essa diferença de custo permite à empresa oferecer um desconto de 15% no consumo de energia, beneficiando tanto o bolso dos clientes quanto o meio ambiente. Isso prova o quanto o investimento na implementação da tecnologia e da sustentabilidade trabalham juntos.

Entretanto, as plataformas digitais também têm o potencial para criar campanhas de conscientização que alcancem um público mais amplo e que incentivem o engajamento de comunidades em iniciativas sociais. Tecnologias como o blockchain, por exemplo, desenvolve maior transparência nas cadeias de

suprimentos, sendo essenciais para garantir que os fornecedores compartilhem os mesmos valores. Assim, a integração entre tecnologia e práticas sustentáveis contribui para a construção de um futuro mais responsável.

## 10. TENDÊNCIAS FUTURAS

A Responsabilidade Social Corporativa e a Sustentabilidade Empresarial são utilizadas como estratégias para empreendedores no Brasil, onde visa diversos aspectos socioambientais na operação de negócios.

As corporações pretendem viabilizar tentativas de sustentabilidade, visto que, é evidenciado a importância do tema no dia a dia dos gestores das organizações, e a obrigatoriedade do tema nas estratégias das empresas que pretendam se manter no mercado.

Dentro de um contexto histórico, houve uma evolução das empresas onde a humanidade passou pela sociedade agrícola, revolução industrial, teorias com Taylor e Fayol e a era neoclássica. Com a era neoclássica, ocorre uma transição do modelo de gestão mecanicista para um modelo mais orgânico. Todavia, a discussão sobre sustentabilidade iniciou somente na década de 1970, com maior efetividade. Com o início da era do conhecimento, em 1990, a internet democratiza as informações. Com isso o mundo começou a descobrir a escassez de recursos naturais e os impactos que o modelo econômico causou no planeta. A partir disso, mudanças ocorreram e ações foram desenvolvidas, entretanto, os gestores ainda seguem com muitos desafios para o enfrentamento de questões de sustentabilidade, ao mesmo tempo em que, são considerados protagonistas das transformações necessárias para uma revolução ambiental.

De acordo com Almeida (2002, pág. 24):

O crescente conhecimento científico do funcionamento dos ecossistemas e de toda a sua magnífica complexidade desafiava – ainda desafia – nosso modelo conceitual do mundo, algo que se convencionou chamar de paradigma.

Ele destaca que o avanço da ciência, ao desvendar a complexa rede de interações dentro dos ecossistemas, desafia a visão de mundo que tínhamos até então do mundo corporativo e suas tratativas de fazer lucro. Portanto, destaca se a dificuldade que as empresas têm ao investir nesta estratégia e de como aplicá-las, visto que, as empresas estão retrocedendo em suas metas de sustentabilidade, com

exemplos como a BP, Shell, Crocs e Microsoft, o que é uma decisão míope e imprudente diante dos crescentes desafios ambientais e do aumento da regulamentação. Porém, nem todas as empresas contam com esta atitude e muitas se destacam por suas implementações, mas diante dos últimos anos e o alarmante caso de aumento nas temperaturas é evidente a falta de preocupação da maior parte das organizações e causa uma espera negativa para os próximos anos.

## 11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa mostrou como a sustentabilidade e as responsabilidades sociais corporativas se tornaram cada vez mais importantes para as empresas. Atualmente, adotar práticas sustentáveis não é apenas uma escolha, mas uma necessidade para garantir que os negócios sobrevivam e se destaquem em um mercado cada vez mais preocupado com o meio ambiente e com a sociedade. Mais do que gerar lucros, as empresas precisam se preocupar com o impacto que causam ao planeta e às pessoas.

Foi identificado que a adoção de práticas sustentáveis traz diversos benefícios, como a melhoria da imagem da empresa, o aumento da confiança dos clientes e até a redução de custos, como na economia de energia e materiais. Além disso, empresas que se comprometem com a sustentabilidade conseguem se diferenciar da concorrência, ganhando mais espaço no mercado e fortalecendo sua reputação.

Entretanto, também existem desafios, como os custos iniciais para colocar essas práticas e a resistência dentro das próprias empresas. Muitas vezes, gestores e funcionários podem não entender de imediato os benefícios a longo prazo, o que pode dificultar o processo de mudança. Mesmo assim, os resultados mostram que, ao investir em sustentabilidade, as empresas não só ajudam a preservar o meio ambiente, mas também constroem um futuro mais sólido e sustentável para si mesmas.

Por fim, diante dos problemas ambientais e sociais que o mundo enfrenta, as empresas que se adaptarem e adotarem a responsabilidade social como parte de suas estratégias terão mais chances de crescer e prosperar. Isso porque as pessoas, cada vez mais, valorizam marcas que se preocupam com o futuro do planeta e com o bem-estar das comunidades.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Dayse. Economia e consciência ambiental: Bulbe oferece energia limpa, sustentável e mais barata. O Tempo, 2024. Disponível em: [HTTPS://www.otempo.com.br/conteudo-de-marca/2024/9/23/economia-e-consciencia-ambiental--bulbe-oferece-energia-limpa--s](https://www.otempo.com.br/conteudo-de-marca/2024/9/23/economia-e-consciencia-ambiental--bulbe-oferece-energia-limpa--s). Acesso em: 21 out. 2024.

BRASIL, Sustentabilidade. ESG: John Elkington, "pai da sustentabilidade", esteve no Brasil. Sustentabilidade Brasil, 2024. Disponível em: [HTTPS://sustentabilidadebrasil.com/ESG-john-elkington-criador-do-tripe-da-sustentabilidade-esteve-no-brasil/](https://sustentabilidadebrasil.com/ESG-john-elkington-criador-do-tripe-da-sustentabilidade-esteve-no-brasil/). Acesso em: 23 out. 2024.

CAMARGO, Ligia; FIGUEIREDO, Celso. Comunicar Sustentabilidade: O novo desafio das empresas globais. Revistas Intercom, 2012. Disponível em: [HTTPS://revistas.intercom.org.br/index.php/inovcom/article/download/1168/1096](https://revistas.intercom.org.br/index.php/inovcom/article/download/1168/1096)

CENTRO, Cacauzinha. A sustentabilidade na Cacaú Show. Cacauzinha, 2023. Disponível em: [HTTPS://www.cacauzinha.com/post/a-sustentabilidade-na-cacaú-show](https://www.cacauzinha.com/post/a-sustentabilidade-na-cacaú-show). Acesso em: 02 nov. 2024.

CURSO, ESG. ESG nas empresas - estudo de caso: Cacaú Show. ESG cursos, 2023. Disponível em: [HTTPS://esgcurso.com/ESG/ESG-nas-empresas-estudo-de-caso-cacaú-show/](https://esgcurso.com/ESG/ESG-nas-empresas-estudo-de-caso-cacaú-show/). Acesso em: 02 nov. 2024.

DRUCKER, Peter. Administrando em Tempos de Grandes Mudanças (Managing in a Time of Great Change). Estados Unidos: The Drucker Library, 1995.  
ELKINGTON, John Elkington. Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. Estados Unidos: Paperback, 1997.

FOLHA, Estúdio. Natura é a única brasileira entre as 3 empresas mais sustentáveis do mundo. Estúdio Folha, 2024. Disponível em: [HTTPS://estudio.folha.uol.com.br/natura/2024/07/natura-e-a-unica-brasileira-entre-as-3-empresas-mais-sustentaveis-do-mundo.shtml](https://estudio.folha.uol.com.br/natura/2024/07/natura-e-a-unica-brasileira-entre-as-3-empresas-mais-sustentaveis-do-mundo.shtml). Acesso em: 21 out. 2024.

JOSENDE PAZ, Fábio; MAHLMANN KIPPER, Liane. Sustentabilidade nas organizações: vantagens e desafios. 2. Ed. Bauru: Revista Gestão da Produção, Operações e Sistemas, 2015. 85 p. v. 11. DOI 10.15675.

MARQUES, José Roberto. História, Frases e Livros. IBC - Instituto Brasileiro de Coaching, 2018. Disponível em:  
<HTTPS://www.ibccoaching.com.br/portal/frases/frase-coaching-peter-drucker/>.  
Acesso em: 23 out. 2024.

MOURA JANSEN, Euler Paulo De; GONÇALVES DE ABREU, Rogério Roberto. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E SUSTENTABILIDADE: UMA UNIÃO POSSÍVEL?. 1. Ed. São Paulo: Revista Brasileira de Filosofia do Direito, 2024. V. 10. E-ISSN 2526-012X.

NATURA, Natura. COSMÉTICOS SUSTENTÁVEIS COMEÇAM PELA EMBALAGEM. Natura, 2019. Disponível em:  
<HTTPS://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/cosmeticos-sustentaveis-comecam-pela-embalagem>. Acesso em: 21 out. 2024.

NATURA, Natura. DE ONDE VEM O PAPEL QUE A NATURA USA EM SUAS EMBALAGENS? Natura, 2018. Disponível em:  
<HTTPS://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/de-onde-vem-o-papel-que-a-natura-usa-em-suas-embalagens>. Acesso em: 21 out. 2024.

NATURA, Natura. DIA MUNDIAL DO MEIO AMBIENTE: CONHEÇA NOSSO COMPROMISSO COM O PLANETA. Natura, 2023. Disponível em:  
<HTTPS://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/dia-do-meio-ambiente>. Acesso em: 23 out. 2024.

NATURA, Natura. EMBALAGEM RECICLADA: CONHEÇA A AÇÃO FEITA NO ROCK IN RIO 2022. Natura, 2023. Disponível em:  
<HTTPS://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/natura-recicla-copos-plasticos-rock-in-rio>. Acesso em: 23 out. 2024.

NATURA, Natura. NATURA INVESTE EM DESIGN PARA DIMINUIR IMPACTO AMBIENTAL DE SUAS EMBALAGENS. Natura, 2018. Disponível em:  
<HTTPS://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/natura-investe-em-design-para-diminuir-impacto-ambiental-de-suas-embalagens>. Acesso em: 21 out. 2024.

NATURA, Natura. Nossa História. Natura, 2024. Disponível em:  
<HTTPS://www.natura.com.br/a-natura-nossa-historia>. Acesso em: 21 out. 2024.

NATURA, Natura. OS NOSSOS FUNDADORES. Natura, 2024. Disponível em:  
<HTTPS://www.naturabrasil.fr/pt-pt/acerca-da-natura-brasil/os-nossos-fundadores?srsIid=AfmBOop7zESwq5-SY0jQ4spxWyk-1Dnzik3tYrEye0A8sLPGbg7pads0>. Acesso em: 23 out. 2024.

POINT, Milk. Medidas da Unilever evitam custos globais de mais de 700 milhões. Milk Point, 2017. Disponível em: <HTTPS://www.milkpoint.com.br/noticias-e-mercado/giro-noticias/medidas-da-unil>. Aspx. Acesso em: 02 nov. 2024.

PORTO OLIVEIRA, José Henrique; ANDRADE, Darly Fernando. Sustentabilidade e Responsabilidade Social. Belo Horizonte: Editora Poisson, 2017. V. 4. 1. Ed. ISBN 978-85-93729-12-6

PORTO SILVEIRA, José Henrique; ANDRADE, Darly Fernando. Sustentabilidade e Responsabilidade Social. Belo Horizonte: Editora Poisson, 2017. V. 3. 1. Ed. ISBN 978-85-93729-11-9.

PUCKER, Kenneth P. Empresas estão reduzindo promessas de sustentabilidade; eis o que elas deveriam fazer. InfoMoney, 2024. Disponível em: <HTTPS://www.infomoney.com.br/business/global/empresas-estao-reduzindo-promessas-de-sustentabilidade-eis-o-que-elas-deveriam-fazer/>. Acesso em: 21 out. 2024.

RAMALHO DREHER DE OLIVEIRA, Thaís . Benefícios da sustentabilidade empresarial. Pantheon. UFRJ, 2020. Disponível em: <HTTPS://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/14447/1/TRDOliveira.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2024.

UNILEVER, Unilever. Unilever reduz consumo global de água. Unilever, 2021. Disponível em: <HTTPS://www.unilever.com.br/news/press-releases/2021/unilever-reduz-consumo-global-de-agua/#top>. Acesso em: 02 nov. 2024.

VEIGA, José Eli Da. Sustentabilidade: legitimação de um novo lar. 3. Ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2010. 42 p. ISBN 978-85-396-2884-1.