

FACULDADE LABORO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

JEAN CARLOS NASCIMENTO SILVA

SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA: a influência das práticas sustentáveis na
imagem organizacional

São Luís- MA
2025

JEAN CARLOS NASCIMENTO SILVA

SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA: a influência das práticas na imagem
organizacional

Trabalho de conclusão de curso apresentado como
requisito para obtenção do título de Bacharel em
Administração pelo curso de Administração da
Faculdade Laboro.

Orientadora: Prof^ª. Ma. Fábila Elina dos Santos
Araújo

São Luís- MA
2025

Ficha Catalográfica gerada pela Biblioteca Rosemary Lindholm
Claudionilson Gusmão Martins - Bibliotecário

S586s

Silva, Jean Carlos Nascimento.

Sustentabilidade corporativa: a influência das práticas sustentáveis na imagem organizacional / Jean Carlos Nascimento Silva. – São Luís, 2025.

8 f.

Orientadora: Profa. Ma. Fábila Elina dos Santos Araújo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Faculdade Laboro, 2025.

1. Sustentabilidade corporativa. 2. Imagem organizacional. 3. ESG. 4. Responsabilidade social. I. Araújo, Fábila Elina dos Santos (Orient.). II. Faculdade Laboro. III. Título.

CDU: 658

SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA: a influência das práticas na imagem organizacional

Trabalho de Conclusão de Curso

Jean Carlos Nascimento Silva (Aluno); Fábila Elina dos Santos Araújo (orientadora)

RESUMO

O presente trabalho intitulado Sustentabilidade Corporativa: A influência das práticas sustentáveis na imagem organizacional, trata-se de uma pesquisa bibliográfica. Embora estivesse prevista a aplicação de um questionário junto a empresas que adotam práticas sustentáveis, porém não houve retorno desses profissionais, o que direcionou a pesquisa para uma análise teórica aprofundada. O objetivo deste estudo é investigar de que maneira as práticas sustentáveis interferem na imagem das organizações que as adotam. Os resultados obtidos a partir desse estudo, indicam que as empresas que integram práticas de sustentabilidade de maneira consistente tendem a favorecer sua imagem perante os seus concorrentes e o público em geral, melhorando sua reputação e influência positiva no mercado.

Palavras-chave: Sustentabilidade corporativa; Práticas sustentáveis; Meio ambiente; Imagem organizacional.

INTRODUÇÃO

A sustentabilidade corporativa tem desempenhado um papel muito importante nos dias atuais, que vai além de uma mera estratégia de marketing ou modismo. É um elemento significativo para as organizações que buscam competitividade, reconhecimento no mercado e um futuro promissor. E com a sociedade cada vez mais consciente sobre as questões ambientais e sociais, as organizações sofrem pressões, para que assumam responsabilidades e tomem atitudes responsáveis, como o cuidado com o meio ambiente e ações contra a desigualdade social. Os consumidores estão preferindo marcas que estejam engajadas e comprometidas com práticas responsáveis.

As práticas sustentáveis já não é algo exclusivo das grandes organizações, é um tema estratégico indispensável de empresas de diferentes tamanhos e setores, com um único propósito, que é crescer e manter-se no mercado. E ao abordar medidas sustentáveis, as empresas vão além de uma estratégia de ética, elas caminham rumo a inovação, eficiência e um crescimento contínuo. A organização que implementa sustentabilidade se permite criar um valor real para clientes, funcionários e sociedade, ao mesmo tempo se destaca no mercado, pois empresas com desempenho em ESG, têm mais chances de atrair capital, além disso, as medidas sustentáveis ajudam a reduzir custos.

Segundo Elkington (2022), o conceito de sustentabilidade existe desde de 1980, e passou por períodos como excitação, de perda de atenção, de energia e de impulso. Mas agora, todos sentem que precisam falar sobre sustentabilidade, isso por causa da emergência climática, mas que daqui a 100 anos, em diferentes linguagens, o conceito de sustentabilidade será o mesmo conceito de democracia e liberdade.

Este trabalho tem como objetivo analisar como as práticas de sustentabilidade influenciam a imagem das organizações. Mostra também a percepção dos stakeholders sobre as medidas sustentáveis, e como essas práticas sustentáveis ajudam na reputação e no crescimento dessas empresas.

MÉTODO

Este estudo foi desenvolvido por meio de pesquisa bibliográfica, de abordagem qualitativa, exploratória. A escolha desse método foi pela necessidade de reunir, analisar e interpretar informações já publicadas sobre sustentabilidade corporativa e sua influência na imagem organizacional. Segundo Gil (2010), pesquisas bibliográficas permitem ao pesquisador explorar e aprofundar-se sobre um tema, a partir de fontes já existentes, possibilitando-lhe extrair o máximo de conhecimento.

A pesquisa foi por meio da análise de textos, artigos acadêmicos, relatórios institucionais e publicações eletrônicas relacionadas à sustentabilidade corporativa, responsabilidade socioambiental, ESG e imagem organizacional. A escolha dos materiais foi com base na relevância temática, priorizando estudos publicados nos últimos dez anos.

Dessa forma possibilitou uma maior compreensão do papel de sustentabilidade na construção da imagem organizacional e elaborar uma análise a partir de materiais existentes, sem a necessidade de aplicar questionários.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

De acordo com informações coletadas neste estudo, as organizações que adotam as práticas sustentáveis conseguem reaproveitar matéria-prima, reduzir o consumo de água, energia e adotar tecnologias que otimizam os processos produtivos, reduzindo assim desperdícios.

1. O que é sustentabilidade corporativa?

Sustentabilidade corporativa é uma abordagem estratégica que se compõe de preocupações ambientais, sociais e econômicas no contexto de negócios da empresa. Em geral, uma empresa com ações sustentáveis possui um alto nível de responsabilidade social, pois entende que o sucesso financeiro pode andar junto a um compromisso com o meio ambiente e com a sociedade.

1.1 Por que a sustentabilidade corporativa é importante?

Nos dias de hoje a sustentabilidade corporativa desempenha um papel muito importante, indo além de uma tendência ou estratégia de marketing. Sendo crucial para empresas que querem um futuro promissor, pois a sociedade está vez mais consciente sobre a importância das questões ambientais e sociais. E tendo em vista que as práticas sustentáveis não beneficiam somente o meio ambiente ou a sociedade, mas também traz grandes vantagens para a empresa, pois traz um impacto positivo, e agrega valor à marca.

1.2 Quais as vantagens da sustentabilidade corporativa?

Ao adotar essas práticas, a empresa tem grandes vantagens, tendem a ter resultados positivos tanto do ponto de vista da reputação da empresa quanto do econômico. Muitas vezes conseguem eficiência operacional, como a redução de consumo de energia e água, podendo alcançar economias significativas de custos, ao longo do tempo, é possível acumular uma economia relevante, sem comprometer a qualidade dos processos.

As ações sustentáveis permitem que a organização se destaque no mercado, atraindo cada vez mais clientes. Uma pesquisa feita pela Associação Paulista de Supermercados (APAS) indicou que 95% dos brasileiros dão prioridade a produtos e serviços de empresas com práticas sustentáveis. Além de ser um fator decisivo a clientes

e ao mercado em geral, essas medidas tendem a atrair profissionais qualificados, motivados a contribuir com um mundo melhor e acesso a mercados e oportunidades maiores.

1.3 Empresas que são exemplos de sustentabilidade corporativa

No Brasil há muitas empresas que se destacam por adotarem práticas sustentáveis fortes e em constante crescimento. Um dos exemplos é Natura, que se destaca pelo foco das medidas sustentáveis, como por exemplo o uso de ingredientes típicos da Amazônia com proteção à biodiversidade e estimulação à economia circular. Em 2024, a Natura divulgou que evitou emitir 68 mil toneladas de gases do efeito estufa. A empresa investe tanto nas comunidades locais quanto na diversidade e inclusão de profissionais.

A Samsung reduziu sua emissão de gases do efeito estufa em 37,5% em 2023. A empresa também consumiu quase 10 GWh de energia renovável globalmente.

A Nestlé em 2024, 21,3% dos agricultores fornecedores adotou práticas de agricultura regenerativa. E até 2030, a empresa pretende atingir 50%. Em seu relatório anual, a Nestlé apresentou uma economia de 2,72 milhões de litros de água e reduziu o uso de plástico em até 21,3% (Nestlé, 2024).

No Maranhão três grandes empresas se destacam por uma economia verde e tecnológica. A Suzano maior produtora mundial de celulose, contribui para preservação florestal e captura de carbono na região. Tendo como principal matéria-prima, a árvore eucalipto, no final de cada ciclo de colheita, planta-se novamente no mesmo local. Muitos dos seus produtos são biodegradáveis, ou seja, se decompõem mais rápido. Outra grande empresa é a Vale, que até 2030 reduzirá 33% de emissões de gases e o uso de 100% de energia renovável. A Equatorial Energia, que atende mais de 34 milhões de pessoas em sete estados, incluindo o MA, investiu na assinatura de energia solar para seus clientes, que garante até 20% de economia no consumo mensal de energia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados indicam que a sustentabilidade corporativa influencia a imagem da organização de forma clara e relevante. Ao incorporar práticas ambientais, sociais e de governança, as empresas consolidam sua reputação perante a consumidores e demais

stakeholders e ganham credibilidade em um cenário global cada vez mais competitivo e voltado em ESG.

Com este estudo conclui-se para que as empresas possam ter um crescimento sustentável, é preciso que elas se valorizem, sejam abertas, coerentes e que de fato se preocupem com tudo que envolve as medidas sustentáveis, pois suas iniciativas desempenham um papel

crucial na construção da sua reputação e de seu crescimento contínuo. E que sim, sustentabilidade corporativa é um elemento estratégico para as organizações, independente do seu tamanho, e influencia sua imagem de forma significativa, quando possuem medidas reais e socialmente responsáveis.

REFERÊNCIAS

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. - 4. ed. - São Paulo : Atlas, 2002

ELKINGTON, John. ***Tickling Sharks: How We Sold Business on Sustainability***. New York: Fast Company Press, 2022.

ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS (APAS). Pesquisa revela que 95% dos brasileiros preferem produtos e serviços de empresas que investem em práticas sustentáveis. Divulgação baseada em pesquisa encomendada pela APAS e relatada em veículo de imprensa: iG • **ESG Insights**, 08 fev. 2024. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/parceiros/esginsights/2024-02-08/95--dos-brasileiros-preferem-marcas-que-investem-em-sustentabilidade.html>. Acesso em: 15 dez. 2025.

NESTLÉ S.A. **Annual Review 2024**. Vevey: Nestlé, 2025. Disponível em: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2025-02/annual-review-2024-en.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2025.