

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA  
SOUZA**

**Etec SYLVIO DE MATTOS CARVALHO Curso  
de Técnico em Administração**

**Gabriela Maturo de Almeida**

**Isabele Pereira Murta**

**João Vitor Simoni**

**Vinicius dos Santos Palhares**

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DE UMA EMPRESA**

**Matão, SP  
2023**

**Gabriela Maturo de Almeida**

**Isabele Pereira Murta**

**João Vitor Simoni**

**Vinicius dos Santos Palhares**

## **RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DE UMA EMPRESA**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Escola Técnica Estadual Sylvio de Mattos Carvalho, orientado pelo(a) Prof.(a). João Paulo Pereira, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Técnico em Administração.

**Matão, SP**

**2023**

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a importância da responsabilidade socioambiental no contexto empresarial, destacando seus impactos na sociedade e no meio ambiente, bem como os desafios enfrentados pelas empresas na adoção de práticas sustentáveis. A responsabilidade socioambiental empresarial refere-se ao compromisso das organizações em agir de maneira ética e sustentável, considerando não apenas o lucro, mas também o impacto social e ambiental de suas atividades. A pesquisa aborda a conscientização da empresa objeto de estudo, sobre a necessidade de desempenhar um papel ativo na promoção do desenvolvimento sustentável. O estudo começa explorando sobre a sustentabilidade e seus benefícios da responsabilidade socioambiental, como a melhoria da imagem da empresa, a contribuição para a solução de problemas socioambientais. Além disso, são discutidas as diversas maneiras que a empresa incorpora práticas responsáveis em suas operações, como a redução das emissões de carbono, a responsabilidade com a Amazônia e o apoio a iniciativas sociais. No entanto, também são abordados os desafios enfrentados pelas empresas nesse caminho, incluindo a necessidade de equilibrar objetivos financeiros com a responsabilidade socioambiental, a implementação de mudanças organizacionais e a mensuração eficaz dos impactos. Ao longo do desenvolvimento do referido trabalho, são apresentados estudos de caso de uma empresa que têm se destacado em suas iniciativas de responsabilidade socioambiental, ilustrando boas práticas e lições aprendidas. Em conclusão, este trabalho enfatiza a importância da responsabilidade socioambiental como um imperativo moral e uma estratégia de negócios inteligente. As empresas que adotam práticas sustentáveis não apenas contribuem para um mundo melhor, mas também podem colher benefícios financeiros a longo prazo. No entanto, a jornada em direção à responsabilidade socioambiental não é isenta de desafios, e as empresas devem estar dispostas a enfrentá-los para alcançar resultados positivos para a sociedade e o planeta.

**Palavras-chave: Responsabilidade; Ambiental; Conscientização; Sustentabilidade; Resultados; Sociedade; Empresas; Mundo; Socioambiental.**

## 1 INTRODUÇÃO

Neste trabalho de conclusão de curso, será falado sobre a Responsabilidade Socioambiental de uma empresa, pensando em um mundo mais sustentável nos dias de hoje é de grande importância que a sociedade se responsabilize pelos atos no dia a dia. Sendo assim, dentro de cada função na empresa temos que ter um olhar mais amplo para a sustentabilidade, tentar sempre inovar e buscar conhecimento nesse assunto. A conscientização sobre os impactos das atividades empresariais no meio ambiente e na sociedade tem se intensificado, levando as organizações a reavaliarem suas práticas e adotarem abordagens mais sustentáveis. A responsabilidade socioambiental, também conhecida como responsabilidade corporativa, sustentabilidade empresarial ou responsabilidade social corporativa, refere-se à capacidade e obrigação das empresas de impactar positivamente a sociedade e o meio ambiente, para além de seus objetivos econômicos imediatos.

Os benefícios socioambientais que são fruto do comprometimento com processos sustentáveis são inúmeros; além de ajudar o meio ambiente, também reduz os custos de produção utilizando produtos naturais e ainda melhora a imagem da empresa com o público engajado em causas sociais e ambientais.

Essa abordagem implica em adotar práticas éticas, transparentes e sustentáveis, que considerem os diversos stakeholders envolvidos, como funcionários, clientes, comunidades locais, acionistas e o ecossistema em geral. Neste trabalho temos como objetivo mostrar uma grande empresa que trabalha junto com o meio ambiente, explorando seus fundamentos, benefícios, desafios e estratégias de implementação. Sendo assim, nossos objetivos específicos são: Abordar o conceito de Sustentabilidade e Responsabilidade Socioambiental; avaliar os benefícios da implementação desta política; identificar os desafios no processo de implementação. Com isso vamos explorar sobre esse assunto ao longo desse trabalho de conclusão de curso.

## 2 SUSTENTABILIDADE

A importância da sustentabilidade é amplamente reconhecida no contexto atual, abrangendo não apenas preocupações ambientais, mas também aspectos sociais e econômicos. A sustentabilidade visa a equilibrar as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de atenderem às suas próprias necessidades. “Mas a conservação da natureza não deve ser vista apenas como um dos objetivos do desenvolvimento. Ela é parte de nossa obrigação moral para com os demais seres vivos e as futuras gerações.” (BRUNDTLAND.1987).

Isso implica em adotar práticas e tomar decisões que considerem os impactos a longo prazo no meio ambiente, na sociedade e na economia. Aqui estão alguns pontos que destacam a importância da sustentabilidade:

**Preservação do Meio Ambiente:** A sustentabilidade é crucial para preservar a biodiversidade, os ecossistemas e os recursos naturais. As práticas sustentáveis visam reduzir a poluição, o consumo excessivo de recursos e os danos ao meio ambiente, promovendo a conservação e a regeneração dos recursos naturais.



Figura 1: Floresta localizada na região do Amazonas

FONTE: [https://static.natura.com/cdn/farfuture/pudO-C7U4uXBd-fnuZ1ghu\\_8TQUFQ3GTZHpGXuQxfv0/1559598061/sites/default/files/inline-images/florestaem-pe.jpg](https://static.natura.com/cdn/farfuture/pudO-C7U4uXBd-fnuZ1ghu_8TQUFQ3GTZHpGXuQxfv0/1559598061/sites/default/files/inline-images/florestaem-pe.jpg)

**Mitigação das Mudanças Climáticas:** A adoção de práticas sustentáveis, como a redução das emissões de gases de efeito estufa, desempenha um papel fundamental na mitigação das mudanças climáticas. Isso é essencial para limitar o aumento da temperatura global e minimizar os impactos devastadores associados a eventos climáticos extremos.

**Responsabilidade Social:** A sustentabilidade também está intrinsecamente ligada à responsabilidade social. Empresas e organizações que adotam práticas sustentáveis demonstram compromisso com a melhoria das condições de vida das comunidades locais, promovendo a igualdade, o respeito pelos direitos humanos e a melhoria das condições de trabalho.

**Vantagem Competitiva:** Empresas que incorporam a sustentabilidade em suas estratégias podem ganhar vantagem competitiva. Consumidores, investidores e outros stakeholders estão cada vez mais conscientes e valorizam empresas que demonstram responsabilidade socioambiental.

**Inovação e Eficiência:** A busca por soluções sustentáveis frequentemente leva à inovação. Empresas que adotam práticas sustentáveis muitas vezes encontram maneiras mais eficientes de operar, economizando recursos e reduzindo custos operacionais.

## **2.1 Responsabilidade Socioambiental**

No início da década de 1990, o movimento em prol da responsabilidade socioambiental ganhou visibilidade em decorrência da Primeira e Segunda Conferências Mundiais da Indústria sobre gerenciamento ambiental, ocorridas em 1984 e 1991. Já em 1998, o Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (*World Business Council for Sustainable Development – WBCSD*), definiu Responsabilidade socioambiental como “o compromisso permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo”. E apesar dessa prática ou política ter sido adotada por volta da década de 1990, a luta pela sociedade e principalmente pela natureza é mais antiga, por volta da década de 1920. Quando estudiosos e observadores começaram a se preocupar com a velocidade dos impactos

aos recursos naturais e com a quantidade de lixo que a humanidade estava produzindo. Então o movimento ambientalista começou a engatinhar na década de 1920, ganhando destaque na década de 1970 e vem recebendo atualmente maior foco nas políticas públicas, empresariais e na vida do cidadão.

A responsabilidade socioambiental está ligada a ações que respeitam o meio ambiente e as políticas que tenham como um dos principais objetivos a sustentabilidade, todos são responsáveis pela preservação ambiental: governos, empresas e cada cidadão. Uma empresa com responsabilidade social visa o bem-estar de todos, tanto o dos colaboradores, quanto o das pessoas que contratam seus produtos e/ou serviços. No caso das empresas, especialmente as de grande porte, o conceito mais utilizado é o de RSC (Responsabilidade Social Corporativa), é um tipo de responsabilidade voltada para as questões internas e o ambiente de negócios junto aos colaboradores. Outro conceito muito utilizado e mais amplo é o de RSE (Responsabilidade Social Empresarial), ele visa não somente o ambiente interno na empresa como também se preocupa com os impactos negativos dela na comunidade local. Quando uma organização mostra que tem compromisso com a comunidade interna e externa à sua empresa, as pessoas sentem-se mais seguras e confiantes para fazer negócio com ela. Há muitas vantagens em ser uma empresa socialmente responsável, a sua marca passa a ter uma reputação melhor e também a ser mais reconhecida no mercado pelas ações que promove. Além disso, empresas do tipo costumam atrair os melhores talentos além de se tornarem altamente competitivas. O marketing verde é um fenômeno que tem tomado o mercado em forma de demanda de seus consumidores, as empresas têm visto a necessidade de adaptar seus métodos de obtenção de matéria prima e processo de produção sem agredir a natureza; pois isto fere os valores do seu novo público (tanto de consumidores como de fornecedores e empresas aliadas).



Figura 2: Perspectivas da Sustentabilidade

FONTE: <https://portal.trt14.jus.br/portal/responsabilidade-socioambiental>

O conceito de sustentabilidade está intimamente relacionado com a política de responsabilidade socioambiental, pois é a prática de preservar o meio ambiente, a fim de não comprometer as gerações futuras. Ela precisa estar presente no dia a dia da empresa, envolvendo, além das atividades produtivas, o tratamento dado as questões ambientais e sua influência e relacionamento com fornecedores, público interno, público externo e com a sociedade. Os consumidores mais conscientes procuram comprar de empresas certificadas ou que comprovem uma atitude responsável. São exemplos as empresas de cosméticos que não testam seus produtos em animais ou de marcas veganas. Muitos consumidores da atualidade preferem adquirir um produto ou serviço que os represente, mesmo que estes demandem de um investimento financeiro maior por parte do consumidor. Esse posicionamento ajuda a efetivar mais facilmente a fidelização de clientes que promovem a marca, pois um consumidor que vê seus ideais representados costuma se dispor a fazer o marketing boca-a-boca de uma empresa.



## 2.2 Benefícios Socioambientais

Podemos perceber que a sustentabilidade está muito ligada ao dia a dia, e com isso, diversos benefícios junto a ela. A preservação do Meio Ambiente é primeira e mais óbvia contribuição da sustentabilidade. A adoção de práticas sustentáveis, como a redução da emissão de substâncias poluentes e o uso responsável dos recursos naturais, é fundamental para conter a manipulação ambiental. Isso beneficia a sociedade ao proteger os ecossistemas orgânicos, garantir a disponibilidade de água limpa e promover a biodiversidade, que é essencial para a segurança alimentar e a saúde humana. Melhoria da qualidade de vida na sustentabilidade também está intrinsecamente ligada à melhoria da qualidade de vida das comunidades.

A redução da poluição do ar e da água, juntamente com a promoção da energia limpa e da mobilidade sustentável, contribui para um ambiente mais saudável. Isso, por sua vez, reduz as taxas de doenças relacionadas ao meio ambiente e melhora a saúde das populações locais. Também podemos falar da Geração de empregos e crescimento econômico, transição para uma economia mais verde e sustentável não só cria novos empregos, como também fortalece economias locais. Setores como energia renovável, agricultura orgânica e tecnologias limpas estão em ascensão, proporcionando oportunidades de emprego e crescimento econômico. Além disso, a eficiência energética e a redução do desperdício podem resultar em economia de recursos, beneficiando empresas e consumidores. A sociedade deve educar e ter consciência ambiental pois a promoção da sustentabilidade também impulsiona a educação e a conscientização ambiental.

Conforme as pessoas se tornam mais informadas sobre as questões ambientais, elas estão mais propensas a adotar práticas sustentáveis e a pressionar por mudanças em suas comunidades e governos. Os benefícios socioambientais da sustentabilidade são numerosos e interligados. Ao proteger o meio ambiente, melhorar a qualidade de vida, gerar empregos, promover a equidade social, construir resiliência e fomentar a conscientização ambiental, as práticas sustentáveis não são apenas uma escolha responsável, mas também uma necessidade imperativa. É hora de reconhecer que o futuro está intrinsecamente ligado à saúde do planeta, e a sustentabilidade é uma chave para garantir um amanhã mais promissor para as gerações vindouras.

### 3. A EMPRESA

Esse estudo baseia-se na trajetória de um grande nome no meio empresarial sustentável, uma empresa brasileira do ramo de cosméticos. Inaugurada em 1969, sendo uma grande pioneira na iniciativa sustentável; tendo banido o teste de produtos em animais desde 2006 e criado o programa “carbono neutro” em 2007, que adota metas de redução de emissão de gases que pioram o efeito estufa. A empresa também lançou projetos como “Programa Amazônia” em 2011, visando investimentos para região norte do Brasil, com foco na capacitação dos profissionais que lá residem, o que gera maior desenvolvimento social. A transformação social que a consultoria dos produtos causa é estimada de mais de 1 milhão de pessoas pelo Brasil todo.



Figura 3: extrativismo consciente dos povos nativos

FONTE: <https://casaninjaamazonia.org/files/2021/04/extrativismo-capac-1024x678.jpg>

Outra característica da empresa é dar prioridade para uso de ingredientes vegetais em seus produtos onde 84% das fórmulas são veganas e 93% são de origem natural atualmente.

Tendo sido reconhecida como uma das empresas mais sustentáveis do mundo e a primeira do setor de cosméticos pelo ranking Global 100, elaborado pela companhia canadense de mídia e pesquisa Corporate Knights. O anúncio foi feito no

Fórum Econômico Mundial, em Davos, na Suíça, em 21 de janeiro. Essa é a 11ª vez consecutiva que figuramos no levantamento.

Desde 2016 a empresa multinacional desenvolve pesquisas e estudos que projetam os possíveis efeitos negativos das suas ações a longo prazo, permitindo que isso seja “dosado” enquanto atividades como a extração de recursos naturais, é realizada; o impacto negativo que foi causado também é calculado. O crescimento da empresa investindo no que na época de seu início era algo inovador e pouco explorado como o conceito de “marketing verde” foi sem dúvida um dos grandes motivos pelo qual tantos limites foram ultrapassados o que levou até mesmo ao reconhecimento internacional.

Esse levantamento foi uma grande inovação no mercado brasileiro, com essa análise envolvendo todas as etapas e processos que o produto sofre desde a extração da matéria-prima até o resultado final.

### **3.1 Ética empresarial**

Nesta parte da pesquisa, será falado brevemente sobre a ética e a ética empresarial no intuito de embasar a teoria e a prática da empresa de estudo deste trabalho.

A ética, proveniente do grego, *ethos*, foi entendido como lar, casa, costumes (Dejalma Cremonese, 2018), no sentido das formas de ser e/ou conviver das pessoas em um tempo histórico. Além dos gregos, os antigos romanos também tinham seu entendimento de ética. Do latim, *mos*, um de seus significados é costume, forma de agir das pessoas. Sendo que, para os gregos, a ética é a filosofia da ideia do que é ser bom ou ser mau, o senso romano complementa o seu entendimento com o sentido do que é agir bem ou mal. Segundo Dejalma Cremonese:

A ética é a reflexão sobre a melhor forma de viver e conviver, ou seja, são princípios universais que regem a sociedade. Já a moral, como veremos mais à frente, estaria mais ligada a decisões pessoais que tomamos. Sendo assim, a ética é sempre um olhar vigilante sobre a moral. (Cremonese, 2018, p. 3) Então, conseguimos concluir que ética é o entendimento da boa conduta entre os relacionamentos interpessoais e/ou com o ambiente inserido e, moldado por uma sociedade.

O que seria ética empresarial? Podemos entender como a reunião das práticas, normas, éticas da sociedade aplicadas no meio corporativo (Filho, Leite e Martins, 2019).

A partir da Revolução Industrial no século XVIII, tivemos avanços tecnológicos capazes de aumentar a capacidade produtiva humana e, com ela, sua capacidade destrutiva uma vez que o intuito era alavancar os meios produtivos e sem consciência de suas consequências ambientais (Gianneti, M.V.B e Bonila, 2007 p. 76). Silva e Cavalcante (2011) explicam que a junção do Capitalismo Industrial com a Revolução Industrial, as demandas da época focavam apenas nos lucros e pouco se importava com o bem-estar dos trabalhadores e o meio-ambiente. Conseguimos entender que naquele contexto, as responsabilidades empresariais não eram difundidas, e estudadas, como é hoje. A teoria ética, e, ética empresarial, como vista anteriormente neste capítulo, é interligada com o contexto histórico de uma sociedade (Vásquez, 1993), ou seja, ela evolui.

Ao procurar pelas atitudes da marca, conseguimos traçar sua ética empresarial e sua forma de agir em conjunto com as demandas da atualidade. Podemos citar um programa para cada aspecto da sustentabilidade: Sustentável, Social, Cultural e Econômico.

- Sustentável: 1/3 (um terço) do catálogo de produtos possuem refil, cujo foi contabilizado a redução de 4.480 toneladas de gases do efeito estufa e, 1,6 milhão de toneladas de lixo não orgânico jogados no meio ambiente, no ano de 2017. Também se criou uma meta para, em 2020, atribuir 10% de suas embalagens materiais reciclados pós-consumo;
- Social: Compromisso com o respeito de seus colaboradores, investigou e extinguiu a remuneração desbalanceada entre seus funcionários Homens e Mulheres, adotou um movimento antirracista trazendo diversidade para diferentes tons de pele no seu catálogo;
- Cultural: O investimento e acolhimento dos povos nativos da Amazônia como um de seus fornecedores, impacta na não diluição de suas culturas, costumes e financia uma economia limpa e respeitosa. O programa Amazônia Viva, além da retenção do desmatamento, apoia mais de 5 mil famílias;

- Econômico: Com sua atuação em países como Peru, Argentina, Chile, dentre outros, seu alcance em 2022 foi de 16.365 colaboradores apenas na América Latina, com o programa Living Wage, 95% de seus funcionários são remunerados com uma faixa calculada pelo custo de vida de suas regiões, trazendo com consigo a segurança dos colaboradores.

Atentamente, suas atitudes são sempre transparentes e concisas com o que a empresa promove. Suas iniciativas de desenvolvimento sustentável trazem consigo a imagem de boa vontade com o cuidar do ecossistema, apesar de seus desafios, não os utilizando apenas como autopromoção, mas como base de gerenciamento ético para toda a sua organização, carregando o bem-estar com qualquer uma de suas relações.

#### **4 COMPROMISSO SOCIOAMBIENTAL DA EMPRESA**

A empresa objeto do estudo é uma empresa socioambiental porque incorpora princípios de sustentabilidade, responsabilidade social e ética em suas operações comerciais. Ela tem um compromisso sólido com a sustentabilidade em todas as suas operações, a empresa se esforça para minimizar seu impacto ambiental, adotando práticas de fabricação sustentável, reduzindo o uso de plásticos e promovendo o uso de ingredientes naturais e orgânicos em seus produtos. Mantendo uma relação próxima com as comunidades locais onde opera, especialmente na região da Amazônia onde obtém muitos dos seus ingredientes naturais, trabalhando para garantir um impacto positivo nas comunidades, promovendo o desenvolvimento sustentável e o respeito aos direitos humanos. Desde 2000, se comprometendo a desenvolver alternativas sustentáveis e inclusivas na Amazônia, em 2011 todas as iniciativas para transformar desafios socioambientais em oportunidade de negócio foram reunidas no Programa Amazônia. Entre 2012 e 2020, gerando na região R\$ 1,5 bilhão em volume de negócios, fortalecendo ainda mais as parcerias de conservação do meio ambiente e das cadeias de biodiversidade. Seus cosméticos são produtos formulados com ingredientes naturais e orgânicos, buscando sempre o melhor para seus clientes, ao comprar os produtos dessa empresa você ajuda a sustentar 2.000

famílias dentro dessas comunidades de cultivadores Brasileiros, ou seja, no total cerca de 8.500 pessoas.

Desde 2.007, pioneira no desenvolvimento sustentável, a empresa objeto de estudo é 100% carbono neutro, ou seja, contribui para combater o aquecimento global pois todas as emissões de carbono relacionadas com a fabricação, o transporte ou com o armazenamento dos produtos, são rigorosamente controladas em todos os países onde atua. As embalagens que são deixadas de lado e muitas vezes descartadas no lixo, também fazem parte dos compromissos a favor do desenvolvimento sustentável, boa parte das embalagens e frascos de uma determinada linha de produtos são feitas de PET 100% reciclado e as recargas são feitas de plástico verde, isso significa que, a fabricação delas requer muito menos recursos e energia. O plástico verde, provém da cana de açúcar e não da petroquímica, é cada vez mais utilizado nas embalagens deles, sendo perfeitamente reciclável é um plástico vegetal que apresenta um balanço carbono positivo. Sendo também uma empresa *Cruelty Free* que é contra os testes em animais, livre da crueldade, tem a aprovação do programa *Leaping Bunny* – um programa global que apresenta padrões *cruelty free* ou seja, todos os produtos são aprovados por esse programa que é reconhecido como ‘padrão de ouro’.



Figura 4: Pincel de maquiagem e Coelho

FONTE: <https://www.verdeghaia.com.br/wp-content/uploads/2023/04/cosmetics-teston-rabbit-animal-2022-11-09-14-58-12-utc-768x513.jpg>

Em 2.020, essa empresa lançou seu Compromisso com a Vida, Visão de sustentabilidade do grupo que estabelece compromissos e ações para lidar com algumas das questões mais urgentes do mundo nesta década, o foco é enfrentar a crise climática e proteger a Amazônia, garantindo a igualdade e inclusão até o ano de 2.030, atualizando o progresso e os desafios durante todos os anos recorrentes.

## 4.1 Desafios

A preservação do meio ambiente e a promoção de políticas ambientais eficazes são temas de relevância global, e o Brasil, com sua rica biodiversidade e vasta extensão territorial, desempenha um papel fundamental nesse contexto. No entanto, a implementação bem-sucedida de políticas ambientais no país tem sido marcada por uma série de desafios complexos e multifacetados. Embora o Brasil tenha adotado legislações ambientais progressivas e demonstre comprometimento internacional na luta contra as mudanças climáticas e a degradação ambiental, a execução efetiva dessas políticas muitas vezes esbarra em obstáculos que vão desde questões econômicas e sociais até a necessidade de equilibrar interesses conflitantes. Exploraremos alguns dos principais desafios enfrentados na implantação das políticas ambientais no Brasil, destacando a importância crítica de abordar essas questões para garantir um futuro sustentável e equilibrado para o país e para o mundo.

A pressão da mídia e toda a opinião social que isso pode gerar, acarreta custos para as empresas, tanto no nível financeiro quanto de imagem. Como sabemos, a imagem e a reputação da empresa estão ligadas diretamente com todo o planejamento e comprometimento de todos os colaboradores, o que torna este processo muito burocrático. A falta de parceiros, falta de incentivos e reconhecimentos, a falta de comunicação e a resistência a mudanças também afetam a implementação da responsabilidade socioambiental.

Essas barreiras podem variar de empresa para empresa e de setor para setor. Superá-las muitas vezes requer um comprometimento forte de liderança, educação e treinamentos contínuos sobre o tema, parcerias estratégicas e uma comunicação aberta com todas as partes interessadas envolvidas. O que, por muitas vezes, esses obstáculos podem levar a desistência das empresas em querer implementar de fato esse tópico na organização.

Por fim, a implantação efetiva de políticas socioambientais no Brasil é uma jornada repleta de desafios. Desempenhamos um papel crucial na proteção da biodiversidade global e no combate às mudanças climáticas, sendo necessário o controle entre interesses econômicos e a preservação ambiental.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esta pesquisa teve como objetivo levantar a discussão de como é possível uma empresa seguir uma agenda de sustentabilidade assumindo a responsabilidade social que vem junto a isso. As problemáticas do excesso e da manipulação exploratória dos recursos naturais, também entraram em foco; a motivação ética intrínseca na proteção do meio ambiente, da fauna e da flora.

O estudo acompanhou uma grande empresa que está muito focada no ramo sustentável nos benefícios da preservação do meio ambiente, na responsabilidade socioambiental, em ser uma empresa pioneira em produtos recicláveis, veganos, naturais, mantendo um foco na população amazônica ajudando no desenvolvimento dos moradores da região norte.

Pontuar a ascensão do marketing verde e como isso pode “unir o útil ao agradável” já que por sua vez, esta atitude mais ecológica traz um grande público simpatizante; estudar quais os produtos estão no imaginário desse público, quais ações são esperadas dele e como conciliar tudo isso é um outro grande tema que pode vir ser estudado no futuro.



## REFERÊNCIAS

Natura – nossa história. natura.com.br,2023. Disponível em: <https://www.natura.com.br/a-natura/nossa-historia>. Acesso em: 02, outubro de 2023.

Compromisso com a vida. natura.com.br,2023. Disponível em: <https://www.natura.com.br/sustentabilidade>. Acesso em: dia, 09, outubro de 2023.

Cadeia de valor. Natura.com.br, 2023. Disponível em: [https://www.natura.com.br/sustentabilidade/cadeia-devalor?iprom\\_creative=lp\\_saibamais\\_cadeiadevalor&iprom\\_id=sustentabilidade\\_boxcampanha&iprom\\_name=destaque3\\_ingredientes\\_23052022&iprom\\_pos=3](https://www.natura.com.br/sustentabilidade/cadeia-devalor?iprom_creative=lp_saibamais_cadeiadevalor&iprom_id=sustentabilidade_boxcampanha&iprom_name=destaque3_ingredientes_23052022&iprom_pos=3). Acesso em: 09, outubro de 2023

Nosso futuro comum. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora da fundação Getúlio Vargas, 1991

Guimaraes, I; Braga, V; Ferreira, M; Braga, M. Benefícios e barreiras na implementação de práticas de responsabilidade social: uma abordagem qualitativa. Revista Gestin, Portugal, Nº 18/19, p. (405/426), dezembro, 2019. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Marisa-Ferreira-7/publication/341568559\\_Beneficios\\_e\\_barreiras\\_na\\_implementacao\\_de\\_praticas\\_de\\_responsabilidade\\_social\\_uma\\_abordagem\\_qualitativa/links/5ec7a80492851c11a87dc7b8/Beneficios-e-barreiras-naimplementacao-de-praticas-de-responsabilidade-social-umaabordagem-qualitati](https://www.researchgate.net/profile/Marisa-Ferreira-7/publication/341568559_Beneficios_e_barreiras_na_implementacao_de_praticas_de_responsabilidade_social_uma_abordagem_qualitativa/links/5ec7a80492851c11a87dc7b8/Beneficios-e-barreiras-naimplementacao-de-praticas-de-responsabilidade-social-umaabordagem-qualitati)

CARRARO, Af. Sustentabilidade empresarial: conceito importância e desafios para as empresas. Meiomensagem.com.br, 2023. Disponível em : <https://www.meiomensagem.com.br/marketing/sustentabilidadeempresarial> acesso em 09 de novembro de 2023.

TEIXEIRA, Júlio Cesar. Sustentabilidade: O que é, como funciona, benefícios e exemplos. Fia.com.br, 2023. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/sustentabilidade/>. Acesso em: 09 de novembro de 2023.

Marketing verde: O que é e quais os 4 pilares?neoenergia.com, 2023. Disponível em: <https://www.neoenergia.com/w/marketingverde-o-que-e-e-quais-os-4-pilares->. Acesso em: 09 de novembro de 2023

Visão da sustentabilidade 2030: Compromisso com a vida. Naturaeco.com, 2023. Disponível em: <https://ri.naturaeco.com/esg/visao-2020/> Acesso em: 09 de novembro de 2023

Sustentabilidade nas empresas : Por que é tão importante? Veja vantagens e como implementar. Pontotel.com.br, 2023. Disponível em: <https://www.pontotel.com.br/sustentabilidade-nas-empresas/> Acesso em: 09 de novembro de 2023

Sustentabilidade. Portalindustria.com.br, 2023. Disponível em: <https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-az/sustentabilidade/#:~:text=Sustentabilidade%20%C3%A9%20a%20capacidade%20de,vital%20considerar%20dois%20fatores%20fundamentais> Acesso em: 09 de novembro de 2023

GABRIEL, Lucas. Marketing Verde: O que é e por que ele pode melhorar a imagem da sua empresa! Rockcontent.com.br/blog . 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/marketingverde/>

SOBREIRA FILHO, Enoque Feitosa; LEITE, Flavia Piva Almeida; MARTINS, José Alberto Monteiro. ÉTICA EMPRESARIAL COMO BASE DE SUSTENTAÇÃO DO PROGRAMA DE COMPLIANCE: UMA BREVE ANÁLISE SOBRE A ÉTICA, A INTEGRIDADE E O COMPLIANCE. Relações Internacionais no Mundo Atual, v. 2, n.

23, p. 99-125, 2019. Disponível em: <https://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RIMA/article/view/3891/371372223>. Acesso em: 15 de setembro de 2023.

CREMONESE, Dejalma. Ética e moral na Contemporaneidade. Campos Neutrais-Revista Latino-Americana de Relações Internacionais, v. 1, n. 1, p. 8-28, 2019. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/cn/article/view/8618>. Acesso em: 10 de 2023.

Natura Causas e Compromissos. Disponível em: [https://www.natura.com.br/mundo-mais-bonito-comvoce?iprom\\_creative=lp\\_veragora\\_mundomaisbonito&iprom\\_id=sus\\_tentabilidade\\_boxcampanha&iprom\\_name=destaque3\\_causas\\_compromissos\\_23052022&iprom\\_pos=1](https://www.natura.com.br/mundo-mais-bonito-comvoce?iprom_creative=lp_veragora_mundomaisbonito&iprom_id=sus_tentabilidade_boxcampanha&iprom_name=destaque3_causas_compromissos_23052022&iprom_pos=1). Acessado em: 10 de novembro de 2023.

SUSTENTABILIDADE E LUCRO: É POSSÍVEL VIVEREM JUNTOS? Grupo Mattos e Mattos, 1 de outubro de 2011, Blog. Disponível em: <https://www.labmattos.com.br/destaques/sustentabilidade-e-lucro-epossivel-viverem-juntos-2/>. Acesso em: 10 de novembro de 2023.

Natura Relatório Anual. Disponível em: <https://www.natura.com.br/relatorio-anual>. Acesso em: 10 de novembro de 2023