



ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

3



A network of white icons on a dark background, including a briefcase, wrench, funnel, document, presentation, bar chart, factory, and people, connected by thin lines.

ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

3

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^o Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^o Dr^a Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^o Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^o Dr^a Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^o Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^o Dr^a Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^o Dr^a Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^o Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^o Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^o Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^o Dr^a Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Administração: gestão, empreendedorismo e marketing 3

Diagramação: Daphynny Pamplona
Correção: Yaidy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Elói Martins Senhoras

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A238 Administração: gestão, empreendedorismo e marketing 3 /
Organizador Elói Martins Senhoras. – Ponta Grossa -
PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0056-1

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.561221603>

1. Administração. I. Senhoras, Elói Martins
(Organizador). II. Título.

CDD 658

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

A evolução do pensamento administrativo tem sido construída com base em contribuições que se estabeleceram, tanto, no contexto empírico do dia-a-dia das organizações, quanto, na construção epistemológica dos estudos acadêmicos, consolidando assim uma série de conceitos, modelos e teorias para a aplicação na gestão pública e privada.

A trajetória histórica de construção do pensamento administrativo apresenta a emergência de novos paradigmas e áreas temática, uma vez que a incremental e combinada evolução empírica e teórica propicia a consolidação de um campo absorvente e altamente hibridizado por forças de curta e longa duração, entre tradicionalismos e novidades.

Tomando como referência a plasticidade da evolução do pensamento administrativo, o presente livro tem o objetivo de apresentar uma coletânea de estudos fundamentadas em três grandes eixos de discussão temática, relacionados respectivamente à gestão, empreendedorismo e marketing, permitindo assim compreender a crescente relevância que este tripé administrativo possui no âmbito organizacional.

A complexidade existente no mundo material e do mundo das ideias é captada neste livro a partir vinte e quatro capítulos que compartilham a preocupação de apresentar os respectivos debates e análises temáticas dentro de um explícito rigor científico, sem perder a contextualização de um implícito ecletismo teórico-metodológico presente na obra como um todo.

Caracterizado por uma natureza exploratória, descritiva e explicativa quanto aos fins e por uma abordagem qualitativa quanto aos meios, este livro foi organizado com base em diferentes recortes teórico-metodológicos e por meio de um trabalho colaborativo entre pesquisadores brasileiros e estrangeiros comprometidos com o campo científico da Administração.

Ao combinar análise e reflexão, teoria e empiria, os vinte e quatro capítulos do presente livro apresentam análises, reflexões e discussões que transversalmente abordam temas e estudos de caso que são reflexivos ao entendimento do que é o estado da arte do campo administrativo em sua materialidade no mundo real e na dimensão das ideias no século XXI.

A indicação deste livro é recomendada para um extenso número de leitores, uma vez que foi escrito por meio de uma linguagem fluída e de uma abordagem didática que valoriza o poder de comunicação e da transmissão de informações e conhecimentos, tanto para um público leigo não afeito a tecnicismos, quanto para um público especializado de acadêmicos interessados pelos estudos de administração.

Excelente leitura!

Elói Martins Senhoras

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

A TRAJETÓRIA DA DÍVIDA PÚBLICA BRASILEIRA ANALISADA POR MEIO DO MÉTODO DE QUEBRAS ESTRUTURAIS

Kleydson Jurandir Gonçalves Feio

Marina Delmondes de Carvalho Rossi

Cícero Pereira Leal

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216031>

CAPÍTULO 2..... 15

AÇÕES DA GESTÃO PÚBLICA NO ENFRENTAMENTO DOS AVANÇOS DA COVID-19 NO BRASIL


Maria Alice Carvalho da Silva

Matheus Assunção Cardoso de Carvalho

Vanessa Souza Lima

Mara Águida Porfírio Moura

Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216032>

CAPÍTULO 3..... 27

APLICAÇÃO DE FERRAMENTAS DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS NA GESTÃO DE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONSULTORIA NO SERVIÇO PÚBLICO

Thiago Davi Rosa

Lucas Guerreiro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216033>

CAPÍTULO 4..... 45


GASTOS EM SAÚDE NA REGIÃO METROPOLITANA DE MARINGÁ: UM ESTUDO SOBRE A APLICAÇÃO E ÁREAS DE PRIORIDADES NO ORÇAMENTO PÚBLICO

Roberto Rivelino Martins Ribeiro

Laís Tamires de Sá Custódio

Juliane Andressa Pavão

Kerla Mattiello

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216034>

CAPÍTULO 5..... 63


ESTUDO DO PROGRAMA DE SAÚDE NA ESCOLA NO PROCESSO DE PREVENÇÃO DE DOENÇAS

Hortência Araújo Reis

Guilherme dos Santos Rocha

Mara Águida Porfírio Moura

Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216035>

CAPÍTULO 6	80
O PROCESSO HISTÓRICO DE FORMAÇÃO DA SOCIEDADE BRASILEIRA, A CULTURA ORGANIZACIONAL E O JOGO DA SEDUÇÃO	
Roseane Grossi Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216036	
CAPÍTULO 7	95
UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NA GASTRONOMIA GOURMET	
Adriana Queiroz Silva	
Igor Antonio Slociak	
João Pedro Batistel	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216037	
CAPÍTULO 8	108
A IMPORTÂNCIA DO DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL PARA O BEM DA SOCIEDADE COMUM	
Matias Vinicius Araújo Santos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216038	
CAPÍTULO 9	114
TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y CONOCIMIENTO EN EMPRENDIMIENTOS, COMO RESPUESTA A LOS IMPACTOS OCASIONADOS POR EL COVID 19	
Katherine Coronel Pangol	
Juan Carlos Aguirre Quezada	
Jonnathan Jiménez Yumbra	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216039	
CAPÍTULO 10	129
VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA: GERAÇÃO DE ENERGIA FOTOVOLTAICA	
Paulo André Dias Jacome	
Pítias Teodoro Lacerda	
Letícia Santana Ferreira	
Alyson Santana e Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160310	
CAPÍTULO 11	145
ORGANIZATIONAL CLIMATE AND STRATEGIES: MIPYME OF THE METALWORKING SECTOR	
Araceli Nolasco Vásquez	
Alejandra Torres López	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160311	
CAPÍTULO 12	155
PRÁTICAS DE ECOINOVAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE AS DIMENSÕES ECO-ORGANIZACIONAIS, ECO-PROCESSOS E ECO-PRODUTOS NAS INDÚSTRIAS TÊXTIL	

DO SUL BRASIL

Marcia Sierdovski

Marlete Beatriz Maçaneiro

Marcos Roberto Kuhl

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160312>

CAPÍTULO 13..... 172

ELEMENTOS DO PILAR SOCIAL DA SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL:
UM ESTUDO SOBRE AS PRÁTICAS NAS 150 MELHORES EMPRESAS PARA SE
TRABALHAR NO BRASIL

Marcia Sierdovski

Silvio Roberto Stéfani

Sandra Mara de Andrade

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160313>

CAPÍTULO 14..... 193


AS EMPRESAS MAIS VERDES DO MUNDO: UMA ANÁLISE DAS EMPRESAS
BRASILEIRAS LISTADAS NO RANKING GLOBAL 100 DA CORPORATE KNIGHTS

Helen Cristina Ribeiro Soares

Matheus Florêncio Fernandes

Mara Águida Porfirio Moura


Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160314>

CAPÍTULO 15..... 204

ESTUDO SOBRE AS PRÁTICAS DE ENGENHARIA REVERSA POR MEIO DA ANÁLISE
DAS ATIVIDADES PARA A GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS DO AÇAÍ QUANDO
ADOTADO O CUSTEIO BASEADO EM ATIVIDADES E TEMPO

José Luiz Nunes Fernandes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160315>

CAPÍTULO 16..... 226

CONTRIBUIÇÃO DO PROFISSIONAL DA CONTABILIDADE NA TOMADA DE DECISÕES
ESTRATÉGICAS EM INDÚSTRIA MOVELEIRA

Mônica Stormowski

Adelino Pedro Wisniewski

Anderson Pinceta


Antonio Roberto Lausmann Ternes

Denise Felber Chaves

Janice Walter

Marcos Rogério Rodrigues

Nedisson Luis Gessi


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160316>

CAPÍTULO 17..... 239

MENSURAÇÃO DO GRAU DE MATURIDADE NA GESTÃO DE PESSOAS NA INDÚSTRIA

MOVELEIRA


Mônica Stormowski
Luis Cláudio Eifert (In Memoriam)
Alexandre Chapoval Neto
Anderson Pinceta
Antonio Roberto Lausmann Ternes
Denise Felber Chaves
Juliane Colpo
Nedisson Luis Gessi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160317>

CAPÍTULO 18.....253

FINANCIAMENTO ECONÔMICO. A CHAVE PARA O SUCESSO DAS INDÚSTRIAS DE PANIFICAÇÃO NA ZONA CENTRO-NORTE DE TLAXCALA, MÉXICO?


Ximena Oróztico Cerón
Jorge Luis Castañeda Gutierrez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160318>

CAPÍTULO 19.....260

GESTÃO DE ESTOQUE: ANÁLISE DA GESTÃO DE ESTOQUES POR MEIO DA APLICAÇÃO DA CURVA ABC NA ATACADISTA COMERCIAL BIRIBA LTDA, NO MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS/MG


Lusiane Batista dos Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160319>

CAPÍTULO 20.....272

APLICAÇÃO DAS MATRIZES SWOT E BCG E DAS 5 FORÇAS DE PORTER EM UMA EMPRESA DO SEGMENTO DE ROUPAS

Ariadne Guerra Souza
Denny Gabriel Xavier Torres
Mariana Paiva Brito
Paloma dos Santos Alves Nunes
Taliana Samara Cavalcante de Freitas
Vanessa Nóbrega da Silva
Amanda Paiva e Silva
Bruno Pereira Diniz
Isabella Thyfany Cavalcante Palmeira
José Cordeiro do Nascimento Júnior
José Leonardo Figueiroa Burgos
Karla Isabelle Alves de Sousa


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160320>

CAPÍTULO 21.....288

VISÃO DOS FUNCIONÁRIOS SOBRE MOTIVAÇÃO ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO DE CASO EM UMBANCO PRIVADO

Isabella Rezende de Faria
Evelyn de Souza Silva Leites

Thiago Rodrigues Moreira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160321>

CAPÍTULO 22.....302

APLICABILIDADE DAS FERRAMENTAS DE GESTÃO EMPRESARIAL ESTRATÉGICA
USADAS NOS EMPREENDIMENTOS DOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Ana Isabelle Gomes Lopes

Ellen Letícia Gonçalves Andrade


Mairilly Roana Araújo Dantas

Maria do Socorro Rufino de Sousa

Valeria Pereira de Meneses

Sara Acácio Evangelista

Gildeilson Silva Paulino


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160322>

CAPÍTULO 23.....316

PLANEJAMENTO DE MARKETING DIGITAL NA EDITORA UFSM: UM ESTUDO DE CASO

Gustavo de Souza Carvalho


Daniel Arruda Coronel

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160323>

CAPÍTULO 24.....336

ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS E DIMENSÃO CULTURAL: UMA REVISÃO
SISTEMÁTICA

Roseane Grossi Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160324>

SOBRE O ORGANIZADOR.....354

ÍNDICE REMISSIVO.....355

AS EMPRESAS MAIS VERDES DO MUNDO: UMA ANÁLISE DAS EMPRESAS BRASILEIRAS LISTADAS NO RANKING GLOBAL 100 DA CORPORATE KNIGHTS

Data de aceite: 01/02/2022

Helen Cristina Ribeiro Soares

Universidade Federal do Delta do Parnaíba,
UFDPAr
Brasil
<http://lattes.cnpq.br/8496081419010162>

Matheus Florêncio Fernandes

Universidade Federal do Delta do Parnaíba,
UFDPAr
Brasil
<http://lattes.cnpq.br/5468819145943722>

Mara Águida Porfirio Moura

Universidade Federal do Delta do Parnaíba,
UFDPAr
Brasil
<http://lattes.cnpq.br/0188056551085185>

Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

Universidade Federal do Piauí, UFPI
Brasil
<http://lattes.cnpq.br/2665923001075028>

RESUMO: O presente artigo trata-se de uma análise das empresas mais verdes do mundo. Tendo como objetivo apresentar o ranking das 20 instituições mais sustentáveis com base no relatório da Corporate Knights. Como também, identificar e analisar as principais corporações brasileiras no ranking entre os anos de 2015 e 2021. A pesquisa foi feita a partir de uma revisão de literatura, no âmbito da gestão ambiental. Para compor esse trabalho de natureza básica, foi utilizada uma abordagem quali-quantitativa

com objetivos descritivos e exploratórios que visam expor as características e a relação entre as variáveis. A partir do estudo feito, identificamos que nos últimos cinco anos o Brasil esteve presente no top 20 da Global 100 com pelo menos uma empresa, ocupando assim o sétimo lugar como o país que mais aparece no ranking em número de instituições. Frente a outros países ainda é uma participação muito pequena, porém muito importante para a indústria brasileira e para o país. Dessa maneira, torna-se de grande relevância o incentivo do Estado ao desenvolvimento sustentável, pois os rankings têm uma grande importância para a sociedade, pois geram conhecimento à população e reconhecimento às indústrias, para que assim se tenha um consumo mais consciente.

PALAVRAS-CHAVE: Ranking; Global 100; Gestão Ambiental.

THE GREENEST COMPANIES IN THE WORLD: AN ANALYSIS OF BRAZILIAN COMPANIES LISTED IN THE GLOBAL 100 RANKING OF CORPORATE KNIGHTS

ABSTRACT: This article is an analysis of the greenest companies in the world. Aiming to present the ranking of the 20 most sustainable institutions based on the Corporate Knights report. As well as identifying and analyzing the main Brazilian corporations in the ranking between the years 2015 and 2021. The research was carried out based on a literature review in the context of environmental management. To compose this work of basic nature, a qualitative approach was used with descriptive and exploratory objectives that aim to expose the

characteristics and the relationship between the variables. Based on the study carried out, we identified that in the last five years Brazil was present in the top 20 of the Global 100 with at least one company, thus occupying the seventh place as the country that most appears in the ranking in terms of number of institutions. Compared to other countries, this participation is still very small, but it is very important for the Brazilian industry and for the country. Thus, the State's encouragement to sustainable development becomes very important, as rankings are of great importance to society, as they generate knowledge for the population and recognition for industries, so that there is a more conscious consumption.

KEYWORDS: Ranking; Global 100; Environmental Management.

1 | INTRODUÇÃO

Desde os primórdios da humanidade, os humanos impõem transformações ao meio ambiente, usando-o como fonte de alimento e sobrevivência, utilizando-se da caça, pesca e colheita, desse modo pode-se observar que a utilização do meio ambiente como fonte de recursos vem de milhares de anos atrás. Com o passar dos milênios, com a evolução da humanidade, a ação do homem sobre a natureza se intensifica. “O modo como a humanidade evolui, a partir da metade do segundo milênio da era cristã, é marcado pelo signo da aceleração: dos negócios, da capacidade produtiva, do crescimento da população, da apropriação dos recursos naturais”. BURSZTYN, BURSZTYN (2012, p. 71).

Na medida em que a humanidade evolui, junto a ela os novos conhecimentos científicos e tecnológicos, foram surgindo novos meios de extrair mais recursos da natureza. Desde a Revolução Industrial, com a evolução e mudanças no processo produtivo, com a utilização das máquinas a vapor, o impacto sob o meio ambiente foi crescendo de forma acelerada, em nome do crescimento econômico e do lucro.

Com o aumento dos impactos sobre a natureza, por volta da década de 70 e 80, a consciência sobre a gravidade desses impactos tornou-se global, e diversos fatores contribuíram para colocar a questão ambiental no cenário internacional e nas agendas políticas dos Estados, como por exemplo a publicação de documentos e relatórios, BURSZTYN, BURSZTYN (2012). Com o avanço da consciência ambiental de forma global, a sociedade passou a cobrar das empresas uma postura mais sustentável. ANDRADE (2012, p. 10), afirma que “a responsabilidade socioambiental é a resposta natural das empresas ao novo cliente, o “consumidor verde” e ecologicamente correto. A “empresa verde” passou a ser sinônimo de bons negócios”.

Paralelamente a isso, foi-se tendo a necessidade de informações referente as práticas adotadas pelas organizações, e foram surgindo diversos relatórios e rankings que testam a preocupação das empresas com o meio ambiente, como o Relatório da Corporate Knights, o Global 100, que lista as empresas mais sustentáveis do mundo. Os rankings são um meio de reconhecimento das empresas por suas práticas sustentáveis adotadas. Mas será que as corporações brasileiras estão entre as 20 empresas mais verdes do mundo na

Global 100?

Desse modo, o estudo tem como objetivo apresentar o ranking das 20 empresas mais verdes do mundo com base no relatório da Corporate Knights, identificar e analisar as principais corporações brasileiras no ranking entre os anos de 2015 e 2021. Partindo-se de um estudo com uma abordagem quali-quantitativa, com objetivos descritivos e exploratórios, e de um estudo bibliográfico documental, utilizou-se com base estudos de autores como TACHIZAWA (2019), BARSANO; BARBOSA (2014), DIAS (2019), BURSZTYN E BURSZTYN (2012), DONAIRE, OLIVEIRA (2018) e LINS (2015). O estudo partiu-se da necessidade do reconhecimento por parte de todos, das práticas sustentáveis adotadas pelas empresas brasileiras, ainda desconhecidas por muitos. O artigo está organizado em cinco seções, onde logo após a introdução será apresentada a revisão bibliográfica acerca do assunto, contendo: Gestão Ambiental e o Relatório Corporate Knights. Posteriormente discursão dos procedimentos metodológicos, análise e discursão dos dados e por fim as considerações finais.

2 | REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Gestão ambiental

Junto com advento da globalização, com mudanças de estilo de vida, de produtos/serviços, valores, e frente aos desastres ambientais que vinha ocorrendo em alguns países, os consumidores passaram a exigir uma nova postura das organizações, como produtos com maior qualidade, uma postura ecológica e posturas politicamente corretas. Para TACHIZAWA (2019, p. 02) “a expansão da consciência coletiva com relação ao meio ambiente e a complexidade das atuais demandas sociais e ambientais que a comunidade repassa às organizações induzem a um novo posicionamento por parte dos empresários e executivos em face de tais questões”.

O termo “desenvolvimento sustentável” ganhou notoriedade em 1987, com a publicação do Relatório Brundtland, que define o conceito de desenvolvimento sustentável como: “(...) aquele que atende às necessidades do presente, sem comprometer as possibilidades de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades”. (BARSANO; BARBOSA, 2014, p. 56).

A penetração do conceito de desenvolvimento sustentável nas organizações, tem se pautado mais em assumirem formas de gestão mais eficiente, consolidar uma imagem no mercado de “empresa ecologicamente correta”, e ganhar competitividade, do que em si uma real preocupação em praticar uma produção mais limpa e aderir um desenvolvimento econômico mais sustentável.

Embora haja um crescimento perceptível da mobilização em torno da sustentabilidade, ela ainda está mais focada no ambiente interno das organizações, voltada prioritariamente

para processos e produtos. É um grande avanço, sem dúvida nenhuma, tomando-se como marco o ano de 1992; mas ainda falta muito para que as empresas se tornem agentes de um desenvolvimento sustentável, socialmente justo, economicamente viável e ambientalmente correto DIAS (2019, p. 43).

Para que haja de fato uma gestão ambiental, não deve se considerar ações sustentáveis apenas no ambiente interno das organizações, como citado por DIAS (2019), deve ser considerado outros fatores e ambientes. BURSZTYN E BURSZTYN (2012) consideram que não há uma definição universal para gestão ambiental, porém, apresentam a seguinte definição:

A gestão ambiental pode ser definida como um conjunto de ações envolvendo políticas públicas, setor produtivo e sociedade civil, para garantir a sustentabilidade dos recursos ambientais, da qualidade de vida e do próprio processo de desenvolvimento, dentro de um complexo sistema de interações da humanidade com os ecossistemas. BURSZTYN E BURSZTYN (2012, p. 200).

No Brasil, o número de empresas que vem se utilizando de práticas de gestão ambiental tem crescido nos últimos anos. Apesar de até os anos 70 não haver um órgão especializado voltado exclusivamente ao controle ambiental, e a posição do Brasil no conferência de Estocolmo, de que a proteção ao meio ambiente seria um objetivo secundário e não prioritário, não se teve sustentação frente a cobrança por parte da população em empresas ecologicamente corretas. “O estabelecimento tardio de normas ambientais e agências reguladoras especializadas no controle da poluição ambiental traduz-se num indicativo de que a questão ambiental não era efetivamente representada no âmbito de prioridades das políticas públicas.” DONAIRE, OLIVEIRA (2018, p. 24).

Com as novas políticas públicas ambientais trazidas na Constituição Federal de 1988, considerada um marco para a institucionalização dessas políticas no Brasil, a busca por informações sobre o cumprimento das mesmas e adoção de práticas sustentáveis por parte das organizações tornou-se praticamente uma exigência do novo “consumidor verde”. “Para que as empresas possam evidenciar para o público em geral as suas posturas em relação ao meio ambiente, foram criados alguns modelos de avaliação de sustentabilidade ambiental e social”, LINS (2015, p. 17). Esses modelos de avaliação em formas de relatórios padronizados, são usados como instrumentos para comparações de desempenho, utilizados inclusive para a elaboração de dos rankings mundiais.

3 | RELATÓRIO CORPORATE KNIGHTS

A Corporate Knights é definida como uma empresa de mídia, consultoria financeira e de pesquisa localizada em Toronto, no Canadá. A empresa foi fundada em junho de 2002, por Tony Heaps. O foco da empresa está no “capitalismo limpo”, que seria promover um sistema econômico na qual os preços estejam compatíveis com os custos e benefícios

sociais, econômicos e principalmente ecológicos, e que os participantes do mercado capitalista atual estejam cientes das consequências de seus atos e ações.

A Consultoria é o ato de um cliente fornecer, dar e solicitar, pedir pareceres, opiniões, estudos, a um especialista contratado para que este auxílio apoie, oriente o trabalho administrativo, pode-se dizer que a consultoria é uma troca onde o cliente fornece informações da empresa e cabe ao consultor diagnosticar o problema e orientar da melhor forma possível (PARREIRA, 1997 p.12).

Anualmente, a Corporate Knights publica relatórios sobre as empresas mais impactantes em gestão e responsabilidade ambiental, conhecido como Global 100, que é publicado em sua própria revista, no início de cada ano, na mesma semana no Fórum Econômico Mundial, que ocorre em Davos na Suíça. O estudo que teve sua primeira edição em 2005, elabora e identifica o ranking das 100 empresas mais verdes ao redor do mundo. A Corporate Knights recebeu o prêmio de revista do ano pela Fundação Canadense de Revistas em 2013, e suas edições estão presentes em jornais como Washington Post, The Globe and Mail, que distribuem mais de 97 mil cópias por ano.

Para a criação do ranking, a CK avalia as empresas baseados em uma série de fatores relevantes com relação ao meio ambiente com o objetivo de avaliar quais as empresas estão impactando positivamente o meio ambiente, não somente o lucro financeiro. Além disso, a Corporate Knights lançou em 2013 um aplicativo para as versões IOS, que as empresas podem utilizar para saber se são consideradas sustentáveis e ecologicamente corretas.

4 | METODOLOGIA

O artigo se trata de uma revisão de literatura, no âmbito da gestão ambiental e as empresas mais verdes do mundo. Taylor e Procter (2001) definem revisão de literatura como uma tomada de contas sobre o que foi publicado acerca de um tópico específico. Dessa forma, quanto aos procedimentos, o estudo caracteriza-se como bibliográfico pela utilização de estudos já elaborados, como os livros; e documental, que segundo Marcone e Lakatos (2017, p. 190) caracteriza-se como “fonte de coleta de dados apenas documentos, escritos ou não, que constituem o que se denomina de fontes primárias”.

Para compor esse trabalho de natureza básica, foi utilizado uma abordagem quali-quantitativa com objetivos descritivos e exploratórios que visa expor as características e a relação entre as variáveis e teve como amostra as 20 empresas mais verdes do mundo pelo Global 100 da Corporate Knights de 2015 a 2021. De acordo com Cerro, Bervian e Silva (2007), as pesquisas descritivas têm o objetivo de propiciar maior entendimento sobre a frequência com que um fenômeno ocorre, sua correlação e conexão com outros fenômenos.

Na pesquisa e coleta de dados que se sucedeu no período de abril a maio de

2021 para a produção do trabalho, foram utilizados além dos relatórios da Corporate Knights de Toby Heaps, informações extraídas de estudos de grandes autores na área de Gestão Ambiental como: ANDRADE (2012), BURSZTYN, BURSZTYN (2012), BARSANO; BARBOSA (2014), DIAS (2019), TACHIZAWA (2019), entre outros.

No que se refere a análise e tratamento dos dados, serão apresentados os critérios utilizados para a elaboração dos rankings com base amostral entre os anos de 2015 a 2021 e demonstrar através da elaboração de gráficos, produzidos no Excel, onde será possível identificar e analisar a presença de corporações brasileiras no ranking.

5 | ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Publicado no início de cada ano, na mesma semana do Fórum Econômico Mundial, o Global 100, produzido pela Corporate Knights, tem como objetivo representar a sustentabilidade empresarial no contexto socioeconômico atual. A empresa analisa mais de 7.000 empresas com capital aberto de mais de US\$ 2 bilhões e leva em consideração mais de 21 indicadores-chaves de desempenho analisados por meio de dados quantitativos.

Na tabela abaixo são apresentados os 21 indicadores-chaves de desempenho avaliados pela Corporate Knights, que contém aspectos econômicos, sociais e ambientais.

KPI	Metodologia
Eficiência Energética	Indicador que mede a proporção da produção econômica por unidade de uso de energia
Produção de gases efeito estufa	Métrica que mede a quantidade de gases de efeito estufa produzido
Uso de água para produção	Quantidade de água usada na produção
Desperdício de material	Mede o desperdício de produtos ou materiais
Produção de composto orgânico volátil	Mede a quantidade de compostos orgânicos voláteis produzidos
Produção de óxido de hidrogênio	Mede a quantidade de óxido de hidrogênio produzidos
Produtividade SOX	Mede a eficácia da Lei Sarbanes-Oxley (lei que supervisiona a gestão e transparência da empresa)
Produção de material particulado	Mede a quantidade de material particulado que são suspensos no ar
Capacidade de Inovação	Refere-se a capacidade de produzir e explorar novos produtos
Porcentagem de Impostos pagos	Métrica que verifica a quantidade em porcentagem de impostos que são pagos e declarados
Salário médio do CEO	Calcula o salário médio do CEO e divide pelo salário médio do funcionário
Status do fundo de pensão	Calcula o valor de pensão disponível para a quantidade de funcionários da empresa
Pontuação da Sustentabilidade do Fornecedor	Refere-se a pontuação de cada fornecedor da empresa para verificação se são sustentáveis ecologicamente
Lesões	Calcula-se a quantidade de tempo perdido por lesões pela quantidade de 200.000h trabalhadas por funcionário
Fatalidades	Calcula-se a quantidade de mortes pela quantidade de funcionários com vínculos empregatícios
Rotatividade de Empregados	Quantidade de funcionários que saem da empresa
Mulheres na Gestão Executiva	Refere-se a proporção de mulheres na gestão executiva pela quantidade de homens presentes
Mulheres nos Conselhos	Refere-se a proporção de mulheres nos conselhos pela quantidade de homens presentes
Remuneração por Sustentabilidade	É projetado para recompensar empresas que estabeleceram mecanismos para vincular a remuneração de executivos com a conquista de metas de sustentabilidade ou alvos
Dedução de Sanções	Calcula-se o valor perdido por multas, penalidades ou acordos dentro do período imposto para criação do ranking
Receita Limpa	Valor calculado de receita limpa sustentável da empresa baseado na taxa de receita limpa da Corporate Knights.

Tabela 1 – Metodologia de Classificação.

Fonte: Criado pelos autores com base nos dados obtidos no relatório Overview of Corporate Knights Rating Methodology de 2021.

Cada indicador possui um peso, quatorze são ponderados de acordo com seu impacto relativo e nove são atribuídos pesos fixos predeterminados. (traduzido). Para uma empresa ser elegível, ela precisa ter pelo menos 75% dos indicadores prioritários no seu setor específico. Nas tabelas abaixo são apresentados os rankings dos anos de 2015 a 2021, elaborados com base nos indicadores apresentados acima.

GLOBAL 100 2015			GLOBAL 100 2016		
Classificação	Empresa	País	Classificação	Empresa	País
1	Biogen Idec	Estados Unidos	1	Bayerische Motoren Werke AG (BMW)	Alemanha
2	Allergan	Estados Unidos	2	Dassault Systemes	França
3	Adidas	Alemanha	3	Outotec	Finlândia
4	Keppel Land	Cingapura	4	Commonwealth Bank of Australia	Austrália
5	Kesko	Finlândia	5	Adidas	Alemanha
6	Bayerische Motoren Werke AG (BMW)	Alemanha	6	Enagas	Espanha
7	Grupo Reckitt Benckiser	Reino Unido	7	Danske Bank	Dinamarca
8	Centrica	Reino Unido	8	StarHub	Cingapura
9	Schneider Electric	França	9	Grupo Reckitt Benckiser	Reino Unido
10	Danske Bank	Dinamarca	10	Desenvolvimentos da cidade	Cingapura
11	Tim Hortons	Canadá	11	Centrica	Reino Unido
12	Outotec	Finlândia	12	Schneider Electric	França
13	Novo Nordisk	Dinamarca	13	Coca-Cola Enterprises	Estados Unidos
14	L'Oreal	França	14	L'Oreal	França
15	Grupo BT	Reino Unido	15	Kesko	Finlândia
16	Grupo Marks & Spencer	Reino Unido	16	Galp Energia	Portugal
17	Dassault Systemes	França	17	Statoil	Noruega
18	Johnson & Johnson	Estados Unidos	18	Shinhan Financial Group	Coreia do Sul
19	Enagas	Espanha	19	Novo Nordisk	Dinamarca
20	Marca de Loja	Noruega	20	Bayerische Motoren Werke AG (BMW)	Alemanha

GLOBAL 100 2017			GLOBAL 100 2018		
Classificação	Empresa	País	Classificação	Empresa	País
1	Siemens AG	Alemanha	1	Dassault Systemes	França
2	Marca de Loja	Noruega	2	Neste	Finlândia
3	Cisco Systems Inc	Estados Unidos	3	Valéo	França
4	Danske Bank	Dinamarca	4	Ucb	Bélgica
5	Grupo Ing	Países Baixos	5	Outotec	Finlândia
6	Commonwealth Bank of Australia	Austrália	6	Amundi	França
7	Koninklijke Philips NV	Países Baixos	7	Cisco Systems Inc	Estados Unidos
8	Johnson & Johnson	Estados Unidos	8	Autodesk Inc	Estados Unidos
9	Koninklijke DSM NV	Países Baixos	9	Siemens AG	Alemanha
10	Enagas	Espanha	10	Samsung SDI	Coreia do Sul
11	Dassault Systemes	França	11	Aareal Bank	Alemanha
12	Derwent London PLC	Reino Unido	12	Enbridge	Canadá
13	Centrica	Reino Unido	13	Merk	Estados Unidos
14	McCormick & Company	Estados Unidos	14	Natura Cosméticos SA	Brasil
15	Henkel AG & Co KGaA	Alemanha	15	Pearson	Reino Unido
16	Bayerische Motoren Werke AG (BMW)	Alemanha	16	Grupo Amadeus IT	Espanha
17	Credit Agricole SA	França	17	Bayerische Motoren Werke AG (BMW)	Alemanha
18	Nokia OYJ	Finlândia	18	Companhia Energética de Minas Gerais CEMIG	Brasil
19	Natura Cosméticos SA	Brasil	19	Koninklijke Philips NV	Países Baixos
20	Intesa Sanpaolo SpA	Itália	20	Allergan	Estados Unidos

GLOBAL 100 2019			GLOBAL 100 2020		
Classificação	Empresa	País	Classificação	Empresa	País
1	Chr. Hansen Holding A/S	Dinamarca	1	Ørsted	Dinamarca
2	Kering SA	França	2	Chr. Hansen Holding A/S	Dinamarca
3	Neste	Finlândia	3	Neste	Finlândia
4	Ørsted	Dinamarca	4	Cisco Systems Inc	Estados Unidos
5	GlaxoSmithKline plc	Reino Unido	5	Autodesk Inc	Estados Unidos
6	Prologis, Inc.	Estados Unidos	6	Novozymes A/S	Dinamarca
7	Umicore	Bélgica	7	ING Groep NV	Países Baixos
8	Banco do Brasil SA	Brasil	8	Enel SpA	Itália
9	Shinhan Financial Group	Coreia do Sul	9	Banco do Brasil SA	Brasil
10	Taiwan Semiconductor	Taiwan	10	Algonquin Power & Utilities Corp	Canadá
11	Pearson PLC	Reino Unido	11	Osram Licht AG	Alemanha
12	Outotec	Finlândia	12	Sekisui Chemical Co Ltd	Japão
13	McCormick & Company	Estados Unidos	13	Storebrand ASA	Noruega
14	Cisco Systems Inc	Estados Unidos	14	Umicore	Bélgica
15	Natura Cosméticos SA	Brasil	15	Hewlett Packard Enterprise Co	Estados Unidos
16	ERG SpA	Itália	16	American Water Works Company	Estados Unidos
17	Analog Devices, Inc.	Estados Unidos	17	Iberdrola SA	Espanha
18	Novartis AG	Suíça	18	Outotec	Finlândia
19	Companhia Energética de Minas Gerais CEMIG	Brasil	19	Companhia Energética de Minas Gerais CEMIG	Brasil
20	Sanofi	França	20	Accenture PLC	Irlanda

GLOBAL 100 2021		
Classificação	Empresa	País
1	Schneider Electric	França
2	Ørsted	Dinamarca
3	Banco do Brasil SA	Brasil
4	Neste	Finlândia
5	Stantec Inc	Canadá
6	McCormick & Company	Estados Unidos
7	Kering SA	França
8	Metso Outotec	Finlândia
9	American Water Works Company	Estados Unidos
10	Canadian National Railway Co	Canadá
11	Rexel SA	França
12	Atlantica Sustainable Infrastructure PLC	Reino Unido
13	Cisco Systems Inc	Estados Unidos
14	Marca de Loja	Noruega
15	Owens Corning	Estados Unidos
16	Eisai Co Ltd	Japão
17	Cascades Inc	Canadá
18	Brambles Ltd	Austrália
19	Iberdrola SA	Espanha
20	Taiwan Semiconductor	Taiwan

Tabela 2 – Rankings Global 100 de 2015 a 2021.

Fonte: elaborado pelos autores.

Para chegarmos no objetivo deste estudo, utilizamos as tabelas acima expostas dos rankings dos anos de 2015 a 2021, sendo feito o cruzamento das mesmas no Excel, transformamos em uma tabela dinâmica e logo em seguida em gráfico, onde foi possível visualizar os países presentes nos rankings, quais e o número de empresas por cada país.

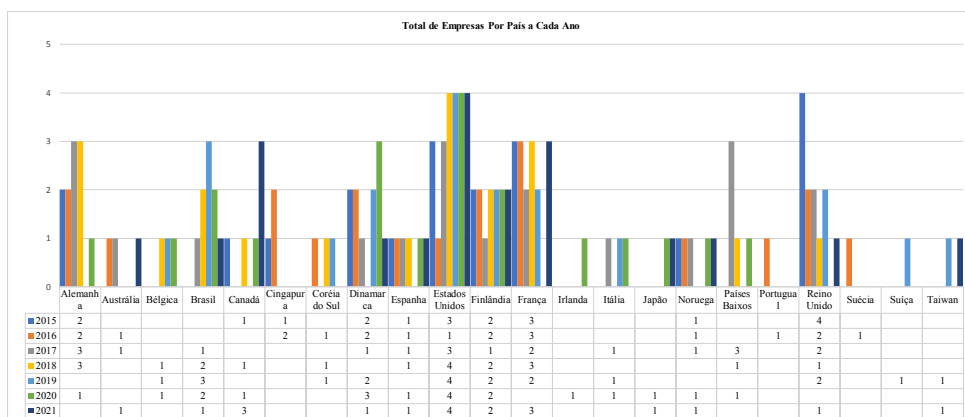


Gráfico 1- Total de Empresas por Países a cada Ano.

Fonte: elaborado pelos autores.

A partir do gráfico acima, é possível observar quantas empresas por países há nos rankings nos anos estudados. É possível perceber que os países mais presentes nos

rankings são dos Estados Unidos (24), seguida da França (16), Finlândia (13), Reino Unido (12), Dinamarca (11) e Alemanha (11), e por fim o Brasil (9), dessa forma ocupando o 7º lugar de países destaques no ranking. Delimitando o gráfico anterior temos:

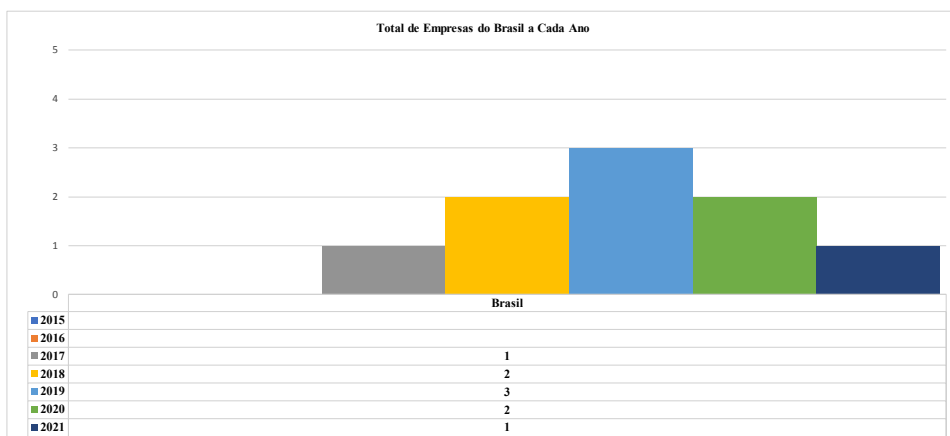


Gráfico 2 – Total de empresas do Brasil a cada ano.

Fonte: elaborado pelos autores.

Dentre os 22 países identificados, o Brasil pode-se considerar destaque, com pelo menos uma empresa entre as 20 mais verdes do mundo nos últimos 5 anos. A primeira corporação brasileira identificada é a Natura Cosméticos SA, umas das maiores companhias do segmento de beleza, ocupando no top 20 a 19ª posição em 2017, 14ª em 2018, 15ª em 2019.

O desenvolvimento sustentável é marca registrada da Natura, sendo referência em ações sustentáveis, com a preservação da floresta amazônica, onde já conseguiu preservar mais de 1,8 milhões de hectares; combate a crise climática, reduzindo gastos e protegendo o clima, sendo 100% carbono neutro; redução de resíduos, onde todos os plásticos utilizados na linha Natura Ekos são 100% reciclados ou são plásticos verdes; incentivo a economia circular e proteção aos Direitos Humanos. Seus objetivos incluem zerar a emissão líquida de carbono, acabar com o desmatamento da Amazônia até 2025, aumentar a diversidade da liderança do grupo e que 100% das suas embalagens sejam reutilizáveis.

A segunda Corporação brasileira identificada no ranking é a Companhia Energética de Minas Gerais (CEMIG), maior empresa integrada do setor de energia elétrica do país, ocupando no top 20 a 18ª posição em 2018, 19ª em 2019 e 19ª em 2020. A CEMIG prioriza ações de minimização de riscos de desligamentos e interrupções de energia, fazendo o manejo sustentável da vegetação, além de serem plantados 100 hectares de vegetação, com o objetivo de preservar a biodiversidade; além disso a única usina movida

a óleo combustível estava sendo desativada, tendo como objetivo utilizar energias 100% renováveis, onde 98% já gerado de energia limpa. O vice-presidente da CEMIG ainda firma o compromisso no controle de gases causadores do efeito estufa, controle no sistema de abastecimento de água, descartes de resíduos sólidos, e programas de valorização do empregado.

A terceira e última corporação identificada, ocupando a maior posição dentre as identificadas no ranking, é o Banco do Brasil SA, ocupando no top 20 a 8º posição em 2019, 9º em 2020 e 3º em 2021. O Banco do Brasil possui um plano de sustentabilidade, que hoje chama-se Agenda 30, onde há o alinhamento com aos ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis), conciliando a competitividade empresarial com a responsabilidade socioambiental.

Dentre as ações e compromissos do banco estão: eixo de negócios sustentáveis, onde ajudam os clientes na transição para um portfólio mais sustentável; eixo de investimento responsável, contribuir para que investidores direcionem recursos para companhias com ações socioambientais; Gestão ASG, aumentar a matriz energética limpa, reduzir emissão, promover a diversidade e garantir boas práticas de governança; fomento a energia renovável, promovendo boas práticas agrícolas, apoiando a agricultura familiar, aliando crescimento a sustentabilidade; fomento ao empreendedorismo; , investimento com impactos socioambientais positivos; valorização da diversidade e contribuição a sociedade.

Essas corporações são os grandes destaques do Brasil, reconhecidas mundialmente, por suas práticas socioambientais, presentes nos últimos 5 anos no Global 100.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo apresentar o ranking das 20 empresas mais verdes do mundo com base no relatório da Corporate Knights, identificar e analisar as principais corporações brasileiras no ranking entre os anos de 2015 e 2021. Para este fim, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e documental, com uma abordagem quali-quantitativa, utilizando-se de dados disponível na internet, mais especificamente no site na Corporate Knigths.

Desta maneira, identificamos que nos últimos cinco anos o Brasil esteve presente no top 20 da Global 100 com pelo menos uma empresa. Diante disso, comparado com outros países, o Brasil se faz destaque no ranking, ocupando o sétimo lugar como o país que mais aparece no ranking em número de empresas. Dentre as corporações brasileiras destaques temos três, de diferentes áreas; como o Banco do Brasil, Natura Cosméticos S.A e a Companhia Energética de Minas Gerais.

Frente a outros países, ainda é uma participação muito pequena, porém muito importante para a indústria brasileira, e para o país; mostra que apesar da falta de incentivo ao desenvolvimento sustentável pelo Estado brasileiro, empresas estão levantando esforços

e tomando ações sustentáveis, e sendo reconhecidas mundialmente. Os rankings tem grande importância para a população global, pois são uma forma de gerar conhecimento à população de quais empresas são ecologicamente corretas, e suas ações sustentáveis, de forma a gerar reconhecimento e a auxiliar os consumidores a terem um consumo mais consciente.

Espera-se que o presente estudo gere conhecimento acerca das ações sustentáveis das empresas brasileiras nos rankings, e incentive mais estudos acerca do tema abordado.

REFERÊNCIAS

Andrade, R. O. B.; Tachizawa, T. Gestão socioambiental: estratégias na nova era da sustentabilidade. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

Barsano, P. R.; Barbosa, R. P. Gestão Ambiental. 1. Ed. São Paulo: Érica, 2014.

Bursztyn, M.; Mursztyn, M. A. Fundamentos de política e gestão ambiental: os caminhos do desenvolvimento sustentável. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.

Cervo, A. L.; Bervian, P. A.; Silva, R. Metodologia científica. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

Cemig É A Empresa De Energia Mais Sustentável Das Américas. revistaencontro.com.br. Disponível em: <<https://www.revistaencontro.com.br/canal/cidade/2019/01/cemig-e-a-empresa-de-energia-mais-sustentavel-das-americas.html>>. Acesso em: 24 Mai. 2021.

Dias, Reinaldo. Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2019.

Donaire, D. Gestão Ambiental na empresa. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2018.

Lins, L. S. Introdução à gestão ambiental empresarial: abordando economia, direito, contabilidade e auditoria. São Paulo: Atlas, 2015.

Marcone, M. A.; Lakatos, E. M. Metodologia do trabalho científico. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2017.

Perreira, F. E. Consultoria, consultores e clientes. São Paulo: Érica, 1997.

Ranking global 100 divulga as corporações mais sustentáveis do mundo. goinggreen.com.br. Disponível em: <<http://goinggreen.com.br/2019/01/30/ranking-global-100-divulga-as-corporacoes-mais-sustentaveis-do-mundo/>>. Acesso em: 24 Jun. 2021.

Sustentabilidade. Natura.com.br. Disponível em: <<https://www.natura.com.br/sustentabilidade>>. Acesso em: 23 Maio. 2021.

Sustentabilidade. bb.com.br. Disponível em: <https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/sobre-nos/sustentabilidade#>. Acesso em: 23 Maio. 2021.

Tachizawa, T. Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: os paradigmas de um novo contexto empresarial. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2019.

Weimberg, G. M. Consultoria: o segredo do sucesso. São Paulo: McGraw-Hill, 1990.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Administração 1, 2, 7, 14, 16, 18, 22, 27, 29, 30, 39, 44, 50, 52, 61, 62, 80, 83, 92, 93, 94, 106, 111, 112, 129, 177, 190, 192, 222, 223, 225, 226, 228, 229, 237, 238, 239, 250, 251, 252, 254, 261, 262, 271, 286, 287, 289, 298, 299, 302, 303, 304, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 331, 332, 333, 350, 352

Arranjos produtivos locais 7, 223, 334, 335, 338, 342, 343, 349, 350, 351

Atacado 260, 261, 263, 270

B

Banco 6, 13, 14, 114, 115, 116, 117, 118, 120, 121, 126, 143, 154, 202, 230, 288, 295, 300, 352

Brasil 3, 5, 2, 3, 7, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 61, 62, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 110, 130, 131, 133, 144, 155, 156, 159, 161, 163, 164, 169, 170, 172, 173, 174, 177, 180, 181, 183, 187, 188, 190, 191, 192, 193, 196, 201, 202, 204, 205, 213, 221, 223, 224, 241, 286, 302, 303, 304, 305, 313, 325, 332, 337, 342, 347, 349, 350

C

Cidadãos 46, 47, 50, 67

Cluster 128, 161, 167, 169, 334, 338, 347, 350, 351

Compra 4, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 104, 105, 106, 107, 119, 261, 277, 279, 280, 305, 320, 330

Consultoria 3, 27, 29, 31, 34, 38, 43, 196, 197, 203, 337

Consumidor 4, 95, 96, 97, 99, 101, 102, 104, 105, 106, 107, 108, 131, 194, 196, 207, 212, 261, 278, 279, 282, 285, 317, 323, 325, 327, 328, 340

Contabilidade 5, 61, 62, 192, 203, 222, 223, 226, 227, 228, 229, 230, 232, 234, 235, 236, 237, 286, 350

Covid-19 3, 3, 13, 15, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 114, 117, 119, 120, 126, 127, 128, 148, 150, 281

Cultura 4, 18, 20, 68, 74, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 121, 176, 181, 186, 234, 275, 294, 312, 337, 344, 345, 349

Curva ABC 260, 262, 264, 265, 266, 267, 268, 269

Custeio baseado em atividades e tempo 5, 204, 205, 208, 213

D

Demonstrações financeiras 228, 229

Desempenho 27, 34, 36, 37, 38, 41, 42, 43, 46, 75, 157, 159, 160, 164, 176, 179, 185, 191, 196, 198, 210, 225, 230, 234, 240, 241, 243, 244, 246, 248, 249, 250, 273, 275, 285, 286, 288, 289, 352

Desenvolvimento local 334, 335, 336, 338, 340, 341, 342, 343, 348, 349, 350, 351

Dimensão cultural 7, 334, 336, 340, 344, 345, 346, 347, 348, 349

Dívida líquida 1, 2, 7, 12, 13, 14

Dívida pública 3, 1, 2, 7, 12, 13, 14

E

Empreendedor 97, 108, 109, 205, 206, 233, 245, 299, 310, 337

Empreendedorismo 1, 2, 4, 108, 111, 113, 202, 313, 344

Empresa 6, 88, 89, 90, 91, 92, 95, 96, 97, 98, 108, 112, 118, 120, 132, 137, 144, 158, 159, 165, 168, 172, 176, 178, 179, 183, 185, 186, 189, 190, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 223, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 253, 257, 258, 260, 261, 262, 263, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 324, 325, 331, 338, 347, 349

Energia 4, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 142, 143, 155, 156, 157, 160, 165, 167, 169, 177, 201, 202, 203, 208, 217, 218, 220

Engenharia reversa 5, 204, 205, 206, 207, 212, 213, 221, 222, 223, 224, 225

Estoque 6, 233, 260, 261, 262, 263, 264, 270, 279, 280, 283

Estudo de caso 6, 7, 27, 29, 43, 74, 93, 222, 227, 228, 231, 232, 240, 242, 251, 260, 263, 287, 288, 297, 314, 322, 333, 351

F

Faturamento 235, 318

Financiamento 6, 1, 2, 13, 14, 29, 48, 51, 52, 133, 138, 143, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 294, 297, 338, 339

Forças de porter 6, 272, 273, 274, 284, 285, 287

Funcionários 6, 84, 161, 165, 169, 178, 179, 182, 189, 192, 246, 248, 258, 288, 289, 290, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 300, 311

G

Gastos 3, 1, 11, 45, 47, 52, 53, 55, 56, 57, 60, 61, 65, 100, 114, 121, 123, 125, 126, 137,

157, 201, 209, 211, 234

Gastronomia 4, 95, 97, 100, 101, 103, 104, 105, 106

Gestão 1, 2, 3, 5, 6, 7, 1, 15, 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 31, 43, 44, 48, 52, 60, 61, 62, 71, 73, 74, 83, 84, 93, 106, 110, 111, 112, 113, 144, 155, 158, 159, 160, 162, 165, 169, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 195, 196, 197, 198, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 210, 211, 212, 213, 219, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 239, 240, 241, 242, 243, 245, 246, 248, 249, 250, 251, 252, 258, 260, 261, 262, 263, 270, 271, 274, 289, 297, 302, 304, 305, 306, 307, 309, 310, 311, 312, 325, 329, 331, 346, 347, 350, 352

Global 100 5, 193, 194, 195, 197, 198, 200, 202, 203

Grau de maturidade 5, 239, 241, 242, 246, 250

I

Indústria 5, 162, 164, 170, 177, 191, 193, 202, 206, 226, 227, 228, 232, 239, 240, 241, 242, 245, 250, 252, 257, 277, 344

Inovação 23, 25, 108, 109, 156, 157, 158, 159, 160, 165, 171, 176, 191, 240, 249, 278, 299, 315, 335, 337, 338, 340, 343, 344, 345, 347, 349, 350, 352

M

Marketing 1, 2, 7, 95, 96, 98, 102, 106, 107, 112, 117, 118, 127, 246, 271, 286, 287, 309, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 327, 329, 330, 331, 332, 333

Matriz BCG 273, 274, 275, 276, 282, 283, 285, 286, 306, 311

Matriz SWOT 273, 274, 275, 279, 281, 282, 285, 287, 313

Microempreendimentos 302, 304, 305, 311

Motivação 6, 246, 288, 289, 290, 291, 292, 294, 295, 296, 297, 299, 300, 301, 303

O

Orçamento 3, 14, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 60, 61, 62, 132, 133, 137, 321, 322, 324

Organização 15, 16, 17, 20, 28, 32, 33, 34, 35, 36, 51, 69, 81, 83, 84, 87, 88, 89, 90, 92, 93, 97, 98, 110, 157, 158, 160, 161, 163, 165, 169, 174, 176, 177, 178, 185, 187, 217, 232, 236, 241, 242, 243, 244, 250, 251, 253, 258, 259, 260, 261, 270, 271, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 284, 285, 289, 290, 296, 297, 304, 305, 306, 315, 317, 318, 319, 320, 322, 323, 325, 340, 341

P

Pandemia 3, 12, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 102, 115, 116, 117, 119, 120, 127, 279, 280

PDCA 302, 303, 304, 305, 308, 309, 310, 311, 312

Pilar social 5, 172, 173, 174, 175, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190

Q

Quebras estruturais 3, 1, 2, 3, 7, 12, 13

QVT 172, 173, 176, 177, 179, 184, 185, 186, 187, 188, 189

R

Responsabilidade social 108, 109, 112, 174, 187, 192, 203

Revisão sistemática 7, 334, 336, 346, 348, 349

S

Saúde 3, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 45, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 182, 183, 184, 187, 188, 189, 191, 210, 211, 289, 294, 297, 342, 346

Serviço público 3, 27, 29, 43

Sociedade 4, 17, 18, 19, 20, 64, 65, 67, 68, 73, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 108, 109, 110, 111, 157, 160, 164, 174, 178, 190, 193, 194, 196, 202, 229, 239, 250, 254, 273, 304, 309, 317, 340, 341, 352

Sustentabilidade 5, 2, 3, 14, 108, 109, 111, 112, 143, 157, 162, 172, 173, 174, 175, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 195, 196, 198, 202, 203, 233, 245

T

Tomada de decisão 12, 175, 226, 227, 229, 236, 263, 274

V


varejo 177, 261, 318





ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 @atenaeditora

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

3







ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 @atenaeditora

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

3