

AMCHAM



humanizadas

**PANORAMA
SUSTENTABILIDADE
CORPORATIVA 2025**



CONT E Ú D O

1

INTRODUÇÃO

2

TENDÊNCIAS
em Sustentabilidade

3

Relação com
PERFORMANCE

4

PRÁTICAS
Sustentáveis Emergentes

5

CONCLUSÃO

A RELEVÂNCIA DA PESQUISA

Campo realizado de 20/03 à 10/04

401

Executivos
participantes

42%

Cargos de
liderança

75%

Empresas de médio
e grande porte

505k

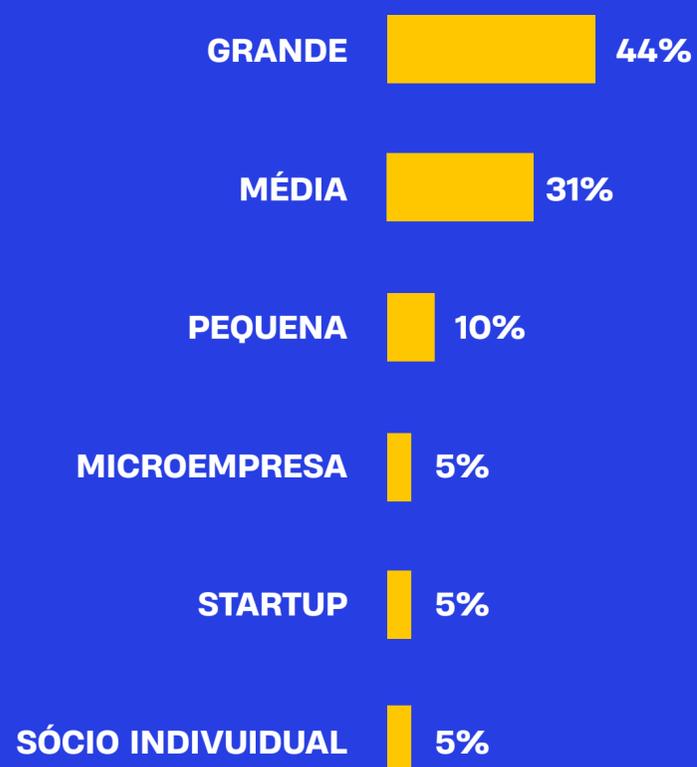
Colaboradores
nas empresas

2,9tri

Estimativa de
faturamento anual

PERFIL DAS EMPRESAS

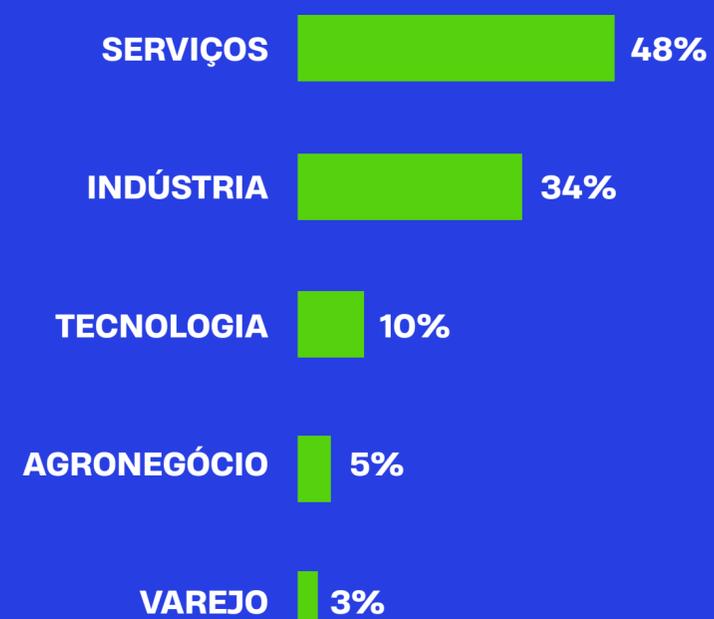
PORTE (FATURAMENTO)



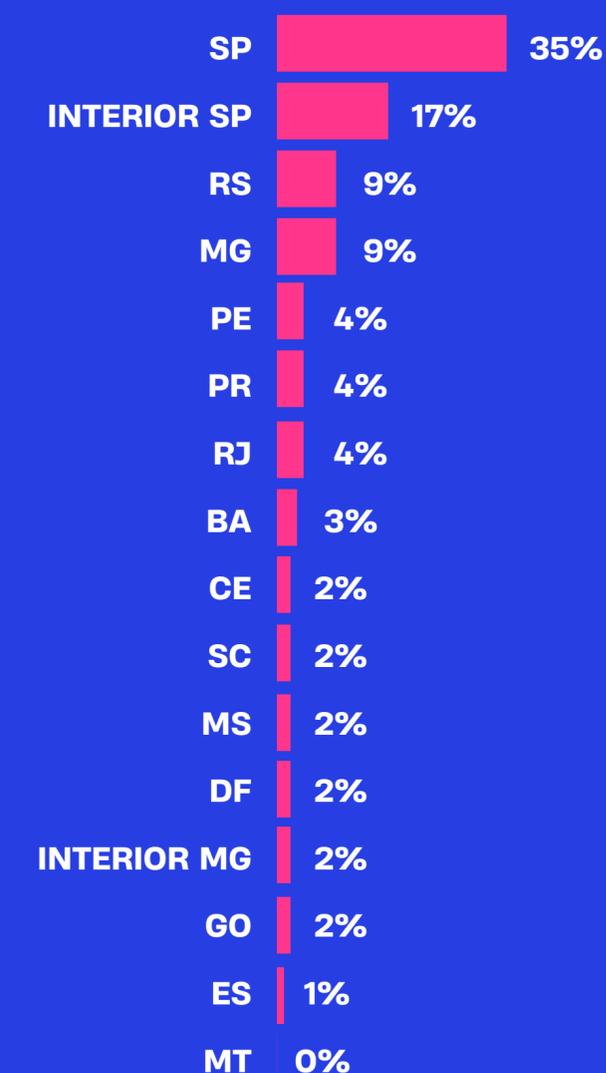
NÚMERO DE COLABORADORES



SETOR DE ATUAÇÃO

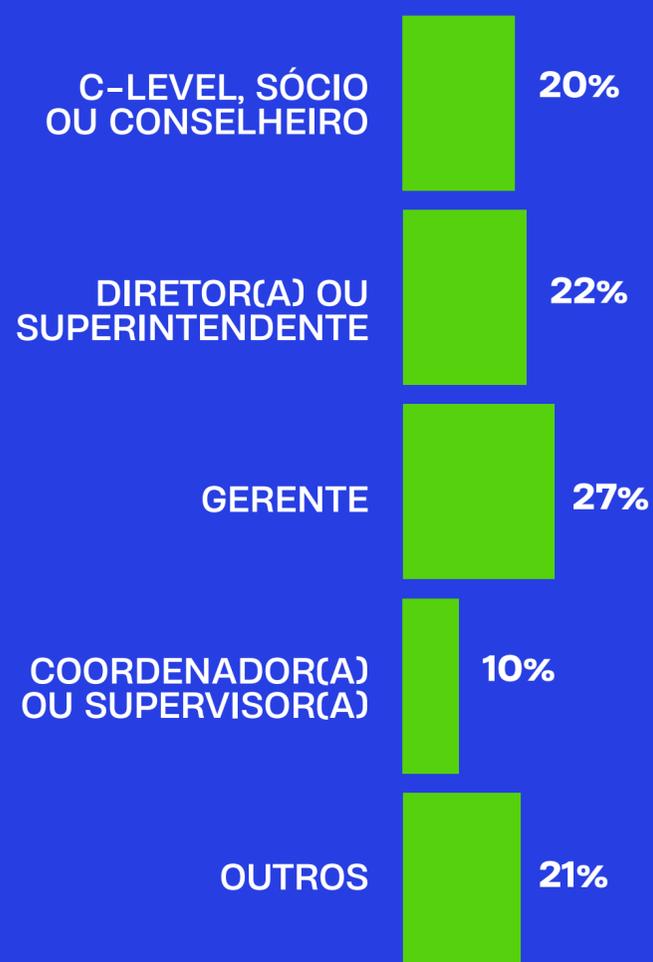


AMCHAM MAIS PRÓXIMA

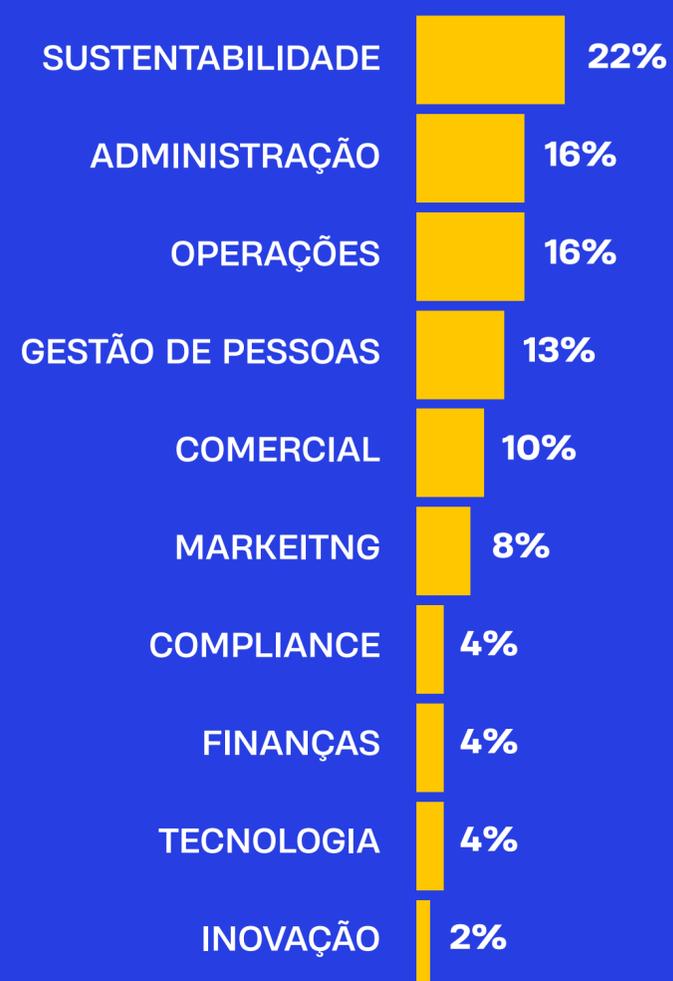


PERFIL DOS RESPONDENTES

CARGO



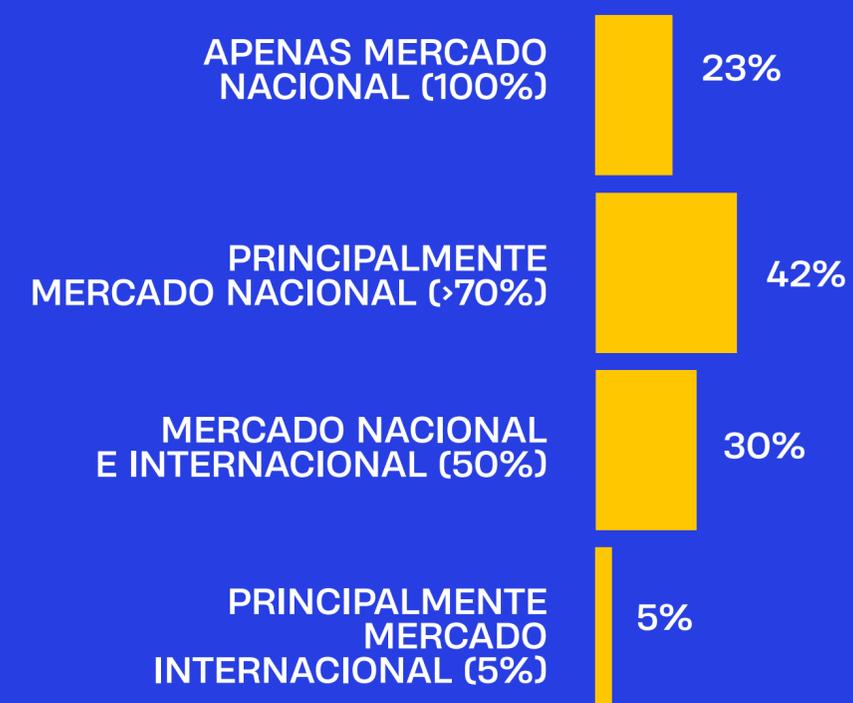
ÁREA DE ATUAÇÃO



ESTRUTURA DE CAPITAL



PERFIL DE MERCADO



CONT E Ú D O

1

INTRODUÇÃO

2

TENDÊNCIAS
em Sustentabilidade

3

Relação com
PERFORMANCE

4

PRÁTICAS
Sustentáveis Emergentes

5

CONCLUSÃO

A sustentabilidade avança como resposta a uma nova dinâmica de mercado, e não a pressões políticas

Os dados da pesquisa revelam um avanço consistente da sustentabilidade nas empresas brasileiras. Em 2025, 76% já adotam práticas sustentáveis com algum grau de maturidade — um salto de 5 pontos percentuais em relação a 2024. Mais do que uma tendência, esse avanço reflete a consolidação da sustentabilidade como parte da estratégia de negócios.

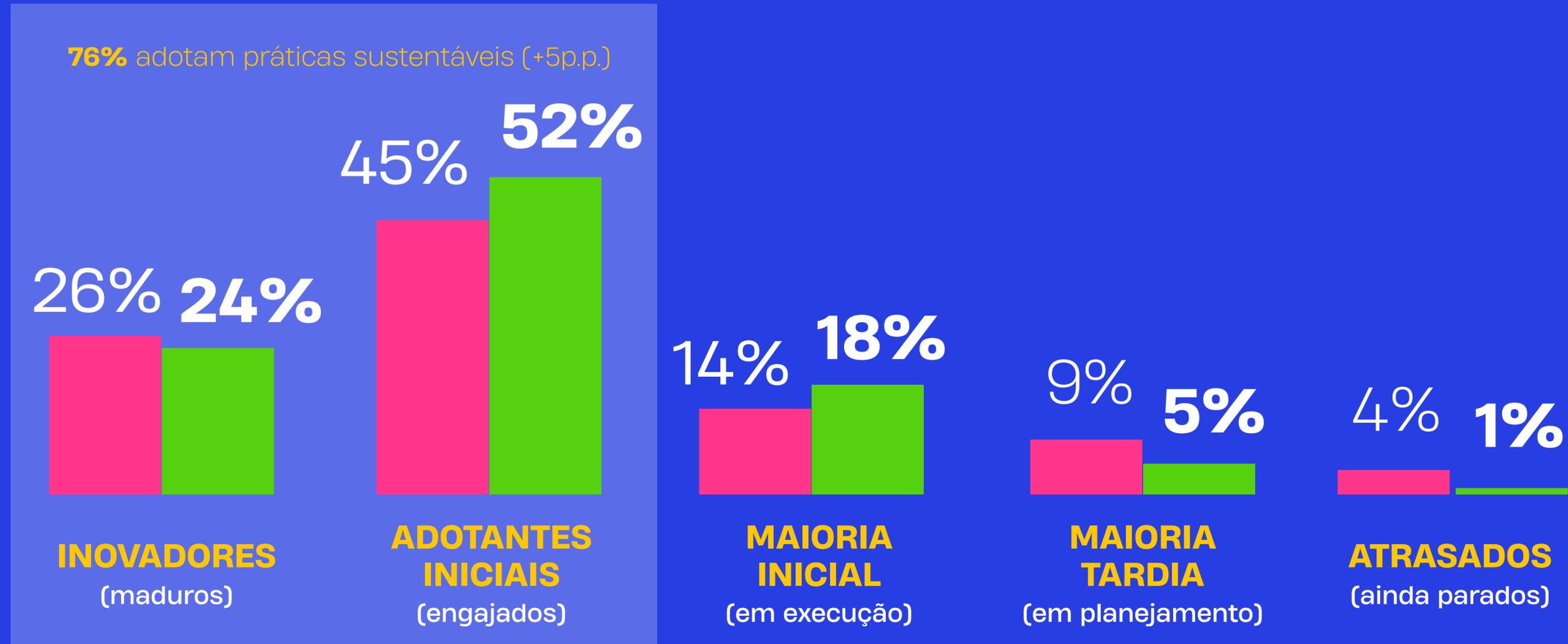
O principal desafio segue sendo demonstrar retorno financeiro, citado por 58% dos respondentes. Isso exige maior integração com áreas financeiras e comunicação orientada a valor. Embora 72% já tenham integrado sustentabilidade à estratégia, apenas 48% utilizam benchmarks e avaliações externas, o que mostra uma oportunidade relevante de evolução com base em dados confiáveis.

A atuação do governo brasileiro é considerada insuficiente por 83% dos participantes, especialmente pela falta de incentivos. Ainda assim, o avanço empresarial segue independente do setor público. Isso indica que a sustentabilidade vem se consolidando como resposta a pressões de mercado, e não apenas à regulação.

No cenário internacional, 89% reconhecem a influência da política dos EUA, mas 37% afirmam que suas metas não serão alteradas. Esse dado reforça o entendimento de que a agenda sustentável é cada vez mais impulsionada por investidores, consumidores e cadeias de valor globais. O foco das empresas deve estar em transformar compromissos em resultados, analisando riscos e performance com consistência técnica e visão de longo prazo.

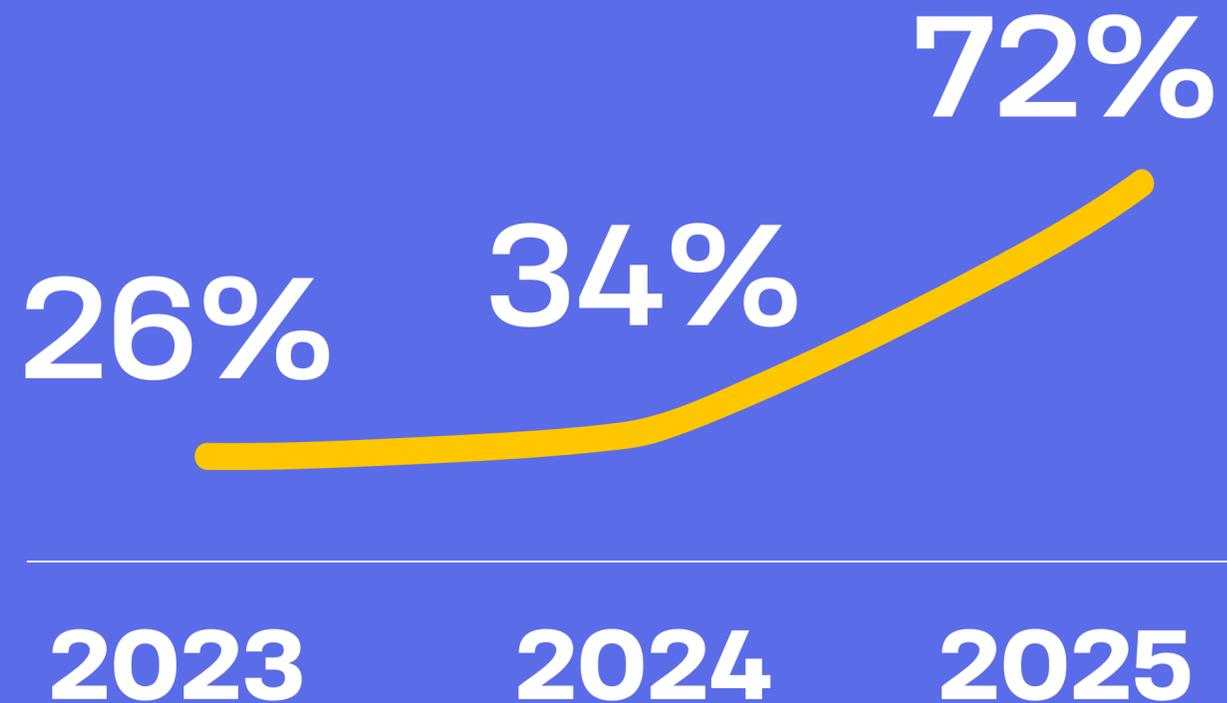
EM QUE ESTÁGIO SUA EMPRESA ESTÁ NA JORNADA DE SUSTENTABILIDADE?

Evolução de Agenda de 2024 ■ e 2025 ■



COMO A SUA ORGANIZAÇÃO LIDA COM QUESTÕES DE GOVERNANÇA?

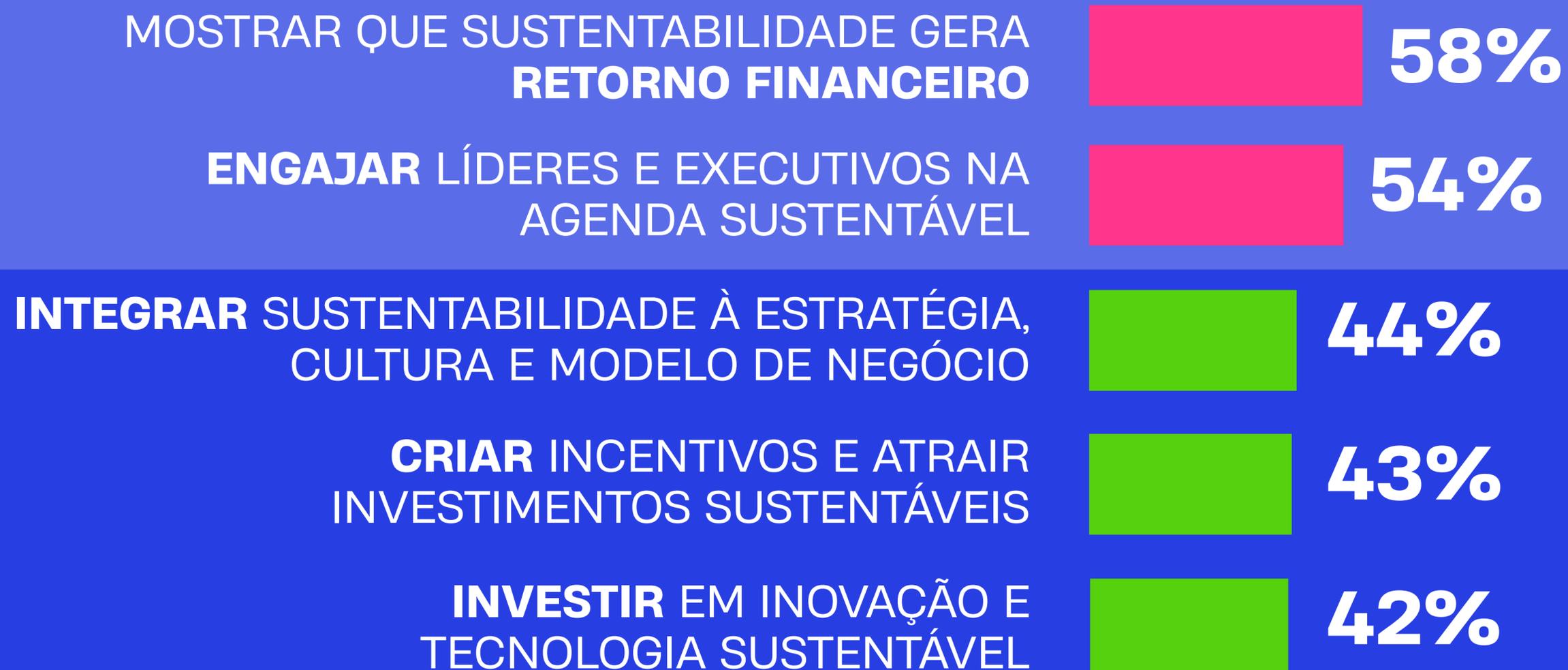
SUSTENTABILIDADE FAZ PARTE DA ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO



FAZEMOS BENCHMARK E AVALIAÇÕES EXTERNAS



NECESSIDADES PARA MELHORAR O DESEMPENHO E ACELERAR A SUSTENTABILIDADE



TENDÊNCIAS PARA OS PRÓXIMOS ANOS

SUSTENTABILIDADE **ALINHADA À ESTRATÉGIA**
E **PERFORMANCE FINANCEIRA**  **75%**

CULTURA ORGANIZACIONAL MAIS
VOLTADA À SUSTENTABILIDADE  **62%**

RELATÓRIOS E MÉTRICAS MAIS
CONFIÁVEIS E PADRONIZADOS  **52%**

MAIS INVESTIMENTOS EM **ENERGIA**
LIMPA E DESCARBONIZAÇÃO  **51%**

TECNOLOGIA E IA PARA **MEDIR E**
IMPULSIONAR A SUSTENTABILIDADE  **51%**

O QUE O GOVERNO DEVERIA FAZER PARA ACELERAR A ADOÇÃO DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NO PAÍS?



CONT E Ú D O

1

INTRODUÇÃO

2

TENDÊNCIAS
em Sustentabilidade

3

Relação com
PERFORMANCE

4

PRÁTICAS
Sustentáveis Emergentes

5

CONCLUSÃO

Quanto maior a maturidade em sustentabilidade, maior o impacto em reputação e competitividade

Os dados mostram uma relação direta entre maturidade em sustentabilidade e os benefícios percebidos pelas empresas.

À medida que as organizações avançam na agenda, aumentam significativamente os impactos positivos percebidos sobre a sociedade, o planeta e os resultados de negócio.

Empresas em estágio avançado se destacam em múltiplas frentes: 87% percebem maior impacto social e ambiental, 87% associam sustentabilidade à melhoria da imagem e reputação, e 82% relatam acesso a novos mercados. Em contraste, essas mesmas percepções são muito mais baixas entre empresas em estágio inicial — variando entre 21% e 43%. Esse contraste reforça que a maturidade em sustentabilidade está vinculada a um posicionamento estratégico mais claro e a melhores resultados percebidos.

Além disso, 75% das empresas mais maduras afirmam que a sustentabilidade contribui para a diferenciação da sua oferta de valor, enquanto 77% se sentem mais preparadas para atender novas demandas e públicos. Isso demonstra que sustentabilidade, quando bem estruturada, também impulsiona inovação, diversificação e posicionamento competitivo.

Esses dados não apenas validam a relevância do tema, mas indicam que sustentabilidade não deve ser tratada como um projeto paralelo ou isolado. Ela precisa estar integrada à cultura, à estratégia e à forma como a empresa gera valor. A maturidade não se resume ao cumprimento de indicadores técnicos. Trata-se de uma visão sistêmica e consistente sobre o papel da organização no presente e no futuro dos mercados em que atua.

As empresas foram divididas em três grupos de maturidade para analisar a relação entre sustentabilidade e performance nos negócios

6%

ESTÁGIO INICIAL

São as empresas classificadas como atrasadas ou maioria tardia no grau de adoção da agenda de sustentabilidade.

70%

ESTÁGIO INTERMEDIÁRIO

São as empresas classificadas como maioria inicial ou adotantes iniciais na adoção da agenda de sustentabilidade.

24%

ESTÁGIO AVANÇADO

São as empresas classificadas como inovadoras no grau de adoção da agenda de sustentabilidade.

A ADOÇÃO DE PRÁTICAS MAIS SUSTENTÁVEIS TROUXE QUAIS IMPACTOS PARA A SUA EMPRESA?



% respondentes afirmam existir uma **relação positiva** com impacto positivo na sociedade e no planeta

INSIGHT

Impacto positivo na sociedade e no planeta cresce com a maturidade empresarial

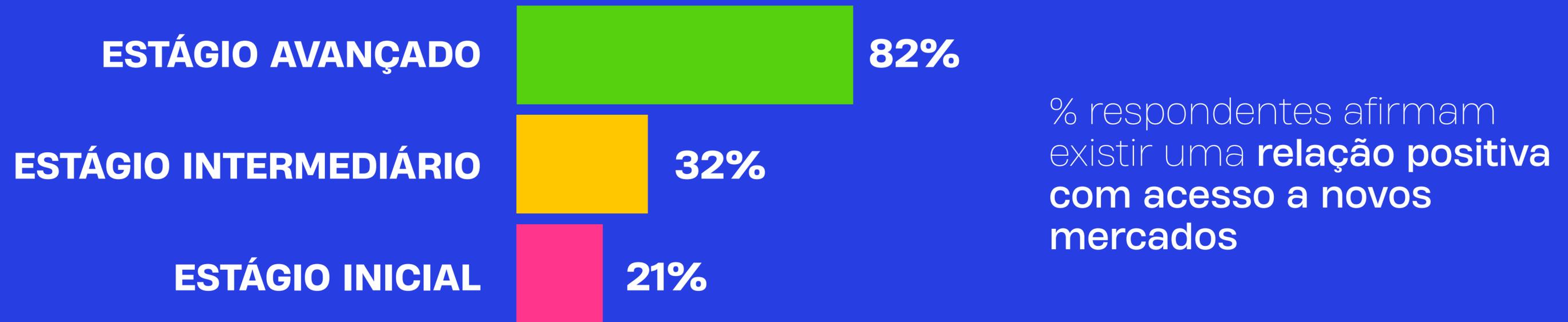
A ADOÇÃO DE PRÁTICAS MAIS SUSTENTÁVEIS TROUXE QUAIS IMPACTOS PARA A SUA EMPRESA?



% respondentes afirmam existir uma **relação positiva** com reputação e imagem da marca

INSIGHT Reputação e imagem da marca melhoram com a maturidade em sustentabilidade

A ADOÇÃO DE PRÁTICAS MAIS SUSTENTÁVEIS TROUXE QUAIS IMPACTOS PARA A SUA EMPRESA?



INSIGHT Maturidade em sustentabilidade impulsiona entrada em mercados antes inacessíveis

QUAIS FATORES TORNAM A SUSTENTABILIDADE UMA VANTAGEM COMPETITIVA PARA SUA EMPRESA?



% respondentes afirmam existir uma **relação positiva** com diferenciação da oferta de valor

INSIGHT Sustentabilidade amplia a diferenciação da oferta de valor de uma empresa no mercado

QUAIS FATORES TORNAM A SUSTENTABILIDADE UMA VANTAGEM COMPETITIVA PARA SUA EMPRESA?



% respondentes afirmam existir uma **relação positiva** demandas de novos públicos e mercados

INSIGHT

Empresas maduras em sustentabilidade estão mais preparadas para atender novos mercados

QUAIS FATORES TORNAM A SUSTENTABILIDADE UMA VANTAGEM COMPETITIVA PARA SUA EMPRESA?

Maior maturidade em sustentabilidade também amplia a competitividade em diversos fatores

	INCENTIVO À INOVAÇÃO E NOVOS PRODUTOS	ENGAJAMENTO DOS STAKEHOLDERS	REDUÇÃO DE RISCO E COMPLIANCE	ENGAJAMENTO COM CONSUMIDORES	REDUÇÃO DE CUSTOS OPERACIONAIS	ACESSO A INVESTIMENTOS E FINANCIAMENTOS
ESTÁGIO AVANÇADO	69%	68%	64%	61%	52%	44%
ESTÁGIO INTERMEDIÁRIO	46%	44%	55%	42%	51%	14%
ESTÁGIO INICIAL	29%	14%	43%	36%	21%	14%

CONT E Ú D O

1

INTRODUÇÃO

2

TENDÊNCIAS
em Sustentabilidade

3

Relação com
PERFORMANCE

4

PRÁTICAS
Sustentáveis Emergentes

5

CONCLUSÃO

Conectar sustentabilidade à performance financeira pode acelerar ganhos reais para o negócio

Embora a sustentabilidade já esteja integrada à estratégia de muitas empresas, sua conexão com a performance financeira ainda é limitada. Apenas 44% utilizam dados financeiros sustentáveis ou conectam sustentabilidade aos resultados, e menos de 20% adotam práticas como IFRS S1/S2 ou precificação de carbono. Esses dados revelam uma lacuna importante para que a sustentabilidade seja percebida como valor econômico, e não apenas reputacional.

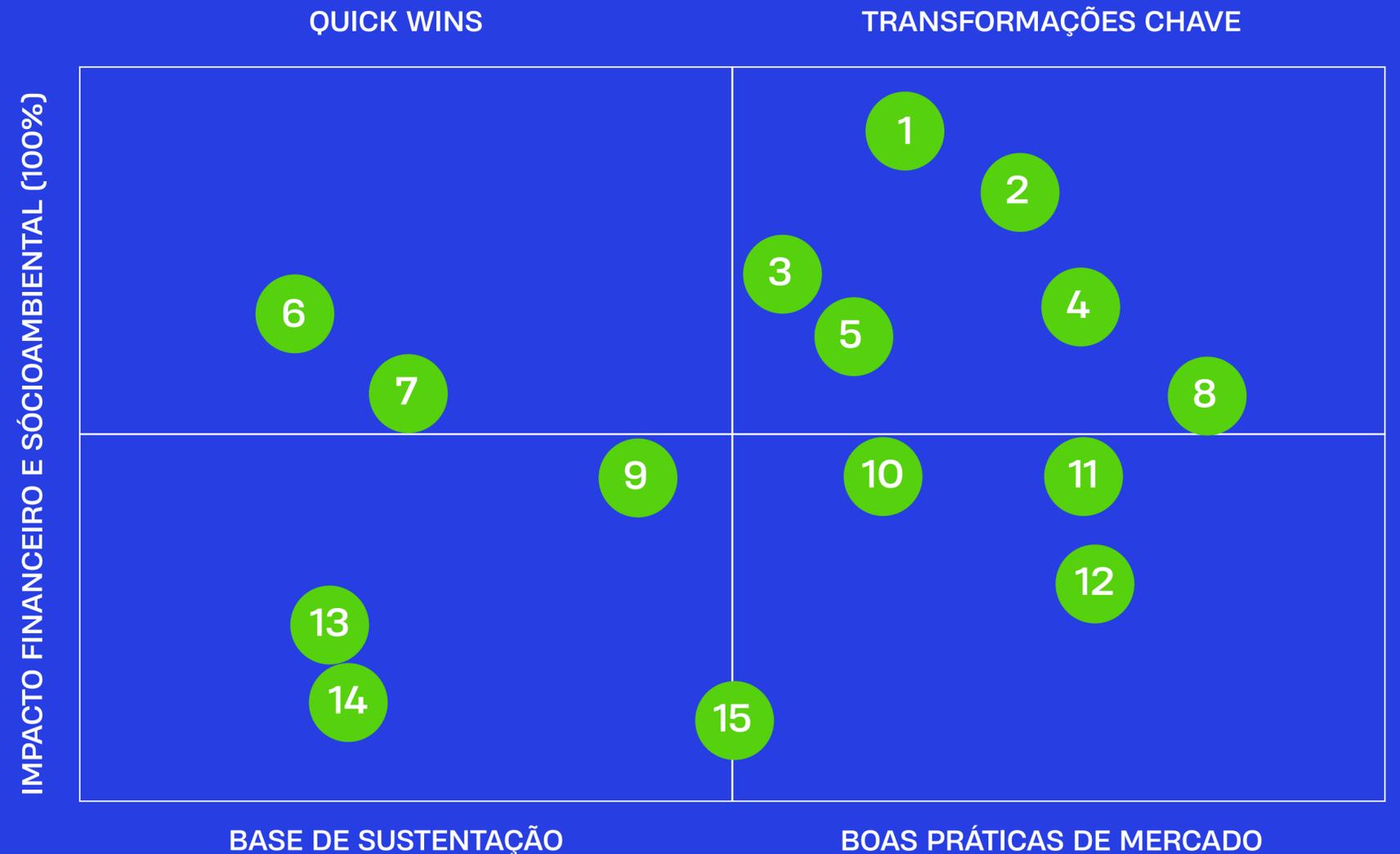
Para apoiar essa transição, a Humanizadas utilizou inteligência artificial combinada com especialistas para mapear o impacto financeiro e socioambiental versus o esforço de implementação de 15 práticas-chave. O resultado é uma matriz que ajuda a priorizar ações com base em valor estratégico e viabilidade operacional.

Entre as práticas de alto impacto e baixo esforço — classificadas como quick wins — estão o uso de dados financeiros sustentáveis e políticas de ética e transparência. Já mudanças estruturantes, como investir com critérios de sustentabilidade ou adotar IFRS S1/S2, exigem mais esforço, mas oferecem alto retorno no médio e longo prazo, tanto para os stakeholders quanto o negócio.

A conclusão do estudo é clara: integrar sustentabilidade e finanças é uma fronteira crítica para empresas que buscam competitividade e resiliência em seus mercados. Priorizar práticas de alto impacto e avançar com base em dados confiáveis é um passo estratégico para alinhar propósito, risco e resultado.

PRIORIZAÇÃO DE MUDANÇAS CHAVE

1. Investir com critérios de sustentabilidade
2. Avaliar riscos climáticos e sociais
3. Resolver problemas sociais com o modelo de negócio
4. Adotar IFRS S1 e S2
5. Fazer benchmarking e obter certificações
6. Aplicar políticas de ética e transparência
7. Apoiar projetos sociais e voluntariado
8. Precificar carbono e gerar créditos
9. Inovar com foco sustentável
10. Publicar relatório anual de sustentabilidade
11. Investir em finanças verdes
12. Captar recursos com base sustentável
13. Garantir remuneração e benefícios justos
14. Promover diversidade e inclusão
15. Incluir stakeholders na estratégia

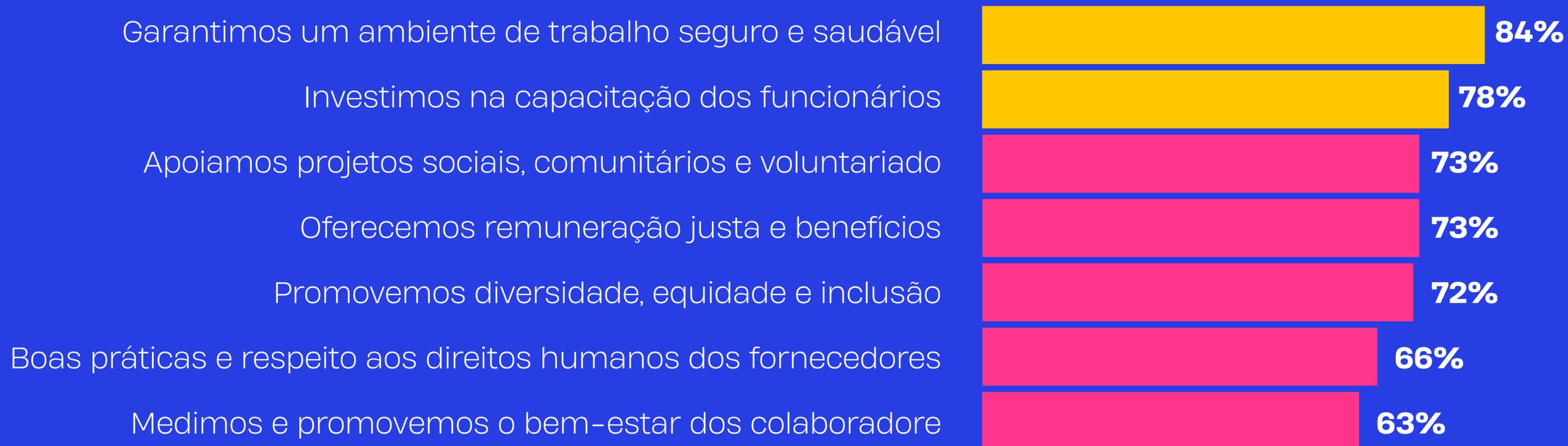


QUAIS ASPECTOS ABAIXO SUA ORGANIZAÇÃO INCORPORA NA GESTÃO FINANCEIRA?



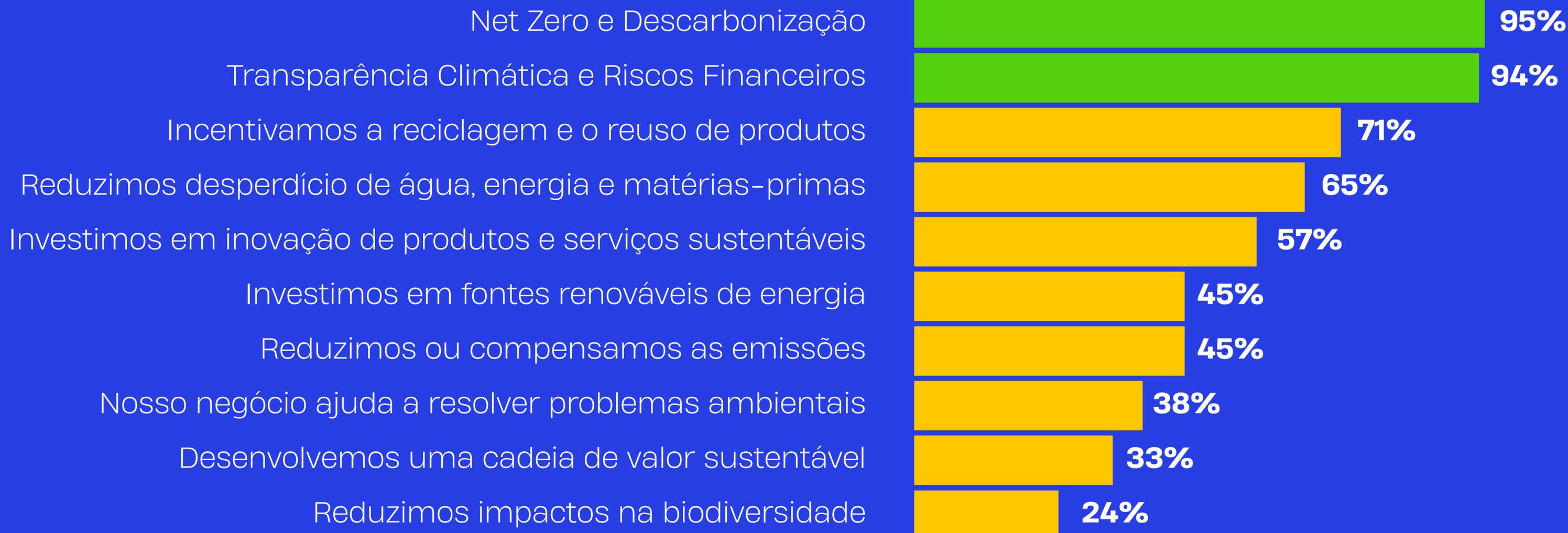
INSIGHT Está na hora de integrar sustentabilidade às decisões que impactam o resultado financeiro

DE QUE FORMA SUA ORGANIZAÇÃO PROMOVE IMPACTO SOCIAL?



INSIGHT Cuidar das pessoas é a base da sustentabilidade corporativa

COMO A SUA ORGANIZAÇÃO LIDA COM QUESTÕES DE IMPACTO AMBIENTAL?

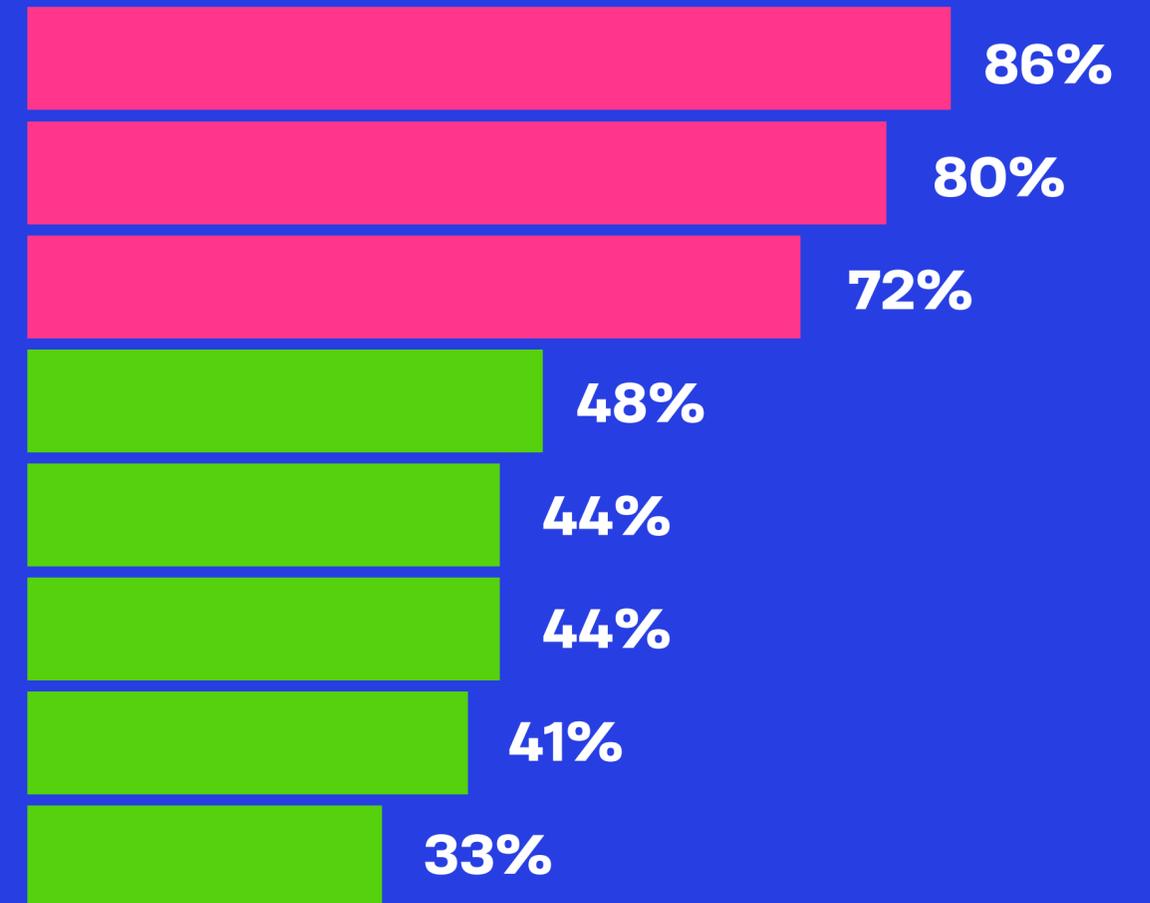


INSIGHT Há um foco em mudanças climáticas, e também uma oportunidade de trabalhar a biodiversidade

COMO A SUA ORGANIZAÇÃO LIDA COM QUESTÕES DE GOVERNANÇA?

Atuação de governança nas organizações

- Garantimos privacidade e segurança de dados
- Temos políticas de transparência, ética e combate à corrupção
- A sustentabilidade faz parte da nossa estratégia de negócio
- Fazemos benchmarking, certificações e avaliações externas
- Envolvemos os stakeholders nas decisões estratégicas
- Consideramos sustentabilidade ao decidir investimentos
- Publicamos anualmente nosso Relatório de Sustentabilidade
- Atualizamos periodicamente nossa Matriz de Materialidade



INSIGHT Governança com foco em dados, ética e transparência, e oportunidade de integração com sustentabilidade

CONT E Ú D O

1

INTRODUÇÃO

2

TENDÊNCIAS
em Sustentabilidade

3

Relação com
PERFORMANCE

4

PRÁTICAS
Sustentáveis Emergentes

5

CONCLUSÃO

CONCLUSÕES

01

A sustentabilidade avança, mas precisa de mais maturidade

Em 2025, 76% das empresas já adotam práticas sustentáveis (inovadores e adotantes iniciais), um salto de 5 pontos percentuais em relação a 2024. O desafio agora é evoluir da adoção para a maturidade, com mais padronização, liderança engajada e uso estratégico de dados.

02

Sustentabilidade está mais integrada à estratégia, mas carece de dados

72% das empresas afirmam que a sustentabilidade faz parte da sua estratégia, mas apenas 48% realizam benchmarking e avaliações externas, o que mostra que muitas decisões ainda não são baseadas em dados comparáveis e confiáveis.

03

Provar o retorno financeiro da sustentabilidade é o maior desafio

O principal obstáculo citado por 58% dos respondentes é demonstrar que sustentabilidade gera retorno financeiro. Outros desafios incluem engajar a liderança (54%) e integrar sustentabilidade à estratégia e modelo de negócio (44%).

CONCLUSÕES

04

Sustentabilidade é vista como alavanca de performance futura

75% das empresas identificam a integração entre sustentabilidade, estratégia e performance financeira como tendência crítica, seguida por uma cultura mais voltada ao tema (62%). A adoção das IFRS S1/S2 deve acelerar esse alinhamento.

05

Empresas mais maduras capturam mais valor e impacto

Empresas em estágio avançado de sustentabilidade percebem mais impacto positivo na sociedade (87%), reputação (87%) e acesso a novos mercados (82%), em comparação a apenas 36%, 43% e 21% nas empresas em estágio inicial.

06

A governança deve trabalhar a integração com sustentabilidade

Privacidade (86%) e ética (80%) são amplamente garantidas, mas só 33% atualizam a Matriz de Materialidade e 41% publicam relatórios de sustentabilidade. A governança tradicional ainda não está suficientemente conectada aos desafios sustentáveis emergentes.

AMCHAM



humanizadas