

# **EMPRESAS, TRIBUTAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS VOLTADAS À SUSTENTABILIDADE DA ORDEM ECONÔMICA: EMPRESAS, FUNÇÃO SOCIAL E SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA**

**Ana Luisa Nunes D`Abadia  
Anna Julia Moreira  
Bruna Morais de Melo**

**Universidade Evangélica de Goiás – UniEVANGÉLICA – Campus Anápolis-GO**

**RESUMO:** A crescente preocupação com o futuro tem levado as empresas a adotar práticas voltadas à preservação ambiental, buscando a sustentabilidade nos âmbitos social, econômico e ambiental, em consonância com a definição clássica de desenvolvimento sustentável (WCED, 1987). Nesse cenário, destaca-se a função social da empresa, expressa na função social do contrato, da propriedade e da própria atividade empresarial, como elemento essencial para equilibrar interesses privados e coletivos, ampliando a atuação empresarial para além do lucro. Esta pesquisa analisa empresas que incorporam a sustentabilidade em sua gestão, relacionando-a à função social e à responsabilidade social corporativa. O objetivo é compreender benefícios como inovação, competitividade, valorização da marca e engajamento de stakeholders, bem como desafios estruturais, financeiros e culturais que limitam a efetividade dessas práticas. Assim, busca-se contribuir para a reflexão crítica sobre a integração entre sustentabilidade, função social e responsabilidade social, evidenciando seu papel estratégico na construção de organizações comprometidas com o desenvolvimento equilibrado da sociedade.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade; Função social; Responsabilidade Social Corporativa; Empresas.

## **INTRODUÇÃO**

Quando o Estado conferiu personalidade jurídica às empresas, atribuiu-lhes direitos e também deveres sociais, consagrados na função social da empresa. No Brasil, esse princípio foi positivado pela Lei nº 6.404/76 e reforçado pela Constituição de 1988, que incorporou valores como dignidade da pessoa humana e redução das desigualdades, marcando a transição de um modelo liberal, centrado no lucro, para uma visão mais humanizada, em que a empresa atua como agente de desenvolvimento econômico e social. Nesse cenário, legislação, pressões de stakeholders, oportunidades e valores éticos impulsionaram a adoção da sustentabilidade como eixo estratégico (Bansal & Roth, 2000). Surgiu então o Triple Bottom Line (TBL), com pilares econômico, social e ambiental (Elkington, 1997), seguido pela agenda Environmental, Social and Governance (ESG), que acrescenta a governança como dimensão central (Elkington, 2020). O ESG reúne critérios ambientais, sociais e de governança (Henisz et al., 2019) e conecta-se à Responsabilidade Social Corporativa (RSC), caracterizada por práticas voluntárias que ampliam benefícios socioambientais e reduzem impactos negativos.

Segundo o IBGC, a governança corporativa é o sistema de direção, monitoramento e incentivo das organizações, envolvendo sócios, conselhos, diretorias, órgãos de controle e partes interessadas. Suas boas práticas alinham interesses, fortalecem a gestão, preservam o valor de longo prazo e contribuem para o bem comum. Na mesma direção, o CEBDS, criado em 1997 após a Rio-92, reúne mais de 70 grandes grupos empresariais, responsáveis por cerca de 40% do PIB e mais de um milhão de empregos diretos. Foi pioneiro no Brasil ao adotar o conceito de TBL e estabelece

princípios como propósito maior, ética, uso responsável do poder, inclusão e busca de soluções para os desafios do desenvolvimento sustentável.

Apesar dos avanços promovidos pela governança corporativa e pelo CEBDS, ainda persistem desafios, como a criação de indicadores confiáveis de sustentabilidade (Veleva & Ellenbecker, 2001). Sua superação requer inovação e adaptação contínuas, de modo que as empresas não apenas cumpram a lei, mas também atendam às demandas emergentes da sociedade contemporânea.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa adotou metodologia descritivo-analítica, fundamentada em referencial teórico e documental, com análise de livros, artigos científicos, legislações e outros documentos pertinentes.

## **RESULTADOS**

Os resultados desta pesquisa evidenciam a consolidação da função social da empresa e da sustentabilidade na prática empresarial contemporânea. A análise bibliográfica demonstra que, ao conferir personalidade jurídica às sociedades empresárias, o Estado também lhes atribuiu deveres sociais, previstos na Lei nº 6.404/76 e reforçados pela Constituição de 1988. Esse marco representou a superação de um modelo centrado exclusivamente no lucro, em direção a uma perspectiva voltada ao desenvolvimento econômico, social e ambiental. Nesse cenário, destacam-se o Triple Bottom Line (Elkington, 1997) e o ESG (Elkington, 2020), que ampliaram os critérios de avaliação empresarial, incorporando a contribuição ao bem-estar coletivo.

Os dados empíricos confirmam tal tendência. A Tabela 1 evidencia a relevância de ética, responsabilidade socioambiental e propósito para a Geração Z. A Tabela 2 apresenta as empresas mais bem avaliadas no The Sustainability Yearbook – 2024, e a Tabela 3 destaca companhias brasileiras no top 5% mundial.

Assim, a sustentabilidade deixou de ser diferencial e tornou-se requisito essencial ao posicionamento estratégico e ético das organizações.

## **TABELAS**

A Tabela 1 apresenta dados de diferentes pesquisas internacionais que evidenciam como a Geração Z tem suas escolhas de consumo e carreira fortemente influenciadas por valores éticos, sociais e ambientais. Observa-se que grande parte dos jovens prefere consumir produtos de empresas que defendem causas sociais, valorizam a ética empresarial em nível equivalente ao salário e chegam até a pressionar empregadores para adotarem práticas sustentáveis. Esses resultados confirmam o papel ativo da geração no incentivo à função social empresarial e na consolidação da sustentabilidade como fator determinante de decisão no mercado contemporâneo.

<b>Estudo / Fonte</b>	<b>O que foi medido</b>	<b>Resultado relevante</b>
<i>Morning Consult / Institute for Public Relations (EUA, 2023)</i>	Preferência de compra em empresas que reflitam valores sociais	<b>56%</b> dos Gen Z disseram que preferem comprar de empresas que tenham valores sociais alinhados aos seus.

<i>Dentsu UK&amp;I — Read the Room: Pursuing Happiness (2024)</i>	Atitudes de Gen Z frente a causas sociais em marcas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>90%</b> se dizem preocupados com questões sociais.</li> <li>- <b>75%</b> mais propensos a comprar marcas que doem parte das vendas para caridade.</li> <li>- <b>70%</b> valorizam marcas que demonstram inteligência emocional em publicidade.</li> </ul>
<i>UK — Co-operatives UK (2025)</i>	Ética da empresa versus salário e escolha de emprego	<p><b>61%</b> dos profissionais Gen Z valorizam a ética da empresa tanto quanto o salário.</p> <p><b>42%</b> já pensaram em sair de um emprego porque o empregador não tinha valores ou propósito social fortes.</p>
<i>Estudo global de valores empresariais</i>	Importância dos valores da empresa para Gen Z no trabalho	<b>67%</b> acreditam que os valores da empresa são mais importantes do que quem lidera (CEO) quando consideram emprego.
<i>Estudo “Gen Z no more focused...” — Emarketer</i>	Comparação entre gerações sobre valores sociais da marca	Embora seja comum pensar que Gen Z dá prioridade máxima a valores sociais, o estudo mostrou que <b>cerca de 56%</b> concordam com essa afirmação — não muito acima de outras gerações. Ou seja: é importante, mas nem sempre em grau muito diferente de Millennials, Gen X, etc.

O relatório The Sustainability Yearbook – 2024, da S&P Global, tem como um dos seus principais objetivos avaliar o engajamento corporativo mundial em relação às temáticas ESG (Ambiental, Social e Governança). A análise é feita com base nos critérios da [Avaliação de Sustentabilidade Corporativa \(CSA\)](#), e o Brasil participou da última edição (2024) com 27 empresas.

O artigo é publicado pela A S&P Global, e tem como objetivo principal avaliar o nível de envolvimento e progresso das empresas em questões ambientais, sociais e de governo (ESG), em escala global, consistindo na metodologia CSA. Essa metodologia, é utilizada para avaliar e classificar as empresas, resultando nas suas inclusões ou posições no anuário, em relação a um sistema de pontuação. Com isso, surge as duas tabelas abaixo que representam 5 empresas que lideram o ranking de pontuação, e as 5 empresas brasileiras mais bem avaliadas.

<b>Categoria</b>	<b>Empresa</b>	<b>Ramo Industrial</b>	<b>Localização</b>
------------------	----------------	------------------------	--------------------

Top 1% S&P Global CSA Score Industry Mover	Japan Airlines Co., Ltd.	Aviação	Japão
Top 1% S&P Global CSA Score Industry Mover	Kakao Corp.	Mídia interativa, serviços e entretenimento doméstico	Coreia do Sul
Top 1% S&P Global CSA Score Industry Mover	WuXi Biologics (Cayman) Inc.	Ferramentas e serviços de ciências biológicas	China
Top 1% S&P Global CSA Score	ASE Technology Holding Co., Ltd.	Equipamentos de semi-condutores	Taiwan
Top 1% S&P Global CSA Score	AbbVie Inc.	Biotecnologia	Estados Unidos

<b>Categoria</b>	<b>Empresa</b>	<b>Ramo Industrial</b>
Top 5% S&P Global CSA Score	Banco do Brasil	Bancário e serviços financeiros
Top 5% S&P Global CSA Score	O Boticario	Cosméticos, perfumaria e varejo de beleza
Top 5% S&P Global CSA Score	Fleury	Saúde e medicina diagnóstica
Top 5% S&P Global CSA Score	Klabin	Papel e celulose
Top 5% S&P Global CSA Score	Lojas Renner	Varejo de moda e vestuário

## **CONCLUSÃO**

A análise realizada evidencia que a função social da empresa, consolidada no ordenamento jurídico brasileiro, evoluiu para incorporar a sustentabilidade como eixo estratégico, alinhando-se a conceitos como TBL, RSC e ESG. Os dados empíricos apresentados nas tabelas reforçam essa transformação: de um lado, a Geração Z (Tabela 1) revela-se como agente social que exige práticas éticas e ambientais das organizações; de outro, os rankings internacionais e nacionais de ESG (Tabelas 2 e 3) demonstram que empresas que internalizam tais práticas alcançam reconhecimento e legitimidade. Embora o Brasil ainda ocupe posição modesta no

cenário global, a presença de empresas nacionais entre as mais bem avaliadas indica avanços significativos. Conclui-se, portanto, que sustentabilidade e função social deixaram de ser diferenciais para se tornarem parâmetros indispensáveis à competitividade, legitimidade e responsabilidade corporativa no mundo contemporâneo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAN-SAL, P.; ROTH, K. Why companies go green: a model of ecological responsiveness. *Academy of Management Journal*, v. 43, n. 4, p. 717-736, 2000.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Presidência da República — Casa Civil. Brasília, DF, 1988.

BRASIL. Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 1976.

CARVALHO, Marly Monteiro de; MORIOKA, Sandra Naomi. Discutindo sustentabilidade no contexto de negócios e em relatórios de desempenho: análise de estudos de caso brasileiros. *Gestão & Produção*, São Carlos, v. 24, n. 3, jul-set. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/bywbB3BqxBwSSD8HFxk783d/?format=pdf&lang=pt>

ELKINGTON, J. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. [S.l.]: Capstone, 1997.

HENISZ, Witold; et al. *Five Ways That ESG Creates Value*. McKinsey & Company, 2019.

VELEVA, V.; ELLENBECKER, M. A framework for sustainability managers: linking

environmental, social, and governance issues, metrics and tools. *Journal of Cleaner Production*.

WCED (World Commission on Environment and Development). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press, 1987.

E-REVIS-TA UNIOESTE. Direitos em Fronteiras. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/direitosemfronteiras/article/view/20234/13104>.

“Gen-Z Sustainability”. *Elfin View*. Disponível em: <https://www.elfinview.com/gen-z-sustainability/>.

“70% of Gen Z, Millennials consider environmental sustainability important in choosing employers: Deloitte survey”. *ESG-Investing.com*, 15 maio 2025. Disponível em: <https://esg-investing.com/2025/05/15/70-of-gen-z-millennials-consider-environmental-sustainability-important-in-choosing-employers-deloitte-survey/>. “Brasil tem 27 empresas no ranking anual de sustentabilidade 2024”. *ESG Insights Brasil*. Disponível em: <https://esginsights.com.br/brasil-tem-27-empresas-no-ranking-anual-de-sustentabilidade-2024/>.

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos o apoio da Universidade Evangélica de Goiás, que sempre incentiva a pesquisa e as atividades de ensino na instituição, fazendo com que seja possível incubar e processar o desenvolvimento da pesquisa.