"DO CONSUMISMO LINEAR AO VALOR REGENERATIVO: ESG COMO ESTRATÉGIA DE VALORIZAÇÃO EMPRESARIAL"

Ana Luiza Fernandes da Rocha, Anne Victoria Gualberto Cavalcante Costa e Gabriely Barbosa de Faria.

Fundação Valeparaibana de Ensino/Colégio Técnico Antônio Teixeira Fernandes/Colégios Univap – Unidade Centro, Rua Paraibuna, 75, Jardim São Dimas – 12245-020 - São José dos Campos – SP, Brasil, fernandesdarochaanaluiza@gmail.com; annevicgualberto@gmail.com; gabrielybdefaria@gmail.com.

Resumo

Este artigo analisa a transição da economia linear para a Economia Donut, proposta por Kate Raworth, e sua integração com os critérios ESG (ambiental, social e governança) como estratégia de valor empresarial. A metodologia adotada foi exploratória e documental, com abordagem mista, integrando análises qualitativas e quantitativas de agências especializadas em análise de desempenho e valorização de empresas e corporações a partir de artigos científicos e relatórios estatísticos. Os resultados demonstram que empresas líderes na aplicação de práticas ESG, como Schneider Electric (com crescimento de, aproximadamente, 900% no valor de mercado) e Natura (com expansão entre 800% e 900% no valor de mercado), obtiveram crescimento e melhoria reputacional, confirmando a viabilidade da convergência entre sustentabilidade e competitividade. Conclui-se que a adoção dos critérios ESG, alinhada à Economia Donut, representa uma estratégia eficaz para gerar valor empresarial, promover justiça social e preservar os limites dos recursos naturais do planeta, reduzindo riscos regulatórios e operacionais enquanto eleva a reputação da marca e a fidelidade do consumidor.

Palavras-chave: Economia Donut. Critérios ESG. Valor Empresarial.

Área do Conhecimento: Técnico em Administração.

Introdução

Recursos naturais são os componentes do ambiente natural que possuem valor econômico, social ou ecológico para as sociedades humanas, incluindo água doce, solos férteis, florestas, minerais, combustíveis fósseis e biodiversidade. Sua exploração insustentável compromete a capacidade de suporte dos ecossistemas e gera externalidades negativas que afetam gerações futuras (Common; Stagl, 2005, p. 87).

A economia mundial é conduzida por uma lógica capitalista de consumo linear, que utiliza os recursos vitais para a vida na Terra de forma desenfreada e sem planejamento a longo prazo. As consequências podem comprometer a disponibilidade de recursos essenciais à vida e, em especial, às gerações futuras. Diante desse cenário, observa-se que os recursos naturais são explorados de forma desenfreada em prol do consumismo desenfreado. O consumo excessivo incentiva o desperdício e faz com que os prejuízos ambientais e sociais sejam sentidos por toda a população.

Diante desse contexto, torna-se importante repensar os paradigmas econômicos e buscar alternativas que possam conciliar desenvolvimento econômico, justiça social e preservação ambiental. A Economia Donut, proposta por Kate Raworth, surge como uma resposta inovadora para o cenário apresentado, ao propor que o progresso seja medido pelo atendimento das necessidades humanas dentro dos limites ecológicos do planeta. Dessa forma, o modelo estabelece um espaço seguro e justo para a humanidade, delimitado pelo alicerce social e pelo teto ecológico, e defende uma economia renovadora e equitativa.

Os critérios ESG (ambiental, social e governança) consolidam-se como instrumentos estratégicos para as empresas que desejam alinhar competitividade e sustentabilidade. Ao integrar práticas de

preservação ambiental, responsabilidade social e governança ética, as organizações não apenas mitigam riscos e reduzem custos, mas também fortalecem sua imagem, e consequentemente atraem novos investimentos. O objetivo desse trabalho é demonstrar como as organizações podem elevar seu valor de mercado por meio da adoção de práticas de ESG, fundamentadas na Economia Donut, explicando seu conceito e integração ao modelo, compreendendo a relação das atividades empresariais com os limites da natureza e o bem-estar social. E também, analisar como tais práticas fortalecem a reputação institucional e a competitividade das empresas, além de apresentar casos reais de organizações produtivas e comerciais que obtiveram sucesso com essa estratégia. A pesquisa torna-se relevante pela necessidade de superar modelos econômicos tradicionais, e buscar alternativas que conciliem desenvolvimento econômico e limites ecológicos, preparando também futuros profissionais para cenários empresariais que exigem competitividade aliada à responsabilidade socioambiental.

Metodologia

A metodologia adotada caracteriza-se como uma pesquisa exploratória e documental, fundamentada em uma abordagem mista que integra análises qualitativas e quantitativas. A coleta de dados foi realizada por meio de agências especializadas em desempenho e avaliação corporativa, além de artigos científicos, obras teóricas de referência e relatórios estatísticos sobre sustentabilidade, ESG e Economia Donut.

Para o tratamento das informações, foram aplicadas técnicas de estatística descritiva e análise crítica, permitindo a comparação entre o modelo econômico linear e os paradigmas emergentes de economia circular e regenerativa. O estudo utilizou tabelas comparativas e evidências numéricas para demonstrar os impactos socioambientais e financeiros da adoção de práticas ESG. Portanto, a metodologia utilizada possibilitou compreender como os critérios ESG se relacionam com os limites ecológicos e sociais propostos pela Economia Donut, evidenciando sua viabilidade como estratégia de geração de valor empresarial e alternativa ao modelo econômico tradicional. Por fim, optou-se pela apresentação do desempenho econômico associado à Teoria Donut e ao ESG a partir dos casos das empresas Schneider Electric e da brasileira Natura, tomadas como pontos de referência para o presente trabalho.

Resultados

O presente estudo teve como objetivo analisar a eficiência dos critérios ESG no desenvolvimento e ampliação do valor empresarial de organizações, partindo de uma economia linear para um modelo mais sustentável e circular. Assim, observa-se na Tabela 1, a empresa Schneider Electric, fundada na França em 1836, considerada pioneira na gestão de energia e automação industrial, estabelecendo padrões internacionais de eficiência operacional. Ao mesmo tempo, nota-se a Brambles Limited, empresa australiana criada em 1875, que consolidou-se no segmento de logística de suprimentos e serviços industriais, contribuindo para a otimização de cadeias produtivas em escala mundial. A Sims Limited, também de origem australiana, mas fundada posteriormente em 1917, especializou-se na reciclagem de metais, setor fundamental para a economia circular. A Vestas Wind Systems, empresa dinamarquesa instituída em 1945, tornou-se referência global em tecnologia eólica, respondendo aos desafios da transição energética.

Complementando este panorama, a Taiwan High Speed Rail Corp, fundada em Taiwan em 1998, representa uma geração mais recente de empresas inovadoras, atuando no segmento de transporte ferroviário de alta velocidade. Estas organizações refletem a diversidade geográfica e setorial das soluções empresariais contemporâneas, abrangendo desde a Europa até a Ásia e cobrindo segmentos que variam da automação industrial à mobilidade sustentável, evidenciando o compromisso global com eficiência, inovação e responsabilidade ambiental, trilhado e aplicado em seus espaços de produção e ofertas de serviços.

Tabela 1 - Empresas mundiais líderes na aplicação dos critérios ESG.

	Nome Fantasia	País de Origem	Ano de Origem	Segmento
1.	Schneider Electric	França	1836	Gestão de energia e automação industrial.
2.	Sims Limited	Austrália	1917	Reciclagem de metais.
3.	Vestas Wind Systems	Dinamarca	1945	Energia renovável.
4.	Brambles Limited	Austrália	1875	Logística de suprimentos e serviços industriais.
5.	Taiwan High Speed Rail Corp	Taiwan	1998	Transporte ferroviário.

Fonte: Merco (2026), adaptado pelos próprios autores.

Destaca-se, na Tabela 2, a atuação da empresa Schneider Electric no cenário econômico global, refletida em seus resultados operacionais. A implementação de uma cultura responsável e a adoção sistemática de critérios ambientais, sociais e de governança (ESG) pela Schneider Electric promoveram uma transformação significativa no posicionamento estratégico da empresa, gerando impacto direto em seu desempenho financeiro ao longo das últimas décadas. Esta orientação corporativa consolidou a posição da empresa como líder global em sustentabilidade industrial.

Tabela 2 - Comparação de dados financeiros antes e depois do ESG

Empresa	Indicador	Valor Inicial (Dez/2004)	Valor Após o ESG (Dez/2025)	Variação (%)
Schneider Electric	Valor de mercado	$ 15,71 Bl	$ 155,73 Bl	~ +891,28%
	Preço da ação	€ 25,31	€ 235,25	~ +829,47%

Fonte: Schneider Electric (2004-2025), adaptado pelos próprios autores.

Sendo assim, a Schneider Electric demonstrou que a implementação de políticas ESG integradas à estratégia corporativa gerou criação significativa de valor entre dezembro de 2004 e dezembro de 2025, o seu valor de mercado aumentou de $15,71 bilhões para $155,73 bilhões (variação de 891,28%), enquanto o preço de suas ações nas bolsas de valores saltaram de €25,31 para €235,25 (ampliação de 829,47%), evidenciando que a adoção de práticas responsáveis funcionou como mecanismo de valorização sustentável e posicionamento competitivo em mercados globais.

Na Tabela 3, observa-se que a adoção de critérios ESG não se restringe às empresas multinacionais europeias, sendo igualmente relevante para organizações brasileiras que consolidam sua competitividade global através de práticas responsáveis. Empresas brasileiras de diversos segmentos, entre elas a Natura (cosméticos, 1969), Grupo Boticário (cosméticos, 1977), Ambev (bebidas, 1999), Itaú Unibanco (serviços financeiros, 1943) e Magazine Luiza (varejo, 1957).

Tabela 3 – Empresas brasileiras destaque do uso de critérios ESG

	Nome Fantasia	Ano De Fundação	Segmento
1.	Natura	1969	Cosméticos e perfumaria
2.	Grupo Boticário	1977	Cosméticos e perfumaria
3.	Ambev	1999	Bebidas
4.	Itaú Unibanco	1943	Serviços financeiros
5.	Magazine Luiza	1957	Varejo

Fonte: Merco (2026), adaptado pelos próprios autores.

Destacam-se no Ranking da Merco como líderes na implementação de critérios ESG, demonstrando que a adoção de práticas ambientais, sociais e de governança funciona como mecanismo de criação de valor sustentável e diferenciação competitiva em mercados globais, independentemente da origem geográfica ou segmento de atuação, reforçando que responsabilidade corporativa é fator determinante para o desempenho financeiro e para a reputação institucional a longo prazo.

A Tabela 4 demonstra que o Brasil possui empresas focadas no desenvolvimento sustentável, sendo a Natura, empresa de cosméticos e perfumaria, uma das pioneiras nesse segmento. Atualmente, a companhia adota medidas que buscam proteger a biodiversidade, gerando impacto positivo em seu desempenho financeiro. A análise dos dados permitiu entender que, em dezembro de 2019, a Natura apresentava valor de mercado equivalente a R$20,3 milhões e operava 489 lojas físicas em todo o Brasil. Após seis anos, observou-se uma variação positiva no valor de mercado e um aumento no número de lojas físicas no país. Estes resultados demonstram que a implementação de critérios ESG contribuiu como mecanismo de expansão e valorização corporativa, refletindo-se tanto no crescimento do valor empresarial quanto na ampliação da presença física da empresa no mercado nacional.

Tabela 4 - Comparação de dados financeiros da empresa Natura

Empresa	Indicador	Valor Inicial (Dez/2019)	Valor Após o ESG (Dez/2025)	Variação (%)
Natura	Valor de mercado	R$ 20.3 M	R$ 22.2 B	~ +860,69%
	Número de lojas	489	1.183	~ +141,92%

Fonte: Natura (2019-2025), adaptado pelos próprios autores.

A aplicação dos critérios ESG nas empresas também se relaciona à aceitação dos consumidores, que demonstram seu compromisso ambiental ao preferirem marcas responsáveis. Segundo a Associação Brasileira de Embalagem (ABRE, 2026), em pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI, 2026), 86% dos brasileiros optam primeiramente por produtos de empresas ecologicamente responsáveis. Além disso, dados do Instituto Ipsos mostram que 78% dos consumidores estão dispostos a pagar mais por produtos sustentáveis.

Essa relação também aparece no ranking de reputação ESG “Reputação 360”, no qual a Natura ocupa o topo com 742 pontos, seguida pelo Grupo Boticário, com 714 pontos. A Natura, por meio da linha Natura Ekos, lançada em 2000, associou beleza ao uso ético de recursos naturais biodegradáveis, gerando R$1,8 bilhão e impactando positivamente 22 mil pessoas. Já o Grupo Boticário, ao colocar o consumidor no centro de suas decisões, conquistou o prêmio Smart Customer 2024, na categoria de Customer Experience (Experiência do Consumidor).

Discussão

Os resultados apresentados neste estudo fornecem prerrogativas de que a implementação de critérios ESG funciona como mecanismo efetivo de criação de valor empresarial, expansão operacional e diferenciação competitiva em mercados globais. A Schneider Electric, empresas brasileiras como Natura e Grupo Boticário e organizações de diferentes segmentos demonstram que a transição de um modelo econômico linear para uma abordagem sustentável e circular não apenas responde a demandas regulatórias e sociais, mas constitui estratégia econômica racional que gera retorno financeiro. Empresas que implementam critérios ESG com autenticidade, transparência e metas mensuráveis posicionam-se para capturar valor em economias cada vez mais orientadas por princípios de sustentabilidade. Determinadas ações e estratégias apresentam implicações significativas para a teoria econômica, a gestão estratégica e as políticas de desenvolvimento econômico, sugerindo que sustentabilidade corporativa e lucratividade não são objetivos conflitantes, mas complementares em contextos de mercado de consumo.

A consolidação da Nova Ordem Mundial e a intensificação da globalização impuseram às grandes corporações um desafio que transcende a mera eficiência produtiva e a inovação tecnológica. Nota-se que a competitividade contemporânea não se restringe mais a qualidade e preço, mas exige que as empresas assumam um papel ético e proativo diante das crises sociais e, fundamentalmente, ambientais. Ao adotarem estratégias de responsabilidade socioambiental, essas organizações não apenas buscam mitigar seus impactos sobre os recursos naturais para as gerações futuras, mas também respondem a um novo perfil de consumidor: um cidadão mais exigente e consciente, que utiliza seu poder de escolha como ferramenta de pressão política e social. Portanto, o sucesso econômico no século XXI está intrinsecamente ligado à capacidade de integrar o propósito lucrativo ao compromisso com a preservação do planeta, redefinindo as relações entre sociedade e consumo.

Conclusão

Este estudo demonstra que a implementação dos critérios ambientais, sociais e de governança (ESG), fundamentada no modelo da Economia Donut, de Kate Raworth, atua como um mecanismo determinante para a criação e preservação de valor empresarial no século XXI. A análise comparativa entre a multinacional Schneider Electric e a brasileira Natura evidencia que organizações alinhadas a esse modelo apresentam desempenho superior em sustentabilidade e reputação, consolidando sua valorização de mercado. Os dados empíricos reforçam que atuar dentro do "espaço seguro e justo da humanidade" permite reduzir riscos regulatórios e operacionais, ao mesmo tempo que eleva a fidelidade de um consumidor cada vez mais atento a marcas responsáveis. Conclui-se, portanto, que enquanto a Economia Donut fornece a base conceitual para a sustentabilidade e a igualdade, os critérios ESG viabilizam sua execução e mensuração prática no ambiente corporativo. Sugere-se que pesquisas futuras investiguem os impactos da aplicação desses princípios em micro e pequenas empresas, bem como em diferentes contextos geográficos e setoriais, ampliando a compreensão sobre a captura de valor em economias orientadas pela responsabilidade.

Referências

ABRE. **ESG: Brasileiros preferem empresas com compromisso ambiental**. Disponível em: https://www.abre.org.br/sustentabilidade/esg-brasileiros-preferem-empresas-com-compromisso-ambiental Acesso em: 16 ago. 2026.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMBALAGEM (ABRE). **ESG: brasileiros preferem empresas com compromisso ambiental.** São Paulo: ABRE, 2024. Disponível em: https://www.abre.org.br/sustentabilidade/esg-brasileiros-preferem-empresas-com-compromisso-ambiental/. Acesso em: 24 ago. 2026.

COMMON, Michael; STAGL, **Sigrid.** ***Ecological economics: an introduction***. 2. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

COMPANIESMARKETCAP. **Schneider Electric (SU.PA) - Market capitalization.** Disponível em: https://companiesmarketcap.com/schneider-electric/marketcap Acesso em: 19 ago. 2026.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA (CNI). **Retratos da Sociedade: hábitos sustentáveis e consumo consciente.** Brasília, DF: CNI, 2024. Disponível em: https://www.portaldaindustria.com.br/estatisticas/rsb-57-habitos-sustentaveis-e-consumo-conscious/. Acesso em: 24 ago. 2026.

EXAME. **As 100 empresas mais sustentáveis do mundo segundo o ranking Corporate Knights**. Exame, ESG, 2024. Disponível em: https://exame.com/esg/as-100-empresas-mais-sustentaveis-do-mundo-segundo-o-ranking-corporate-knights Acesso em: 15 ago. 2026.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **ESG: uma nova forma de fazer negócios**. 2022. Disponível em: https://fiesc.com.br/pt-br/imprensa/esg-uma-nova-forma-de-fazer-negocios Acesso em: 15 ago. 2026.

FUNDAÇÃO VANZOLINI. **Indicadores ESG: entenda por que eles são essenciais para os negócios.** São Paulo: Fundação Vanzolini, 2024. Disponível em: https://vanzolini.org.br/noticias/sustentabilidade-indicadores-esg/. Acesso em: 27 maio 2026.

GASTALDI, Hélio; BRANCO, Priscilla. **ESG 360º: ranking de empresas Brasil.** São Paulo: Ipsos Brasil, 2024. Disponível em: https://www.ipsos.com/pt-br/esg-360/esg-360-ranking-de-empresas-brasil. Acesso em: 19 ago. 2026.

GLEICK, Peter H. **Water and conflict: fresh water resources and international security.** ***International Security***, Cambridge, v. 18, n. 1, p. 79-112, 1993. DOI: 10.2307/2539033.

GRUPO BOTICÁRIO. **Grupo Boticário é premiado por estratégia de centralidade do consumidor.** Disponível em: https://www.grupoboticario.com.br/midia/grupo-boticario-e-premiado-por-estrategia-de-centralidade-do-consumidor Acesso em: 19 ago. 2026.

IPSOS. Reputação 360º: **Brasileiro quer empresas e produtos sustentáveis, mas sem pagar mais por isso.** São Paulo: Ipsos Brasil, 2024. Disponível em: https://www.ipsos.com/pt-br/essentials-sustentabilidade. Acesso em: 19 ago. 2026.

MERCO. **Ranking Merco Responsabilidade e Governança Corporativa.** [S. l.]: Merco, 2024. Disponível em: https://www.merco.info/br/ranking-merco-responsabilidad-gobierno-corporativo. Acesso em: 15 ago. 2026.

MUNDO DO MARKETING. **Natura, Boticário e Google lideram ranking ESG: 75% querem que empresas paguem pela sustentabilidade.** [S. l.], 2024. Disponível em: https://mundodomarketing.com.br/natura-boticario-e-google-lideram-ranking-esg-75-querem-que-empresas-paguem-pela-sustentabilidade/. Acesso em: 19 ago. 2026.

NATURA COSMÉTICOS. **Natura completes Natura &Co incorporation, to trade as NATU3.** São Paulo: Natura Relações com Investidores, 4 jul. 2025. Disponível em: https://ri.natura.com.br/en/noticias/natura-completes-natura-and-co-incorporation-to-trade-as-natu3/. Acesso em: 19 ago. 2026.

NATURA. **Amazônia: como Natura Ekos cuida da floresta e de quem vive nela**. São Paulo: Natura, 2024. Disponível em: https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/amazoniaekos. Acesso em: 19 ago. 2026.

PORTAL DA INDÚSTRIA. **ESG: entenda o que é e qual a sua relevância. Indústria de A a Z.** [s.d.]. Disponível em: https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/esg-o-que-e Acesso em: 15 ago. 2026.
PUCRS ONLINE. **ESG: o que significa essa sigla e qual é a sua importância?** 2022. Disponível em: https://online.pucrs.br/blog/esg Acesso em: 15 ago. 2026.

RAWORTH, Kate. **Economia Donut: uma alternativa ao crescimento a qualquer custo.** Tradução de George Schlesinger. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2019. 336 p.