

Outubro 2026

TOP_{de} SUSTENTABILIDADE



**Relatório de Boas
Práticas das
Organizações
Homenageadas**



Estes são os **PREMIADOS**



Organizações **Homenageadas**



Destaques **Socioambientais**

Destaque **Social**



Destaque **Ambiental**



PREFEITURA DE
SÃO PAULO



Chamado para a ação e reconhecimento

O tema sustentabilidade está na pauta principal das lideranças públicas e privadas. Os eventos climáticos extremos refletem na sociedade impactos agora percebidos por todos, no Brasil e no mundo.

A nossa nave-mãe, a Terra, clama por medidas imediatas de redução dos gases de efeito estufa, em favor de uma melhor qualidade de vida.

Esses impactos estão cada vez mais presentes no planejamento das organizações, que vêm adotando as práticas ESG em sua visão estratégica de gestão.

A 16ª edição da Pesquisa Nacional sobre Práticas Sustentáveis e Aplicação das Dimensões ESG nas Organizações, coordenada pelo IRES – Instituto ADVB de Responsabilidade Socioambiental e publicada em setembro/2025, demonstra o quanto ainda precisamos avançar em várias frentes.

O envolvimento de toda a cadeia de valor é fundamental para a consistência e a continuidade das práticas sustentáveis.

No entanto, é necessário fazermos mais e mais rápido.

Neste contexto, o IRES lança a Cartilha ESG, com base na Norma ABNT/2030-1, e o Ranking ESG, plataforma de avaliação e acompanhamento do grau de maturidade das organizações.

Em 2025, lançou também o “Movimento pela Sustentabilidade”, para promover o engajamento coletivo da sociedade e a mobilização permanente pela causa.

Nós, da ADVB e do IRES, estamos há muito tempo fazendo a nossa parte!

O TOP de Sustentabilidade é um desses instrumentos: expõe à sociedade e, em especial, ao meio empresarial a exemplaridade de boas práticas, demonstrando que atividades sustentáveis são robustas e valorizam a reputação.



DIVULGAÇÃO

LÍVIO GIOSA é Presidente da ADVB – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil, Presidente do IRES – Instituto ADVB de Responsabilidade Socioambiental

Nesta 29ª edição, identificamos as organizações que melhor aderiram às boas causas sociais, ambientais e de governança, demonstrando que é possível transformar e fazer a sua parte nesta verdadeira jornada sustentável nos negócios e na sociedade.

Os homenageados deixam um legado cujos atos atingem um coletivo maior e dão esperança à humanidade.

Bons momentos estes, a favor da melhor governança, dos projetos sociais e de ações ambientais progressivas e inspiradoras, que marcam as gerações futuras pelo exemplo e as levam para um mundo melhor! ●



**ADVB – ASSOCIAÇÃO DOS DIRIGENTES
DE VENDAS E MARKETING DO BRASIL**

DIRETORIA EXECUTIVA

PRESIDENTE

Lívio Antonio Giosa

VICE-PRESIDENTES ELEITOS

Pedro Luiz Dias

Leandro Frederico Monteiro

Roger Maciel de Oliveira

Leonardo Fonseca Netto

Valéria Nídia Bueno

VICE-PRESIDENTE DE COMUNICAÇÃO

Beto Marques

CONSELHO CONSULTIVO

PRESIDENTE

Ney Zanella dos Santos

VICE-PRESIDENTE

Marcelo Rozenberg

SECRETÁRIO

Miguel Ignatios

**FBM – FUNDAÇÃO BRASILEIRA
DE MARKETING**

PRESIDENTE

Miguel Ignatios

PRESIDENTE EXECUTIVO

Cláudio Conz

**ADVB – Associação do Dirigentes de Vendas
e Marketing do Brasil**

FBM – Fundação Brasileira de Marketing

**IRES – Instituto ADVB de
Responsabilidade Socioambiental**

Rua Vergueiro, 875 – conj. 132
São Paulo – SP – CEP 01504-001
Tel: (11) 3287-0000
advb@advb.org | www.advb.org



MANTENEDORAS



**TOP DE SUSTENTABILIDADE ADVB 2026
29ª EDIÇÃO**

EMPRESA RESPONSÁVEL

Pan Brasil Comunicação Empresarial
www.panbrasil.com.br

EDITOR-CHEFE

Paulo Pandjarian, MSc (USP)
(Mtb 25.195)

DIAGRAMAÇÃO | CAPA

Purim Comunicação Visual

SUMÁRIO

PALAVRA DO PRESIDENTE	03
PALAVRA DO PRESIDENTE DO CONSELHO CONSULTIVO	05
ORGANIZAÇÕES HOMENAGEADAS	06
CIDADE CENTER NORTE	09
ELECTROLUX	12
INSTITUTO JÔ CLEMENTE	15
LORD	18
TOPMED	21
VR	24
DESTAQUES SOCIOAMBIENTAIS	26
DESTAQUE SOCIAL: ESPRO	26
DESTAQUE AMBIENTAL: PREFEITURA DE SÃO PAULO – PROGRAMA SÃO PAULO MAIS VERDE	28
PESQUISA IRES GRANT THORNTON DE SUSTENTABILIDADE	32
RANKING ANUAL E CARTILHA ESG DO IRES	36
PALAVRA DOS COORDENADORES DO IRES	37
PALAVRA DO SECRETÁRIO DO CONSELHO CONSULTIVO	38
PALAVRA DO PRESIDENTE DA FBM	

Quando a reputação passa a ser medida em atitudes

Durante muito tempo, o trabalho de quem vende e comunica foi convencer. Hoje, é comprovar. O consumidor compara, o investidor audita, o colaborador cobra e as redes sociais expõem, em minutos, qualquer distância entre a promessa de uma marca e a sua conduta. Nesse ambiente, sustentabilidade deixou de ser um capítulo do relatório anual para se tornar parte do próprio produto que se oferece ao mercado.

Para quem reúne dirigentes de vendas e marketing, essa mudança pesa ainda mais: somos nós que traduzimos a estratégia das empresas em mensagens. Sem fatos por trás delas, o que está em jogo é a credibilidade, o ativo mais difícil de reconstruir.

Muitas grandes empresas brasileiras já publicam, há mais de duas décadas, relatórios de sustentabilidade em padrões internacionais (GRI, SASB e TCFD), auditados por terceiros. A CVM e a B3 vêm ampliando as exigências, como o informe “Relate ou Explique” da Resolução CVM 59.

Agora, de acordo com a Resolução CVM nº 244, a partir de 2027, as companhias abertas que optarem por não publicar o relatório financeiro de sustentabilidade deverão divulgar um comunicado ao mercado explicando formalmente os motivos da decisão da administração.

É nesse cenário que o TOP de Sustentabilidade ADVB ganha relevância renovada. O prêmio valoriza justamente aquilo que o mercado passou a exigir: resultados demonstráveis, continuidade no tempo e coerência entre o que se faz e o que se diz. As organizações reconhecidas nesta edição mostram que é possível crescer e gerar valor cuidando de pessoas, comunidades e recursos naturais, sem precisar exagerar uma vírgula na hora de contar essa história.

Há ainda uma lição que vale para todo líder empresarial: sustentabilidade não se delega a um departamento. Ela depende de decisões tomadas no



DIVULGAÇÃO

NEY ZANELLA é Presidente do Conselho Consultivo da ADVB – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil

conselho, na diretoria, na área comercial e no chão de fábrica. Os cases desta publicação são, antes de tudo, histórias de lideranças que assumiram esse compromisso pessoalmente.

Em nome do Conselho Consultivo da ADVB, cumprimento os homenageados e as equipes que tornaram esses projetos realidade. Que eles sirvam de referência para quem está começando e dê estímulo para quem já avançou e sabe que, nesse caminho, não existe linha de chegada.

Sustentabilidade não se anuncia. Se comprova. ●



Organização Homenageada

Cidade Center Norte



Central de Gerenciamento de Resíduos (CGR), que promove a destinação adequada dos materiais e fortalece a economia circular

Impacto que constrói cidade

A Cidade Center Norte foi reconhecida no **Prêmio TOP de Sustentabilidade ADVB 2026**, reforçando uma trajetória construída a partir da integração da sustentabilidade à estratégia do negócio. A conquista evidencia a evolução de um modelo de gestão orientado à geração de impacto positivo para pessoas, negócios, comunidade e território.

Essa trajetória ganhou estrutura em 2018, com a criação de uma área dedicada à sustentabilidade, e avançou em 2022, com o início da jornada para a certificação do Sistema B. O processo mobilizou mais de 20 departamentos em cinco frentes: governança, trabalhadores, comunidade, clientes e meio ambiente, fortalecendo indicadores, metas ESG, mecanismos de governança e ações de engajamento interno.

Em junho de 2024, os Shoppings Center Norte e Lar Center e o Expo Center Norte conquistaram a certificação Sistema B, tornando-se pioneiros globais em

seus segmentos. Mais do que um selo, a metodologia tornou-se uma ferramenta para transformar a gestão e fortalecer uma cultura organizacional orientada pela sustentabilidade.

Em 2025, essa evolução ganhou um novo capítulo com o lançamento da Estratégia de Sustentabilidade 2030, desenvolvida a partir da Dupla Materialidade e da escuta de stakeholders. Nove temas materiais passaram a orientar os compromissos da companhia e seus próximos passos.

Os resultados já estão presentes na operação. Desde 2023, 100% do consumo de energia elétrica é proveniente de fontes renováveis e, desde 2024, a companhia neutraliza 100% de suas emissões residuais de carbono, com mais de 6 mil toneladas de CO² compensadas. Na gestão hídrica, as Estações Produtoras de Água de Reúso do Shopping Center Norte e do Expo Center Norte contribuem para que

A TRANSFORMAÇÃO JÁ COMEÇOU.

CIDADE CENTER NORTE, O MAIS COMPLETO
BAIRRO DE VIDA PLANEJADA DO BRASIL.

ACESSE E SAIBA MAIS 



Um lugar feito para morar e viver com segurança 24h e lazer integrado.
Da Zona Norte para a Zona Norte.

SHOPPINGS, LAZER
E ENTRETENIMENTO

RESIDENCIAIS
E HOSPITALIDADE

PRÉDIOS COMERCIAIS E
POLOS DE SAÚDE E EDUCAÇÃO

CENTROS DE
EXPOSIÇÃO E EVENTOS



SEGURANÇA COM
MONITORAMENTO 24H



MOBILIDADE E CONEXÃO
COM O TERMINAL TIETÊ

VISITE A CASA CIDADE CENTER NORTE
NO ESTACIONAMENTO B DO SHOPPING CENTER NORTE

11 5128-4636

 CENTERNORTEINC.COM.BR



CIDADE CENTER NORTE
Norte com tudo

Perspectiva artística preliminar aérea da futura Cidade Center Norte com foto inserção. Todas as imagens são meramente ilustrativas e poderão sofrer alterações, inclusive de uso e destinação a critério do desenvolvedor.



os empreendimentos já evitem o consumo de 17,4% de água potável, avançando em direção à meta de 30% até 2030.

O impacto também alcança a comunidade. A Horta Social já compostou 61 toneladas de resíduos orgânicos e contribuiu para a alimentação de mais de 11.400 pessoas. O Farol Norte capacitou mais de 700 pessoas em cursos profissionalizantes gratuitos, enquanto o Hub de Empregabilidade contribuiu para mais de 300 contratações. Os Quiosques Solidários envolveram cerca de 270 mulheres e geraram mais de R\$ 250 mil em renda.

Internamente, a sustentabilidade também se fortalece como parte da cultura da organização. Em 2025, 100% da companhia participou de agendas sobre sustentabilidade e sobre as metas da Estratégia 2030, além de iniciativas como a Semana de Sustentabilidade e o game “Compromissos Estratégicos 2030”.

O reconhecimento no TOP de Sustentabilidade ADBV 2026 representa mais um marco dessa trajetória e ganha ainda mais relevância diante do novo momento da Cidade Center Norte. Os aprendizados e avanços construídos estabelecem uma base ESG sólida para orientar o desenvolvimento territorial e a expansão do futuro bairro planejado da companhia.

É uma nova era para a Cidade Center Norte, em que sustentabilidade e desenvolvimento caminham juntos para transformar o território e gerar valor no



Estação Produtora de Água de Reúso (EPAR) do Expo Center Norte, que reduz o consumo de água potável por meio do tratamento e reúso da água



DIVULGAÇÃO

O Sistema B nos ajudou a entender se estávamos na direção certa e, principalmente, a acelerar nossa evolução como uma empresa comprometida em gerar impacto positivo. Mais do que conquistar um selo, ser Empresa B representa fazer parte de um movimento no qual acreditamos e assumir a responsabilidade de transformar compromissos em prática. Toda ação gera um impacto, e nossa missão é fazer com que o impacto dos nossos negócios seja cada vez mais positivo para as pessoas, para o território e para o planeta. Essa jornada fortaleceu nossa governança, envolveu diferentes áreas e trouxe aprendizados que hoje fazem parte da forma como conduzimos o negócio e olhamos para o futuro. A certificação nunca foi um fim, mas um meio para continuarmos evoluindo e construindo uma Cidade Center Norte cada vez mais sustentável, responsável e preparada para os próximos capítulos do seu desenvolvimento.

Daniela Pavan,
Diretora de Sustentabilidade
e do Instituto Center Norte



longo prazo. Mais do que reconhecer o caminho percorrido, o prêmio reforça a força de uma estratégia preparada para impulsionar os próximos capítulos da Cidade Center Norte e ampliar seu impacto positivo para as futuras gerações. ●



Organização Homenageada

Electrolux



Sustentabilidade que gera valor em toda a cadeia

Transformar compromissos de sustentabilidade em decisões concretas de negócio é um dos principais desafios das empresas. No Electrolux Group, essa visão passa não apenas pelo desenvolvimento de produtos e pelas operações industriais, mas por toda a cadeia de valor.

Foi a partir desse princípio que a companhia desenvolveu, em parceria com o Itaú BBA e o CDP, uma iniciativa de Risco Sacado ESG voltada a fornecedores. O modelo utiliza uma ferramenta tradicional de gestão financeira para incentivar avanços socioambientais na cadeia, oferecendo condições mais vantajosas aos parceiros que atendem aos critérios estabelecidos pelo programa.

A iniciativa considera tanto o desempenho ambiental avaliado a partir dos critérios do CDP quanto aspectos sociais, trabalhistas e de direitos humanos ligados ao Responsible Sourcing Program do Electrolux Group.

Na prática, o programa cria uma conexão direta entre desempenho em sustentabilidade e benefício econômico. Fornecedores elegíveis podem antecipar recebíveis utilizando o risco de crédito do Electrolux Group, favorecendo liquidez e acesso a condições financeiras mais competitivas.



Electrolux Group é reconhecido no TOP de Sustentabilidade ADBV 2026 por iniciativa que conecta critérios ESG a benefícios financeiros para fornecedores





O modelo parte de uma convicção: para avançar em compromissos ambientais de longo prazo, é necessário mobilizar também o ecossistema que participa da construção dos produtos. Materiais, componentes, processos produtivos e desempenho dos parceiros influenciam a pegada ambiental da cadeia e tornam o engajamento dos fornecedores uma dimensão importante da estratégia climática da companhia.

Até julho de 2026, mais de US\$ 20 milhões em pagamentos a fornecedores haviam sido negociados por meio da iniciativa. Mais do que o volume financeiro, porém, o projeto demonstra como mecanismos existentes no negócio podem ganhar uma nova função quando critérios de sustentabilidade passam a fazer parte das decisões empresariais.

Essa lógica está conectada a uma agenda mais ampla do Electrolux Group. Em sua estratégia global, a companhia estabeleceu para 2030 a meta de reduzir em 85% as emissões absolutas de Escopos 1 e 2 e em 42% as emissões absolutas de Escopo 3 contempladas pela meta, tomando 2021 como ano-base. Também pretende alcançar 35% de conteúdo reciclado entre aço e plásticos utilizados nos produtos.

Em 2025, a companhia já havia alcançado redução de 45% das emissões de carbono nas operações e de 33% nas emissões associadas aos produtos, em comparação com 2021.



DIVULGAÇÃO

Este reconhecimento mostra, na prática, o que buscamos quando falamos em integrar sustentabilidade à estratégia do negócio. Temos metas ambiciosas de longo prazo, mas sabemos que nenhuma empresa transforma uma cadeia de valor sozinha. Precisamos construir essa evolução junto aos nossos fornecedores, parceiros e consumidores. O Risco Sacado é um exemplo de como podemos usar os próprios mecanismos do negócio para estimular essa transformação, conectando sustentabilidade, competitividade e geração de valor. Nossa ambição é continuar avançando com soluções que tragam resultados concretos hoje e contribuam para nossa meta de zerar emissões de carbono na cadeia de valor até 2050.

Eduardo Mello,
CEO do Electrolux
Group América Latina



É nesse contexto que o Risco Sacado ESG ganha relevância. Em vez de tratar sustentabilidade como uma agenda paralela, a iniciativa a incorpora a instrumentos financeiros e ao relacionamento com parceiros estratégicos. O reconhecimento no TOP de Sustentabilidade ADBV 2026 reforça uma visão que orienta a companhia: metas de longo prazo exigem transformação concreta nas decisões tomadas hoje. ●



Electrolux

Sua casa bem vivida.

100 anos Brasil

Há 100 anos no Brasil celebrando encontros especiais



Organização Homenageada

Instituto Jô Clemente



Programa Integrado de Voluntariado Corporativo Inclusivo que gera inclusão e impacto social

O **Programa de Voluntariado Corporativo, do Instituto Jô Clemente (IJC)**, transforma o engajamento das empresas em experiências de responsabilidade social que conectam propósito, inclusão e impacto. Com participação ativa de pessoas com Deficiência Intelectual, Transtorno do Espectro Autista (TEA), Doenças Raras e suas famílias, amplia oportunidades de autonomia, participação e transformação social.

Seu diferencial está na forma como o voluntariado é construído: o IJC identifica as necessidades reais dos públicos atendidos e desenvolve, com as empresas parceiras, jornadas de voluntariado planejadas, acessíveis, acompanhadas por equipes técnicas e orientadas por resultados.

A atuação fortalece uma visão contemporânea do voluntariado corporativo, alinhada aos princípios de

ESG, Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e responsabilidade social, contribuindo para mudanças concretas para as pessoas atendidas e voluntárias.

Ao aproximar empresas de diferentes realidades e colocar a inclusão no centro das experiências, o Programa contribui para relações mais conscientes, ambientes diversos e mais oportunidades para todas as pessoas.

Voluntariado Corporativo em ação e o impacto social

Cada jornada envolve diagnóstico, planejamento, sensibilização sobre diversidade, equidade e inclusão, preparação, realização das atividades e avaliação. O modelo conecta o compromisso social das empresas a iniciativas de Inclusão Profissional de pessoas com deficiência, geração de renda de familiares em vulne-

CUIDE DE QUEM PRECISA

Pessoas com Deficiência Intelectual,
Transtorno do Espectro Autista (TEA)
e Doenças Raras precisam da sua ajuda!

Conheça algumas formas de contribuir:

Doações

Nota Fiscal Paulista

Voluntariado

Parcerias Empresariais

Bazar

Projetos Incentivados

**Escaneie
o QR Code
e saiba mais!**



**Há 65 anos, o Instituto Jô
Clemente (IJC) amplia
caminhos para que mais
pessoas construam o
próprio futuro.**

Do **nascimento**, com o Teste do
Pezinho, à **longevidade**,
promovemos qualidade de
vida, autonomia e inclusão para
as pessoas que atendemos e
suas famílias.

iic
INSTITUTO
Jô Clemente
Pioneirismo, Ciência e Inclusão da Pessoa
com Deficiência Intelectual, Transtorno do
Espectro Autista (TEA) e Doenças Raras

65
anos
É da gente sorrir
para o futuro.



www.ijc.org.br



@institutojoclemente



@cnrije



Instituto Jô Clemente - IJC



IJC - Instituto Jô Clemente



rabilidade social, o acesso à informação e a qualificação dos espaços de atendimento.

Entre janeiro de 2025 e junho de 2026, foram realizadas 20 ações de voluntariado, com a participação de 206 pessoas voluntárias de empresas, 331 pessoas impactadas diretamente e 963 indiretamente. Os indicadores refletem diferentes modalidades de parceria e a capacidade de adaptação da iniciativa.

O Programa contempla mentorias de Inclusão Profissional para pessoas com deficiência, com orientações sobre entrevistas, comunicação e rotina de trabalho, além do Programa EMPREENdi, que apoia familiares de pessoas com deficiência em vulnerabilidade social e econômica por meio do empreendedorismo, com capacitações e bazares em empresas parceiras.

Também fazem parte do portfólio a criação de jardins sensoriais e revitalização de ambientes, iniciativas de educação financeira, ações de apoio à alimentação restritiva de crianças com Fenilcetonúria e atividades de sensibilização sobre acessibilidade e enfrentamento ao capacitismo.

Experiência que transforma empresas

As pessoas atendidas pelo Instituto Jô Clemente (IJC) participam como beneficiárias, protagonistas e, em determinadas ações, como voluntárias. A experiência favorece trocas e amplia o repertório dos profissionais envolvidos.



DIVULGAÇÃO

O Voluntariado Corporativo tem ainda mais valor quando é construído a partir da escuta, da inclusão e da participação ativa das pessoas atendidas. Ao conectar empresas a causas e necessidades reais, criamos experiências que ampliam oportunidades, fortalecem vínculos e geram impacto para todas as pessoas envolvidas. Receber o Prêmio TOP de Sustentabilidade reconhece a consistência do nosso trabalho e reforça a importância de um voluntariado profissionalizado, capaz de transformar engajamento em impacto social duradouro.

Daniela Mendes,
Superintendente Geral do
Instituto Jô Clemente (IJC)



Nas avaliações das jornadas, 100% dos respondentes recomendariam a experiência; 89,5% perceberam contribuição para o trabalho em equipe e 78,9% destacaram ganhos em escuta ativa e sensibilidade à diversidade.

Com metodologia replicável, indicadores e acompanhamento técnico, o IJC fortalece o relacionamento com empresas e amplia oportunidades de mobilização de recursos. A iniciativa reforça que a responsabilidade social gera mais valor quando é construída com a participação ativa de quem vivencia os desafios da inclusão. ●



LORD[®]
Soluções plásticas

Organização Homenageada

Lord



A Lord e ASCARMAN vencem Prêmio Top de Sustentabilidade ADVB/SP 2026

A Lord, referência nacional em soluções de embalagens plásticas flexíveis, em parceria com a ASCARMAN (Associação de Catadores de Materiais Recicláveis do Estado do Amazonas), foi contemplada com o prestigiado Prêmio TOP de Sustentabilidade ADVB 2026, concedido pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil. O reconhecimento celebra o sucesso do patrocínio e da cooperação voltados para a promoção da economia circular e inclusão socioeconômica.

O Prêmio TOP de Sustentabilidade ADVB destaca anualmente cases corporativos e projetos institucionais de alto impacto que combinam responsabili-



Uma iniciativa que impacta o ecossistema de reciclagem em Manaus, unindo impacto social, dignidade para os catadores e conservação ambiental na Amazônia





dade social, inovação e sustentabilidade ambiental.

A parceria firmada em 2026 com a ASCARMAN tem como objetivo contribuir para a redução da poluição plástica e promover a inclusão socioeconômica dos catadores de materiais recicláveis. O apoio da Lord combina a destinação ambientalmente adequada dos resíduos com ações de apoio social, para garantir a rastreabilidade em todas as etapas do processo.

A união entre as duas organizações conecta diferentes etapas de uma mesma cadeia de valor em prol do meio ambiente. Com mais de 55 anos de história, a Lord consolidou sua trajetória na indústria de embalagens flexíveis com base na inovação técnica e no compromisso de fechar o ciclo dos resíduos industriais e pós-consumo. Do outro lado dessa aliança, a ASCARMAN desempenha um papel histórico no estado do Amazonas, atuando na organização socioeconômica de dezenas de famílias e garantindo que toneladas de materiais recicláveis deixem de poluir os rios e igarapés da região.

Para a ASCARMAN, o prêmio simboliza a visibilidade e o respeito ao trabalho fundamental realizado diariamente pelos profissionais da reciclagem no Amazonas, mostrando a importância da integração entre o setor produtivo e o trabalho comunitário de base.

A parceria com a Lord mudou a realidade da nossa associação. Hoje, além de melhores condições de trabalho e aumento de renda, estamos vivendo algo muito importante: o reconhecimento e a valorização dos catadores de materiais recicláveis do Amazonas. Mais do que apoiar uma associação, a Lord olha para nós como pessoas, reconhece a nossa dignidade e en-



DIVULGAÇÃO

Receber o Prêmio TOP de Sustentabilidade ADVB 2026 é a validação de que a indústria e a comunidade podem caminhar juntas na construção de um futuro sustentável. Essa aliança reforça o nosso compromisso com a economia circular, onde a preservação do ecossistema amazônico anda lado a lado com a valorização e a dignidade dos catadores de recicláveis, que são os verdadeiros heróis dessa cadeia.

Maria Claudia Muraro,
Gerente de Marketing
e Sustentabilidade da Lord



tende que o nosso trabalho é essencial para o mundo. Porque nós não queremos apenas ser ouvidos, queremos que o nosso trabalho seja reconhecido, respeitado e valorizado. E quando uma empresa acredita nos catadores, ela não transforma apenas a reciclagem, ela transforma vidas e fortalece toda uma categoria. Andreia soares - Catadoras/secretaria geral ASCARMAN

Com o reconhecimento do Prêmio TOP de Sustentabilidade ADVB 2026, a Lord e a ASCARMAN reafirmam o compromisso de expandir suas ações conjuntas, servindo de modelo de ESG para o setor industrial e para a promoção do desenvolvimento sustentável. ●



Sustentabilidade não é apenas o que fazemos. É parte de quem somos.

Na **LORD**, integramos
responsabilidade ambiental,
desenvolvimento social e inovação à
maneira como pensamos, produzimos
e conduzimos nossos negócios.



Ambiental

Economia circular
e soluções mais
sustentáveis



Social

Educação ambiental
e desenvolvimento
das comunidades



Governança

Transparência
ética e gestão
responsável



LORD[®]

Inovação que transforma.
Sustentabilidade que nos move.

**VENCEDORA DO PRÊMIO
TOP DE SUSTENTABILIDADE
ADVB/SP 2026**

lord.com.br





Organização Homenageada

TopMed



Equipe e participantes em uma ação do AuroraCare no Pará

TopMed: 20 anos de inovação para aproximar o cuidado de quem mais precisa

Há 20 anos, a TopMed ajuda a construir a trajetória da telessaúde no Brasil. Pioneira no setor, a empresa combina tecnologia e atuação de profissionais de saúde para tornar o cuidado mais acessível, sem perder de vista o que importa: as pessoas. Seu propósito de cuidar e transformar vidas por meio de uma saúde digital acessível e humana ganha força quando a inovação chega a quem enfrenta as maiores barreiras para buscar atendimento.

Foi com esse olhar que a TopMed desenvolveu o AuroraCare, iniciativa reconhecida pelo Prêmio TOP de Sustentabilidade ADBV (SP). Na 29ª edição da premiação, a empresa é uma das organizações homenageadas pelo projeto realizado no Pará. O caso mostra uma dimensão concreta da sustentabilidade em saúde: reduzir desigualdades de aces-

so com uma solução adaptada às condições dos territórios e conectada à continuidade do cuidado.

Onde a prevenção encontra barreiras

Para muitas mulheres, cuidar da saúde das mamas não depende apenas da decisão de procurar um serviço. Distância, transporte, oferta local de exames e informação também determinam se a prevenção será possível. Em regiões com grandes vazios assistenciais, essas barreiras podem manter mulheres por anos fora da jornada de cuidado.

O AuroraCare inclui uma jornada estruturada para oferecer uma avaliação inicial das mamas em ações itinerantes. A solução utiliza imagem termográfica captada por equipamento portátil e análise assistida por inteligência artificial para identificar padrões que indiquem

Telessaúde que cuida das pessoas e também cuida do mundo onde elas vivem.

A TopMed é uma healthtech catarinense que há 20 anos transforma inovação em acesso à saúde de qualidade no mercado público em mais de 40 municípios e privado com mais de 60 organizações. Nossa tecnologia aproxima o atendimento de quem precisa, onde quer que a pessoa esteja. No caminho, 385 milhões de quilômetros já deixaram de ser percorridos, 124 mil toneladas de CO2 deixaram de ser emitidas na atmosfera, impacto equivalente ao plantio de mais de 15,2 milhões de árvores. Um cuidado com as pessoas que se estende também ao meio ambiente.

+20M

de atendimentos realizados

91%

de resolutividade no pronto atendimento virtual

NPS
95

de satisfação e segurança

+380 mil

atendimentos por mês

60s

de tempo médio de espera



2026 PARTICIPANT

Signatária do Pacto Global da ONU. Conheça nossos compromissos com uma saúde acessível e sustentável em topmed.com.br





necessidade de investigação adicional. O resultado fica disponível em cerca de cinco minutos, permitindo orientar a paciente sobre os próximos passos.

A tecnologia não substitui a mamografia nem estabelece diagnóstico de câncer. Seu papel na iniciativa é apoiar a triagem e o encaminhamento para avaliação médica e exames complementares quando indicados.

Uma ação desenhada para chegar mais longe

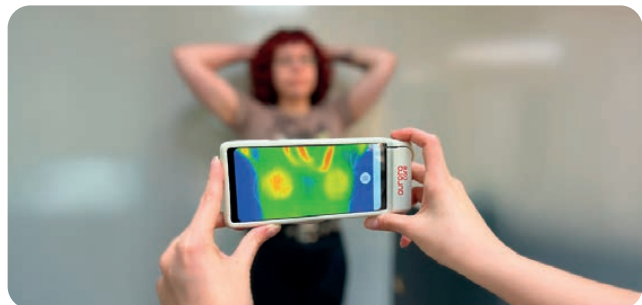
Ao longo de 40 dias, a campanha passou por 22 municípios do Pará, realizou mais de 30 ações itinerantes e avaliou mais de 4.770 mulheres. As equipes atuaram em áreas urbanas, comunidades rurais e ribeirinhas, comunidades quilombolas, aldeias indígenas e unidades do sistema prisional feminino.

O dado que melhor revela a necessidade de ampliar o acesso é este: 46,8% das mulheres atendidas nunca haviam realizado um exame preventivo das mamas. A avaliação de satisfação registrou NPS de 97, indicador da percepção positiva das participantes sobre a experiência de atendimento.

Em Marabá, município com a base de acompanhamento mais estruturada da campanha, 1.118 mulheres foram avaliadas. A partir dessa jornada, foram solicitadas 135 mamografias, realizadas oito biópsias e confirmados dois casos de câncer de mama. Esses números descrevem os resultados locais registrados; não devem ser extrapolados para toda a campanha.

Sustentabilidade que se traduz em acesso

O reconhecimento da ADBV destaca uma prática em que impacto social, organização assistencial



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

Celebrar os 20 anos da TopMed com o Prêmio TOP de Sustentabilidade da ADBV reafirma nosso compromisso com uma inovação que gera impacto real. O AuroraCare representa uma transformação disruptiva na prevenção do câncer de mama, utilizando tecnologia de ponta para ampliar o acesso à análise, ao rastreamento e ao cuidado, especialmente onde ele ainda não chega. É o nosso pioneirismo traduzido em ação: romper barreiras, transformar realidades e contribuir para salvar vidas.

Valda Stange,
CEO da TopMed



e inovação caminham juntos. A experiência do Pará mostrou a viabilidade operacional de levar uma avaliação inicial a contextos diversos. Também reforçou um cuidado indispensável: ampliar o acesso só produz valor quando as mulheres com achados suspeitos conseguem completar sua jornada para investigação e atendimento.

Ao completar 20 anos, a TopMed reafirma a escolha que orienta sua trajetória pioneira: usar a tecnologia como meio para aproximar pessoas do cuidado. O AuroraCare traduz essa escolha em ação — sair dos centros onde os serviços estão concentrados e encontrar mulheres que, muitas vezes, ainda não tiveram a oportunidade de começar sua jornada preventiva. ●



Organização Homenageada

VR



VR Convida Fornecedores

Case VR: ESG como eixo central do Programa de Governança VR

Com quase 50 anos de história, a VR é uma empresa brasileira cuja trajetória está ligada à nutrição, à saúde e ao bem-estar dos trabalhadores. Ao longo dos anos, ampliou sua atuação e hoje oferece soluções em benefícios, mobilidade, gestão de pessoas, marketplaces, ofertas e serviços financeiros. Presente no cotidiano de milhões de brasileiros, a VR tem como propósito facilitar a jornada do trabalhador e gerar impacto social positivo, oferecendo soluções seguras, eficientes e economicamente vantajosas para as empresas.

A estratégia institucional da VR está pautada em dois grandes direcionadores: promover o empoderamento econômico de trabalhadores, com o SuperApp como aplicativo viabilizador, e democratizar

o acesso à tecnologia para empresas, em especial PMEs, via plataforma SuperPortal.

Em 2023, a VR deu um novo passo na evolução de sua agenda ESG, com o apoio de consultorias renomadas no mercado, para dar tração às iniciativas já mapeadas pela companhia. Esse aprofundamento apontou oportunidades de fortalecer a estrutura de governança e o acompanhamento dos resultados. Em 2025, o Programa de Governança VR consolidou essa evolução, ao integrar e ampliar as frentes de gestão de riscos, controles internos, conformidade, cibersegurança e ESG.

Para orientar essa nova etapa, foram realizadas cinco frentes de diagnóstico, alinhadas à matriz de riscos corporativos e à análise de dupla materialidade em temas ESG, com foco em mitigação de vulnera-



bilidades. As recomendações, priorizadas por impacto e esforço, foram desdobradas em iniciativas e atividades distribuídas em ondas de execução até 2027. Na primeira onda, 95% das atividades foram concluídas.

No primeiro semestre de 2026, o indicador de maturidade em governança chegou a 41%, e os indicadores de mitigação dos riscos corporativos avançaram, em média, 3,5% ao mês. Os resultados são reportados à diretoria executiva e ao Comitê de Riscos e Compliance, do qual participa a CEO da empresa, Simone Marques.

Uma agenda em evolução

Alinhada a 10 dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, a agenda ESG tem o propósito de gerar impacto social. Uma das iniciativas que materializam esse compromisso é o Cartão Multi CUFA, o primeiro cartão co-branded de multibenefícios para empresas, lançado em 2026, que reverte parte do faturamento das recargas para projetos da Central Única das Favelas, sem custo adicional para os clientes.

Essa agenda também se traduz no inventário de emissões de gases de efeito estufa, na elaboração de relatório de sustentabilidade, na emissão de cartões em PVC reciclado e na adoção de critérios de diversidade nos processos seletivos. A VR é signatária do Pacto Global da ONU desde 2023.

Adicionalmente, o programa ampliou seu alcance com uma ação voltada aos fornecedores, para es-



CAUÉ DINIZ

Receber o Prêmio Top de Sustentabilidade ADBV 2026 é um reconhecimento que divido com cada pessoa que faz a VR acontecer. Ao longo de cinco décadas de história, aprendemos que a sustentabilidade só se mantém de pé quando tem uma governança sólida por trás, e foi essa convicção que nos levou a colocar o ESG no centro do nosso Programa de Governança. Encaramos esse caminho com determinação e espírito inovador, pensando no trabalhador que usa nossos serviços no dia a dia e nas empresas que cuidam de suas equipes. Acompanho essa agenda de perto, porque acredito que um ecossistema de soluções precisa gerar impacto real para a sociedade. Este prêmio nos dá energia para seguir em frente.

Simone Marques,
CEO da VR



1ª Semana de Governança

tratar o relacionamento e disseminar boas práticas de gestão empresarial e sustentabilidade.

No ambiente interno, a 1ª Semana de Governança VR mobilizou mais de 670 colaboradores em palestras e gamificações sobre governança corporativa, integridade, proteção de dados e boas práticas de uso da inteligência artificial. ●



A VR foi reconhecida no Prêmio Top de Sustentabilidade ADVB/SP 2026, com o Programa de Governança VR.

Uma conquista que reforça nosso compromisso com a sustentabilidade, governança corporativa e a geração de impacto social positivo.

Porque acreditamos que evoluir também é construir um futuro melhor, com atitudes que fazem a diferença na vida das pessoas.



Evoluir faz parte da **gente.**



facilita a vida



Destaque Social

Espro



DIVULGAÇÃO

Empregabilidade jovem: onde o “S” do ESG ganha consequência

O pilar Social do ESG ainda é tratado como soma de ações: beneficiários, horas de formação, recursos destinados. São indicadores importantes, mas insuficientes. Impacto social começa quando oportunidades deixam de ser pontuais e passam a alterar trajetórias.

Para a juventude, isso exige mais que abrir vagas. A entrada qualificada no mundo do trabalho combina formação, desenvolvimento socioemocional, orientação profissional, acompanhamento social e acesso real a oportunidades além do emprego. Quando essas frentes se integram, inclusão produtiva também se torna estratégia de talentos e redução de desigualdades.

Em 47 anos, o Espro já encaminhou mais de 725 mil jovens socialmente vulneráveis ao primeiro emprego qualificado e realizou mais de 1,5 milhão de atendimentos sociais. Até 2030, vai superar 1 milhão



DIVULGAÇÃO

O grande desafio do Terceiro Setor é trabalhar continuamente para entender e reduzir as desigualdades do país, por meio da intervenção estruturada nos territórios, capacitando, habilitando e inspirando jovens a tornarem-se protagonistas dos seus futuros. Mas nada disso acontece sem um projeto de formação estruturado, com métricas claras e replicáveis, execução disciplinada e uma forte parceria com as empresas.

Alessandro Saade,
superintendente executivo
do Espro



de jovens impactados. O dado mais relevante, porém, vem depois: um ano após a aprendizagem no Espro, 73% dos jovens permanecem ocupados.

Ao conectar necessidades das empresas e reduzir barreiras das juventudes, o Espro transforma experiência social, formação e mensuração de impacto em contribuição estratégica para agendas corporativas de ESG — com resultados que podem ser acompanhados além da ação imediata. Cada vez mais empresas reconhecem o valor dessa parceria com organizações sólidas do Terceiro Setor, que permite construir em conjunto programas de impacto social duradouro. ●

A gente cuida da juventude e a sociedade reconhece!

Há 47 anos, transformamos vidas conectando o potencial dos jovens às oportunidades do mercado de trabalho.

Nossos programas de formação, aprendizagem e estágio, contribuem para novos futuros: para as empresas, para os jovens e para o Brasil.

Obrigado, ADVB, pelo Prêmio Destaque Social!

Victor Lucas
Jovem Embaixador Espro



Acesse
o nosso site
e saiba mais



Destaque Ambiental

Prefeitura Municipal de São Paulo Programa São Paulo Mais Verde



DIVULGAÇÃO

Bosques Urbanos ampliam áreas verdes e transformam paisagem da capital paulista

Terrenos ociosos, pontos de descarte de entulho e grandes canteiros dão lugar a núcleos de reflorestamento na capital paulista. Os Bosques Urbanos, iniciativa da Prefeitura, já somam 20 áreas, com até 6°C a menos que o asfalto vizinho.

Executado pela Secretaria Municipal das Subprefeituras (SMSUB), o projeto tem outras 30 unidades em implantação e mais de 24 mil mudas. A meta é chegar a 50 bosques até 2028, como estratégia de resiliência climática.

O centro concentra 13 bosques, plantados em canteiros de avenidas e alças de viadutos. Além de

atenuar as ilhas de calor, eles formam corredores ecológicos entre manchas verdes.

Os espaços levam nomes de aves nativas e recebem espécies que as alimentam, como os jerivás do pioneiro Bosque das Maritacas, de 2019.

Pelo programa Adote um Bosque, moradores, associações e empresas podem assumir os cuidados das áreas, com supervisão de um profissional habilitado. ●



DIVULGAÇÃO

Os bosques são mini ecossistemas que promovem a fauna, a flora e trazem para a cidade resfriamento da temperatura e muitos benefícios ambientais. O compromisso da gestão Ricardo Nunes de cuidar de São Paulo também engloba essa atenção com o meio ambiente e com a qualidade de vida da população.

Fabrício Cobra,
Secretário Municipal
das Subprefeituras



BOSQUES URBANOS

para uma
São Paulo
mais verde.

20
inaugurados

+ 31
em implantação



Melhoram
a qualidade
do ar.



Reduzem a
temperatura
da cidade.



Protegem a
biodiversidade
urbana.



Mais qualidade
de vida para
a população.

São
Paulo
mais
verde



PREFEITURA DE
SÃO PAULO



ADOBE STOCK



ESG no Brasil: do discurso à prática

A sustentabilidade já não é mais um adereço no discurso corporativo brasileiro. Ela aparece cada vez mais como prioridade estratégica nas grandes e médias empresas, mas ainda com distância significativa entre intenção e prática. Essa é a mensagem central da 16ª edição da pesquisa nacional “Práticas Sustentáveis e Aplicação das Dimensões ESG nas Organizações Brasileiras”, realizada pelo IRES – Instituto ADVB de Responsabilidade Socioambiental em parceria com a Grant Thornton. O levantamento, que ouviu 78 líderes de Sustentabilidade e Finanças, traz um retrato

realista: 91% das empresas dizem ter o ESG em sua estratégia, mas quase metade não publica relatórios com dados concretos, e 80% sequer têm plano de compensação de carbono. Nesta edição da Pesquisa, a coordenação de conteúdo coube a Lívio Giosa, em nome do IRES e de Daniele Barreto e Silva, em nome da Grant Thornton.

O recorte exclusivo da pesquisa para o **Relatório de Boas Práticas do TOP de Sustentabilidade ADVB 2026** mostra que o ESG entrou na pauta, mas ainda não no DNA das companhias. A governança desponta

como ponto forte, mas os pilares social e ambiental continuam frágeis. A mensagem é clara: a pressão regulatória e dos investidores acelera o relógio, e os líderes de mercado precisam decidir se farão do ESG uma prática estruturada ou apenas uma vitrine.

ESG como discurso, não como prática

A pesquisa revela um paradoxo emblemático. De um lado, 91% das organizações declaram que atividades de sustentabilidade fazem parte da visão estratégica. De outro, 47,6% não publicam relatórios ESG e 43,5% não desenvolvem matriz de materialidade, ferramenta básica para definir prioridades e alinhar compromissos com stakeholders. Os números também expõem lacunas gritantes: 80% das empresas não possuem plano de compensação das emissões de gases de efeito estufa e 69% não têm Sistema de Gestão Ambiental certificado. São ausências que comprometem não apenas a transparência, mas também a credibilidade das ações anunciadas.

Essa distância entre discurso e prática é o terreno fértil para o greenwashing institucionalizado. Ao adotar a linguagem da sustentabilidade sem oferecer evidências consistentes, empresas arriscam transformar uma pauta estratégica em um risco reputacional. Investidores e consumidores, cada vez mais atentos, cobram indicadores mensuráveis e relatórios auditáveis. A ausência de métricas não é apenas uma falha de gestão; é uma ameaça direta à competitividade em um mercado global que já não aceita promessas vagas.

Em resumo, o ESG no Brasil ainda parece mais uma questão de posicionamento do que de execução. A adesão ao vocabulário da sustentabilidade é alta, mas o compromisso efetivo permanece limitado.

O social e o ambiental ficam para trás

Entre as três dimensões do ESG, a governança é a que mais avançou. 82% das empresas já incluem a sustentabilidade na agenda de conselhos e órgãos de governança, e 83% contam com sistemas de compliance ativos. Também se destacam a ado-

ção de códigos de ética (89%) e canais de denúncia voltados a direitos humanos (82%), sinalizando maturidade institucional.

Mas os dados também mostram a assimetria. No pilar social, 35% não possuem política de diversidade, equidade e inclusão, e quase metade não adota ações afirmativas. Questões como equidade de gênero, liderança feminina e inclusão de pessoas com deficiência continuam com baixa adesão. Embora alguns avanços em políticas de saúde e segurança ocupacional sejam evidentes — 83,6% possuem sistemas estruturados e 78,1% incorporam saúde mental em programas corporativos — a inclusão social ainda não é parte central da estratégia de muitas empresas.

Na dimensão ambiental, os números são ainda mais preocupantes. 88,6% não têm plano de compensação de emissões, 43,4% não realizam inventário de gases de efeito estufa, e 58,1% não adotam políticas de compras sustentáveis. Mesmo entre as que buscam reduzir emissões, as ações ainda são pontuais, com destaque para energia renovável e eficiência energética, mas sem escala suficiente para alterar a realidade.



O ESG no Brasil ainda parece mais uma questão de posicionamento do que de execução. A adesão ao vocabulário da sustentabilidade é alta, mas o compromisso efetivo permanece limitado



PESQUISA

Esse desequilíbrio entre governança robusta e fragilidades sociais e ambientais mostra que o ESG brasileiro ainda opera em “modo defensivo”: foca-se no compliance e no risco reputacional, mas pouco na criação de valor sustentável de longo prazo.

Reguladores e investidores: os verdadeiros aceleradores

Se as empresas ainda hesitam, reguladores e investidores assumem o papel de catalisadores. O avanço regulatório no Brasil é decisivo: as Resoluções da CVM (193, 217, 218, 219 e 227) alinham o país às normas internacionais IFRS S1 e S2, exigindo transparência financeira sobre riscos e oportunidades ligados à sustentabilidade. Isso significa que empresas de capital aberto terão de reportar informações ESG em padrão global, comparável e auditável. Não se trata mais de escolha, mas de obrigatoriedade. Para investidores, esse novo patamar aumenta a confiança e a capacidade de avaliar riscos de forma objetiva. Para as empresas, abre um divisor de águas: ou incorporam ESG de forma integrada ao negócio, ou perdem espaço para concorrentes mais preparados.

Além da regulação, há a pressão do capital. Fundos de investimento e grandes players globais já condicionam aportes à adoção de métricas ESG consistentes. Cadeias de fornecimento internacionais também exigem práticas sustentáveis como requisito de permanência. O ESG deixa de ser apenas reputação para se tornar licença de operação no mercado globalizado.

O retrato oferecido pela pesquisa do IRES em parceria com a Grant Thornton é direto: o ESG no Brasil está em transição entre discurso e prática. O tema já ganhou relevância estratégica, mas ainda carece de consistência. Há avanços em governança, mas defasagens evidentes em inclusão social e políticas ambientais.

Para líderes de mercado, a mensagem é inescapável. Sustentabilidade não é apenas uma bandeira reputacional; é um vetor de competitividade, acesso a capital e perenidade dos negócios. O momento exige deixar para trás as narrativas e construir métricas, metas e relatórios que resistam ao escrutínio público.

O ESG não é mais um diferencial — é o novo padrão. Quem não internalizar essa lógica corre o risco de transformar oportunidade em vulnerabilidade. ●



ADOBE STOCK

ASSOCIE-SE À ADVB.



ADVB[®]

Ninguém é líder por acaso.

Há 70 anos a ADVB - Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil constrói relacionamentos permanentes entre corporações, líderes empresariais e executivos, ampliando as oportunidades de negócios. Associando-se, você amplia seu networking, gera novas oportunidades de negócios e ainda aproveita benefícios exclusivos, com descontos em Congressos, Conferências, Cursos, Palestras, Fóruns e Eventos de Premiação. **Afinal, ninguém é líder por acaso.**

11 3287-0000
associado@advb.org
www.advb.org

70^{anos} ADVB[®]
Ninguém é líder por acaso.

Associação dos
Dirigentes de
Vendas e Marketing
do Brasil

CONHECIMENTO | RECONHECIMENTO | RELACIONAMENTO



ADOBE STOCK



ESG: do método à vitrine

Se a pesquisa nacional do IRES com a Grant Thornton mostrou que o ESG brasileiro ainda vive entre o discurso e a prática, o Instituto ADVB de Responsabilidade Socioambiental decidiu atacar o problema pela outra ponta: oferecer às empresas um caminho estruturado para tirar a agenda do papel e uma régua para medir quanto já avançaram. São duas iniciativas complementares. A Cartilha ESG na Prática, guia aplicado de 40 páginas baseado na ABNT PR 2030-1, organiza o “como fazer”. O Ranking Anual ESG 2027 – Vitrine ADVB de Boas Práticas transforma esse método em medição, mentoria e reconhecimento público, com adesões abertas de setembro a dezembro de 2026.

A lógica por trás das duas iniciativas é direta: o que não é medido dificilmente é gerenciado, e o que não é comprovado dificilmente convence. Ao ancorar a avaliação em evidências objetivas e em uma prática recomendada da Associação Brasileira de Normas

Técnicas, o IRES propõe trocar percepções subjetivas por informação verificável e comparável, justamente o que falta para afastar o risco do greenwashing.

ESG é modelo de gestão, não projeto

Coordenada por João Francisco de Carvalho Pinto Santos e Augusto Roque, com parceria técnica de ESG Soluções, Molécula e G,LM Assessoria Empresarial, a cartilha tem caráter orientativo: não transcreve a ABNT PR 2030-1, mas a traduz para a rotina de empresas de diferentes portes e setores.

A tese central aparece logo no primeiro capítulo: ESG deixou de ser diferencial para se tornar condição de competitividade, com efeito direto sobre risco, acesso a capital e reputação. E, por isso mesmo, não pode ser tratado como responsabilidade exclusiva do RH, do compliance, da área de sustentabilidade ou do marketing. Cada área tem seu papel, de finanças a su-

primentos. Ao marketing, a cartilha reserva um recado claro: adotar a sustentabilidade como pilar da marca, sem greenwashing, com dados específicos, confiáveis e rastreáveis.

Outro ponto sensível é o descompasso entre diretrizes e práticas. Políticas bem escritas que não são aplicadas nem monitoradas valem pouco; ações desconectadas de uma diretriz clara desperdiçam tempo e recursos. A maturidade ESG, resume o guia, só aparece quando a política do papel chega à operação.

Oito etapas, três dimensões

O coração da publicação é a jornada de implementação proposta pela ABNT PR 2030-1, em oito etapas: conhecer, definir a intenção estratégica, diagnosticar, identificar a materialidade, planejar, implementar, medir e monitorar e, por fim, relatar e comunicar. O percurso não é linear: etapas podem correr em paralelo ou ser revisitadas.

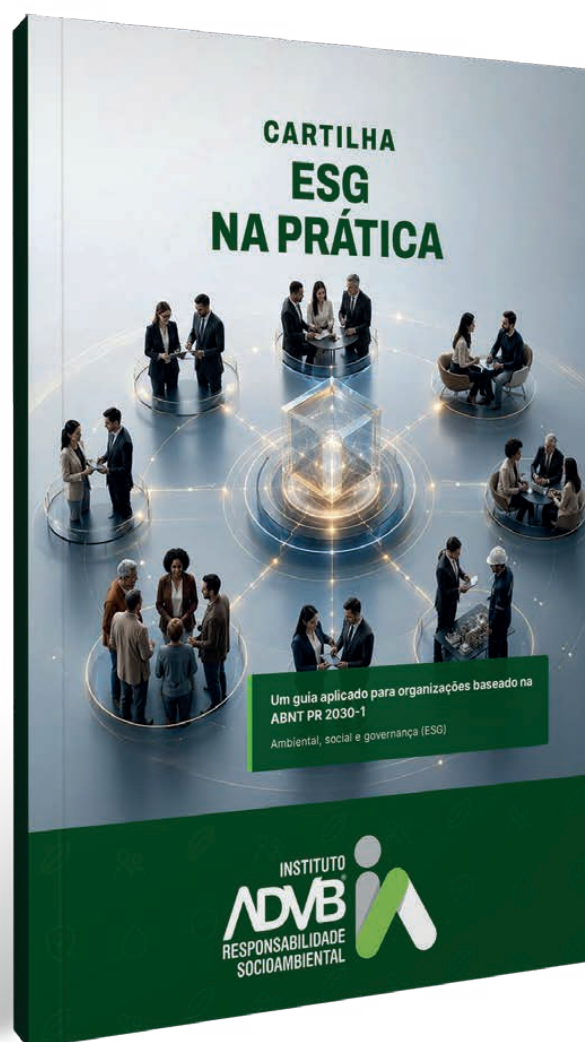
A agenda é organizada em três dimensões, quatorze temas e quarenta e três critérios. Em Governança, entram governança corporativa, conduta empresarial, práticas de controle e gestão e transparência. Em Ambiental, mudanças climáticas, recursos hídricos, biodiversidade, economia circular e gestão ambiental. Em Social, diálogo com o território, direitos humanos, diversidade e inclusão, relações de trabalho e responsabilidade na cadeia de valor. Um anexo sobre materialidade e dupla materialidade ajuda a definir por onde começar. Para quem precisa de um ponto de partida imediato, o guia fecha com um checklist de oito passos, da formalização de um Comitê ESG com as lideranças das principais áreas à busca de avaliação independente.

Uma régua de 1 a 5

Para saber onde a empresa está, o IRES adota uma metodologia própria de diagnóstico, fundamentada na norma, que atribui notas de 1 a 5 a cada tema material. A escala vai do nível Elementar, em que a organização atende no máximo aos requisitos

legais, passa pelo Não Integrado, com iniciativas isoladas, e pelo Gerencial, com processos formalizados e monitorados, até os níveis Estratégico, com riscos e oportunidades avaliados e a liderança envolvida, e Transformador, em que o tema integra a estratégia e influencia toda a cadeia de valor.

Nada disso se baseia em autodeclaração. Cada nota exige evidência: políticas, contratos, atas, relatórios, auditorias, registros de treinamento, fotos e vídeos. Os resultados são consolidados em um dashboard evolutivo, com notas geral, ambiental, social e de governança, que orienta o plano de melhoria e a mentoria para elevar as notas ao longo do tempo.



CARTILHA E RANKING

O ranking: medir, evoluir, reconhecer

É essa régua que dá base ao Ranking Anual ESG 2027, iniciativa do IRES com o apoio de associações empresariais brasileiras. A avaliação se fundamenta em duas referências: a ABNT PR 2030-1 e a própria Cartilha ESG na Prática. O ciclo tem quatro fases: adesão das associações e empresas de setembro a dezembro de 2026; medição da maturidade, a partir da análise de evidências por especialistas, de janeiro a abril de 2027; mentoria de evolução, com webinars e especialistas, de maio a setembro; e publicação e divulgação do ranking de outubro a dezembro.

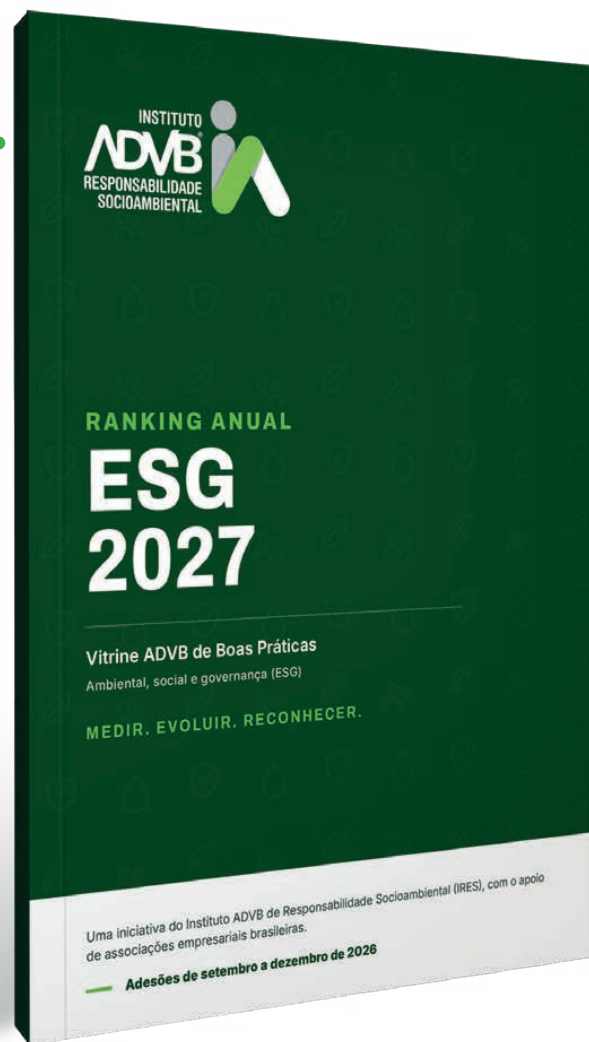
Na plataforma, cada tema avaliado traz conteúdos de referência, exemplos de aplicação, dashboard de notas, upload de evidências e chat com especialista. O ritmo, porém, é dado pela própria empresa: quem já mantém organizada a documentação de compliance, de pessoas e de meio ambiente entra medindo; quem não mantém começa pelo levantamento.

Da nota à vitrine

Ao final do ciclo, o Ranking Anual ESG 2027 será apresentado no Fórum e Top de Sustentabilidade 2027 e divulgado à imprensa nacional, nas redes sociais, no portal [ADVB.org](https://advb.org) e pelas associações parceiras, com recortes por segmento, região, porte e setor. As empresas mais bem avaliadas tornam-se premiáveis no Top de Sustentabilidade 2027. E, independentemente da posição, boas práticas que se destacarem ganham visibilidade própria, com texto, fotos e vídeo.

Um cuidado de desenho merece registro: aderir ao ciclo e autorizar a publicação do resultado são decisões separadas, e uma não implica a outra. Somente as empresas que autorizarem aparecem no ranking, o que permite que organizações em estágios iniciais se meçam e evoluam sem exposição prematura.

O encadeamento entre os dois materiais responde diretamente às lacunas apontadas pela pesquisa, em que quase metade das empresas não publica



relatórios ESG nem desenvolve matriz de materialidade. A cartilha mostra o caminho; o ranking mede, acompanha e dá visibilidade a quem o percorre. A mensagem do IRES às lideranças cabe em quatro verbos: medir a maturidade, identificar prioridades, evoluir as práticas e ganhar reconhecimento. ●

SERVIÇO

Cartilha ESG na Prática – IRES | advb.org

Ranking Anual ESG 2027 –
adesões até dezembro de 2026 |
forms.gle/dtvF78vJZzimJib9A

Publicações oficiais ABNT PR 2030-1 e
ABNT PR 2030-2 (Materialidade):
abntcatalogo.com.br

O futuro do marketing é moldado por quem reconhece a excelência.

A Fundação Brasileira de Marketing (FBM) conecta inteligência, liderança e responsabilidade para transformar o mercado brasileiro.

Prêmios FBM: Valorizando os Cases que Transformam o Setor

Conheça as iniciativas que premiam a qualidade, a inovação e o impacto estratégico no ecossistema de negócios:



Prêmio Marketing Strategy IA

Reconhece ferramentas e aplicações relevantes e consistentes da inteligência artificial no marketing.



Prêmio ABIESV

O reconhecimento definitivo para o varejo, design e inteligência de ponto de venda.



Prêmio ESG / RS

Destaque para as práticas de governança, sustentabilidade e responsabilidade socioambiental que geram valor real.



Prêmio Women's Legacy 2ª EDIÇÃO

Reconhecimento a ações que impulsionam as mulheres no mercado corporativo.



Prêmio Matcon 2027 4ª EDIÇÃO

A premiação oficial de marketing da cadeia de Materiais de Construção, reconhecendo o desempenho e a inovação no setor.



Prêmio Energia e Instalações Elétricas

Reconhece as estratégias de marketing em toda a cadeia produtiva de energia e instalações elétricas.

Cursos Gratuitos FBM

Eleve o nível da sua carreira com conteúdos exclusivos, práticos e 100% gratuitos desenvolvidos por grandes especialistas do mercado.

LiveMax Simulator

O LiveMax Simulator foi desenvolvido para escolas, faculdades e universidades que desejam tornar o ensino de marketing mais prático, atual e conectado ao mercado.

Faça parte da comunidade que lidera o futuro dos negócios.

Acesse nosso portal:

www.fbm.org.br

Siga a FBM nas redes sociais:

[@fundacao.brasileira.marketing](https://www.instagram.com/fundacao.brasileira.marketing)



ESG: do conhecimento à prática, um caminho para a evolução empresarial

A agenda ESG consolidou-se como um elemento estratégico para organizações que buscam competitividade, transparência e geração de valor sustentável. Mais do que assumir compromissos ambientais, sociais e de governança, o desafio atual está em transformar esses princípios em práticas consistentes, mensuráveis e integradas à gestão empresarial.

Nesse contexto, o IRES – Instituto ADVB de Responsabilidade Socioambiental amplia sua atuação com iniciativas voltadas à disseminação do conhecimento, à avaliação da maturidade ESG e ao desenvolvimento das organizações.

A **Cartilha ESG**, lançada pelo Instituto, representa um importante instrumento de orientação, aproximando conceitos, diretrizes e boas práticas da realidade empresarial. Seu propósito é apoiar lideranças na compreensão dos desafios e oportunidades relacionados à sustentabilidade, incentivando decisões mais conscientes e responsáveis, baseada na norma ABNT/2030-1.

Avançando nessa jornada, o IRES passa a oferecer uma **plataforma de mentoria digital, única no Brasil**, que permite às organizações avaliar seu nível de maturidade ESG com base em evidências concretas. A ferramenta proporciona uma visão estruturada das práticas existentes, identifica oportunidades de melhoria e contribui para a construção de planos de ação alinhados à realidade de cada negócio.

Complementando essa iniciativa, o **Ranking ESG do IRES** busca estimular a evolução contínua das organizações, valorizando a consistência das práticas, a transparência e o compromisso com resultados efetivos.

A integração entre conhecimento, tecnologia e avaliação representa um avanço importante: a

Cartilha orienta, a plataforma diagnóstica e apoia o desenvolvimento, enquanto o Ranking incentiva o aprimoramento das práticas empresariais.

Mais do que acompanhar tendências, essas iniciativas oferecem caminhos para que empresas de diferentes portes e setores incorporem o ESG às suas estratégias, processos e decisões baseadas na norma ABNT/2030-1.

O futuro do ESG está na capacidade de transformar informações em conhecimento, conhecimento em ações e ações em resultados comprováveis. Afinal, a maturidade de uma organização não se mede apenas pelos compromissos que assume, mas pelas evidências da transformação que realiza. ●



DIVULGAÇÃO

João Carvalho Pinto
é Coordenador-Geral do
IRES – Instituto ADVB
de Responsabilidade
Socioambiental



DIVULGAÇÃO

Augusto Roque
é Coordenador do
IRES – Instituto ADVB
de Responsabilidade
Socioambiental

Uma trajetória de compromisso com o futuro

O TOP de Sustentabilidade chega, em 2026, à sua 29ª edição. Criado pela ADVB em 1993, ainda como TOP Ambiental, num Brasil que acabara de sediar a ECO-92, o prêmio acompanhou de perto a transformação desse tema: do alerta ambiental à agenda ESG, da iniciativa isolada à estratégia de negócios. Ao longo dessa trajetória, revelou empresas e instituições que provaram, na prática, que prosperidade econômica, impacto social positivo e respeito ao meio ambiente caminham juntos.

A marca das 29 edições coincide com um momento simbólico para a própria ADVB, que celebra 70 anos de história neste ano. Ter antecipado esse debate e mantê-lo vivo por mais de três décadas é um legado do qual nos orgulhamos e que nos impõe a responsabilidade de seguir adiante.

Depois da COP 30, realizada no Brasil em 2025, o desafio mudou de natureza. Os compromissos estão assumidos; agora é tempo de entrega. Metas precisam se converter em resultados mensuráveis, e discursos, em práticas verificáveis. Mercado, investidores e consumidores estão cada vez mais atentos à coerência entre o que as organizações anunciam e o que efetivamente realizam. É exatamente isso que o TOP de Sustentabilidade busca reconhecer: organizações que fazem da sustentabilidade uma prática concreta, consistente e integrada à gestão.

Às organizações homenageadas nesta edição, meus sinceros parabéns. Projetos de governança transparente, iniciativas sociais de alto alcance e soluções ambientais inovadoras, como os apresentados nestas páginas, apontam o caminho para outras empresas, gestores e cidadãos.



DIVULGAÇÃO

MIGUEL IGNATIOS é Secretário da Mesa do Conselho da ADVB – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil e Presidente da FBM – Fundação Brasileira de Marketing

Que esta 29ª edição sirva também de convite. A sustentabilidade é uma causa coletiva, e cada organização que se soma a ela amplia o alcance do que podemos construir juntos. A ADVB seguirá atuando como ponte entre empresas, lideranças e sociedade, promovendo o diálogo e incentivando práticas responsáveis, hoje e nas próximas décadas. Parabéns a todos! ●

Sustentabilidade Corporativa: O Elo Estratégico Entre Negócios, Ética e Progresso Social

Na visão promovida pela Fundação Brasileira de Marketing (FBM) e pelo ecossistema do Instituto ADVB de Responsabilidade Socioambiental (IRES), a pauta sustentável superou o papel de simples acessório de imagem para se firmar como o coração do planejamento executivo e da gestão organizacional. Essa abordagem rejeita posicionamentos meramente superficiais, exigindo a incorporação real dos pilares ambiental, social e de governança (ESG) na essência das empresas.

Esse compromisso nasce da premissa de que o sucesso financeiro precisa caminhar alinhado à evolução comunitária, à preservação ambiental e à integridade corporativa. Em meio ao agravamento das crises climáticas e aos desafios globais — acen- tuados pela relevância da COP 30 realizada no país —, agir de forma responsável tornou-se um requisito vital para a continuidade, capacidade de adaptação e força de mercado das instituições.

A proposta das entidades busca estimular o protagonismo no meio empresarial, convertendo processos diários e cadeias produtivas em transforma- ções duráveis para a sociedade. Por meio da difusão de estudos, produção de conhecimento e premia-



DIVULGAÇÃO

CLÁUDIO CONZ é Presidente Executivo da FBM –
Fundação Brasileira de Marketing



Adotar a sustentabilidade
consiste em tomar
decisões conscientes
hoje para assegurar
o amanhã



ções como o TOP de Sustentabilidade, fomenta-se um engajamento conjunto entre o setor privado, o poder público e a população.

Assim, adotar a sustentabilidade consiste em tomar decisões conscientes hoje para assegurar o amanhã. Princípios éticos, soluções inovadoras, gestão transparente e responsabilidade social deixam de ser obstáculos para se tornarem os verdadeiros impulso- nadores de uma economia mais justa, forte e perene. ●

SEGURO É PARA TODO MUNDO.

**Há mais de 25 anos, a BNP Paribas Cardif
vem tornando os seguros mais acessíveis no Brasil.**

Proteção para o seu dinheiro, para os seus bens,
para você e para a sua família. Com soluções
simples, oferecidas por meio de grandes parcerias,
ajudamos a proteger os sonhos e os projetos
de cada vez mais brasileiros.



bnpparibascardif.com.br



BNP Paribas Cardif



**BNP PARIBAS
CARDIF**

A seguradora para um mundo em mudança

O IRES DEFENDE A CAUSA DA SUSTENTABILIDADE.

O IRES – INSTITUTO ADVB DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL, fundado em 1996, realiza um trabalho constante de conscientização dos empresários para que desenvolvam ações éticas, social e ambientalmente responsáveis junto à sociedade e dentro da própria organização.

MISSÕES DO IRES

CONSCIENTIZAR os empresários sobre a importância de praticarem posturas cidadãs e políticas éticas em relação às ações socioambientais voltadas para os públicos interno e externo às organizações e ao próprio meio ambiente.

PROMOVER ações que repercutam concretamente na construção de valores nos quais a responsabilidade socioambiental e práticas sustentáveis possam ser encaradas como elemento estratégico na atuação das organizações.

DESENVOLVER mecanismos que possam, cada vez mais, valorizar as empresas que aplicam a sustentabilidade na sua estratégia e no seu relacionamento institucional junto aos seus stakeholders.

SENSIBILIZAR as empresas e a sociedade para desenvolverem iniciativas voltadas à sustentabilidade.

PRINCIPAIS EIXOS DE ATUAÇÃO DO IRES:



RECONHECIMENTO ATRAVÉS DO PRÊMIO TOP DE SUSTENTABILIDADE ADVB



PRODUÇÃO INTELECTUAL E CONTEÚDO PARA APLICAÇÃO PRÁTICA



PESQUISA SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL E PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NAS EMPRESAS



CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL

INSTITUTO
ADVB[®]
DE
RESPONSABILIDADE
SOCIOAMBIENTAL

