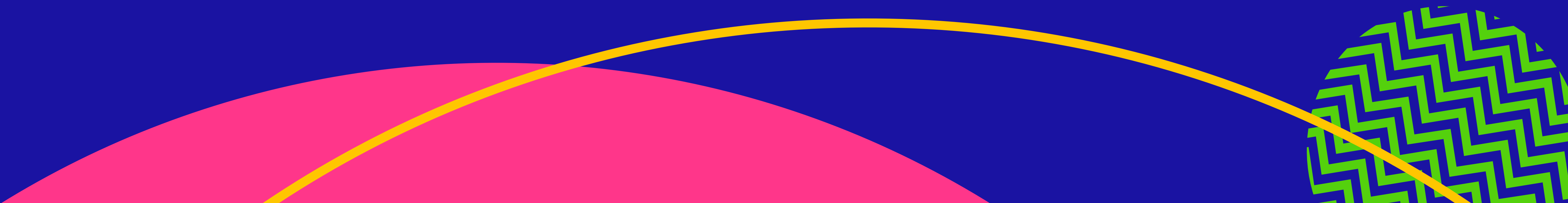


AMCHAM  Humanizadas

PANORAMA SUSTENTABILIDADE 2026



Conteúdo

Seção 1 **Resumo Executivo**

Seção 2 Maturidade em Sustentabilidade

Seção 3 COP 30 e Regulações

Seção 4 Materialidade

Seção 5 Impactos, Riscos e Oportunidades

Sustentabilidade avança – o desafio agora é capturar o valor

“Essa pesquisa nos traz um retrato altamente qualificado da agenda de sustentabilidade no Brasil. Estamos falando de 587 lideranças empresariais, responsáveis por organizações que movimentam R\$ 671 bilhões e empregam mais de 666 mil pessoas — ou seja, quem de fato toma decisão e molda o futuro dessa agenda no país.

Desde 2023, o avanço é claro: hoje, 87% das empresas já atuam em sustentabilidade e 59% já integram o tema à estratégia — mais que o dobro em relação a três anos atrás.

Mas o ponto central não é apenas a adesão. O que vemos é um avanço na maturidade, com empresas saindo de iniciativas pontuais e evoluindo para modelos mais estruturados e exigentes.

E isso traz um novo desafio: se antes a pergunta era ‘por que fazer?’, agora é ‘como capturar valor?’. O principal gap está justamente em traduzir sustentabilidade em retorno financeiro mensurável — seja em crescimento, eficiência ou gestão de riscos.

É essa transição que vai definir os próximos passos da agenda no Brasil”



Abrão Neto

Presidente da Amcham Brasil

Três movimentos necessários para acelerar a agenda de sustentabilidade

A pesquisa revela que a maioria das empresas ainda não construiu a infraestrutura básica para traduzir sustentabilidade em valor financeiro. Três movimentos possíveis são:

- 1. Materialidade e benchmark setorial:** 73% não atualizam a Matriz de Materialidade, 68% não publicam Relatório de Sustentabilidade e 61% não fazem benchmarking (2026). Sem saber o que é material para o negócio e os stakeholders, não há como priorizar.
- 2. Mapear riscos e oportunidades:** Apenas 31% monitoram riscos e 28% oportunidades de sustentabilidade (2026). É o exercício que transforma materialidade em dado financeiro e pode ajudar os executivos a responderem "quanto custa não agir".
- 3. Quantificar o impacto financeiro:** O gap de 40 pontos entre percepção de valor (74%) e comprovação financeira (34%) em 2026 só se fecha quando riscos e oportunidades ganham cifra. Aspectos como Bem-Estar, mudanças climáticas, biodiversidade e outros, somente irão avançar com regulamentações ou impacto financeiro concreto.



Dr. Pedro Paro
Fundador e CEO da Humanizadas

A relevância da pesquisa em números

É uma base de dados estatisticamente relevante e estrategicamente qualificada. A amostra tem confiabilidade estatística de 5% margem de erro e 95% grau de confiança para falar do mercado brasileiro. Ao todo, participaram da pesquisa 587 executivos, 84% em cargos de liderança e R\$ 671 bi em faturamento agregado fazem desta pesquisa um retrato de quem de fato decide. Com 666 mil colaboradores representados, o alcance humano também é expressivo.

587

Executivos
participaram
da pesquisa

84%

Ocupam cargos
de tomada de
decisão

71%

Representam
empresas de médio
e grande porte

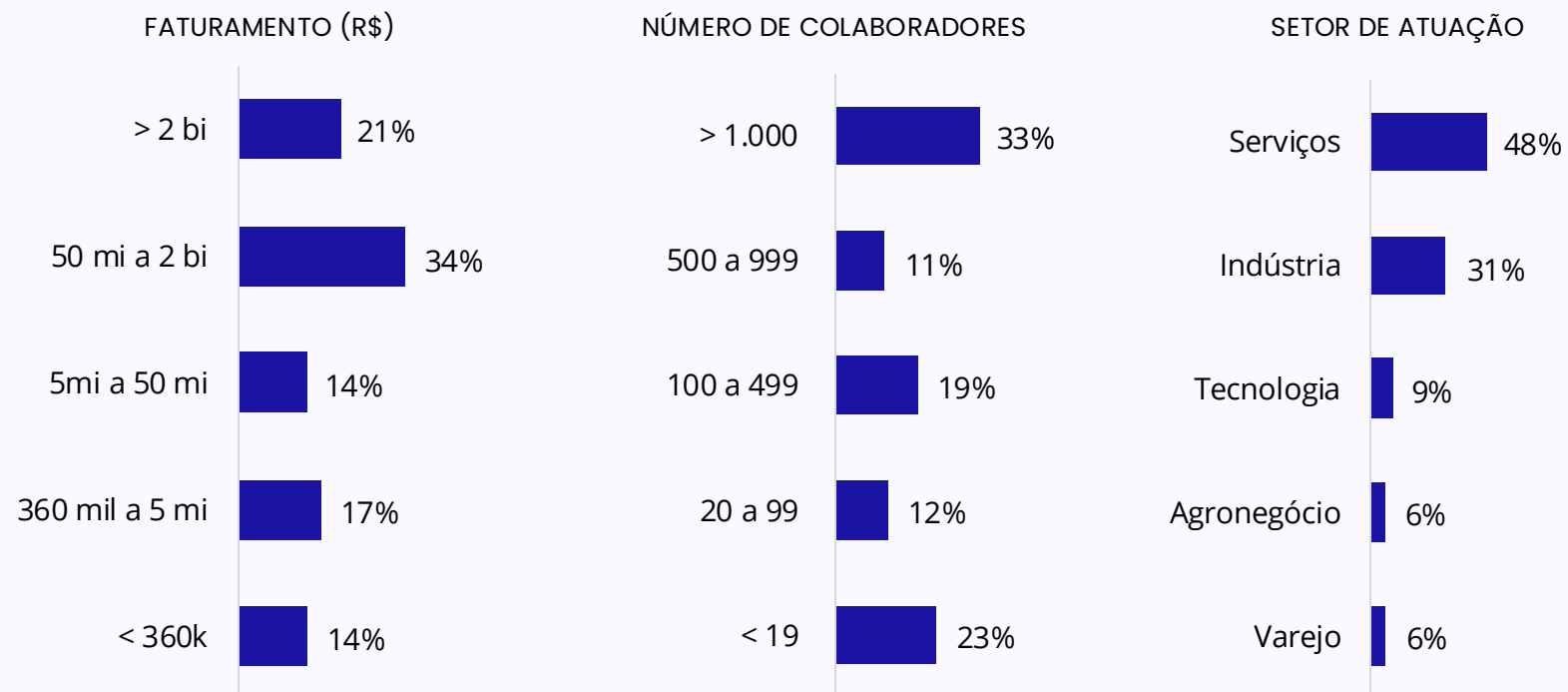
666 k

Colaboradores
trabalham nessas
empresas

671 bi

Estimativa de
faturamento anual
das empresas (R\$)

Perfil das empresas participantes



A amostra representa empresas de médio e grande porte (55% entre R\$ 50 mi e > 2 bi), lideradas por Serviços (48%) e Indústria (31%), com estrutura para responder e para agir.

É uma base com maturidade e exposição real à agenda de sustentabilidade. Agronegócio e Varejo, setores de alto impacto, seguem sub-representados.

Perfil dos respondentes

84% dos respondentes têm poder de decisão real (C-Level, Diretoria ou Gerência). São Paulo concentra metade da amostra, mas também existe cobertura nacional. A área de Sustentabilidade em apenas 4%, trazendo à pesquisa uma perspectiva ampla sobre a agenda de sustentabilidade.



* Áreas com mais de 3% de representatividade.

Principais insights da pesquisa

Panorama da Sustentabilidade 2026

87%

**atuam em sustentabilidade
(vs. 80% em 2023)**

Embora com queda de empresas que se declaram referência em sustentabilidade, as empresas continuam avançando na agenda de sustentabilidade.

[Ver página 13](#)

59%

**integram sustentabilidade à
estratégia (vs. 26% em 2023)**

Mesmo com o pico após a COP-30, Direitos humanos em fornecedores saltou de 18% para 46%, e projetos sociais de 45% para 61% na comparação 2023 vs 2026.

[Ver página 15](#)

37%

**converteram a COP30 em
oportunidades concretas**

Destaque para posicionamento institucional (17%) e parcerias estratégicas (9%). O capital reputacional existe na sustentabilidade, a conversão financeira é a fronteira aberta.

[Ver página 22](#)

Sustentabilidade gera valor reputacional para 74% das empresas, mas só 34% conseguem medir o retorno financeiro da agenda

74%

reconhecem valor real da agenda de sustentabilidade

Com relação aos benefícios da agenda de sustentabilidade, 74% citam reputação, 65% eficiência de processos e 60% redução de custos, reforçando o valor da agenda.

[Ver página 31](#)

34%

conseguem demonstrar retorno financeiro

Apenas 34% das empresas do mercado afirmam conseguir medir retorno financeiro de maneira estruturada, sendo esta é uma das principais oportunidades na agenda.

[Ver página 31](#)

44%

a principal barreira é mensurar retorno financeiro

44% apontam provar retorno financeiro como o principal obstáculo da agenda, à frente de acesso a capital (38%), integração à estratégia (36%) e engajamento de liderança (35%).

[Ver página 17](#)

Mesmo após a COP-30, biodiversidade e clima ainda não são prioridades de negócio

59%

Inovação e Tecnologia é o principal tema material

Inovação e Tecnologia lidera com 59% (2026) por ter uma conexão mais direta com redução de custo, ganho de eficiência, abertura de mercados e escala da operação.

[Ver página 28](#)

71%

das empresas não reduzem nem compensam emissões

Embora com aumento de 8% (2023) para 29% (2026) na redução das emissões de GEE, ainda há uma lacuna de 71% das empresas que não estão compensando ou reduzindo as emissões.

[Ver página 15](#)

08%

é a relevância de Biodiversidade nos negócios

No país com a maior biodiversidade do planeta, o tema ocupa a última posição do mapa de materialidade. O ativo estratégico do Brasil no cenário global está sendo ignorado.

[Ver página 28](#)

As novas regulamentações estão avançando, porém, o mercado ainda não está preparado para atendê-las integralmente

73%

não possuem ou atualizam a Matriz de Materialidade

A Matriz de Materialidade é ponto de partida para diferentes regulamentações. Sem ela, a empresa não sabe o que é relevante para o negócio nem para os stakeholders.

[Ver página 18](#)

68%

não publicam Relatório de Sustentabilidade

O Relatório de Sustentabilidade é o documento que investidores e reguladores efetivamente cobram. A base documental que as novas normas vão exigir não está sendo construída.

[Ver página 18](#)

42%

citam NR-01 e bem-estar como principal agenda

A regulação que mais mobiliza em 2026 não é climática, e sim de pessoas. NR-01 lidera com 42%, à frente de economia circular (34%), mercado de carbono (25%) e IFRS S1/S2 (21%).

[Ver página 23](#)

Conteúdo

Seção 1 Resumo Executivo

Seção 2 Maturidade em Sustentabilidade

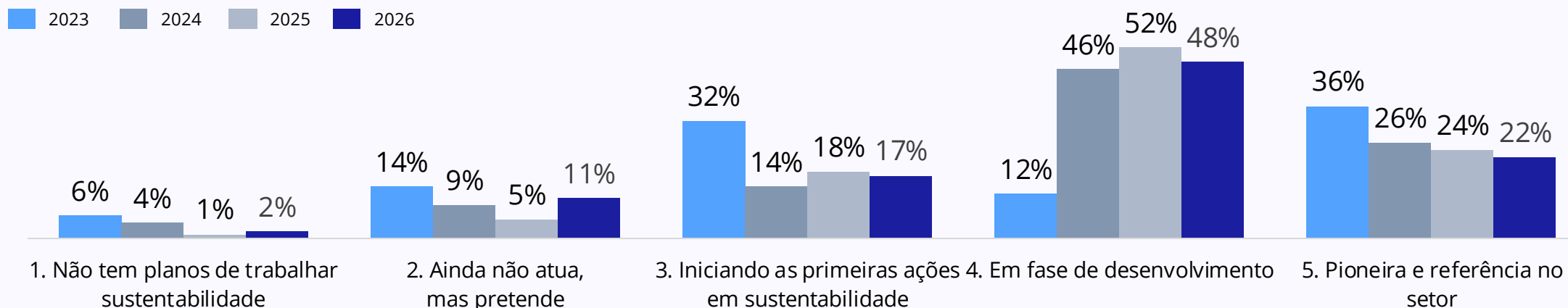
Seção 3 COP 30 e Regulações

Seção 4 Materialidade

Seção 5 Impactos, Riscos e Oportunidades

87% das empresas seguem na agenda de sustentabilidade, porém menos se declaram pioneiras e mais em desenvolvimento

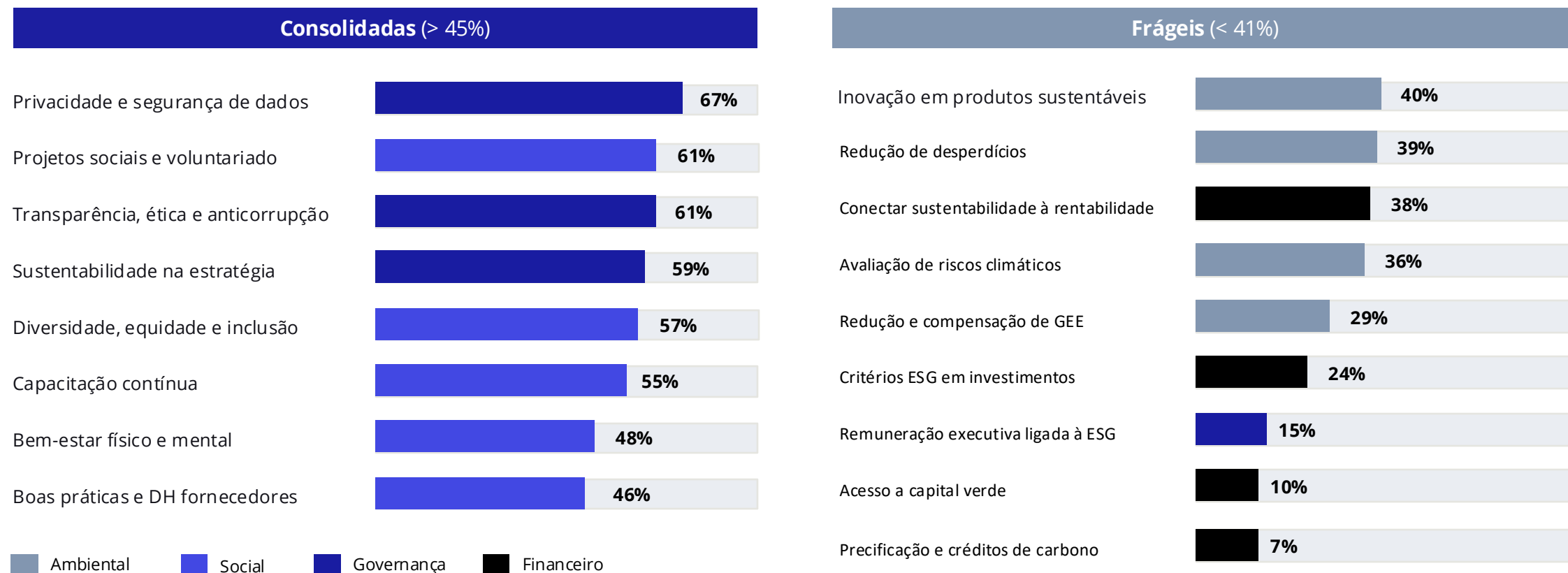
Pergunta: Em que estágio sua empresa está na jornada de sustentabilidade? | **Métrica:** % de respondentes por alternativa.



Os dados revelam dois movimentos simultâneos no mercado. De um lado, ajuste na percepção de maturidade, com mais empresas declaram ainda não atuar (11% em 2026 vs. 5% em 2025) e o grupo de pioneiras encolhe de 26% para 21%. De outro, ao analisar o relatório completo, é possível observar um nível de exigência e rigor maior na agenda de sustentabilidade. A categoria "em desenvolvimento" se consolida como majoritária (46%), sinalizando que a agenda de sustentabilidade continua avançando, mas com mais rigor. A hipótese que une os dois movimentos: à medida que regulações como IFRS S1/S2 e CSRD elevam o padrão de conformidade e o tema ganha peso financeiro concreto, empresas que se autodeclaravam referência revisam sua posição. O que era pioneirismo vira requisito e isso é, em si, um sinal de maturidade do mercado.

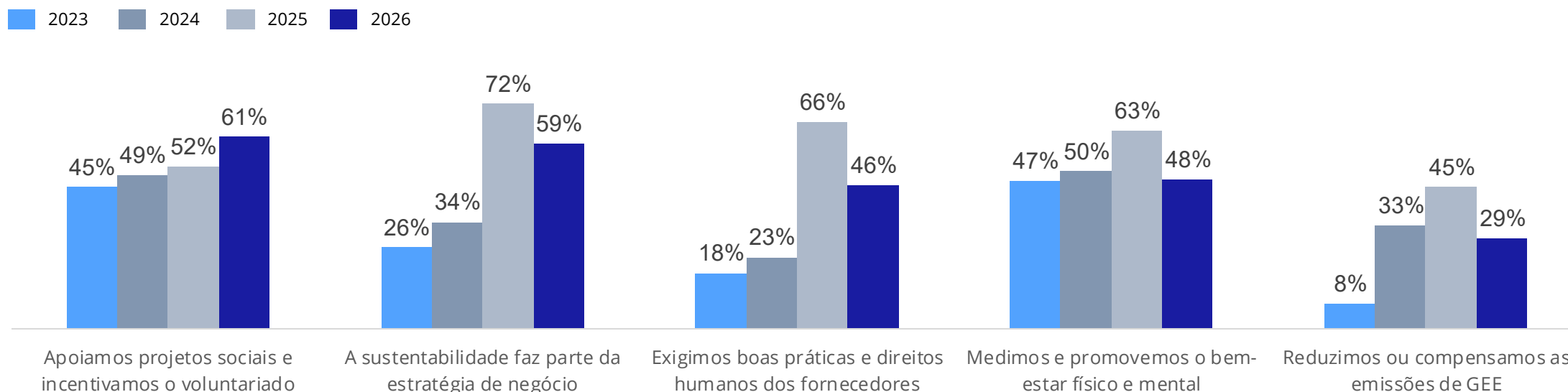
As práticas de Governança e Social são as mais consolidadas no mercado, enquanto Ambiental e Financeiro não podem esperar

Pergunta: Quais aspectos de sustentabilidade sua organização incorpora na prática? | **Métrica:** % de respondentes por alternativa.



O pico de 2025 reflete mais o efeito COP30 do que avanço estrutural, e a leitura correta compara 2024 com 2026

Pergunta: Quais aspectos de sustentabilidade sua organização incorpora na prática? | **Métrica:** % de respondentes por alternativa.



Praticamente todas as práticas registraram pico em 2025 e queda em 2026. O padrão sistêmico sugere inflação de autodeclaração no ano da COP30, seguida de correção para a realidade. A tendência real de avanço aparece na comparação 2024 vs. 2026, onde a maioria das práticas mostra evolução consistente, porém mais modesta. O que era pioneirismo virou requisito, e isso pode ser um sinal de maturidade, não de retrocesso.

Fatores críticos de sucesso para a sustentabilidade

Pergunta: O que mais limita ou poderia acelerar a agenda de sustentabilidade na sua empresa?

A principal barreira à agenda de sustentabilidade não é regulatória nem de recursos, é de justificativa de negócio. Provar retorno financeiro lidera os desafios porque, sem essa conexão, as demais barreiras (acesso a capital, integração à estratégia e engajamento de liderança) são sintomas do mesmo problema. Empresas que resolverem o caso de negócio da sustentabilidade destravam as demais frentes.

As empresas precisam avançar na consolidação da sustentabilidade como alavanca de valor e medir seu impacto em receita, risco e eficiência operacional. Isso exige métricas financeiras atreladas à agenda, e quem fizer essa tradução primeiro, ganha vantagem competitiva no mercado.

1º

Provar retorno financeiro (44%)

2º

Acesso a capital (38%)

3º

Integrar sustentabilidade à estratégia (36%)

4º

Engajar as lideranças (35%)

O que os respondentes comentam sobre os fatores críticos de sucesso para destravar a agenda de sustentabilidade

1) Provar retorno financeiro

"Falta mensuração clara do retorno financeiro da sustentabilidade e dos impactos financeiros dos riscos associados."

"É preciso ter indicadores que demonstrem o valor direto da sustentabilidade."

2) Acesso a capital

"É preciso fortalecer a captação de recursos internacionais."

"O próximo passo é publicar o Relatório de Sustentabilidade alinhado às IFRS S1 e S2, com asseguração independente, elevando transparência e conexão entre sustentabilidade e estratégia financeira."

3) Integrar sustentabilidade à estratégia

"A sustentabilidade não pode ser tratada como área isolada, e deve estar incorporada à estratégia, governança e tomada de decisão, com metas e prestação de contas."

"Deve ser parte estratégia e imagem da empresa, com objetivos mensuráveis."

4) Engajar as lideranças

"Engajamento das lideranças intermediárias é fundamental para a maximização dos resultados dos temas materiais."

"Metas atreladas ao bônus de colaboradores e executivos ajudam no atingimento de resultados mensuráveis."

As ferramentas mais utilizadas pelas empresas

Pergunta: Quais ferramentas sua empresa utiliza para gerir e reportar sustentabilidade?

Métrica: % de respondentes por alternativa.

As ferramentas ainda estão em fase de adoção inicial, mas o movimento é consistente e aponta a direção. As empresas já constroem a base com benchmarking, certificações e relatórios GRI, e isso é o ponto de partida para um salto de maturidade real.

Há oportunidade de avanço em todas as frentes. O próximo nível exige ir além da conformidade. Exige aprofundar o monitoramento de riscos e oportunidades, monitorar a matriz de materialidade e incorporar padrões de impacto financeiro são movimentos concretos, acessíveis e de alto potencial estratégico.

FERRAMENTAS DE GESTÃO

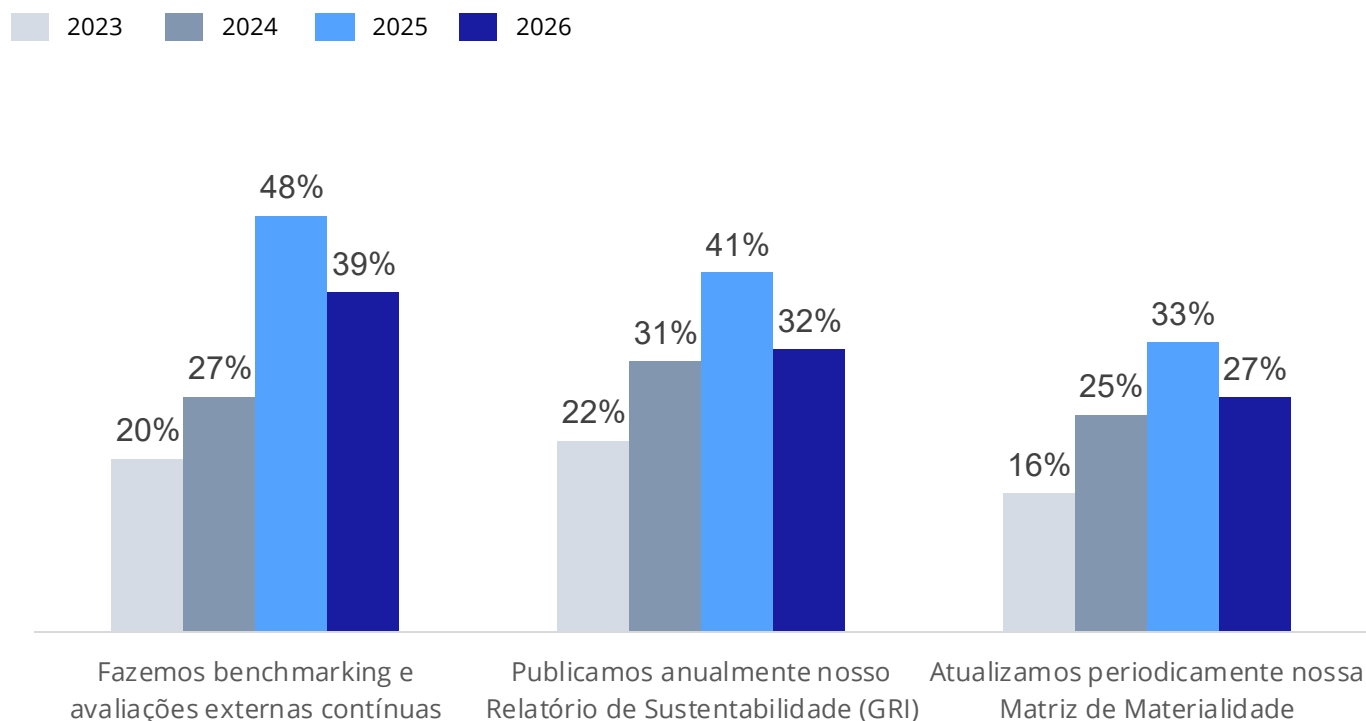
39%	Benchmarking e avaliações externas
39%	Certificações ambientais
31%	Monitoramento de riscos
28%	Monitoramento de oportunidades
28%	Certificações de governança
21%	Certificações sociais

FERRAMENTAS DE TRANSPARÊNCIA

32%	Relatório de Sustentabilidade (GRI)
27%	Atualização da Matriz de Materialidade
16%	Padrões contábeis sustentáveis (IFRS S1/S2)

Ferramentas de gestão e reporte avançam, mas a queda pós-COP30 confirma que parte da adoção declarada em 2025 era circunstancial

Pergunta: Quais ferramentas de gestão e reporte de sustentabilidade são mais utilizadas pela sua organização? | **Métrica:** % de respondentes por alternativa.



Key insight

As ferramentas mostram avanço real entre 2023 e 2026, mesmo após o pico de 2025. Porém, os números absolutos revelam uma lacuna: 61% das empresas não fazem benchmarking estruturado, 68% não publicam Relatório de Sustentabilidade e 73% não possuem ou não atualizam sua Matriz de Materialidade. São exatamente as bases para as novas regulamentações, mas a velocidade não acompanha o calendário regulatório.

Conteúdo

Seção 1 Resumo Executivo

Seção 2 Maturidade em Sustentabilidade

Seção 3 COP 30 e Regulações

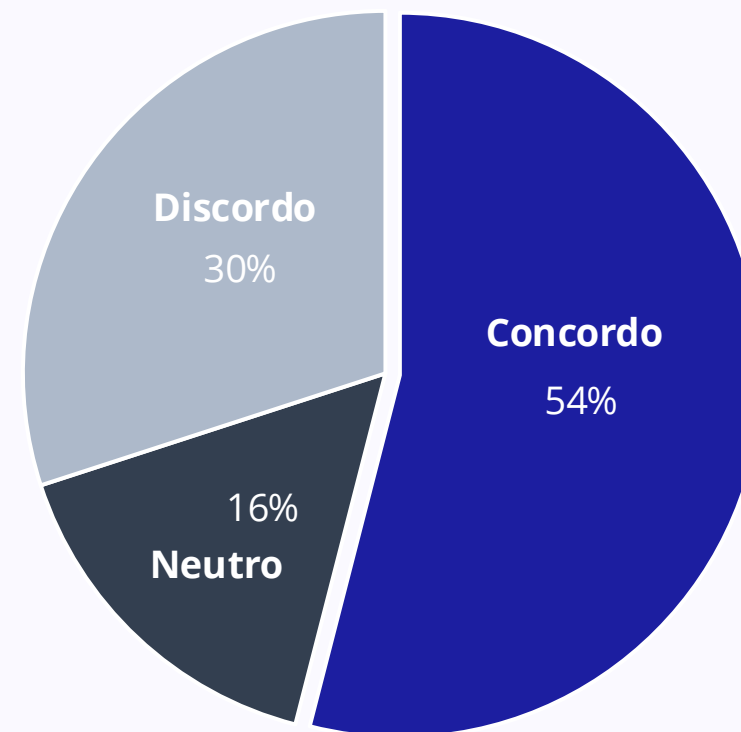
Seção 4 Materialidade

Seção 5 Impactos, Riscos e Oportunidades

Maioria dos respondentes reconhece que a COP30 fortaleceu a imagem do Brasil como liderança em sustentabilidade

54% dos executivos reconhecem que a COP30 fortaleceu a imagem do Brasil como referência global em sustentabilidade. Para o setor privado, esse capital reputacional é ativo com poder de influenciar investimentos, parcerias e posicionamento de mercado.

Todavia, ainda existe um potencial de captura de valor, principalmente nas agendas de biodiversidade, matriz energética limpa e protagonismo climático, os quais colocam o Brasil em posição de destaque e diferenciação internacional. Transformar esse ativo em vantagem competitiva, na atração de capital verde e na abertura de mercados globais, é a maior oportunidade estratégica disponível agora.



Pergunta: A COP30 fortaleceu a imagem do Brasil como liderança em sustentabilidade?

A COP30 acelerou oportunidades para 37% dos respondentes, em destaque para o fortalecimento do posicionamento institucional

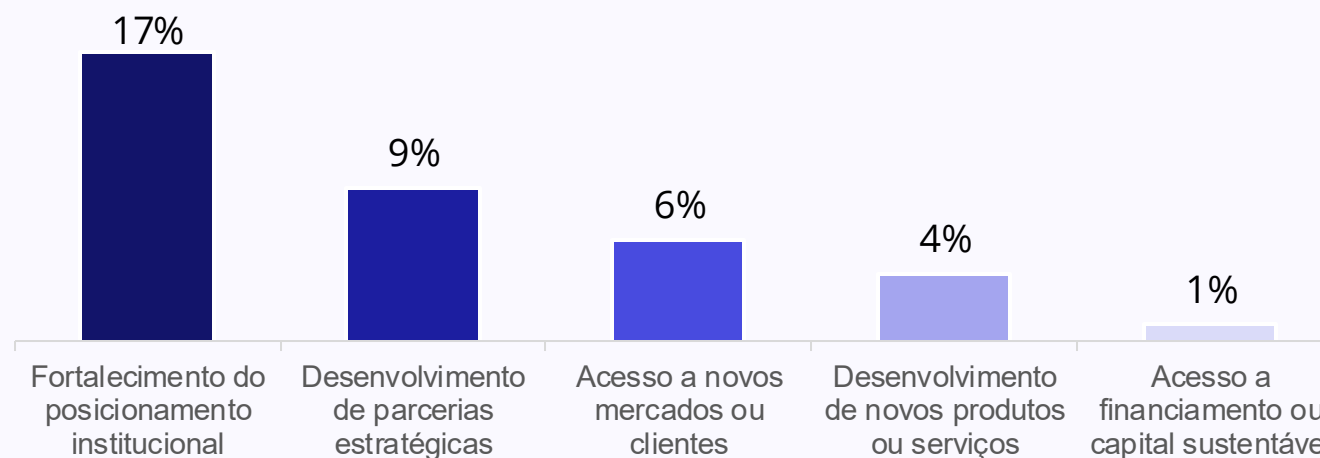
Entre os 37% que identificaram oportunidades, fortalecimento institucional (17%) e parcerias estratégicas (9%) lideram. Acesso a mercados, novos produtos e capital sustentável seguem subexplorados, e representam exatamente as frentes de maior potencial para os negócios brasileiros.

Pergunta: A COP30 acelerou oportunidades estratégicas de sustentabilidade na sua empresa?



Pergunta: Quais oportunidades a COP30 acelerou na sua empresa?

Métrica: % de respondentes por alternativa.



57% das empresas incorporam regulação de sustentabilidade em decisões, mas apenas 26% se consideram totalmente preparadas

Métrica: % de respondentes por alternativa.

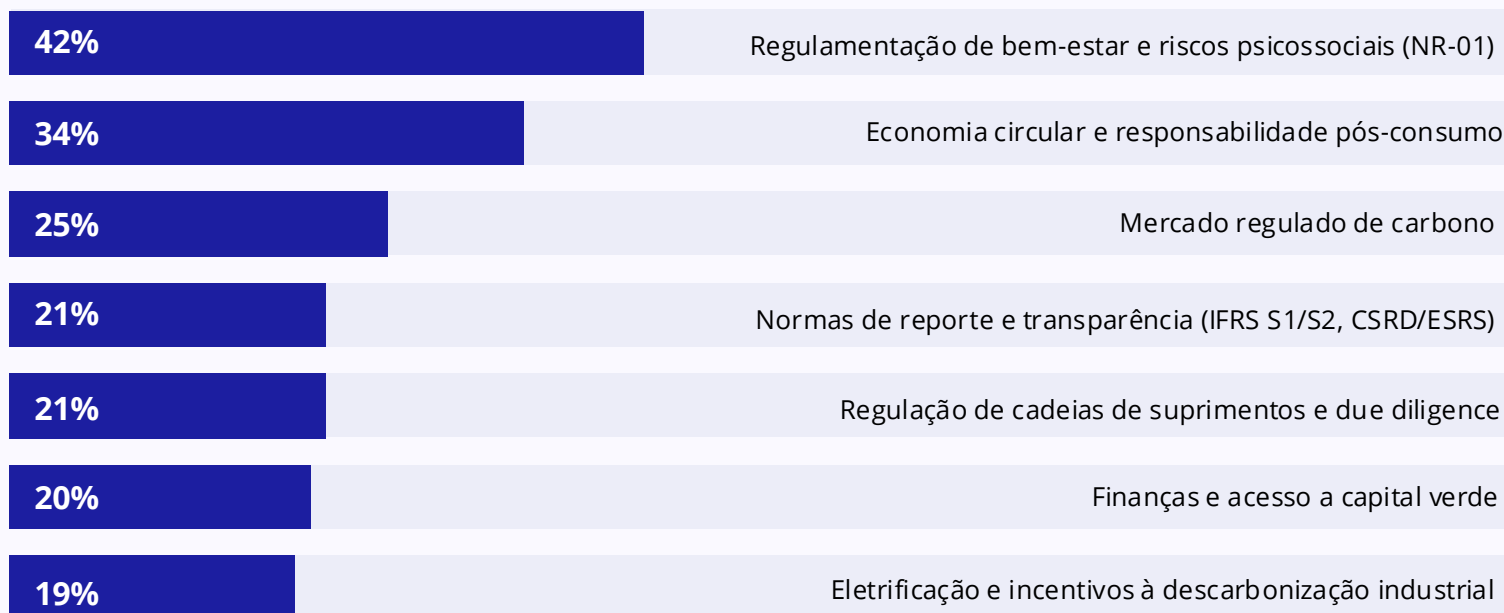
57%

Atuam com regulações integradas à estratégia, impactando investimentos ou revisando governança

26%

Das empresas se consideram totalmente preparadas para as novas exigências regulatórias e de reporte

AGENDAS REGULATÓRIAS MAIS RELEVANTES



O que os respondentes citam sobre as agendas regulatórias

1) NR-01, bem-estar e riscos psicossociais

“Nossa empresa investe fortemente em criar um ambiente de trabalho que promova a saúde mental, o bem-estar e a diversidade em posições de liderança, reconhecendo que a sustentabilidade a longo prazo depende de equipes resilientes e inovadoras.”

2) Economia circular e responsabilidades

“Implementamos modelos de economia circular que contribuem para o retorno de produtos de qualidade na cadeia de comercialização, bem como para empresas que reaproveitam os componentes para o uso em outros equipamentos.”

3) Mercado regulado de carbono

Não houve menções direta ao mercado de carbono, mas sim às emissões de carbono.

“Depois de estruturar o controle de emissões diretas (escopo 1 e 2), nosso próximo passo é ampliar a gestão para toda a cadeia de valor.”

4) Normas de reporte e transparência

“Nossa empresa busca avançar na estruturação das divulgações de sustentabilidade, alinhando-se à IFRS S1 e IFRS S2.”

“Estamos realizando o mapeamento de riscos e oportunidades para adequar aos padrões IFRS S1 e S2.”

Conteúdo

Seção 1 Resumo Executivo

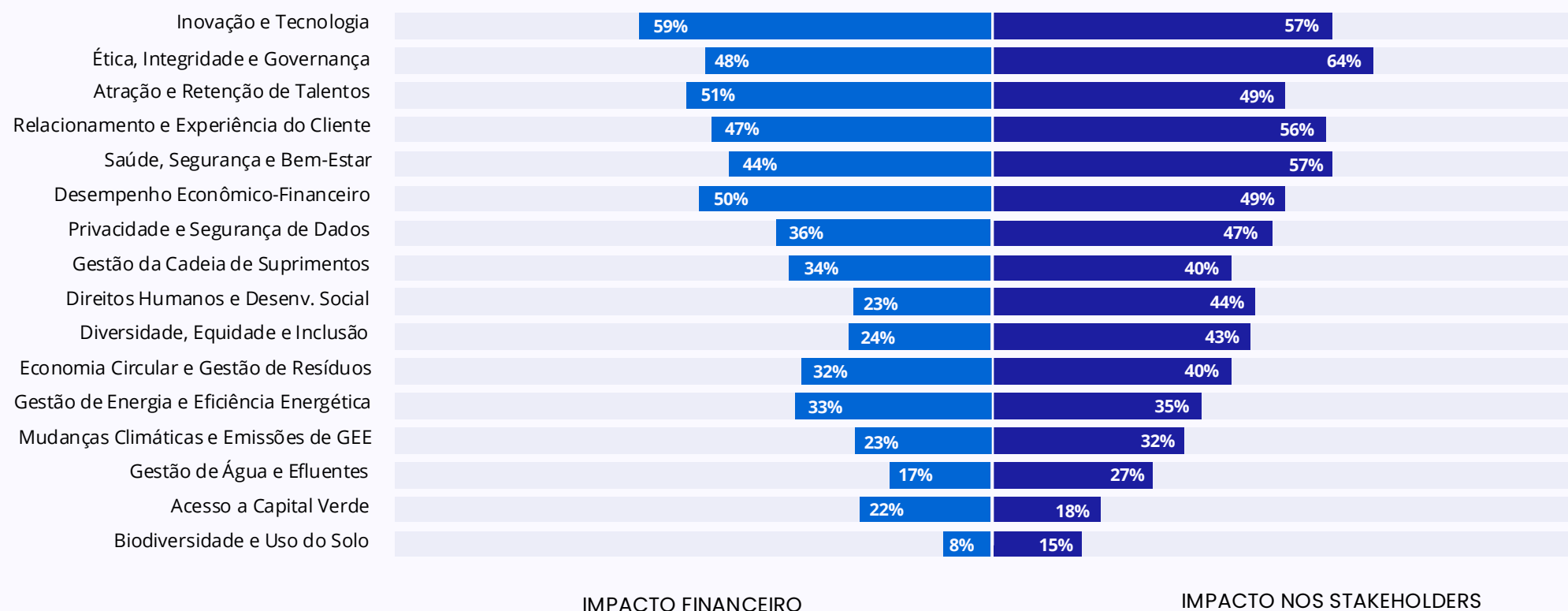
Seção 2 Maturidade em Sustentabilidade

Seção 3 COP 30 e Regulações

Seção 4 Materialidade

Seção 5 Impactos, Riscos e Oportunidades

O mapa dos temas materiais do mercado brasileiro, com maior potencial de impacto financeiro e nos stakeholders



Os principais temas materiais, na conexão entre impacto financeiro e nos stakeholders, estão associados a inovação, governança e pessoas

Os temas que os executivos julgam mais relevantes revelam uma agenda centrada em competitividade e confiança. Inovação e Tecnologia (58%), Ética e Governança (56%) e Experiência do Cliente (52%) lideram porque impactam diretamente resultado, reputação e posição de mercado. São temas que o C-Level já entende como risco de negócio, não como pauta periférica.

O que chama atenção é o que está ausente. Temas climáticos e ambientais não aparecem entre os sete mais relevantes para o mercado, mesmo com a COP30 no Brasil e regulações avançando. Isso reforça que a agenda ambiental ainda não foi internalizada como tema material pela maioria das lideranças empresariais brasileiras, e essa lacuna, associada ao nível de maturidade e necessidades básicas do mercado, representa tanto um risco crescente quanto uma oportunidade de diferenciação para quem se mover primeiro.

OS TEMAS MATERIAIS DO MERCADO (% de respondentes na média do impacto financeiro e impacto nos stakeholders)

58% Inovação e Tecnologia

56% Ética, Integridade e Governança

52% Relacionamento e Experiência do Cliente

51% Saúde, Segurança e Bem-Estar

50% Atração e Retenção de Talentos

49% Desempenho Econômico-Financeiro

41% Privacidade e Segurança de Dados

O que os respondentes citam sobre os principais temas materiais

1) Inovação e tecnologia

“Nossa empresa entende que ainda pode evoluir no uso de tecnologias de gestão e análise de dados que permitam maior visibilidade sobre a aplicação de recursos operacionais, identificação de perdas e oportunidades de eficiência.”

2) Ética, integridade e governança

“Governança de dados, metas e remuneração variável atreladas a questões ambientais, sociais e de governança, com reporte direto ao Conselho de Administração, é sem dúvida uma das principais boas práticas de nossa empresa.”

3) Relacionamento e experiência do cliente

“Prezamos pelo relacionamento com o cliente, buscando atendê-lo da melhor forma possível e rapidamente.”

“É preciso ter maior sinergia com clientes e cocriação de soluções que estimulem a sustentabilidade aliada à tecnologia.”

4) Saúde, segurança e bem-estar

“Buscamos melhorar o equilíbrio entre eficiência operacional e bem-estar das equipes, diminuindo horas extras e promovendo rotinas de trabalho mais sustentáveis, seguras e saudáveis para colaboradores e negócio.”

Conteúdo

Seção 1 Resumo Executivo

Seção 2 Maturidade em Sustentabilidade

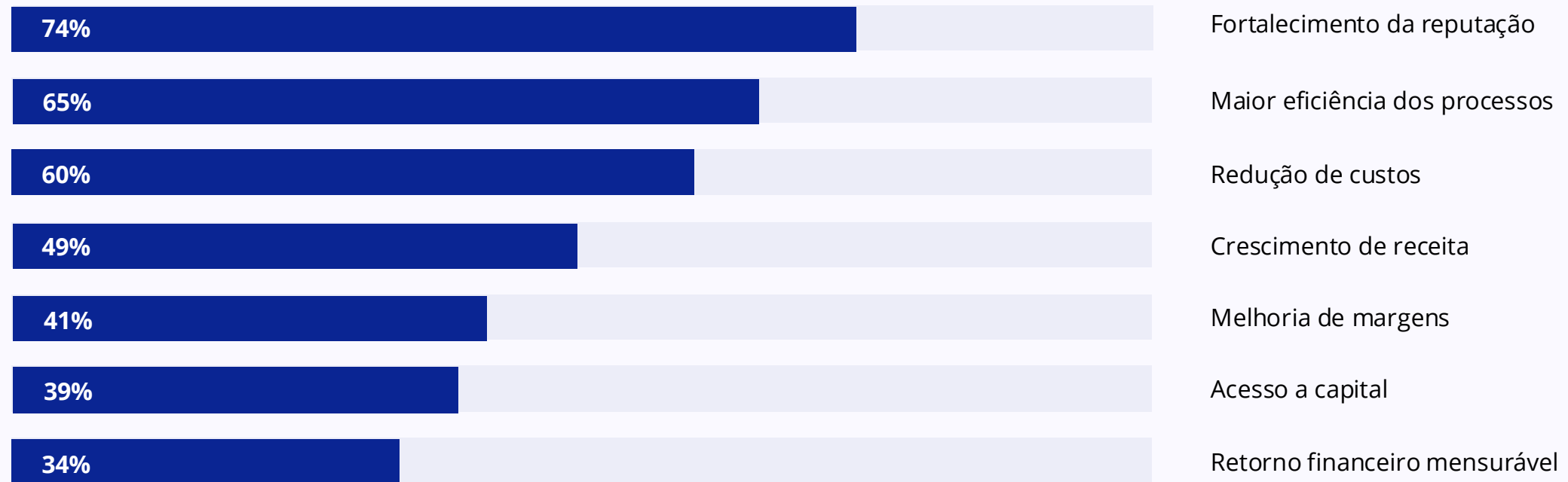
Seção 3 COP 30 e Regulações

Seção 4 Materialidade

Seção 5 Impactos, Riscos e Oportunidades

Sustentabilidade gera valor para a maioria das empresas (74%), com oportunidade de maior quantificação de impacto financeiro

Pergunta: Qual o impacto percebido da adoção de práticas mais sustentáveis no negócio?



O que os respondentes comentam sobre os principais impactos da agenda de sustentabilidade

1) Fortalecimento da reputação

"A sustentabilidade é uma agenda concreta que fortalece reputação, reduz riscos e eleva o nível de toda a cadeia de valor."

"Trabalhar de maneira mais sustentável com certeza melhora a imagem e a reputação da empresa no mercado."

2) Maior eficiência de recursos

"Uma boa prática de nossa empresa é o aproveitamento de subprodutos e a redução de resíduos, contribuindo para a economia circular e maior eficiência produtiva."

"Contribui para maior eficiência e redução de desperdícios em toda a cadeia de valor."

3) Redução de custos

"Por que mais empresas deveriam adotar essas práticas? Reduz custos operacionais."

"É preciso criar parcerias com empresas para diminuir custos e facilitar a gestão de resíduos."

4) Crescimento de receita

"A sustentabilidade ajuda a aumentar o faturamento da nossa empresa."

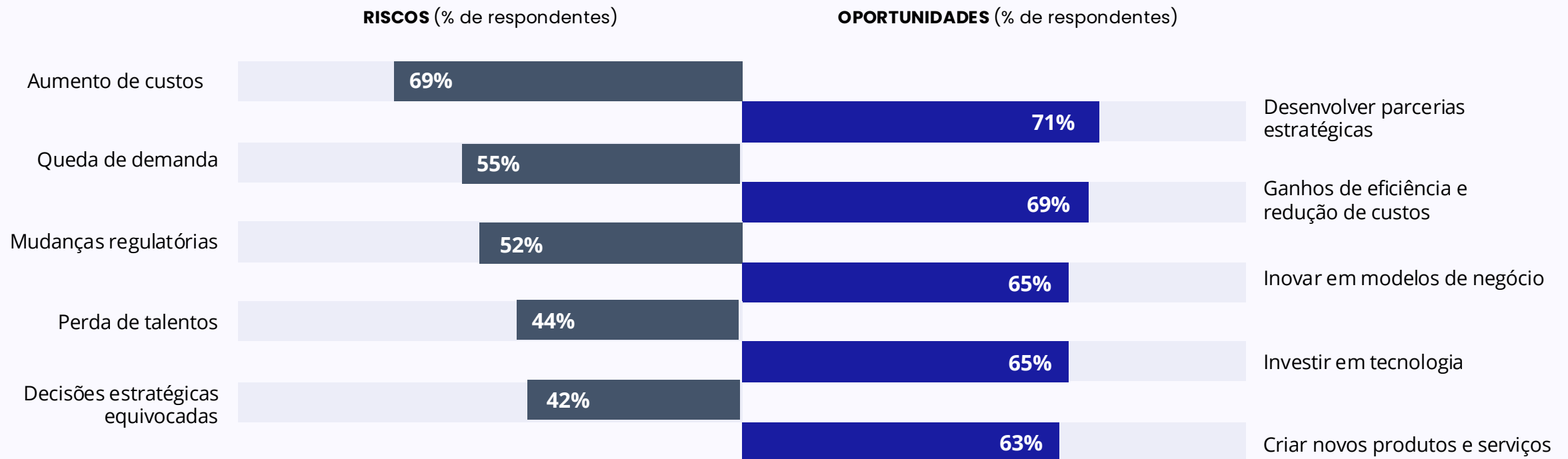
"A obtenção de certificações nos ajuda a acessar mercados nacionais e internacionais."

"É uma oportunidade para aumentar as receitas."

Aumento de custos e queda de demanda pressionam as empresas, enquanto parcerias e ganhos de eficiência são oportunidades

Pergunta sobre riscos: Quais os principais riscos ameaçam o desempenho e a continuidade dos negócios?

Pergunta sobre oportunidades: Quais as principais oportunidades para fortalecer o negócio?



As particularidades de cada setor (% de respondentes)

		Serviços (n=284)	Indústria (n=184)	Tecnologia (n=51)	Varejo (n=34)	Agronegócio (n=34)
RISCOS	Aumento de custos	47%	54%	45%	35%	50%
	Mudanças regulatórias	32%	41%	41%	21%	53%
	Queda de demanda	39%	43%	31%	24%	29%
	Perda de talentos	32%	27%	39%	24%	29%
	Cadeia de suprimentos	12%	39%	20%	21%	38%
	Eventos climáticos extremos	13%	23%	10%	24%	38%
	Atraso tecnológico	31%	27%	33%	21%	24%
OPORTUNIDADES						
	Parcerias estratégicas	55%	44%	57%	24%	53%
	Eficiência e redução de custos	43%	59%	41%	44%	50%
	Inovar modelos de negócio	52%	38%	57%	24%	38%
	Investir em tecnologia	44%	45%	55%	38%	56%
	Criar novos produtos/serviços	49%	39%	51%	21%	41%
	Expandir mercados	38%	44%	35%	21%	44%

O mercado vê mais oportunidade do que risco, mas ainda não sabe quantificar o impacto financeiro de nenhum dos dois

Riscos

Custos e demanda pressionam todos os setores, enquanto as mudanças climáticas impactam mais o agronegócio

Aumento de custos (69%) e queda de demanda (55%) lideram os riscos em 2026, seguidos por mudanças regulatórias (52%). Os eventos climáticos extremos são relevantes para 38% dos respondentes no Agronegócio (2026). Cadeia de suprimentos segue o mesmo padrão, com 39% na Indústria contra 12% em Serviços. O mercado precifica os riscos já materializados, mas ainda não enxerga o que está a caminho.

Oportunidades

O mercado reconhece as oportunidades e já sabe onde está o valor, falta agora dar o próximo passo

Parcerias estratégicas (71%), eficiência (69%), inovação em modelos de negócio (65%) e investimento em tecnologia (65%) lideram as oportunidades em 2026. O mapa de oportunidades supera o de riscos em todos os itens, indicando que executivos veem mais potencial de ganho do que de perda. Todavia, o principal desafio de negócio é conectar essas oportunidades a métricas financeiras que justifiquem alocação de capital.

AMCHAM  **Humanizadas**