

Sustentabilidade em expansão:

como empresas de médio
porte estão fortalecendo o
crescimento com visão de futuro





Conteúdo

03 Prefácio



Capítulo 1

Sustentabilidade - o caminho para o crescimento

05



Capítulo 2

Mantendo o equilíbrio em um mundo agitado

15



Capítulo 3

Uma reestruturação regulatória gera novas oportunidades

20



Capítulo 4

Quais os próximos passos na jornada sustentável?

26

31 Recomendações **34** Referências **35** Colaboradores **36** Metodologia



Prefácio

Em 2025, em meio à reação contrária à sustentabilidade e ao retrocesso regulatório em algumas regiões, seria compreensível pensar que as empresas desacelerariam suas iniciativas sustentáveis - ou até mesmo as abandonariam. Admito que também previ que muitas organizações poderiam sentir certo alívio e direcionar seus esforços para outras áreas.

No entanto, a realidade é bem diferente para as empresas de médio porte. Cerca de 9 a cada 10 organizações afirmam que manterão ou aumentarão seus investimentos em iniciativas de sustentabilidade nos próximos 12 meses.



Trent Gazzaway
Líder Global de
Capacitação e Qualidade
das Linhas de Serviço na
Grant Thornton International



O que ficou ainda mais evidente na mais recente pesquisa do International Business Report (IBR) da Grant Thornton é que essas empresas reconhecem a sustentabilidade como um caminho para o crescimento, e não como um obstáculo e, certamente, não como uma mera obrigação regulatória. Elas valorizam as oportunidades comerciais que a sustentabilidade pode proporcionar e estão alocando recursos significativos para essa finalidade.

Observamos que empresas em todas as regiões permanecem comprometidas com a sustentabilidade, em grande parte devido aos benefícios de longo prazo que acreditam trazer em aspectos como lucratividade, receita e expansão internacional – o que torna inabalável a determinação em incorporar a sustentabilidade em seus negócios. Trata-se de um impulso do qual acredito que todos serão beneficiados.

Considerando que esses líderes empresariais veem a sustentabilidade como um componente essencial para o sucesso comercial, a postura do mercado de médio porte em relação aos relatórios de sustentabilidade é positiva. Eles entendem que a mensuração é vital, tanto para acompanhar internamente as melhorias quanto para demonstrar desempenho aos *stakeholders*.

Conversando com clientes e colegas ao redor do mundo, percebo que, para as empresas de médio porte, a sustentabilidade está enraizada e faz parte de sua essência. Líderes e proprietários se consideram guardiões, responsáveis não apenas pelo crescimento, mas também pela longevidade. Essa mentalidade, combinada ao valor comercial atribuído à sustentabilidade, é muito poderosa.

Em nosso relatório de 2024, **A Jornada para um Futuro Sustentável**, afirmo que o mundo precisa de um mercado de médio porte sustentável. Um ano depois, sinto-me encorajado quanto às perspectivas de alcançar esse objetivo, já que as empresas desse espectro emergiram como uma força motriz na construção de uma economia sustentável.

Em um momento em que muitos agentes políticos e reguladores enfrentam o desafio de impulsionar o crescimento econômico e atingir metas de sustentabilidade, o mercado de médio porte está reformulando a narrativa sobre sustentabilidade em um ponto crucial.

Espero que este relatório seja útil para você continuar, ou até mesmo iniciar, sua própria jornada rumo à sustentabilidade.



Capítulo 1:

Sustentabilidade - o caminho para o crescimento



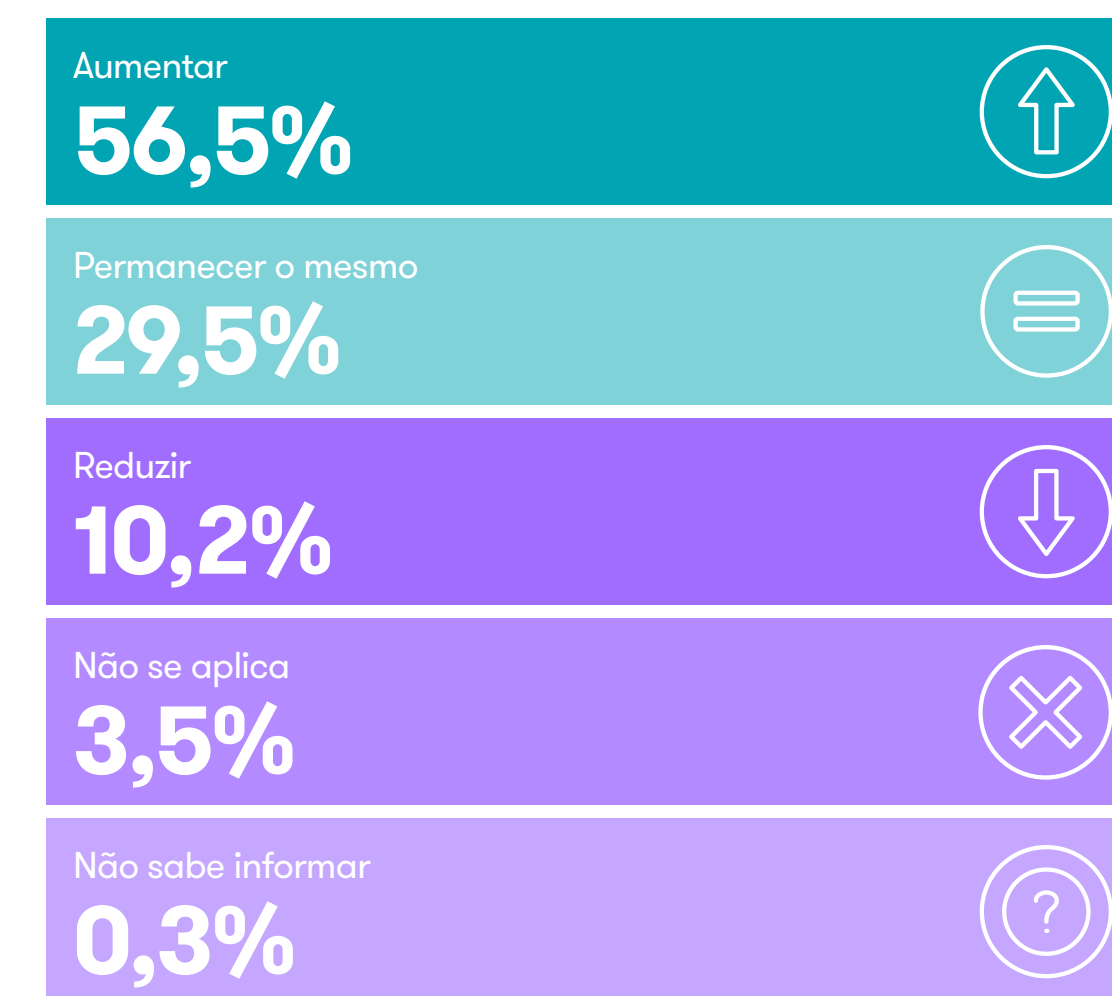


No início de 2025, crescia a preocupação de que a sustentabilidade corporativa estivesse em risco. Tensões geopolíticas, um cenário econômico desafiador e a insegurança energética impulsionavam o ressurgimento do nacionalismo econômico, a preferência por combustíveis fósseis e ao retrocesso em políticas e regulamentações ambientais. Apenas 17% das

metas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU estavam no caminho certo para serem alcançadas.¹

Apesar desse contexto, nossa pesquisa mostra que quase **nove em cada dez empresas de médio porte (85,9%)** pretendem aumentar ou manter seus investimentos em sustentabilidade neste ano.

Intenções de investimento em iniciativas sustentáveis



empresas de médio porte pretendem aumentar ou manter seus investimentos em sustentabilidade neste ano.



Por que as empresas de médio porte estão resistindo à força das mudanças econômicas e políticas? Porque elas veem a sustentabilidade como um caminho para o crescimento e um requisito para o sucesso de longo prazo, e não apenas como um exercício de conformidade.

Perguntamos às empresas quais são os fatores mais importantes que impulsionam seus investimentos em sustentabilidade.

Concorrência de mercado e reputação da marca ficaram no topo da lista, repetindo os resultados do relatório do ano passado. No entanto, ambos os fatores foram escolhidos por uma porcentagem maior de empresas (41,6% contra 31,3% e 38% contra 31,9%, respectivamente) – sugerindo um foco ainda maior em 2025 sobre como a sustentabilidade pode ajudar as empresas a superarem concorrentes e atrair clientes.

O aumento percentual relacionado à concorrência de mercado foi particularmente expressivo, superando a reputação da marca como o principal fator este ano. Isso reforça a determinação das empresas em criar longevidade comercial e superar a concorrência por meio da sustentabilidade.



Muitas empresas de médio porte perceberam que agir em prol da sustentabilidade gera eficiências, atrai mais clientes e, portanto, é mais lucrativo a longo prazo. Elas não querem ficar para trás em relação ao restante do mercado.

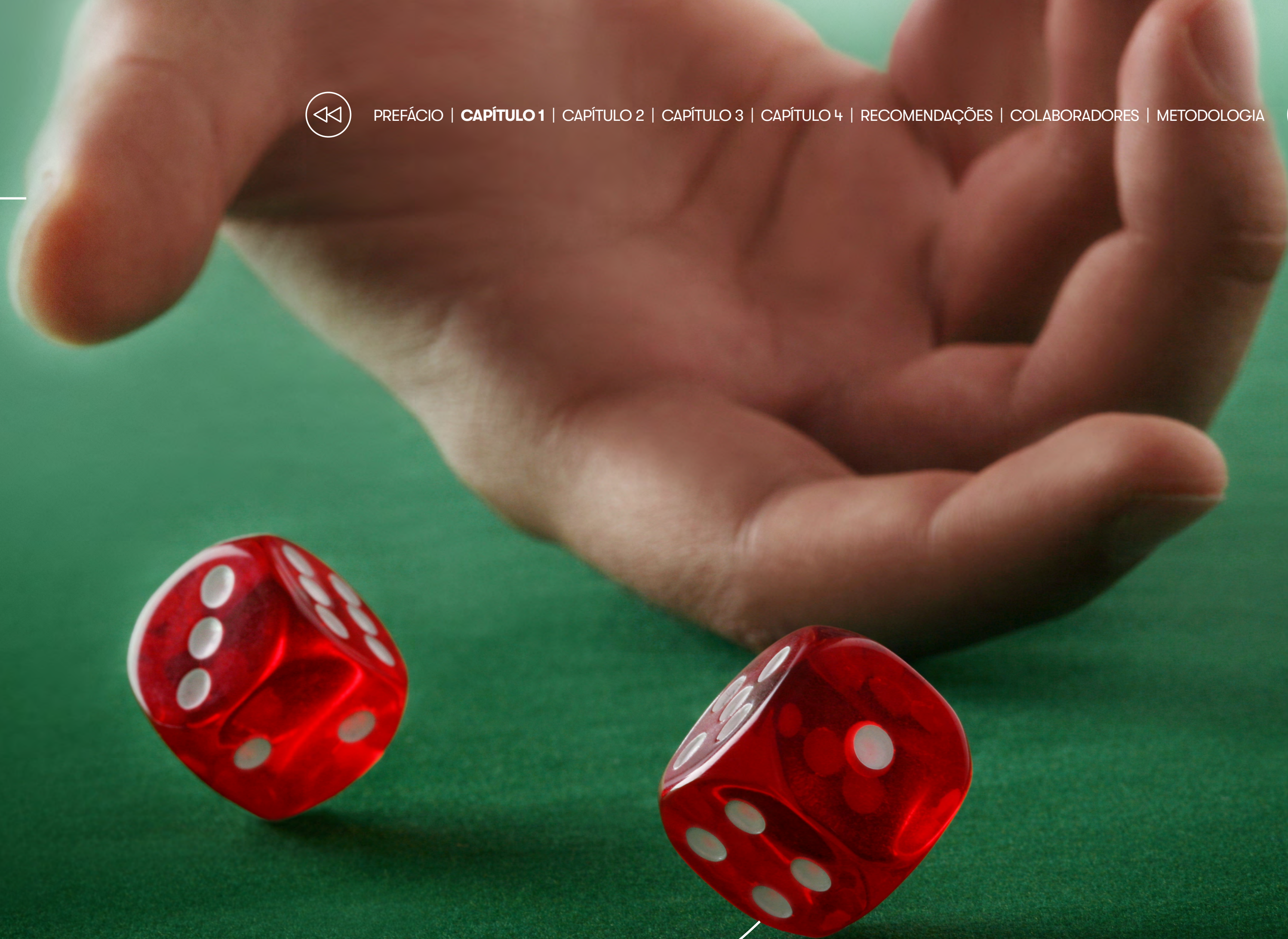
Sarah Carroll

Diretora de Relatórios de Sustentabilidade
da Grant Thornton International



ESTUDO DE CASO

Uma empresa do setor de jogos/cassinos nos EUA utilizou relatórios de sustentabilidade para fortalecer sua marca e atrair mais clientes. Ela registrou e divulgou tudo o que estava fazendo – desde campanhas contra o tráfico humano até lâmpadas de baixa voltagem e padrões para todos os fornecedores, incluindo roupas de mesa dos restaurantes. Essa estratégia ajudou a empresa a se diferenciar no mercado e proteger sua reputação em um setor onde a imagem é particularmente importante e leva tempo para ser construída.





Um dos motivos para a alta proporção de empresas de médio porte investindo em iniciativas sustentáveis é que elas veem uma relação clara entre sustentabilidade e viabilidade comercial de longo prazo. Mais da metade concorda que isso aumentará a lucratividade (54%) e as receitas (51,3%) no longo prazo. Apenas 2% afirmam não acreditar que a sustentabilidade contribua para atingir objetivos comerciais.

66

Dois aspectos da sustentabilidade podem impulsionar a lucratividade futura e torná-la mais eficiente. É possível adotar práticas como a migração para fontes de energia renováveis, assim como também há oportunidades de aumentar as vendas para sua base de clientes – já que os consumidores estão cada vez mais inclinados a comprar de marcas que os fazem sentir bem com suas escolhas.

Trent Gazzaway

Líder Global de Capacitação e Qualidade das Linhas de Serviço na Grant Thornton International

Este ano, ficou especialmente mais claro que a atração comercial é maior do que a pressão regulatória para o mercado de médio porte. Nossas descobertas mostram que os fatores comerciais têm maior influência do que as exigências regulatórias na motivação dos esforços de sustentabilidade dessas empresas.





Insights por indústria de atuação

O fator mais importante para impulsionar a sustentabilidade varia conforme a indústria:

- **Setor público:** Mais da metade (51,2%) vê a pressão dos stakeholders como fator principal, contra 17,7% globalmente.
- **Serviços financeiros:** Empresas desse setor são mais propensas a considerar o acesso a financiamento como fator determinante – 39,4% contra 26,7% globalmente, com destaque para *private equity* (52,4%).

Private equity

52,4%

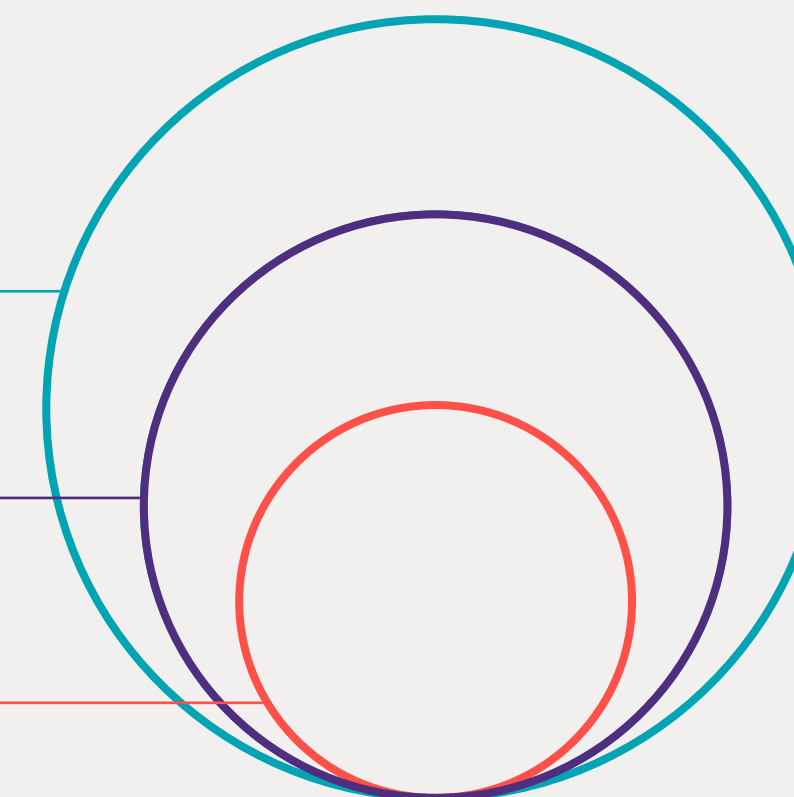
Serviços financeiros

39,4%

Global

26,7%

Fonte: International Business Report (IBR) da Grant Thornton



Objetivos comerciais alcançados com maior facilidade devido à sustentabilidade

Longo prazo

Aumentar a lucratividade

Aumentar as receitas

Curto prazo

Aumentar a lucratividade

Aumentar as receitas

0% 10% 20% 30% 40% 50%

■ África
 ■ Ásia-Pacífico
 ■ Europa
 ■ América do Norte
 ■ América do Sul
 ■ Global

53%

57%

55,6%

54%

51,7%

55,9%

51,3%

América do Norte e Ásia-Pacífico: mais da metade acredita que a sustentabilidade apoiará a lucratividade e as receitas no longo prazo.

África: embora com percepção mais positiva quanto ao impacto de longo prazo, a região africana é mais cética em relação aos efeitos de curto prazo, citando maior incerteza sobre apoio político à sustentabilidade.

Fonte: International Business Report (IBR) da Grant Thornton

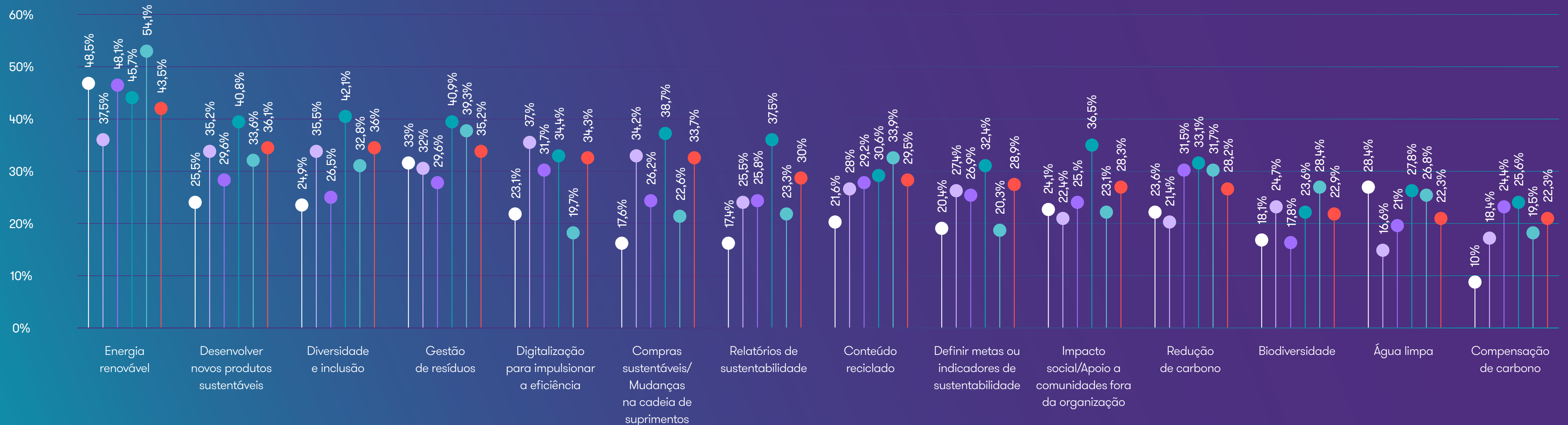


Em quais áreas as empresas estão investindo?

As áreas de investimento em sustentabilidade continuam diversas, mas energia renovável permanece como foco principal (43,5%).

Isso ocorre porque a energia renovável e a redução das emissões de carbono costumam ser formas diretas e economicamente viáveis de melhorar a sustentabilidade. Dependendo da legislação do país, o uso de fontes de energia mais limpas também pode gerar incentivos regulatórios e fiscais.

Áreas prioritárias para empresas que aumentam ou mantêm investimentos em sustentabilidade





66

Medidas de eficiência energética podem reduzir os custos operacionais em 10 ou 15% em um ano. Em Québec, uma empresa de construção de médio porte implementou práticas de baixo carbono no canteiro de obras, otimizou sua frota de equipamentos pesados e integrou princípios de economia circular por meio da reutilização de materiais. Esses esforços resultaram em uma redução de 11% nas despesas com energia e 28% nas emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE). Além dos benefícios ambientais, essas estratégias fortaleceram sua posição em licitações públicas e melhoraram a resiliência de custos a longo prazo.

Laëtitia Fière

Diretora Sênior em Consultoria de Gestão
na Raymond Chabot Grant Thornton



Apesar da reação contrária às iniciativas de diversidade, equidade e inclusão (DEI) nos EUA, que levou algumas empresas globais a reduzirem atividades em escritórios internacionais², a proporção de empresas investindo nessas iniciativas aumentou entre aquelas que mantêm ou ampliam seus investimentos em sustentabilidade. Isso inclui empresas nos EUA, onde o percentual passou de 31% para 44,8%.

Nossos dados mostram que as empresas de médio porte continuam investindo em todas as frentes quando se trata de sustentabilidade – do ambiental ao social, da energia à inclusão – porque veem isso como essencial para seu crescimento e sucesso empresarial.

66

Ser um membro ativo e útil de uma comunidade, contribuindo com o seu avanço, seja ela grande ou pequena, oferece uma vantagem competitiva que se traduz em ganhos reais no final do dia.

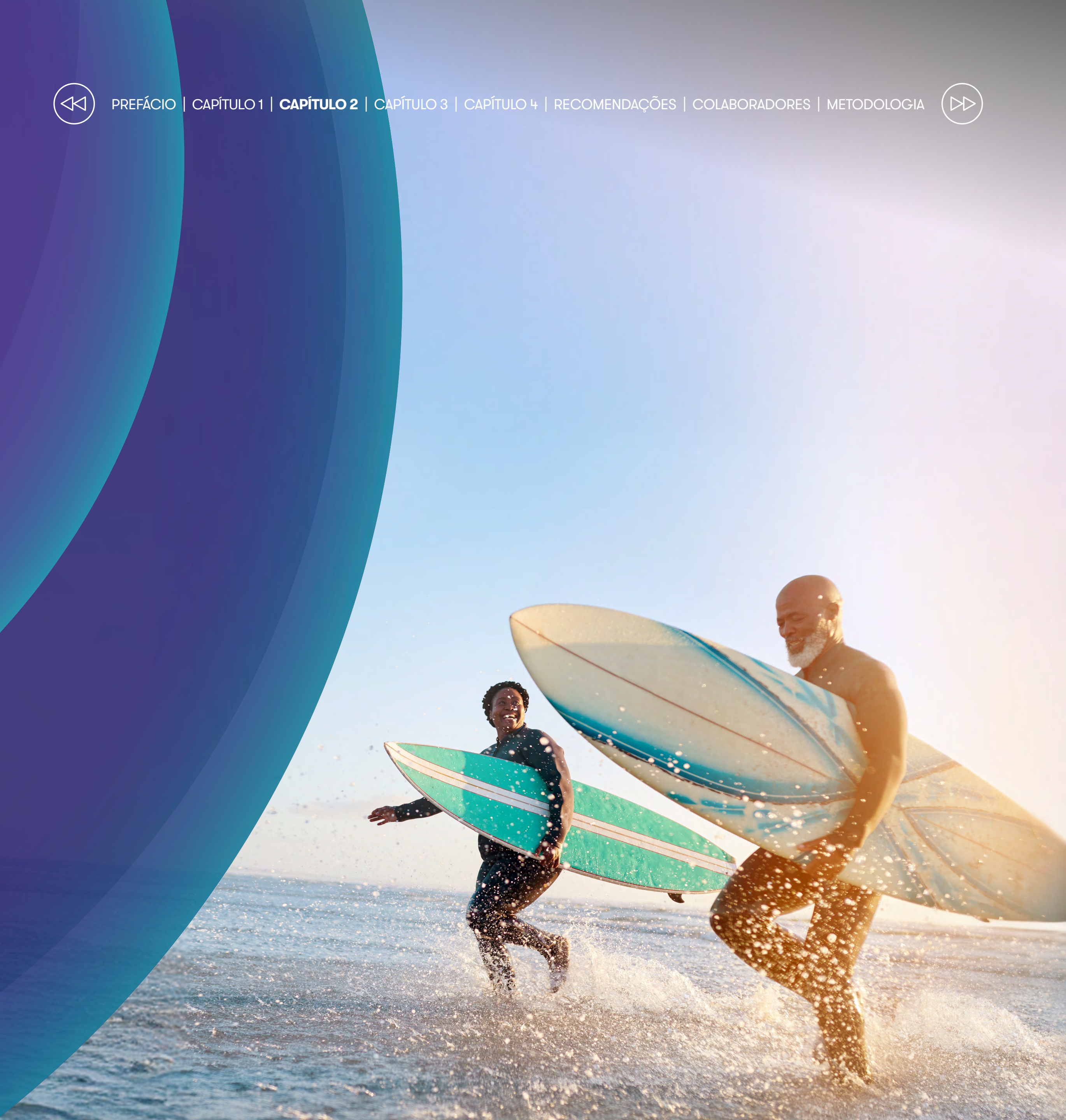
April Little

Líder Nacional de Contabilidade Fiscal,
Relatórios Financeiros e Serviços Tributários de ESG
e Sustentabilidade na Grant Thornton EUA



Capítulo 2:

Mantendo o equilíbrio em um mundo agitado





O cenário regulatório no início deste ano parecia desfavorável à agenda de sustentabilidade, considerando as alterações na *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD) e a revogação da regra de divulgação climática pela Comissão de Valores Mobiliários dos EUA (SEC)³. Nesse contexto, seria natural imaginar que as empresas reduziriam ou interromperiam seus relatórios de sustentabilidade. Nossa pesquisa mostra que esse não é o caso para as empresas globais de médio porte.

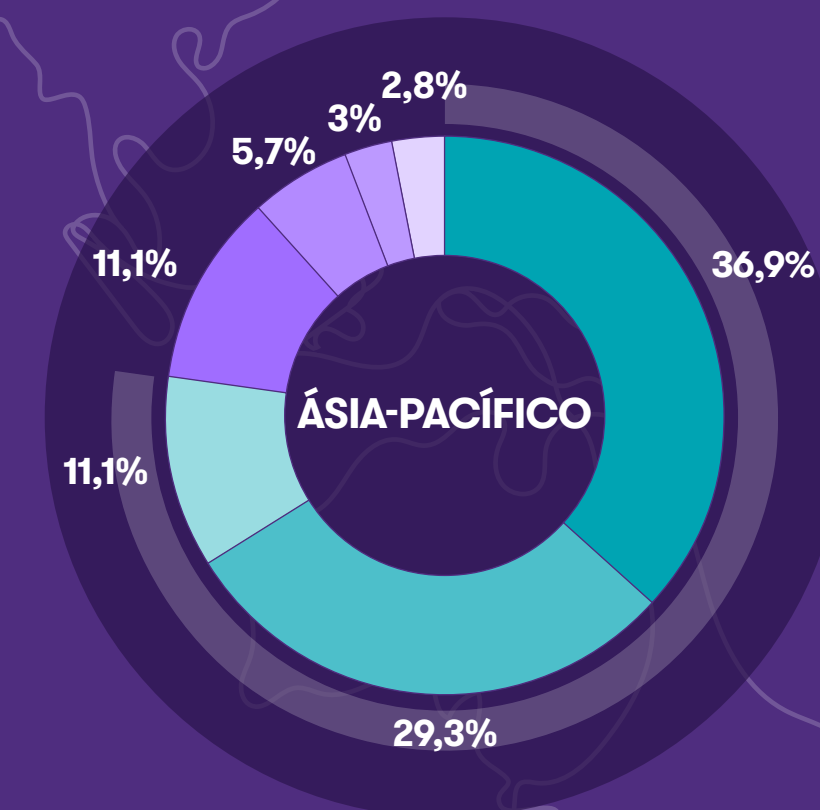
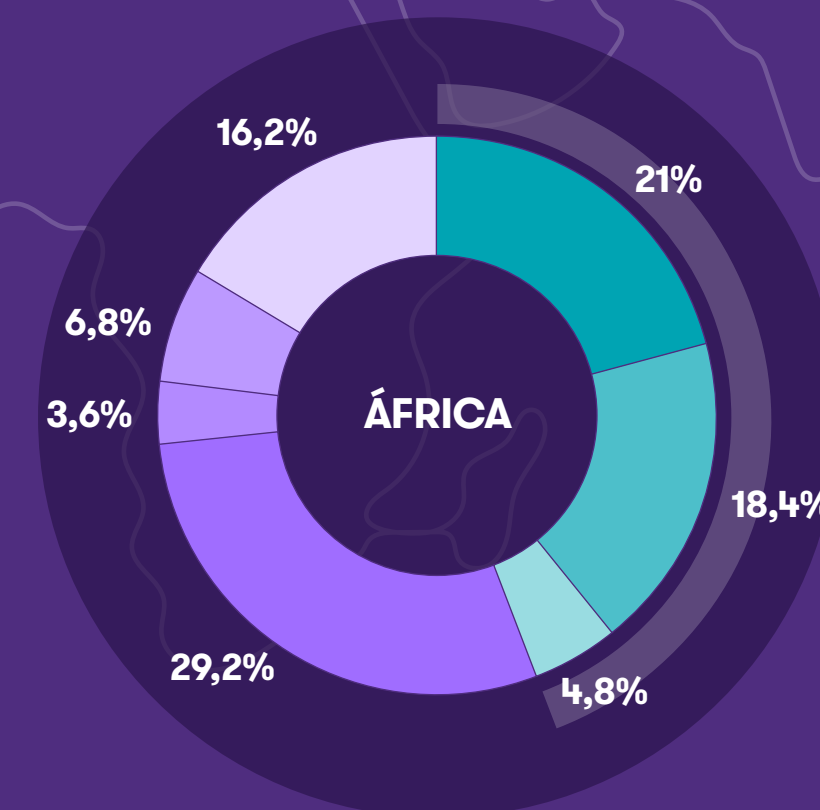
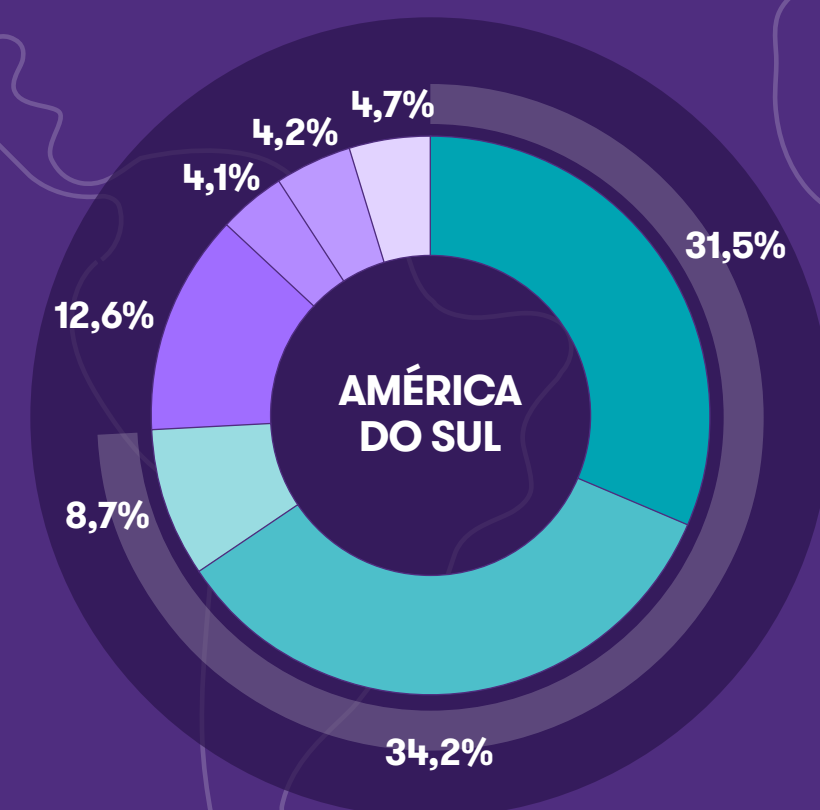
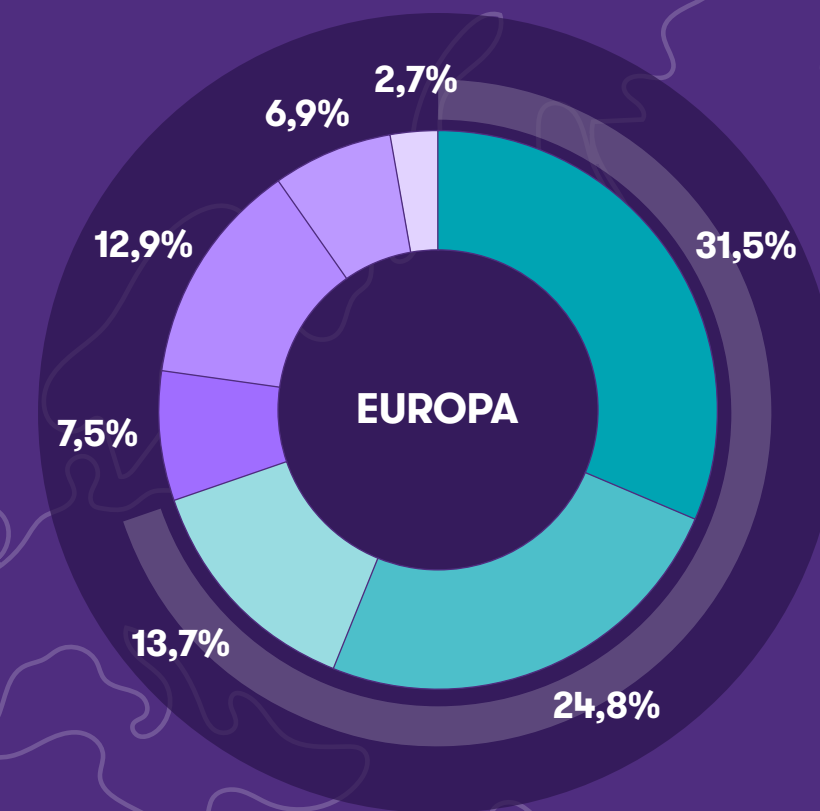
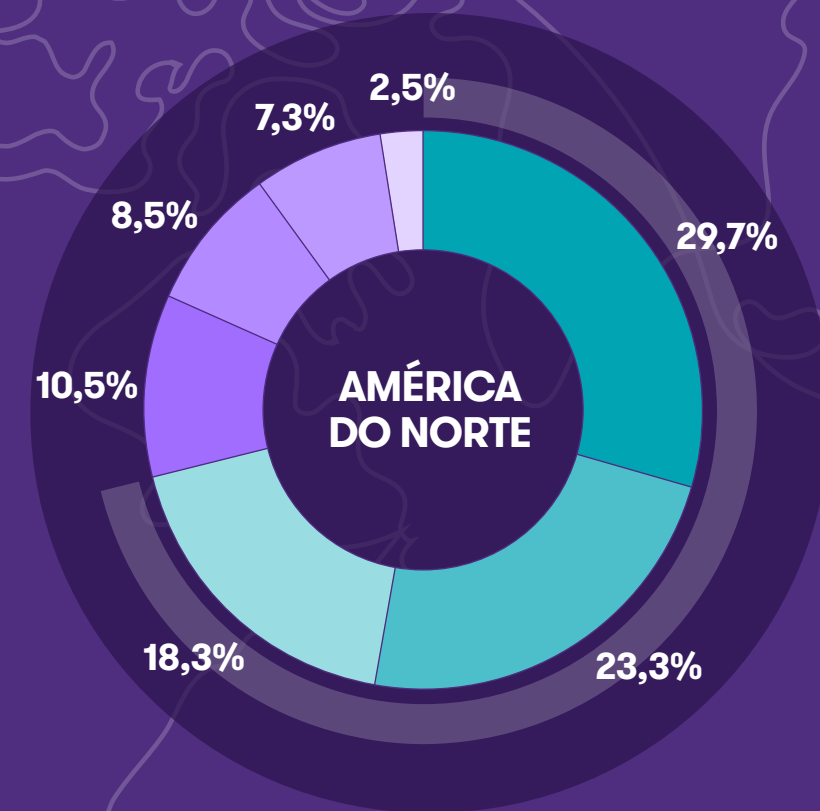
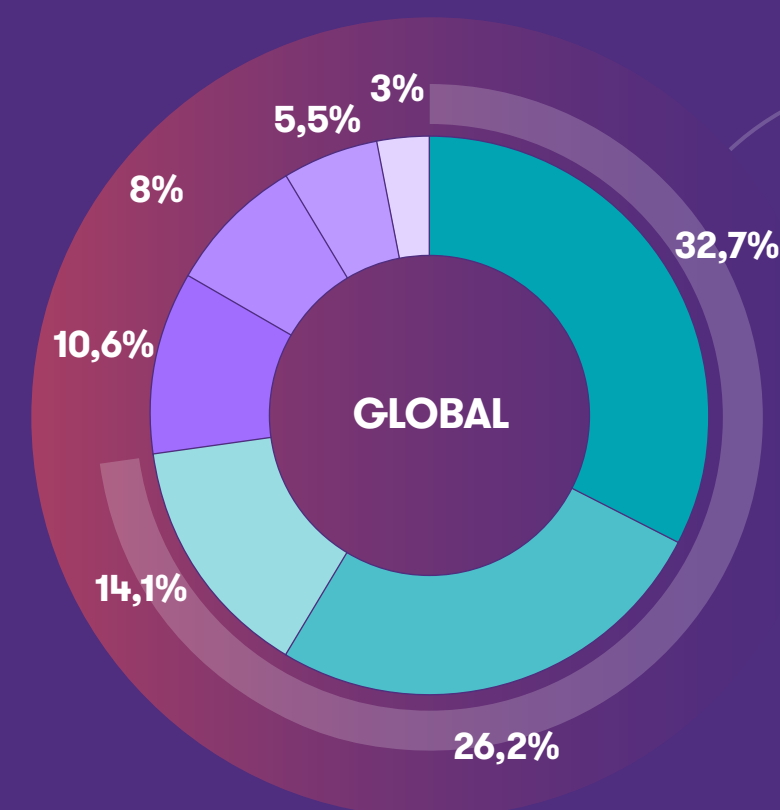
A grande maioria destas empresas (72,9%) afirma que continuará produzindo seus relatórios de sustentabilidade. Entre aquelas que pretendem manter essa prática, quase metade (44,8%) acredita que isso faz sentido do ponto de vista comercial, e cerca de um terço (35,9%) afirma que essa prática está alinhada ao propósito do negócio – demonstrando o quão intrínseca a sustentabilidade se tornou para as operações dessas empresas. As organizações reconhecem que os relatórios de sustentabilidade possuem dupla materialidade (impacto tanto no desempenho financeiro quanto na forma como suas operações afetam pessoas e o planeta) e, por isso, permanecem comprometidas.

O número de organizações que abandonaram completamente os relatórios de sustentabilidade é baixo (**apenas 5,5%**), e a quantidade que adotou uma postura de “esperar para ver”, pausando os relatórios, também é relativamente pequena (**8%**).





Ações planejadas em resposta às mudanças regulatórias nos relatórios de sustentabilidade



- Continuaremos realizando nossos relatórios de sustentabilidade voluntariamente, pois isso faz sentido para os negócios
- Continuaremos realizando nossos relatórios de sustentabilidade voluntariamente, pois isso se alinha com o nosso propósito como empresa

- Continuaremos com os relatórios de sustentabilidade porque o processo já estava praticamente concluído
- Essas mudanças não impactam nossos negócios

- Vamos pausar temporariamente nossos relatórios de sustentabilidade
- Vamos interromper todos os relatórios de sustentabilidade
- Não temos certeza / Não sabemos

Insights por região

As empresas europeias de médio porte foram mais propensas a afirmar que pausariam os relatórios de sustentabilidade do que as de outras regiões (**12,9% contra 8% globalmente**). Isso não é surpreendente, considerando as mudanças na **CSRD**.

Já as organizações norte-americanas de médio porte foram mais propensas a indicar que continuariam reportando porque estavam “quase concluindo o processo” (**18,3% contra 14,1% globalmente**). Além disso, custos já realizados podem estar influenciando a tomada de decisão.

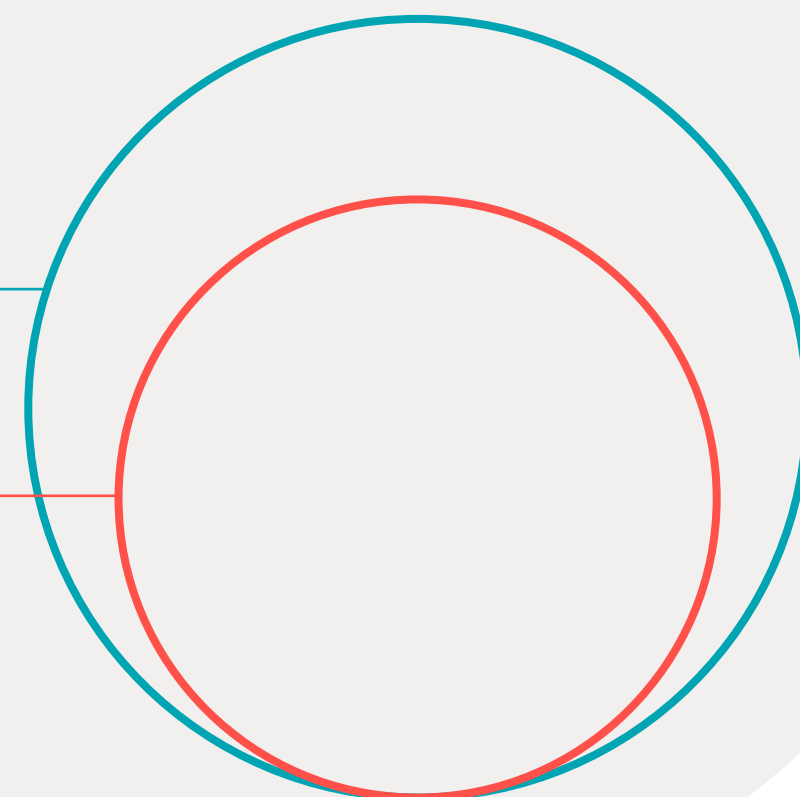
Empresas norte-americanas

18,3%

Global

14,1%

Fonte: International Business Report (IBR) da Grant Thornton



Insights por indústria

As empresas de médio porte do setor de serviços financeiros são as mais propensas a interromper ou pausar seus relatórios de sustentabilidade (18,3% contra 13,4% globalmente). Isso pode estar relacionado ao fato de terem iniciado o processo de conformidade com um conjunto de regras que posteriormente foi revogado, como as regras de divulgação da SEC.

As empresas dos setores de saúde e energia foram mais propensas a acreditar que os relatórios de sustentabilidade estão alinhados ao propósito de seus negócios, assim como as organizações do setor público.

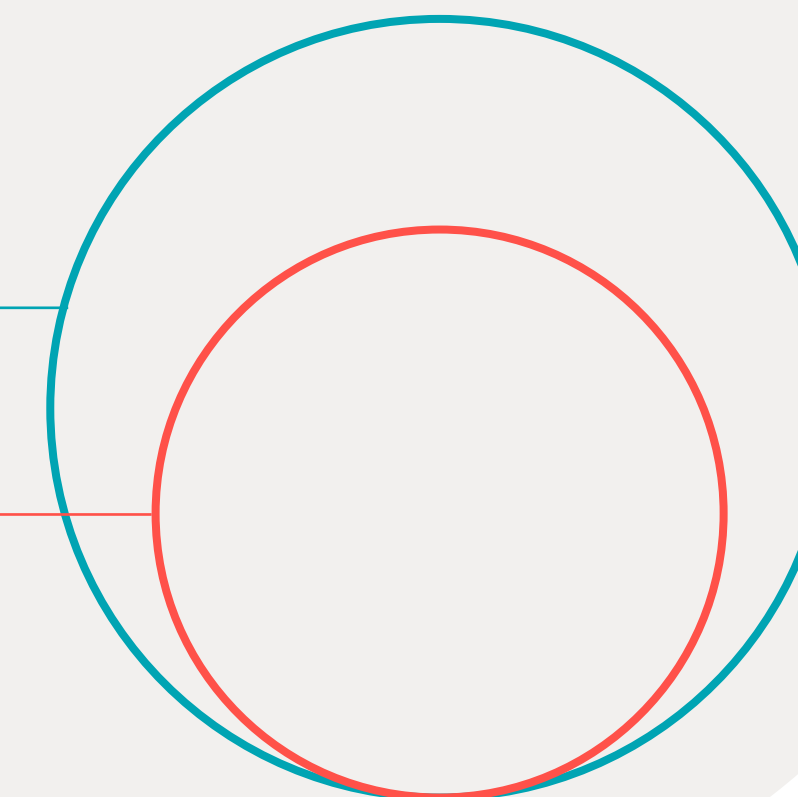
Empresas de serviços financeiros

18,3%

Global

13,4%

Fonte: International Business Report (IBR) da Grant Thornton





Há, é claro, empresas que já sentiram os impactos: 20,3% afirmam estar indecisas quanto à sua perspectiva de sustentabilidade e continuarão monitorando a situação, enquanto 14,8% se sentem confusas e incertas sobre os próximos passos. No entanto, um grande número (43,6%) declara permanecer comprometido com a sustentabilidade e cerca de um quinto (21,9%) afirma que as mudanças políticas e regulatórias não tiveram qualquer impacto.

Nossa pesquisa, portanto, demonstra que as mudanças políticas e regulatórias em torno da sustentabilidade não foram tão disruptivas para a jornada do mercado de médio porte quanto alguns imaginaram inicialmente.

Existem algumas razões prováveis para isso. Muitas empresas de médio porte já realizam relatórios há algum tempo devido ao fato de possuírem clientes grandes ou multinacionais que estão sujeitos a exigências de reporte de sustentabilidade. Exigências regulatórias para grandes organizações geralmente significam que os integrantes da cadeia de suprimentos precisam fornecer dados e manter processos de reporte. Portanto, deixar de fazê-lo reduziria sua capacidade de atender esses clientes. O fato de as empresas de médio porte já terem esses processos implementados há algum tempo significa que eles agora estão incorporados à operação.

Outro fator pode ser a posição do mercado médio. No cenário global atual, existe um risco de **“greenhushing”** entre grandes corporações, especialmente nos EUA, à medida que as empresas se tornam cada vez mais relutantes em falar publicamente sobre suas ações de sustentabilidade⁴.

66

Para muitas empresas de médio porte, a sustentabilidade não é apenas um valor, é uma exigência. Seus grandes clientes multinacionais demandam conformidade em toda a cadeia de suprimentos. Se não conseguirem demonstrar práticas sustentáveis confiáveis, correm o risco de perder esses contratos. Não se trata apenas de branding, mas de permanecer no jogo.

Vincent Frambourt

Sócio e Diretor Nacional de Transformação
Sustentável da Grant Thornton França

Como as empresas de médio porte são menos expostas a análise pública em comparação às grandes corporações, o **“greenhushing”** não é uma preocupação tão relevante para elas, permitindo que continuem reportando suas práticas de sustentabilidade.



Capítulo 3:

Uma reestruturação regulatória gera novas oportunidades





Redefinição dos relatórios

Nossa pesquisa sugere que as empresas não estão ignorando as mudanças políticas, mas abraçando as oportunidades comerciais que essas alterações apresentam. Em nossa pesquisa, 34,5% das empresas de médio porte afirmam que a nova direção, mais flexível, adotada por algumas jurisdições (incluindo a redução do escopo da CSRD) está mais alinhada às necessidades de seus negócios, e 33,1% dizem sentir alívio com as mudanças propostas. Nossos especialistas globais indicam que isso provavelmente ocorre porque certas políticas de sustentabilidade visavam implementar grandes mudanças, rapidamente, sem realmente apoiar os esforços das empresas.

34,5%

das empresas de médio porte afirmam que a nova direção, mais flexível, adotada por algumas jurisdições (incluindo a redução do escopo da CSRD) está mais alinhada às necessidades de seus negócios

66

Para muitas empresas de médio porte, o relatório de sustentabilidade continua sendo uma disciplina relativamente nova e em evolução. O processo de coleta e divulgação de uma ampla gama de dados não financeiros, muitas vezes pela primeira vez, introduziu uma complexidade significativa. Em resposta, vimos um rápido desenvolvimento de legislações, estruturas políticas, normas contábeis e protocolos de asseguuração voltados para tornar essas práticas comuns. Embora esse movimento seja encorajador, ele também criou um certo grau de incerteza no mercado.

Assim, as recentes medidas para recalibrar o escopo e o ritmo das exigências regulatórias são amplamente bem-vindas. Importante destacar que isso não sinaliza um retrocesso nos compromissos com a sustentabilidade, pelo contrário, a maioria das empresas de médio porte continua profundamente engajada em construir capacidades significativas de reporte e desenvolver estratégias que apoiem sua jornada sustentável de longo prazo.

Andrew Rigele

Sócio e Gerente Nacional de ESG da Grant Thornton Austrália



Em vez de provocar um retrocesso na sustentabilidade, as reestruturações regulatórias representam uma oportunidade para o mercado de médio porte moldar seu futuro. As mudanças nas regulamentações significam que as empresas ganharam um presente valioso: tempo. Agora que o reporte é menos obrigatório, elas podem se concentrar em áreas mais relevantes para seus negócios e alinhadas aos seus objetivos e estratégias comerciais.

66

As empresas estão recebendo positivamente a Omnibus Bill, não porque sejam contra a sustentabilidade, mas porque ela lhes dá uma maior sensação de propriedade e controle sobre sua própria jornada sustentável. Em vez de serem guiadas por burocracia, podem se engajar em seus próprios termos.

Vincent Frambourt

Sócio e Diretor Nacional de Transformação Sustentável da Grant Thornton França

O fato de a CSRD agora reduzir a pressão obrigatória sobre as empresas pode encorajá-las a fazer isso dentro de sua própria forma de trabalhar, reportando sobre sustentabilidade de uma maneira alinhada aos seus próprios esforços, ambições, estratégia e desempenho.

Tjeerd Krumpelman

Sócio de Impact House da Grant Thornton Holanda



Expansão de mercado

Um dos objetivos ou estratégias comerciais que podem ser apoiados pelo novo cenário regulatório é a expansão de mercado. A capacidade de cumprir os requisitos de múltiplas jurisdições continua sendo uma consideração importante para organizações que buscam crescimento global: dois quintos das empresas (43,1%) afirmam que a sustentabilidade ajuda a melhorar as exportações. Essa meta de crescimento global é reforçada pela recente redução nas exigências de reporte, pois os mercados internacionais, especialmente na Europa, agora estão mais acessíveis, permitindo que as empresas gastem menos recursos com conformidade e mais em áreas estratégicas, como marketing e operações.

A credibilidade em sustentabilidade, conquistada por meio dos relatórios, também é um caminho sólido para garantir reputação de marca em novos mercados.

Em nossa pesquisa, 49,8% das organizações concordam que a sustentabilidade possibilita a expansão internacional; e as empresas que planejam aumentar o número de países para os quais vendem também foram mais propensas a citar a “reputação da marca” como um fator-chave que impacta seus investimentos em sustentabilidade, em comparação à média global.



49,8%

das organizações concordam que a sustentabilidade possibilita a expansão internacional



ESTUDO DE CASO

Empresa da indústria alimentícia

(sede em Québec, Canadá)

Em 2024, uma empresa sediada em Québec, especializada na produção de alimentos à base de plantas, tomou a decisão estratégica de aumentar seu orçamento ESG em 32%.

Essa decisão foi impulsionada pela crescente demanda de seus parceiros comerciais europeus por compromissos de sustentabilidade concretos e verificáveis. A empresa investiu em diversas iniciativas, incluindo:

- Sistema digital de rastreabilidade para documentar a origem de suas matérias-primas, incluindo auditorias de fornecedores de leguminosas na América do Sul e parceiros de embalagens na Ásia.
- Avaliação completa da pegada de carbono em conformidade com a ISO 14064 e um plano de redução de três anos.
- Revisão da política de remuneração e implementação de um processo interno de avaliação de equidade salarial com base em gênero, tipo de cargo e senioridade.

Os resultados foram significativos: a empresa não apenas renovou contratos com dois distribuidores existentes, como também assinou dois novos contratos importantes, resultando em um aumento de 18% nas exportações para a Europa em menos de um ano. Além disso, a melhoria no desempenho ESG contribuiu para uma melhor classificação de crédito junto ao seu banco canadense, incluindo uma redução na taxa de juros da linha de crédito operacional.

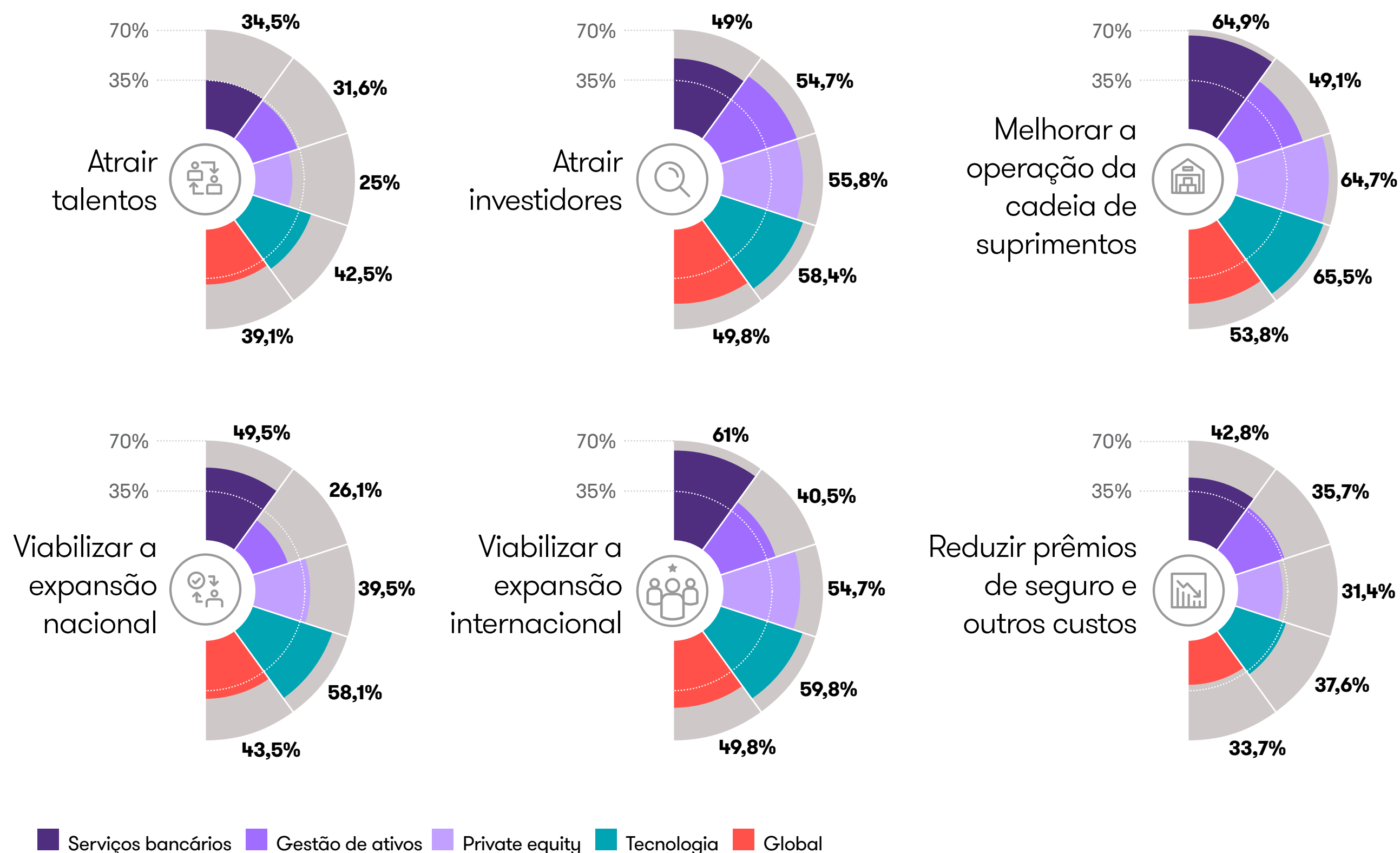


Empresas e consumidores preferem trabalhar e comprar de marcas que demonstram compromisso com boas práticas. Para novos entrantes, comprovar desempenho em sustentabilidade é um ativo crítico que viabiliza a expansão para novos mercados.

Quando perguntadas sobre quais objetivos operacionais poderiam ser mais facilmente alcançados com maior sustentabilidade, a principal escolha entre as empresas de médio porte foi **melhorar as operações da cadeia de suprimentos (53,8%)**. Empresas das indústrias **bancária (64,9%)**, **private equity (64,7%)** e **tecnologia (65,5%)** foram especialmente positivas quanto ao impacto da sustentabilidade na cadeia de suprimentos. Isso provavelmente ocorre porque essas indústrias possuem cadeias de suprimentos amplas – empresas de tecnologia frequentemente têm componentes fabricados e enviados de diversos países, enquanto bancos e fundos dependem de uma rede global de capital.

Os exemplos dessas indústrias globais demonstram como a sustentabilidade impulsiona o crescimento e a expansão para todas as empresas de médio porte. A conformidade com padrões globais de sustentabilidade e a construção de uma marca sustentável são agora cruciais para acesso a mercados, parcerias e atração de investidores e clientes.

Objetivos operacionais mais facilmente alcançados por meio do aumento da sustentabilidade



Fonte: International Business Report (IBR) da Grant Thornton



Capítulo 4: Quais os próximos passos na jornada sustentável?



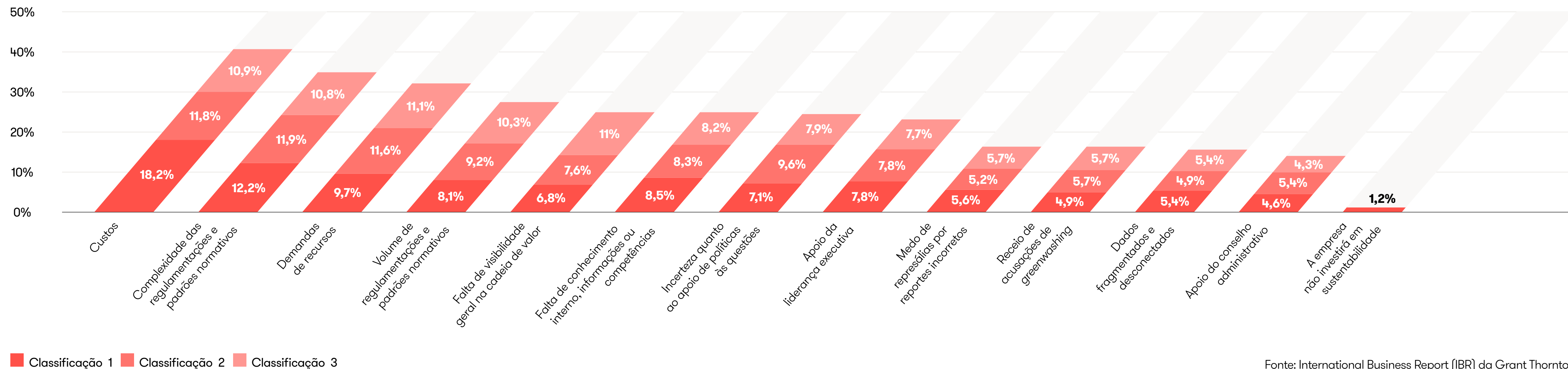


A posição de destaque do mercado de médio porte na busca pela sustentabilidade torna essencial compreender os desafios enfrentados ao investir nessa área e o que pode ser feito para superá-los.

Quais são os desafios e como superá-los?

O custo continua sendo uma barreira significativa, com 40,9% dos entrevistados apontando-o como um obstáculo ao progresso. A complexidade das regulamentações e normas (35%) e os recursos necessários para cumprir essas exigências (32,3%) também figuram entre as opções mais citadas.

Principais barreiras para o desenvolvimento bem-sucedido de iniciativas de sustentabilidade



■ Classificação 1 ■ Classificação 2 ■ Classificação 3

Fonte: International Business Report (IBR) da Grant Thornton

Embora esses desafios sejam comuns em todo o mundo, as principais barreiras variam por região, o que significa que cada uma exigirá diferentes formas de apoio.

Na América do Sul, uma proporção muito maior de empresas identifica o custo como o maior obstáculo, em comparação com outras regiões. Estratégias econômicas serão fundamentais para estimular um maior comprometimento com a sustentabilidade. Incentivos fiscais, oferecidos por muitos governos para promover investimentos iniciais nessa área, podem ser um caminho para aumentar os aportes em algo que, no fim das contas, melhora o desempenho comercial a longo prazo.

Na África, a incerteza quanto ao apoio político à agenda de sustentabilidade e a falta de clareza sobre o comprometimento político em manter esse tema como prioridade têm desestimulado muitos investimentos. Destacar os benefícios comerciais da sustentabilidade e as oportunidades que ela oferece além da simples conformidade deve ser uma tática central ao engajar empresas na região.

Na Ásia-Pacífico, as empresas tendem a apontar a falta de conhecimento interno como uma barreira ao desenvolvimento bem-sucedido de iniciativas sustentáveis. Isso pode ocorrer porque, com exceção da Austrália, os países da região geralmente têm menos regulamentações nacionais. Para superar essa barreira, é possível buscar apoio de especialistas externos. Às vezes, o conhecimento interno pode ser maior do que se imagina e o desafio está em fortalecer a confiança da liderança em seguir adiante com a sustentabilidade em benefício do negócio.

Na Europa, talvez sem surpresa, dada a exigência da CSRD, a complexidade das regulamentações é apontada como a principal barreira. Diante das mudanças recentes nas regras, as empresas provavelmente vão querer focar na implementação de processos eficientes que facilitem a navegação pelas regulamentações. Como discutido anteriormente, as mudanças no regime de relatórios da UE representam uma oportunidade para que as organizações adotem medidas de conformidade que se ajustem melhor ao seu modelo de negócio.⁷





Na América do Norte, onde tanto os EUA quanto o Canadá têm sistemas federais de governo e regras locais que podem conflitar ou se sobrepôr às iniciativas nacionais, a complexidade regulatória é vista como um problema central. Assim como na Europa, processos eficientes que ajudem as organizações a lidarem com essas nuances serão importantes daqui para frente.

66

Ter padrões consistentes internacionalmente será essencial. Sustentabilidade costumava ser uma sopa de letrinhas de termos e regulamentações. Quanto mais países adotarem os padrões do ISSB, por exemplo, melhor.

Sarah Carroll

Diretora de Relatórios de Sustentabilidade
da Grant Thornton International



Reestruturando a narrativa

Outra barreira, ou desafio crescente, na sustentabilidade é o uso da linguagem com fins políticos.⁸ No entanto, o mercado de médio porte pode desempenhar um papel importante ao reestruturar essa narrativa e nos lembrar do verdadeiro propósito da sustentabilidade: sucesso comercial e longevidade dos negócios.

Para avançar, é importante que as empresas de médio porte destaquem as oportunidades, além de discutir os obstáculos à sustentabilidade. Os fundamentos da sustentabilidade não são novos: pensar no longo prazo, garantir uma gestão responsável e ser um bom cidadão corporativo sempre foram parte essencial da lucratividade. O desafio é comunicar isso a partes interessadas céticas e evitar cair em jargões vazios.

À medida que o mercado de médio porte avança para liderar a jornada da sustentabilidade, há oportunidades para pensar de forma criativa e tornar os investimentos mais atraentes.

66

No Canadá, e especialmente em Québec, a sustentabilidade deixou de ser algo ‘bom de ter’ e está se tornando uma vantagem estrutural. Sua capacidade de garantir acesso ao mercado, construir resiliência frente à volatilidade e atrair talentos e capital está redefinindo a estratégia empresarial em diversos setores.

Laëtitia Fière

Diretora Sênior em Consultoria de Gestão
na Raymond Chabot Grant Thornton

Às vezes, o melhor caminho é reformular a abordagem, não estamos falando de ‘DEI’, estamos falando sobre fazer o melhor pelas pessoas. Não é ‘mudança climática’, é fazer o melhor pelo ambiente em que você opera. Não estamos aqui para falar de política.

April Little

Líder Nacional de Contabilidade Fiscal,
Relatórios Financeiros e Serviços Tributários de ESG
e Sustentabilidade na Grant Thornton EUA



Recomendações

Um mercado de médio porte fortemente comprometido está emergindo como uma força poderosa na construção de uma economia global sustentável. Para impulsionar esse movimento, e com base nos resultados da nossa pesquisa, a Grant Thornton apresenta cinco recomendações principais para empresas do *middle-market*:





1



2



3



Seja reconhecido: O papel que o mercado de médio porte desempenha na construção de uma economia sustentável precisa ser reconhecido para que possa ser aproveitado. Enquanto grandes empresas conseguem promover suas próprias agendas e pequenas empresas são representadas por associações, o *middle-market* muitas vezes carece de representação em discussões-chave. É, portanto, importante que as empresas de médio porte se engajem e façam-se ouvir por agentes políticos e reguladores, seja diretamente ou de forma coletiva, respondendo a consultas regulatórias, enviando evidências a comitês relevantes ou participando de grupos parlamentares multipartidários.

Baseie-se em evidências: As mudanças políticas e regulatórias não foram tão disruptivas para os relatórios de sustentabilidade do mercado de médio porte quanto alguns imaginaram. As empresas ainda veem o reporte como uma ferramenta comercial importante, permitindo medir e demonstrar progresso. Para aquelas que precisam compreender as mudanças regulatórias recentes, consultar um assessor especializado pode ajudar, explicando os dados necessários e como maximizar seus relatórios de sustentabilidade para atender às necessidades da sua empresa.

Mantenha o foco: As mudanças regulatórias recentes representam uma oportunidade. As empresas podem usar esse momento de redefinição para focar seus relatórios em aspectos mais relevantes para seus negócios, gerando relatórios de qualidade superior. A simplificação das regras também pode apoiar o crescimento e a expansão internacional.



4



5



Colabore: Embora as barreiras variem por região, custo e complexidade são comuns à maioria das empresas do mercado médio. Ao colaborar com stakeholders, as empresas podem enfrentar esses desafios:

- Trabalhe de perto com seus investidores. Certifique-se de que eles estejam alinhados aos seus objetivos comerciais, à estratégia de sustentabilidade e aos recursos necessários.
- Coopere com outros players do setor para diluir custos e tornar a sustentabilidade viável em toda a indústria, por exemplo, padronização de plugues para infraestrutura de carregamento de veículos elétricos.
- Mantenha um diálogo contínuo com seus clientes sobre como se tornarem mais sustentáveis coletivamente, por exemplo, oferecendo opções de entrega mais sustentáveis para compras online.

Seja claro: O mercado médio pode desempenhar um papel fundamental na reformulação da narrativa sobre sustentabilidade: apresentando-a como um impulsionador de crescimento, e não como um obstáculo. Para que stakeholders em todo o mundo continuem investindo e apoiando a sustentabilidade, é necessário usar uma linguagem que funcione com eles. Por exemplo, falar em termos de longevidade e resiliência pode ser mais eficaz do que usar termos como “mudança climática”.

Em um momento em que líderes políticos e reguladores enfrentam o desafio de impulsionar o crescimento econômico e atingir metas de sustentabilidade, o mercado de médio porte pode ser parte da solução. Para isso, seu trabalho em sustentabilidade precisa ser reconhecido, apoiado e potencializado. Por meio do engajamento, colaboração e diálogo aberto, o mercado de médio porte pode garantir que a jornada da sustentabilidade continue avançando no mundo corporativo e na sociedade como um todo. Ao alcançar isso, veremos os benefícios do crescimento e da sustentabilidade para as próximas gerações.

Para entender como maximizar os benefícios comerciais da sustentabilidade para o seu negócio e potencializar os resultados das iniciativas que sua empresa já realiza, marque uma conversa com o time de ESG/ Sustentabilidade da Grant Thornton.



Referências

1. [The Race Against Time: Why the World is Falling Behind on the Sustainable Development Goals – Revamp Rave Network](#)
2. [IBM Reportedly Walks Back Diversity Policies, Citing ‘Inherent Tensions’: Here Are All The Companies Rolling Back DEI Programs – Forbes](#)
3. [SEC Votes to End Defense of Climate Disclosure Rules – SEC.gov](#)
4. [US borrowers opt for ‘greenhushing’ of bond sales under Trump – Financial Times](#)
5. [Special Incentives Regime for Infrastructure Development \(REIDI\): Electricity generation projects – IEA](#)
6. [Incentives and benefits in Colombia – DLA Piper](#)
7. [Europe’s Omnibus poses questions for CSDDD – Sustainable Investor](#)
8. [Climate change and the politicization of ESG in the US – Frontiers](#)



Colaboradores

Trent Gazzaway

Global head, Service line capability and quality

Grant Thornton International

Sarah Carroll

Director, Sustainability reporting

Grant Thornton International

Andrew Rigele

National managing partner – ESG

Grant Thornton Australia

April Little

National principal-in-charge,

Tax accounting and financial

reporting ESG & sustainability

services tax leader

Grant Thornton US

Vincent Frambourt

Partner, National director sustainable transformation

Grant Thornton France

Laëtitia Fièrè

Senior director, Management consulting

Raymond Chabot Grant Thornton

Tjeerd Krumpelman

Partner, Grant Thornton Impact House

Grant Thornton Netherlands



Metodologia

O International Business Report (IBR) da Grant Thornton é a principal pesquisa mundial sobre empresas de médio porte. Lançado em 1992, o IBR fornece análises profundas e *insights* sobre as opiniões e expectativas de cerca de 15.000 líderes empresariais globalmente. A pesquisa é realizada trimestralmente, entrevistando executivos seniores de organizações de médio porte em 35 economias, abrangendo todos os setores da indústria.

Os questionários são traduzidos para os idiomas locais e o trabalho de campo é realizado por meio de uma metodologia mista, incluindo entrevistas online e por telefone. As conclusões deste relatório Sustentabilidade 2025 são baseadas em entrevistas conduzidas entre abril e junho de 2025. As porcentagens e pontos de dados apresentados foram arredondados para uma casa decimal. Por esse motivo, alguns gráficos podem não totalizar 100%.





Somos a Grant Thornton.

Exceder as expectativas é o que nos move e nos diferencia no mercado.

A Grant Thornton é uma rede globalmente reconhecida e premiada de serviços profissionais, sendo uma das principais organizações do mundo em auditoria, tributos e consultoria. Investimos em ouvir, construir relacionamentos e compreender suas preocupações para oferecer uma experiência mais pessoal, ágil e proativa. Trabalhamos no ritmo que importa: o seu. É por isso que valorizamos novas ideias e perspectivas diversas para encontrar soluções melhores. Não prevemos o futuro. Ajudamos você a moldá-lo.

Abraçamos o que torna cada mercado único, em escala global.

Somos uma rede global com **76.000 profissionais em firmas-membro presentes em 156 países**, com um objetivo comum: **ajudar você a realizar suas ambições**. Por isso, nossa rede combina **escala global e capacidade técnica com insights e compreensão locais**.

Seja para crescer em um ou em vários mercados, operar de forma mais eficiente, gerenciar riscos e regulamentações ou gerar valor para stakeholders, nossas firmas-membro oferecem as capacidades em auditoria, tributos e consultoria que você precisa, com a qualidade que espera.

Visite grantthornton.com.br para descobrir como podemos auxiliar.



[grantthornton.com.br](https://www.grantthornton.com.br)

©2025 Grant Thornton International Ltd (GTIL) – Todos os direitos reservados.

“Grant Thornton” refere-se à marca sob a qual as firmas-membro da Grant Thornton fornecem serviços de auditoria, tributos e consultoria a seus clientes e/ou refere-se a uma ou mais firmas-membro, conforme o contexto. A GTIL e as firmas-membro não são uma parceria mundial. GTIL e cada empresa membro é uma entidade jurídica independente. A GTIL não fornece serviços a clientes. A GTIL e suas firmas-membro não são agentes, não se obrigam umas às outras e não são responsáveis por atos ou omissões realizadas por outras firmas-membro.