

**Título:** **As melhores práticas de sustentabilidade empresarial: um estudo de caso da difusão midiática na revista Veja**

**Autor(es)** Jocimar Loss

**E-mail para contato:** maria.trannin@estacio.br

**IES:** UNESA

**Palavra(s) Chave(s):** Sustentabilidade; Empresas; Mídia; Marca; RSC

### **RESUMO**

No mundo empresarial o desenvolvimento sustentável é o tema do momento. Ele surge como oportunidade para as empresas inovarem, agregarem valor e diferencial aos seus produtos, procedimentos e serviços, gerando competitividade. Criar empresas sustentáveis é o grande desafio. Sabemos que neste contexto, a Responsabilidade Socioambiental é hoje um tema de grande interesse para as empresas, pois pode aumentar seu o valor econômico de mercado. Questões sociais e ambientais refletem o valor da marca da empresa. Quaisquer problemas podem ter um impacto significativo no valor da marca, como acidentes, uso indevido de recursos naturais, impactos não compensados, etc. Por outro lado, uma atitude mais responsável em Responsabilidade Socioambiental pode fortalecer a marca da empresa ao longo do tempo, proporcionando um crescimento sustentável. Assim, ações de responsabilidade social aliadas à comunicação podem reduzir os riscos e adicionar valor à empresa. Desta forma, este trabalho visa apresentar as melhores práticas de sustentabilidade empresarial por meio da análise de um estudo de caso da difusão midiática. Os dados apresentados foram levantados por meio de pesquisa bibliográfica, tendo como objeto de estudo a Revista Veja importante mídia em termos de Circulação e Tiragem segundo o IVC (Instituto Verificador de Circulação). O período selecionado para esta análise abrange três anos de difusão, de janeiro de 2009 até dezembro de 2011. O trabalho inicia-se com a construção de conceitos da Responsabilidade Socioambiental, do ponto de vista de diferentes autores. Cita as práticas de sustentabilidade adotadas pelas empresas na atualidade e a importância das organizações em se preocuparem com o desenvolvimento sustentável, onde são levados em consideração, não só os aspectos financeiros, mas também os aspectos socioambientais. Aponta vantagens e benefícios para as empresas que buscam as melhores práticas por meio deste posicionamento e relata sobre a problemática ambiental e a evolução da Responsabilidade Social Corporativa através dos tempos, bem como o quanto é importante a difusão midiática para minimizar a problemática ambiental. Apresenta os melhores projetos pesquisados na revista Veja no período selecionado. Conclui por apresentar os melhores projetos pesquisados na revista Veja no período selecionado, indicando que ainda há muito que se explorar no comportamento voltado para a sustentabilidade corporativa. Ações de responsabilidade socioambiental, aliadas à difusão midiática podem reduzir os riscos reais minimizando o impacto ambiental, e adicionar valor à marca da empresa, além de aumentar a sua lucratividade com esses projetos sustentáveis.