

# Práticas de ESG nas Líderes do Setor de Cosméticos: análise de implementação e impactos

## 1 INTRODUÇÃO

A sustentabilidade corporativa, conforme o tripé de Elkington (1997), propõe que o desempenho empresarial seja medido pelos pilares pessoa, planeta e lucro. Posteriormente, o conceito foi ampliado pelo ESG (*Environmental, Social and Governance*), difundido pelo relatório *Who Cares Wins* (2004), que consolidou a importância de integrar fatores socioambientais e de governança na gestão estratégica das empresas. O ESG abrange ações como mitigação de impactos ambientais, promoção da diversidade e inclusão, transparência, ética e construção de reputação, funcionando como diferencial competitivo e fator de atração de investidores e consumidores conscientes (AGUIAR, 2024; ECCLES; IOANNOU; SERAFEIM, 2014; PEREIRA et al., 2024).

Assim, essa pesquisa busca analisar de que modo as líderes do setor de cosméticos implementam práticas de ESG e em que medida seus relatórios recentes evidenciam convergências e diferenças nos indicadores ambientais, sociais e de governança? E tem como objetivo é analisar como as líderes do setor de cosméticos implementam práticas de ESG e em que medida seus relatórios mais recentes evidenciam resultados nos três pilares, identificando convergências e diferenças entre as empresas.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEORICA

O crescente protagonismo da sustentabilidade nas estratégias corporativas reflete a sensibilidade de consumidores cada vez mais conscientes, tornando práticas sustentáveis fator competitivo relevante (BARREIRA, 2023). Inspirada na definição de Brundtland (1987), essa abordagem busca equilibrar dimensões ambientais, econômicas e sociais. No setor de cosméticos, isso se traduz no uso de ingredientes orgânicos, embalagens biodegradáveis ou reutilizáveis, formulações cruelty-free e processos que reduzem consumo de água e energia sem comprometer qualidade e produtividade.

Dessa forma, a sustentabilidade deixou de ser opcional e tornou-se imperativo de mercado, impulsionada pela maior conscientização dos consumidores. Em resposta, as empresas inovam constantemente para reinventar portfólios mais sustentáveis, ao mesmo tempo em que permanecem estrategicamente adaptáveis às dinâmicas competitivas (Dobni; Sand, 2018; Nakagami; Pinto, 2020). O conceito de ESG consolida critérios para aprimorar a responsabilidade corporativa. No pilar ambiental, avalia-se pegada de carbono e gestão de recursos; no social, destacam-se inclusão e relações de trabalho; e na governança, priorizam-se transparência e combate à corrupção. Esses três eixos orientam políticas que equilibram rentabilidade e impactos socioambientais positivos, respondendo às demandas de stakeholders.

A partir de 2020, o ESG deixou de ser diferencial para se tornar núcleo das estratégias empresariais, motivado pelo ambiente de negócios, atuação dos mercados e pressão de investidores e reguladores, que intensificaram a incorporação dos pilares ESG nos processos internos. Dois desdobramentos recentes ganham destaque. Primeiro, o combate ao greenwashing exige indicadores confiáveis para distinguir compromissos genuínos de iniciativas meramente promocionais. Segundo investidores reconhecem que organizações alinhadas ao ESG apresentam melhor desempenho financeiro, qualidade de gestão e maior resiliência, convertendo a sustentabilidade em vantagem competitiva sustentável (TEXEIRA, 2024).

## 3 METODOLOGIA

O presente estudo adota uma abordagem documental, exploratória e qualitativa, com desenho comparativo entre múltiplos casos, voltada à análise de como grandes empresas do setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, têm incorporado os três pilares da agenda ESG em sua estratégia. Foram selecionadas quatro marcas entre as cinco maiores atuantes no Brasil: Natura &Co, Grupo Boticário, Colgate-Palmolive Co. e Unilever.

**Figura 1 - Detalhamento da Metodologia de Pesquisa**



Fonte: Elaborado pelos autores

O estudo adota uma abordagem qualitativa para compreender como empresas do setor de beleza, cosméticos e higiene pessoal estruturam e implementam suas estratégias ESG, conforme orientações metodológicas de Creswell e Creswell (2021). A pesquisa combina uma fase exploratória, voltada ao mapeamento de práticas sem hipóteses prévias (Cooper & Schindler, 2016), com um delineamento descritivo que detalha atributos, indicadores e padrões de governança, transparência e responsabilidade corporativa, permitindo comparações entre marcas. Para a seleção dos dados, foram estabelecidos critérios de inclusão como: documentação oficial, pública, atualizada e com descrição suficiente de métricas e de exclusão ausência de informações no período de 2023–2024 ou inconsistência temporal. As categorias de análise foram estruturadas a partir do *framework* ESG de Friede, Busch e Bassen (2015) e dos princípios do Global Compact (2004), organizadas nos pilares Ambiental, Social e Governança, desdobrados em subcategorias específicas. A coleta concentrou-se em relatórios de Sustentabilidade e ESG publicados em 2024, priorizando aqueles alinhados a padrões internacionais (GRI, SASB e TCFD), de modo a garantir abrangência e comparabilidade. Após a triagem, os dados foram organizados em tabelas sintéticas, categorizadas por pilar e por empresa, registrando os indicadores identificados. A análise foi conduzida em duas etapas: uma descritiva, para evidenciar padrões de comportamento, boas práticas e diferenças de desempenho, e outra interpretativa, com base na literatura sobre sustentabilidade, vantagem competitiva e legitimidade institucional. O estudo busca compreender não apenas o que é reportado nos documentos corporativos, mas também como essas práticas se articulam às estratégias de negócio e respondem aos desafios contemporâneos enfrentados pelo setor de cosméticos.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O texto discute as práticas de ESG sob duas perspectivas teóricas: a Visão Baseada em Recursos (RBV) de Barney (1991), e a Teoria Institucional, que as entende como respostas a pressões de stakeholders e reguladores, favorecendo reputação e legitimidade (DiMaggio; Powell, 1983). a sustentabilidade empresarial deve integrar dimensões econômica, social e ambiental ao processo decisório, superando o mero cumprimento de normas, para fortalecer relações com stakeholders e assegurar a longevidade organizacional.

Na análise de Unilever, Colgate-Palmolive, Natura &Co e Grupo Boticário, verificou-se a incorporação dos três pilares do ESG, com diferenças em termos de ambição, profundidade e visibilidade. Em suma, tais práticas refletem tanto pressões externas quanto a busca por inovação verde, reforçando legitimidade institucional e desenvolvimento sustentável.

#### 4.1. Indicadores Ambientais

O pilar ambiental da agenda ESG está diretamente relacionado à forma como as empresas gerenciam seus impactos ecológicos.

#### Quadro 1 – Análise de indicadores ambientais (Pilar E)

CATEGORIA	UNILEVER (2024)	COLGATE-PALMOLIVE (2024)	NATURA &CO (2024)	GRUPO BOTICÁRIO (2024)
<b>Gestão de emissões e energia</b>	Net zero até 2039; plano CTAP; alinhamento TCFD	PPAs renováveis; redução de emissões	Net zero até 2050; -21,6% emissões GEE	Net zero até 2030; -12% emissões em 2023
<b>Uso de recursos naturais</b>	Projetos de water stewardship em países críticos	44 sites com Zero Waste (TRUE); redução de plásticos	95% energia renovável; 86% ingredientes naturais	100% energia renovável no Brasil desde 2021; neutralização hídrica
<b>Impacto ambiental da cadeia de valor</b>	Responsible Partner Policy para fornecedores; auditorias ambientais	Tubos recicláveis compartilhados; parcerias para reciclagem	41 bioingredientes da Amazônia; 40 mil pessoas beneficiadas	Cadeia 100% carbono neutro; programa Verde Mar de logística reversa
<b>Mitigação de riscos climáticos</b>	Cenários climáticos e TCFD; riscos físicos/financeiros integrados	Alinhamento com regras da SEC para disclosure climático	TCFD integrado; desmatamento zero até 2025	Estrutura TCFD; riscos climáticos integrados ao planejamento

Fonte: Tabela elaborado pelos autores

Os compromissos de neutralidade de carbono variam entre as líderes do setor: o Grupo Boticário mira net zero até 2030 (-12 % em 2023); a Natura & Co projeta neutralidade para 2050 (-21,6 % de GEE); a Colgate-Palmolive foca em PPAs e eficiência energética; e a Unilever estabelece 2039 como meta, alinhada ao TCFD e ao Climate Transition Action Plan. No uso de recursos, o Grupo Boticário opera com 100% de energia renovável no Brasil, a Natura & Co atinge 95% globalmente, a Colgate-Palmolive certificou 44 unidades como Zero Waste TRUE e intensificou a redução de plásticos, enquanto a Unilever prioriza water stewardship em regiões críticas. Em cadeia de valor, a Unilever impõe auditorias ambientais a fornecedores; a Colgate-Palmolive investe em embalagens recicláveis e parcerias de circularidade; a Natura & Co destaca bioingredientes amazônicos e inclusão socioambiental de mais de 40 000 pessoas; e o Grupo Boticário promove neutralidade de cadeia e logística reversa via programa Verde Mar (Grupo Boticário, 2024; Natura & Co, 2024; Colgate-Palmolive, 2024; Unilever, 2024).

#### 4.2. Indicadores Sociais

O pilar social diz respeito à forma como as organizações se relacionam com colaboradores, fornecedores, consumidores e comunidades.

## Quadro 2 – Análise de Indicadores Sociais (Pilar S)

Categoria	Unilever (2024)	Colgate-Palmolive (2024)	Natura & Co (2024)	Grupo Boticário (2024)
Capital humano e condições de trabalho	Equidade salarial e diversidade	Academy de IA e análise de dados	51,9% mulheres em liderança; 31,6% negros em cargos executivos	61% mulheres em liderança; 35% negros em liderança
Direitos humanos e relações trabalhistas	Due diligence global contra violações	Responsible Sourcing and No Deforestation	Compromisso com trabalho decente; auditorias sociais	Política de Direitos Humanos; auditorias em fornecedores
Relacionamento com clientes e consumidores	Segurança de produtos e proteção de dados	Bright Smiles, Bright Futures alcançou 1,8 bi de crianças	Produtos cruelty-free e naturais; certificações	Programas de consumo consciente; rastreabilidade de ingredientes
Envolvimento com a comunidade	Projetos de agricultura regenerativa	Doação de US\$ 300M em ração para abrigos	Programas socioambientais na Amazônia; 10,5 mil famílias apoiadas	Projetos em comunidades locais e catadores de recicláveis

Fonte: Tabela elaborado pelos autores

Avanços em diversidade de capital humano são evidentes: o Grupo Boticário registra 61 % de mulheres e 35 % de pessoas negras em liderança; a Natura & Co alcança 51,9 % de mulheres e 31,6 % de negros em cargos executivos; a Unilever enfatiza equidade salarial e diversidade; e a Colgate-Palmolive investe em capacitação tecnológica via Academy de IA e análises de dados. No relacionamento com consumidores, a Colgate-Palmolive destaca o programa Bright Smiles, Bright Futures, que beneficiou 1,8 bilhão de crianças; a Natura & Co reforça seu posicionamento cruelty-free; o Grupo Boticário aposta em consumo consciente e rastreabilidade de ingredientes; e a Unilever prioriza segurança de produtos e proteção de dados. Quanto ao engajamento comunitário, a Unilever vincula-se a projetos de agricultura regenerativa; a Colgate-Palmolive doa US\$ 300 milhões em ração para abrigos; a Natura & Co beneficia 10 500 famílias na Amazônia; e o Grupo Boticário fortalece vínculos com catadores de recicláveis e comunidades por meio de economia circular e inclusão social.

### 4.3. Indicadores de Governança

O pilar de governança engloba os mecanismos de tomada de decisão dentro das empresas, transparência, ética e proteção dos interesses dos acionistas e stakeholders.

## Quadro 3 – Análise de Indicadores de Governança (Pilar G)

Categoria	Unilever (2024)	Colgate-Palmolive (2024)	Natura & Co (2024)	Grupo Boticário (2024)
Estrutura e composição do conselho	Conselho diversificado; comitês ativos	Conselho majoritariamente independente	Conselho renovado em 2024; diversidade	Conselho consultivo diverso com especialistas externos
Ética, compliance e combate à corrupção	Código global + Speak Up	Código de Conduta; sourcing responsável	Código de Ética; Pacto Global ONU	Programa de Compliance; canal de denúncias
Gestão de riscos e transparência	Relatórios ESRS/TCFD; auditoria KPMG	Auditoria PwC; conformidade Sarbanes-Oxley	Relatório GRI, SASB, TCFD; auditoria	Relatório auditado GRI, SASB, TCFD, IIRC
Direitos dos acionistas e stakeholders	Voto consultivo em plano climático	Dividendos crescentes há 62 anos	Engajamento com comunidades e ONGs	Engajamento com sociedade civil e redes setoriais

Fonte: Tabela elaborado pelos autores

Todas as empresas adotam protocolos robustos de ética, compliance e gestão de riscos ancorados em frameworks internacionais (TCFD, ESRS, Sarbanes-Oxley, GRI, SASB, IIRC). Unilever e Colgate-Palmolive mantêm conselhos independentes e especializados; Natura & Co renovou seu board para ampliar a diversidade; Grupo Boticário opta por conselho consultivo plural. A Unilever permite voto consultivo em seu plano climático e Colgate-Palmolive reforça estabilidade via 62 anos de dividendos crescentes, enquanto Natura & Co e Grupo Boticário estendem a governança ao engajar comunidades e ONGs, reforçando legitimidade social. (Unilever, 2024; Colgate-Palmolive, 2024; Natura & Co, 2024; Grupo Boticário, 2024).

## 5 CONCLUSÃO

O estudo conclui que a sustentabilidade, quando incorporada estrategicamente, é um elemento central para a vantagem competitiva no setor de cosméticos. A análise de Unilever, Colgate-Palmolive, Natura & Co e Grupo Boticário evidencia avanços nos pilares ESG, com práticas ambientais voltadas à neutralidade de carbono, ações sociais em diversidade e engajamento comunitário, além do fortalecimento da governança e da transparência. Os achados demonstram que a integração do ESG vai além do cumprimento regulatório, atuando como vetor de inovação, criação de valor e fortalecimento da confiança junto a stakeholders. Como contribuição, o estudo mostra que empresas que alinham práticas socioambientais a metas estratégicas mensuráveis conquistam legitimidade institucional e diferenciação competitiva. Entre as limitações estão a restrição da amostra e a dificuldade de padronização de métricas, além do risco de greenwashing. Sugere-se que pesquisas futuras ampliem o escopo para empresas de menor porte, utilizem metodologias quantitativas e explorem novas relações entre sustentabilidade e desempenho financeiro.

## REFERÊNCIAS

Aguiar, Henrique Correa de. **O impacto do desempenho ESG na reputação corporativa: evidências empíricas do mercado brasileiro.** Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração), Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2024. 22 f.

Barreira, G. N. B. O marketing ambiental e a construção de marca ecologicamente sustentável: uso da sustentabilidade pela marca Starbucks. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Universidade Federal do Tocantins). 2023. Disponível em: <https://umbu.uft.edu.br/handle/11612/6311> Acesso em: 21 ago. 2025.

Brundtland, G. H. **Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future.** Oxford University Press, 1987. [https://www.are.admin.ch/dam/are/en/dokumente/nachhaltige\\_entwicklung/dokumente/bericht/our\\_common\\_futurebrundtlandreport1987.pdf.download.pdf/our\\_common\\_futurebrundtlandreport1987.pdf](https://www.are.admin.ch/dam/are/en/dokumente/nachhaltige_entwicklung/dokumente/bericht/our_common_futurebrundtlandreport1987.pdf.download.pdf/our_common_futurebrundtlandreport1987.pdf)

Creswell, John W.; Creswell, J. D. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e mistos.** 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2021. E-book. p. 149. ISBN 978-65-81334-19-2. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786581334192/>. Acesso em: 24 jun. 2025.

COLGATE-PALMOLIVE COMPANY. **Reimagining a Healthier Future for All.** 2025. Disponível em: <https://investor.colgatepalmolive.com/static-files/d007fd31-162f-45e1-8255-796f42003de2>

Cooper, Donald; Schindler, Pâmela. **Métodos de pesquisa em administração**. 12. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

Dimaggio, P. J.; Powell, W. W. A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva em campos organizacionais. *American Sociological Review*, v. 48, n. 2, p. 147-160, 1983. DOI: <https://doi.org/10.2307/2095101>

Dobni, C. Brooke; Sand, Christopher. “Strategy shift: Integrating strategy and the firm’s capability to innovate.” **Business Horizons**, v. 61, n. 5, p. 797–808, 2018.

Eccles, Robert G.; Ioannou, Ioannis; Serafeim, George. “The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance.” **Management Science**, v. 60, n. 11, p. 2835–2857, 2014. DOI:10.1287/mnsc.2014.1984

Elkington, John. **Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business**. Oxford: Capstone Publishing, 1997.

Friede, G.; Busch, T.; Bassen, A. “ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2,000 empirical studies.” **Journal of Sustainable Finance & Investment**, v. 5, n. 4, p. 210–233, 2015. DOI:10.1080/20430795.2015.1118917

Grupo Boticário. **Relatório ESG 2023**. [S.l.], 2024. Disponível em:

[https://www.grupoboticario.com.br/wp-content/uploads/2024/05/Relatorio\\_ESG\\_23.pdf](https://www.grupoboticario.com.br/wp-content/uploads/2024/05/Relatorio_ESG_23.pdf).

Acesso em: 19 jun. 2025.

Nakagami, I. A. & Pinto, L. P. (2020). **Beleza sustentável: ativos naturais na formulação de cosméticos orgânicos**. *Research, Society and Development*, 9 (2), e88922064.

<http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i2.2064>

Natura &Co. **Relatório de Sustentabilidade**. Disponível em:

<https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/67c3b7d4-64ea-4c2f-b380-6596a2ac2fbf/df7750ae-c63c-fd4d-6177-a6405f73483c?origin=1>. Acesso em: 18 jun. 2025.

Teixeira, F. S. R. **Environmental, Social and Corporate Governance (ESG)**. Revista CRCSC, 2024. Disponível em:

<https://revista.crcsc.org.br/index.php/CRCSC/article/view/3510/2724>. Acesso em: 12 set. 2025.

Pereira, Dourivan Diego de Melo; Gomes, Vítor Carvalho; Rodrigues, Karen Cristina Barreto Trovão; Lopes Filho, Jadilson Luiz; Sebastiani, Rafael Teixeira; Ferrez, Augusta da Rocha Loures; Passos, Christian Ricardo Silva; Nascimento, Glauber Gonçalves do. “As implicações da governança social, ambiental e corporativa (ESG) sobre a reputação empresarial: um estudo qualitativo.” **IOSR Journal of Business and Management**, v. 26, n. 5, ser. 6, p. 13–16, maio 2024. E-ISSN 2278-487X; P-ISSN 2319-7668.

THE GLOBAL COMPACT. **Who Cares Wins: Connecting Financial Markets to a Changing World**. Dec. 2004. Disponível em:

[www.unepfi.org/fileadmin/events/2004/stocks/who\\_cares\\_wins\\_global\\_compact\\_2004.pdf](http://www.unepfi.org/fileadmin/events/2004/stocks/who_cares_wins_global_compact_2004.pdf).

Acesso em: 19 set. 2025.

UNILEVER. **Annual Report and Accounts 2024**. 2025. Disponível em:

<https://www.unilever.com/files/unilever-annual-report-and-accounts-2024.pdf>.