

EVOLUÇÃO DOS INDICADORES ECONÔMICOS, AMBIENTAIS E SOCIAIS DA EMPRESA NATURA, ENTRE OS ANOS DE 2012 A 2020

Resumo: A presente pesquisa buscou analisar e descrever o comportamento dos indicadores econômicos, ambientais e sociais da empresa Natura, exposto nos relatórios anuais, entre os anos de 2012 e 2020. Com vistas a atingir ao objetivo proposto, foram coletadas as informações nos relatórios anuais da instituição. Pode-se constatar que nos indicadores econômicos, a Receita Líquida Consolidada foi o indicador que mais cresceu na série histórica (189%) enquanto o indicador com menor crescimento foi o Lucro Líquido Consolidado (26%). Enquanto nos indicadores ambientais, observou-se que a Natura investiu de forma intensiva no material reciclado pós-consumo em embalagem de produto acabado, crescendo 525% entre 2012 e 2020. A Natura gerou impacto social positivo, contribuindo com mais de 30 mil famílias e comunidades amazonenses ao longo da série histórica e arrecadado mais de R\$ 290 milhões para o Crer para Ver, iniciativa que apoia o aprendizado de jovens e crianças brasileiras.

1. INTRODUÇÃO

Diante da escassez de recursos e mudanças climáticas, o tema sustentabilidade está cada vez mais frequente na cadeia de valor das empresas. Isso ocorre devido à necessidade dos usuários das informações contábeis em tomar conhecimento sobre as ações e os projetos sustentáveis desenvolvidos pelas companhias, em prol da sociedade e do meio ambiente (BOMFIM; TEIXEIRA; MONTE, 2015).

Nesse contexto, as empresas passaram a priorizar o alinhamento das estratégias econômicas às causas ambientais (LINS; ZYLBERSZTAJN, 2010), que consequentemente gera mecanismos e procedimentos para fornecer maior *disclosure*, *accountability* e boas práticas de governança corporativa. Além desses fatores, a adoção de medidas de sustentabilidade impacta diretamente no fortalecimento da marca (*branding*) da empresa. Por exemplo, de acordo com a pesquisa da *Brand Finance* (2021), a empresa brasileira Natura foi considerada no mesmo ano “a marca mais forte” no setor de cosméticos (BRAND FINANCE, 2021).

Essa perspectiva sustentável também está relacionada ao modo como as empresas inovam, uma vez que elas precisam utilizar os recursos naturais, sociais e econômicos de forma eficiente.

Segundo Barbieri *et al.* (2010), para as empresas inovarem, devem considerar três dimensões: Dimensão social – impacto das inovações nas comunidades; Dimensão ambiental – impacto ambientais pelo uso de recursos naturais e emissão de poluentes; e, Dimensão econômica – preocupação com a geração de lucro e vantagem competitiva. Assim, essa capacidade de inovar transforma conhecimentos em novos produtos e serviços, trazendo para o mercado inovações que apresentem benefícios não somente econômicos, mas ambientais e sociais (FROELICH; BITENCOURT, 2015).

Como forma de estabelecer métricas padronizadas para as empresas adotarem boas práticas de sustentabilidade, surgiu a *Global Reporting Initiative* (GRI). A GRI é uma organização internacional com sede em Amsterdã, pioneira nos relatórios de sustentabilidade

desde a década de 1990, que corrobora para que empresas, governos, sociedade e diversas outras organizações “entendam, comuniquem o impacto do negócio e tomem decisões assertivas em questões críticas sobre sustentabilidade, tais como: mudanças climáticas, direitos humanos e corrupção” (SILVA *et al.*, 2020, p. 39).

As diretrizes desenvolvidas pela GRI se aprimoram ao longo dos anos, fazendo com que a divulgação dos relatórios de sustentabilidade por parte das empresas influencie diretamente em suas políticas, práticas e desempenhos empresariais (FREITAS *et al.*, 2013). Entre os indicadores estabelecidos no modelo de relatório de sustentabilidade da GRI, destacam-se os indicadores da categoria ambiental.

Segundo Andrade, Tachizawa e Carvalho (2002), os indicadores ambientais têm por objetivo avaliar a empresa, por meio da mensuração dos parâmetros estratégicos, principalmente em seu processo de interação com o meio ambiente externo. Dessa forma, a presente pesquisa se propõe a responder a seguinte questão: “Como se comportaram os indicadores econômicos, ambientais e sociais da empresa Natura, entre os anos de 2012 e 2020?”

Assim, o presente artigo tem por objetivo analisar e descrever o comportamento dos indicadores econômicos, ambientais e sociais da empresa Natura, exposto nos relatórios anuais, entre os anos de 2012 e 2020. Assim sendo, tal pesquisa justifica-se justamente por contribuir com os estudos relacionados à Contabilidade Social e Sustentável, corroborando estudos sobre *accountability* e *disclosure*, sobre a relação entre performance econômica, ambiental e social, por meio de indicadores, e o reconhecimento e fortalecimento de uma marca (*branding*) no mercado nacional e internacional. Além disso, a pesquisa se faz relevante uma vez que, de acordo com Rufino *et al.* (2014), os estudos sobre a influência do ISE nos resultados das instituições são escassos.

Além desta introdução, o presente artigo possui quatro outras seções: na segunda seção é apresentada a revisão de literatura, contemplando a responsabilidade social das empresas e sobre o índice de sustentabilidade empresarial (ISE). Na terceira seção são apresentados os aspectos metodológicos do estudo; na quarta seção são evidenciados os resultados da pesquisa; e na quinta e última seção estão as considerações finais do trabalho.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Responsabilidade Social das Empresas

Os usuários da contabilidade são todas as pessoas que podem ter interesse em analisar ou verificar a situação financeira da empresa, como por exemplo, empregados, clientes, fornecedores, governo, bancos, entre outros. Segundo Bezerra (2014), estes grupos também podem ser chamados de *Stakeholders* e podem corroborar diretamente nos processos da empresa. Com base nesta necessidade dos *stakeholders* em buscar informações das empresas, surge nas empresas a responsabilidade social.

A responsabilidade social corporativa é considerada uma forma de visão dos negócios e inovação na gestão empresarial, uma vez que conduz o relacionamento com os diversos públicos de interesse, incluindo a comunidade em que a organização está inserida, “trazendo humanização a ambos os lados da economia, o da produção e o do consumo” (BARBOSA *et al.* 2020). No entanto, é importante que a responsabilidade social não seja usada como meio de

marketing da organização (REIS, MEDEIROS, 2012), mas pautada em princípios morais e éticos.

Com vistas a medir e gerir o nível de responsabilidade social das empresas, a contabilidade contribui com o Balanço Social. De acordo com Iudícibus, Martins e Gelbcke (2003), o Balanço Social busca demonstrar o nível de responsabilidade social de uma empresa, sendo uma forma de prestar contas à sociedade pelo uso do patrimônio público, podendo ser constituído por recursos naturais e/ou humanos. Segundo o Conselho Federal de Contabilidade, o Balanço Social é considerado um instrumento de demonstração das atividades das entidades que tem por finalidade aferir maior transparência e visibilidade às informações que interessam além dos sócios e acionistas das entidades, como por exemplo aos *stakeholders* (CFC, 2012).

No Brasil, o Balanço Social é um demonstrativo que não é obrigatório pelas empresas (MURCIA *et al.*, 2009), por essa razão, ele torna-se um diferencial competitivo pelo nível de *accountability* (prestação de contas) perante à sociedade. No entanto, devido a não obrigatoriedade desse demonstrativo, as empresas podem fornecer uma imagem distorcida à sociedade, ou seja, apresentando indicadores positivos e omitindo aspectos negativos.

Nesse sentido, três institutos criaram modelos padrões de Balanço Social para serem seguidos pelas empresas. Existe o modelo proposto pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), o modelo do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e ainda o modelo internacional proposto pela GRI - *Global Reporting Initiative* (ETHOS, 2007).

Apesar de existir mais de um modelo de Balanço Social, todos possuem a mesmo objetivo, de consolidar informações de natureza econômica, social e ambiental, seja ela interna ou externa. Essas três vertentes também são conhecidas como *triple bottom line*, que são pilares (econômico, ambiental e social) “inter-relacionados e devem ser integrados à estratégia de negócios” (BASSETTO, 2010, p. 641), e para um progresso sustentável da empresa no longo prazo, é fundamental que tenha equilíbrio nessas três dimensões (BASSETTO, 2010).

De maneira geral, a procura por responsabilidade social das empresas contribui para inovações no formato de prestação de contas e ações sustentáveis, além de gerar um compromisso com a sociedade de retorno, seja ele financeiro, ambiental ou social. Com vistas a apoiar os *stakeholders* a avaliarem o retorno das ações das empresas de capital aberto que possuem essa responsabilidade social, criou-se em 2005 o ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial.

2.2. Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e Governança Corporativa

O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) foi criado em 2005 pelo BOVESPA (atual Bolsa Brasil e Balcão - B3) em conjunto com outras instituições: ABRAPP, ANBID, APIMEC, IBGC, IFC, Instituto Ethos e Ministério do Meio Ambiente. O ISE é “indicador do desempenho médio das cotações dos ativos de empresas selecionadas pelo seu reconhecido comprometimento com a sustentabilidade empresarial” (B3, 2021), promovendo também as boas práticas no meio empresarial brasileiro.

Nesse âmbito, nota-se que o conceito de sustentabilidade abrange o aspecto ambiental, como é comumente associado, mas que deve atender às necessidades da geração presente, sem comprometer as necessidades das gerações futuras (WCED, 1987). De acordo com o IBGE (2015, p. 12), “os indicadores de desenvolvimento sustentável são instrumentos essenciais para guiar a ação e subsidiar o acompanhamento e a avaliação do progresso alcançado rumo ao desenvolvimento sustentável”.

Destaca-se que a iniciativa do ISE não significa processos burocráticos para as companhias e maiores custos para sua gestão, uma vez que isso corrobora com a visão de negócios, atrelada ao *triple bottom line* e agrega valor para a sociedade.

Uma das características dos *stakeholders* que investem em empresas que praticam atividades sustentáveis consiste na busca por segurança e responsabilidade social. Neste aspecto, as empresas que são enquadradas no ISE, tendem a obter um melhor rendimento financeiro e melhores indicadores de liquidez e de lucratividade.

Esse grupo de empresas comprometidas com a sustentabilidade se diferenciam nos aspectos de qualidade, equidade, nível de transparência e prestação de contas, natureza do produto, sobretudo, do desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e de mudanças climáticas (ORSATO *et al.*, 2015). Esse formato de organização inovadora sustentável é, segundo Barbieri *et al.* (2010, p. 153), “uma resposta às pressões institucionais por uma organização que seja capaz de inovar com eficiência em termos econômicos, mas com responsabilidade social e ambiental”.

Essas características das empresas sustentáveis corroboram diretamente para o nível de governança corporativa, uma vez que esse conjunto de práticas estão atreladas a toda estrutura da companhia e visa fortalecer o alinhamento de interesses da empresa com seus parceiros: investidores, empregados e credores. Segundo o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa - IBGC (2015, p. 20) as práticas de governança corporativa são um “o sistema pelo qual as empresas e demais organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas”.

A governança corporativa tem quatro princípios básicos que devem seguir os processos da companhia, são eles: transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa. A transparência “consiste no desejo de disponibilizar para as partes interessadas as informações que sejam de seu interesse e não apenas aquelas impostas por disposições de leis ou regulamentos” (IBGC, 2015, p. 21). Por sua vez, a equidade “caracteriza-se pelo tratamento justo e isonômico de todos os sócios e demais partes interessadas (*stakeholders*), levando em consideração seus direitos, deveres, necessidades, interesses e expectativas” (IBGC, 2015, p. 21).

Na prestação de contas, ou também *accountability*, “os agentes de governança devem prestar contas de sua atuação de modo claro, conciso, compreensível e tempestivo, assumindo integralmente as consequências de seus atos e omissões e atuando com diligência e responsabilidade no âmbito dos seus papéis” (IBGC, 2015, p. 21). Enquanto a responsabilidade corporativa preza pelo zelo dos agentes de governança para a

viabilidade econômico-financeira das organizações, reduzir as externalidades negativas de seus negócios e suas operações e aumentar as positivas, levando em consideração, no seu modelo de negócios, os diversos capitais (financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social, ambiental, reputacional etc) no curto, médio e longo prazos (IBGC, 2015, p. 21).

Esses princípios norteiam as companhias em fornecer maiores informações aos *stakeholders*, de maneira estruturada, que podem agregar na geração de valor da empresa e para acionistas. Para Machado (2015, p. 38), além dessa geração de valor, os mecanismos de governança corporativa também são essenciais para a “qualidade do gerenciamento de riscos tanto pelos investidores” quanto para “os supervisores dos mercados nacionais”.

Diante desse contexto, observa-se que a governança corporativa está diretamente conectada com as diretrizes dos indicadores sustentáveis. Em relação aos modelos padrões para elaboração do ISE, Barbieri (2007) afirma que o mais popular, adotado internacionalmente é o modelo elaborado pela *Global Reporting Initiative* (GRI).

2.3. Diretrizes do GRI (Global Reporting Initiative)

A *Global Reporting Initiative* (GRI) é uma organização que existe desde 1997 e tem como objetivo desenvolver diretrizes para as organizações elaborarem os relatórios de sustentabilidade de forma padronizada, contemplando desempenho econômico, ambiental e social e que facilite a comparação de empresas (INSTITUTO ETHOS, 2007). O primeiro conjunto de “Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade”, da GRI, foi elaborado em 1999 e desde então sofreu duas atualizações, sendo uma 2002, publicada em português em 2004, e outra lançada no Brasil, em dezembro de 2006 (INSTITUTO ETHOS, 2007). Esta última foi chamada de G3 para destacar o fato de ser a terceira geração de indicadores (INSTITUTO ETHOS, 2007, p. 15).

Sendo uma proposta de padrão internacional de elaboração de relatórios de sustentabilidade, a adoção do modelo GRI tem crescido mundialmente. De acordo com o Instituto Ethos (2007), o número de organizações que declaram o uso das diretrizes da GRI para elaborar seu relatório de sustentabilidade aumentou de 30, em 2000, para 1000, no ano de 2006.

As diretrizes para elaboração do relatório de sustentabilidade, segundo o GRI (2015) são divididas em três seções:

I. Estratégia e perfil: devem abordar as informações relacionadas com a visão estratégica da organização e pessoa responsável pela área de sustentabilidade. Na visão estratégica, alguns exemplos de informações são: tendências da organização, principais realizações e fracassos, riscos do negócio e demais informações estratégicas;

II. Abordagem de Gestão: nesta etapa, devem ser divulgadas informações operacionais do negócio, como principais produtos, marcas, natureza jurídica, estrutura operacional, além de informações financeiras como valor do ativo, informações sobre principais acionistas, valor de vendas e custos, bem como dados sobre quadro de pessoal;

III. Indicadores de Desempenho: os indicadores de desempenho do GRI são divididos em três categorias: econômico, ambiental e social (GLOBAL REPORTING INITIATIVE, 2015b).

A Tabela 1 demonstra a quantidade de indicadores e aspectos disponíveis em cada categoria

Tabela 1 - Distribuição de aspectos e indicadores.

Categoria	Quantidade de aspectos	Quantidade de indicadores
Econômica	4	9
Ambiental	12	34
Social	30	48
Total	46	91

Fonte: Adaptado de *Global Reporting Initiative* (2015a).

Os indicadores de desempenho do GRI estão segregados em 46 aspectos e 91 indicadores ao todo. Cada indicador visa refletir o resultado de um dado correspondente à estratégia sustentável da empresa a qual está inserido. No quadro 1 é possível verificar quais os aspectos que são considerados para cada categoria.

Quadro 1 - Distribuição de aspectos e indicadores.

Categoria	Aspecto	Nº de indicadores
Econômica	Desempenho Econômico	4
	Presença no Mercado	2
	Impactos Econômicos Indiretos	2
	Práticas de Compra	1
Ambiental	Materiais	2
	Energia	5
	Água	3
	Biodiversidade	4
	Emissões	7
	Efluente e Resíduos	5
	Produtos e Serviços	2
	Conformidade	1
	Transporte	1
	Geral	1
	Avaliação Ambiental de Fornecedores	2
	Mecanismo de Queixas e Reclamações	1
Social	Emprego	3
	Relações Trabalhistas	1
	Saúde e Segurança no Trabalho	4
	Treinamento e Educação	3
	Diversidade e Igualdade de Oportunidades	1
	Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens	1
	Avaliação de Fornecedores em Práticas Trabalhistas	2
	Reclamações Relativas a Impactos Ambientais	1
	Investimentos	2
	Não discriminação	1
	Liberdade de Associação e Negociação Coletiva	1

Continua

Continuação

Categoria	Aspecto	Nº de indicadores
Social	Trabalho Infantil	1
	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	1
	Práticas de Segurança	1
	Direitos dos Povos Indígenas e Tradicionais	1
	Avaliação	1
	Avaliação de Fornecedores em Direitos Humanos	2
	Reclamações Relacionadas a Direitos Humanos	1
	Comunidade Locais	2
	Combate à Corrupção	3
	Políticas Públicas	1
	Concorrência Desleal	1
	Conformidade	1
	Avaliação de Fornecedores em Impactos na Sociedade	2
	Reclamações Relacionadas a Impactos na Sociedade	1
	Saúde e Segurança do Cliente	2
	Rotulagem de Produtos e Serviços	3
	Comunicações de Marketing	2
	Privacidade do Cliente	1
	Conformidade	1

Fonte: Adaptado de *Global Reporting Initiative* (2015a).

Ao adotar o modelo estabelecido pelo GRI, as companhias podem escolher dois formatos de divulgação, essencial e abrangente. Na opção essencial a companhia deve informar pelo menos, um indicador de cada aspecto dos indicadores de desempenho. Segundo Oliveira e Rodrigues (2017, p.11) apesar dessa opção aparentar ser simples, ela continua com o compromisso de “relatar como a organização está inserida na sociedade e como o seu negócio impacta nos aspectos ambientais, sociais e econômicos”.

Por sua vez, na opção abrangente, além dos indicadores essenciais é possível apresentar informações complementares a respeito da estratégia, questões éticas, governança corporativa, entre outros pontos (GLOBAL REPORTING INITIATIVE, 2015a). A empresa pode optar por uma dessas alternativas, de tal modo que atenda de forma adequada às suas necessidades, porte, segmento ou localização geográfica.

2.4. Pesquisas anteriores

Estudos relacionados ao tema da presente pesquisa demonstram a relevância do mesmo quanto à transparência e *accountability* das instituições diante dos indicadores de sustentabilidade. O quadro a seguir apresenta estudos anteriores publicações com suas respectivas fontes e os principais resultados que utilizaram a abordagem similar à desta pesquisa.

Quadro 2 – Consolidado das pesquisas anteriores similares em abordagem.

Autores [1]	Títulos das publicações	Temáticas abordadas e resultados encontrados
Castro, Siqueira e Macedo (2009)	“Análise da utilização dos indicadores essenciais da versão “G3”, da Global Reporting Initiative, nos relatórios de sustentabilidade das empresas do setor de energia elétrico sul americano”	“Este estudo analisa os relatórios de sustentabilidade das empresas do setor elétrico sul americano, elaborados pelas Diretrizes da GRI (G3) e, pelos cálculos dos Graus de Aderência Plena (GAPIE) e de Evidenciação Efetiva (GEE). O objetivo foi verificar o quanto do que foi requerido nos indicadores essenciais foi atendido e do potencial dessas informações foi efetivamente apresentado. Nenhuma das empresas apresentou alto GAPIE, nem GEE. O estudo revela também que os piores desempenhos foram na área social, enquanto os melhores resultados foram nas áreas ambiental e financeira, sugerindo que é preciso evoluir bastante na demonstração do real nível de responsabilidade socioambiental”.
Oliveira e Rodrigues (2017)	“Relatórios de sustentabilidade: Análise de aderência nas publicações realizadas por empresas listadas na B3”	“O objetivo deste estudo foi verificar se as empresas com órgão de governança corporativa publicaram os relatórios de sustentabilidade no ano de 2016 e identificar o grau de aderência apresentado. Para cálculo do grau de aderência foi adaptada metodologia de Dias, Siqueira e Rossi (2006), na qual para cada indicador requisitado foi atribuída uma classificação específica. A população do estudo era composta por todas as empresas listadas no segmento de listagem nível dois, esse segmento foi selecionado por ser um nível intermediário de exigências”. / Como resultado da pesquisa os autores concluíram que “do grau de aderência, dentre as sete empresas, apenas uma, pertencente ao setor de papel e celulose, apresentou grau maior que 50%, o restante oscilou de 11% a 49%. Tendo em vista o baixo grau de aderência, pode-se concluir que mesmo possuindo um órgão de governança estabelecido o princípio da transparência não é totalmente aplicado quando o assunto são informações de caráter social e ambiental”.
Silva (2018)	“Evidenciação e aderência dos indicadores ambientais das empresas de utilidade pública listadas na B3”	“O presente estudo tem por objetivo analisar o nível de evidenciação e aderência dos indicadores ambientais das empresas de utilidade pública listadas na B3, do exercício de 2016. Para tanto, foram analisados os relatórios de sustentabilidade, segundo o modelo estabelecido pela <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI), de 46 empresas dos setores de energia elétrica (42), água e saneamento (02) e gás (02). Trata-se de uma pesquisa descritiva, de natureza qualitativa-quantitativa, com procedimentos bibliográfico e documental. Os resultados apontam que, quanto ao Grau de Aderência Plena, 65,22% das empresas de utilidade pública apresentaram nível médio de aderência (42,00%) aos indicadores ambientais da GRI-G4. Com relação ao Grau de Evidenciação Efetiva, 50,00% das empresas analisadas apresentaram nível médio de evidenciação, divulgando 44,00% de informações ambientais em seus relatórios de sustentabilidade”.
Neto, Alencar e Forte (2019)	“Estratégia de inovação e os relatórios de sustentabilidade”	“[...]o objetivo deste trabalho é verificar se as demonstrações dos indicadores de inovação estão alinhadas as dimensões econômica, social e ambiental. Foram analisados seis relatórios de sustentabilidade das principais empresas que, ao mesmo tempo, fazem parte do índice de sustentabilidade empresarial (ISE), e pertençam ao novo mercado em governança da B3 Brasil. Verificou-se que apenas a uma empresa divulgou dados que indicam informações sobre a inovação na empresa nas dimensões ambientais, sociais e econômicas. A informação mais ausente refere-se aos estudos sobre os impactos ambientais provocados pelas inovações de produtos, serviços e/ou processos”.
Notas: [1] Autores dispostos em ordem cronológica das publicações citadas.		

Fonte: Elaborado pelos autores com base nas fontes citadas.

É possível notar no Quadro 2 que, todas as pesquisas abordaram sobre relatórios e indicadores de sustentabilidade. Oliveira e Rodrigues (2017), Silva (2018) e Neto, Alencar e Forte (2019) trataram como amostra empresas listadas na Bolsa Brasil e Balcão (B3). Por sua vez, Castro, Siqueira e Macedo (2009) usaram como amostra empresas da B3 e de outras companhias abertas listadas nos demais países da América do Sul.

Assim, encerra-se o capítulo da fundamentação teórica. No próximo capítulo será abordada a metodologia da pesquisa, com base nos procedimentos metodológicos empregados.

3. METODOLOGIA

3.1. Aspectos metodológicos

Com vistas a alcançar os objetivos propostos da presente pesquisa e diante do problema formulado, este trabalho utiliza uma abordagem metodológica. Quanto aos objetivos, esta pesquisa classifica-se como descritiva. De acordo com Sampieri, Collado e Lucio (2013), nesta modalidade busca-se coletar dados e medi-los de maneira independente ou conjunta sobre as variáveis que se referem. Augusto *et al.* (2013) complementa que essa análise permite novas visões sobre a realidade já conhecida.

Em relação aos procedimentos, esta pesquisa é classificada-se como documental, pois “baseia-se em materiais que ainda não receberam um tratamento analítico ou que podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa” (BEUREN *et al.*, 2014, p. 89). Assim, ressalta-se que se utiliza demonstrativos contábeis, econômicos e socioambientais, públicos e que não receberam tratamento analítico.

Quanto à parte documental, os documentos utilizados na pesquisa foram os relatórios anuais da entidade Natura, entre os anos de 2012 e 2020.

Por fim, quanto à abordagem, esta pesquisa é classificada como qualitativa e quantitativa, ou seja, é mista. A abordagem quantitativa está relacionada a tabulação de dados contábeis e de impactos sociais, por sua vez, a abordagem quantitativa corresponde à interpretação desses dados expressos em tabelas.

3.2. Características e dados da entidade, população e amostra

Dentre as centenas de instituições brasileiras listadas na B3 (Bolsa, Brasil, Balcão), a entidade Natura & Co foi selecionada como objeto desta pesquisa. O motivo para a escolha dessa instituição ocorreu ao resultado da pesquisa da *Brand Finance* (2021), que intitulou a empresa brasileira Natura com “a marca mais forte” no setor de cosméticos no ano de 2021. (BRAND FINANCE, 2021).

A Natura é uma empresa brasileira, fundada em 1969 por Antônio Luiz Seabra e atualmente é a maior multinacional brasileira de cosméticos (NATURA, 2021). A empresa divulga o relatório anual de sustentabilidade desde 2001, sendo a primeira empresa na América Latina a adotar o padrão GRI (NATURA, 2001). Presente em mais de 7 países, a atividade operacional da companhia consiste na venda de cosméticos, higiene pessoal e essências aromáticas (NATURA, 2019).

De acordo com Vilha e Carvalho (2005), o modelo de negócio da Natura visa incentivar a sustentabilidade e garantir a preservação ambiental. Os autores também destacam que a empresa “se diferencia por procurar garantir a manutenção econômica e social das comunidades onde são extraídos e manejados esses ativos” (VILHA, CARVALHO, 2005, p.13).

Para Matos *et al.* (2011, p. 75) a companhia em questão aplica “uma política de sustentabilidade, de equilíbrio entre o econômico, o social e o ambiental, vinculando, assim, sua marca às suas ações”.

4. DISCUSSÃO

4.1. Resultado dos indicadores econômicos (2012 a 2020)

Nesta seção apresenta-se os principais indicadores econômicos da companhia Natura, entre os anos de 2012 e 2020. Tais dados foram organizados na Tabela 1.

Tabela 2 – Indicadores econômicos e variações – Natura– 2012 a 2020

Valores originais em milhões de reais (R\$ milhões)

Ano	Receita Líquida Consolidada	EBITDA Consolidado	Lucro Líquido Consolidado	Volume médio diário negociado de ações
2012	6.345	1.512	874	54
2013	7.010	1.609	843	61
2014	7.408	1.554	733	48
2015	7.899	1.496	513	30
2016	7.912	1.256	308	39
2017	9.852	1.741	670	46
2018	13.397	1.846	548	59
2019	14.445	1.905	392	129
2020	18.345	3.464	1.102	343 ¹
Variação	189%	129%	26%	139%
Soma	92.613	16.383	5.983	809

[1] A partir de 2020, o dado considera a holding Natura &Co (NTCO3). Portanto, não há comparabilidade com a série histórica.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos relatórios anuais da Natura (2012 a 2020).

Com base na Tabela 2, nota-se que a Receita Líquida Consolidada da Natura apresentou o menor valor em 2012 (R\$ 6,3 bilhões) e o maior valor em 2020 (R\$ 18,3 bilhões), representando uma variação de 189%. O EBITA consolidado teve o menor valor em 2016 (R\$ 1,26 bilhões) e o maior valor em 2020 (R\$ 3,46 bilhões), obtendo uma variação de 129% no período de 2012 a 2020.

O Lucro Líquido Consolidado da companhia foi o indicador econômico com a menor variação do período analisado, representando 26%. Enquanto o volume médio diário negociado de ações na bolsa de valores brasileira teve a menor representação em 2015 com 30 milhões e a maior em 2020, com 343 milhões. Destaca-se que em partir de 2020, o dado considera a

holding Natura &Co (NTCO3), dessa forma, não há comparabilidade com a série histórica. Por essa razão, a variação de 139% compara o ano de 2019 com 2012.

4.2. Resultado dos indicadores ambientais (2012 a 2020)

Nesta seção são exibidas as evoluções dos indicadores ambientais apresentados nos relatórios anuais da companhia Natura. Os respectivos indicadores foram estruturados e apresentados na tabela a seguir.

Tabela 3 – Indicadores ambientais e variações – Natura– 2012 a 2020

Indicadores/Ano	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Soma	Média	Variação
Emissão relativa de gases GEE (kg CO2e/kg produto faturado) [1]	3,21	2,93	3	3,17	3,17	3,2	3,14	3,18	2,85	27,85	3,1	-11%
Emissões GEE na cadeia de valor (tCO2e) - (milhares t)	299	328	332	321	303	308	333	326	348	2898	322,0	16%
Consumo de água Brasil (l/unidade produzida)	0,4	0,4	0,45	0,49	0,53	0,53	0,52	0,59	0,49	4,4	0,5	23%
% material reciclado pós-consumo em embalagem de produto acabado — Brasil	1,6	1,4	1,2	2,9	4,3	4,6	5,4	8,6	10	40	4,4	525%
% embalagens ecoeficientes Brasil	14	22	29	26	20	21	22	19	18	191	21,2	29%
Índice de vegetalização das fórmulas (% sobre total da massa)	ND [2]	ND	ND	ND	83	81	81	80	ND	325	81,25	ND
Matérias-primas de origem pan-amazônica (% em relação a valor de vendas)	ND	ND	ND	12,2	19,1	18,1	17,8	17,7	16,5	101,4	16,9	ND

[1] CO2e (ou CO2 equivalente): medida utilizada para expressar as emissões dos gases de efeito estufa, baseada no potencial de aquecimento global de cada um. [2] ND - Não identificado.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos relatórios anuais da Natura (2012 a 2020).

É possível observar na Tabela 3 que a proporção de emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE) com a kilograma (kg) do produto faturado pela companhia decresce ao longo dos anos, sendo o maior índice em 2012 com 3,21 e o menor em 2020 com 2,85. Por sua vez, as emissões GEE na cadeia de valor aumentaram ao longo dos anos, sendo o menor volume em 2012 (299) e o maior em 2020 (348), indicando um aumento na produção e distribuição logística dos produtos da empresa, representado por uma variação de 16% na série histórica.

O consumo de água no Brasil correspondente a utilização em litros para cada unidade produzida teve uma variação de 23% entre 2012 e 2020 e uma média de 0,5 litros/unidade produzida.

Os materiais reciclados pós-consumo em embalagem de produto acabado teve uma variação de 525% entre os anos de 2012 e 2020, sendo o indicador ambientais com o maior crescimento na série histórica. A menor proporção ocorreu em 2014 (1,2%) e a maior em 2020

(10%), destacando-se pelo impacto ambiental com o aumento do material reciclado diante dos efeitos da pandemia na cadeia de reciclagem da instituição.

No que tange as embalagens ecoeficientes, a Natura teve a maior produção em 2014 (29%) e a menor em 2012 (14%), obtendo uma variação na série histórica de 29%.

O índice de vegetalização das fórmulas dos produtos da companhia foi a variável com menor disponibilidade de dado, comparado aos demais indicadores, onde foi possível coletar quatro resultados de uma amostra de nove anos. No entanto, pode-se constatar que a média do percentual de produção de fórmulas de vegetalização foram de 81,25%

Por fim, quanto a proporção de matérias-primas de origem Pan-Amazônica e o valor de venda do respectivo produto teve seu maior valor em 2016 (19,1%) e o menor valor em 2015 (12,2%).

4.3.Resultado dos indicadores sociais (2012 a 2020)

Esta seção é destinada a apresentar os indicadores sociais da Natura, entre os anos de 2012 e 2020, que são estruturados na tabela a seguir.

Tabela 4 – Indicadores sociais e variações – Natura– 2012 a 2020

ANO	Arrecadação Crer Para Ver (R\$ milhões)	Famílias beneficiadas nas comunidades fornecedoras na Pan-Amazônia
2012	12,8	3.571
2013	17,1	2.188
2014	18,8	ND [1]
2015	19,5	1.529
2016	23,7	2.119
2017	22,9	4.294
2018	44,2	4.636
2019	53,8	5.136
2020	79,3	7.039
Variação	520%	97%
Soma	292	30.512
Média	32,5	3.814

[1] ND - Não identificado.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos relatórios anuais da Natura (2012 a 2020).

Crer para Ver é uma linha de produtos da Natura que não está relacionada diretamente com beleza, mas com educação. Todo o lucro na venda dos produtos da linha Crer para Ver são investidos em iniciativas que apoiam o aprendizado de jovens e crianças (NATURA, 2021). É possível observar na Tabela 4 que os investimentos da companhia no projeto variaram em 520% na série histórica, sendo a menor arrecadação em 2012 (R\$ 12,8 milhões) e a maior em 2020 (R\$ 79,3 milhões), enquanto a média anual foi de R\$ 32,5 milhões.

Quanto as famílias beneficiadas nas comunidades fornecedoras na Pan-Amazônia, nota-se que o menor volume de famílias beneficiadas foi de 1.529 em 2015, enquanto o maior número de famílias beneficiadas foi de 7.039 em 2020. Nota-se que ao longo de toda série houve um crescimento de 97% de famílias impactadas, totalizando 30.512 famílias nos nove anos e representando uma média de 3.814 famílias.

5. CONCLUSÃO

O objetivo da presente pesquisa era de “analisar e descrever o comportamento dos indicadores econômicos, ambientais e sociais da empresa Natura, exposto nos relatórios anuais, entre os anos de 2012 e 2020”, considera-se que ele foi atingido. Os resultados da pesquisa, por meio da análise de dados oriundas dos relatórios anuais, possibilitaram identificar o comportamento dos principais indicadores econômicos, ambientais e sociais, sendo a maior parte destes indicadores direcionados pelo *Global Reporting Initiative* (GRI).

Como exposto na fundamentação teórica, o GRI é uma organização que estabelece diretrizes para relatórios de sustentabilidade, a qual determina três categorias: econômico, ambiental e social. Dentro de cada categoria, há uma série de indicadores que podem ser utilizados de acordo com a estratégia sustentável da empresa.

Dentre os indicadores econômicos, a Receita Líquida Consolidada foi o indicador que mais cresceu na série histórica (189%) enquanto o indicador com menor crescimento foi o Lucro Líquido Consolidado (26%). Isso indica que entre 2012 e 2020 a Natura obteve um crescimento na venda de seus produtos, no entanto, os custos e despesas operacionais cresceram em proporções maiores.

Foram analisados sete indicadores na categoria ambiental. Pode-se destacar que a companhia diminuiu a emissão dos gases de efeito estufa (GEE) em 11% na série histórica, no entanto, as emissões dos GEE na cadeia de valor aumentaram em 16%, podendo ser explicado pelo aumento da distribuição decorrente do crescimento das vendas. Constatou-se que a companhia intensificou a produção de material reciclado pós-consumo em embalagem de produto acabado, sendo o indicador ambiental com maior crescimento na série (525%).

Quanto aos indicadores sociais, nota-se que a Natura estimulou o desenvolvimento do Crer para Ver, linha de produtos destinado a corroborar com a educação de jovens e crianças. O volume de arrecadação foi de R\$ 12,8 milhões em 2012 para R\$ 79,3 milhões em 2020, representando uma variação de 520%. Em relação as famílias beneficiadas nas comunidades fornecedoras na Pan-Amazônia, observa-se que ampliou o número de famílias amazonenses impactadas pelo apoio assistencial da Natura, gerando um total de 30.512 famílias e um crescimento de 97% entre 2012 e 2020.

De maneira geral, nota-se que a Natura possui uma atenção plena e compromisso com as três dimensões propostas pelo GRI e que esse comprometimento contribuir diretamente para alguns reconhecimentos, como a “marca mais forte” de empresas de cosméticos.

Destaca-se que as conclusões realizadas nesta pesquisa não se estendem aos anos anteriores e posteriores aos abrangidos na análise de dados. Para pesquisas futuras sugere-se: ampliar o horizonte de tempo para a análise; apresentar outros indicadores econômicos; analisar o cumprimento das metas dos indicadores; ou mudar a instituição objeto da pesquisa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; TACHIZAWA, Takeshy; CARVALHO, Ana Barreiros de. Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável. In: **Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável**. 2002. p. 232-232.

AUGUSTO, Cleiciele Albuquerque *et al.* Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011). **Rev. Econ. Sociol. Rural**, Brasília, v. 51, n. 4, p. 745-764, dec. 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032013000400007. Acesso em 25 de jul. de 2021.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial: Conceitos, Modelos e Instrumentos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BARBIERI, José Carlos *et al.* Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **Revista de Administração de Empresas**, v. 50, p. 146-154, 2010.

BARBOSA, Eldilene da Silva et al. Responsabilidade social empresarial: uma ferramenta na construção da imagem das empresas. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 5, p. 31905-31922, 2020.

BASSETTO, Luci Ines. A incorporação da responsabilidade social e sustentabilidade: um estudo baseado no relatório de gestão 2005 da companhia paranaense de energia-COPEL. **Gestão & Produção**, v. 17, p. 639-651, 2010.

BEUREN, I. M. *et al.* (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BEZERRA, Filipe. **Stakeholders: Do Significado à Classificação**. 2014. Disponível em: <https://www.portal-administracao.com/2014/07/stakeholders-significado-classificacao.html>. Acesso em: 05 jun. 2021.

BOMFIM, Emanuel Truta do; TEIXEIRA, Wellington dos Santos; MONTE, Paulo Aguiar do. Relação entre o disclosure da sustentabilidade com a governança corporativa: um estudo nas empresas listadas no Ibrx-100. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 10, n. 1, 2015.

BRANDIRECTORY. **BRAND FINANCE COSMETICS 50 2021**. Disponível em: <https://brandirectory.com/rankings/cosmetics/>. Acesso em: 29 jun. 2021.

BRASIL, BOLSA, BALCÃO (B3). **O que é ISE B3**. Disponível em: <http://iseb3.com.br/o-que-e-o-ise>. Acesso em: 05 ago. 2021.

CASTRO, FAR de; SIQUEIRA, JRM de; MACEDO, MA da S. Análise da utilização dos indicadores essenciais da versão “G3”, da Global Reporting Initiative, nos relatórios de sustentabilidade das empresas do setor de energia elétrica sul americano. **Revista de Informação Contábil**, v. 4, n. 4, p. 83-102, 2009.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE (CFC). **Resolução n. 1.407, de 25 de setembro de 2012.** Emissão de Relatório de Asseguração Relacionado com Sustentabilidade e Responsabilidade Social e altera os Anexos I e II do CTR 01. Disponível em: <http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/>. Acesso em: 17 jul. 2021.

FREITAS, Ana Rita Pinheiro de *et al.* Indicadores ambientais: um estudo comparativo entre empresas brasileiras e espanholas. **Revista de Gestão Social e Ambiental-RGSA**, v. 7, n. 1, p. 34-51, 2013.

FROEHLICH, Cristiane; BITENCOURT, Claudia Cristina. Proposição de um modelo teórico para capacidade de inovação sustentável. **Revista Ciências Administrativas**, v. 21, n. 2, 2015, p. 554-581.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). **Princípios para Relato e Conteúdos Padrão.** 2. ed. Amsterdam: GRI, 2015a. Tradução da parte 1 das Diretrizes G4. Disponível em: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Brazilian-Portuguese-G4-Part-One.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2021.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). **Manual de Implementação.** 2. ed. Amsterdam: Gri, 2015b. Tradução da parte 2 das Diretrizes G4. Disponível em: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Brazilian-Portuguese-G4-Part-Two.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2021.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL (ETHOS). **Guia de Elaboração do Balanço Social.** Disponível em: <https://www.ethos.org.br/cedoc/guia-de-elaboracao-do-balanco-social-versao-2007/>. Acesso em: 17 jul. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA (Ed.). **Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa.** 5. ed. São Paulo: IBGC, 2015. Disponível em: <http://www.ibgc.org.br/userfiles/2014/files/CMPGPT.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2021.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu. GELBCKE Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**, v. 6, 2003.

LINS, L.; ZYLBERSZTAJN, D. **Sustentabilidade e geração de valor:** a transição para o século XXI. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MACHADO, Cláudio Morais. **A Importância dos Preceitos de Governança Corporativa e de Controle Interno Sobre a Evolução e a Internacionalização das Normas de Contabilidade e Auditoria.** Porto Alegre: Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul, 2015. Disponível em: <http://www.crcrs.org.br/arquivos/livros>. Acesso em: 12 jul. 2021.

MATOS, Bruna *et al.* Evidenciação voluntária do capital intelectual de natureza social e ambiental da empresa Natura Cosméticos S.A. no período entre 2003 e 2008. Contextus: **Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, Fortaleza, v. 9, n. 1, p. 67-77, jan./jun. 2011. Disponível em: <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/7404>. Acesso em: 26 jul. 2021.

MURCIA, Fernando Da-Ri et al. ‘Disclosure Verde’ nas demonstrações contábeis: características da informação ambiental e possíveis explicações para a divulgação voluntária. **Contabilidade Gestão e Governança**, v. 11, n. 1-2, 2009.

NATURA (Brasil). **Nossa História**. 2021. Disponível em: <https://www.natura.com.br/a-natura/nossa-historia>. Acesso em: 28 jul. 2021.

NATURA (Brasil). **Relatório Anual 2001**. 2001. Disponível em: <https://ri.naturaeco.com/pt-br/>. Acesso em: 28 jul. 2021.

NETO, Macário Neri Ferreira; ALENCAR, Andréia Moura Monteiro de; FORTE, Sérgio. Estratégia de Inovação e os relatórios de sustentabilidade. In: XIX ENCONTRO DE PÓS GRADUAÇÃO E PESQUISA, 19., 2019, Fortaleza. **Anais [...]**. Fortaleza: Unifor, 2019. p. 1-7. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/343443726>. Acesso em: 27 jun. 2021.

OLIVEIRA, Fabíola Antunes de; RODRIGUES, Ana Tércia Lopes. **Relatórios de sustentabilidade: análise de aderência nas publicações realizadas por empresas listadas na B3**. 2017. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/>. Acesso em: 28 jun. 2021.

ORSATO, Renato J. et al. Sustainability indexes: why join in? A study of the ‘Corporate Sustainability Index (ISE)’ in Brazil. **Journal of Cleaner Production**, v. 96, p. 161-170, 2015.

REIS, Carlos Nelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade Social das Empresas e Balanço Social**. São Paulo: Atlas, 2012.

RUFINO, M. A. *et al.* Sustentabilidade e performance dos indicadores de rentabilidade e lucratividade: um estudo comparativo entre os bancos integrantes e não integrantes do ISE da BM&FBOVESPA. *Revista Ambiente Contábil*, Natal, 6, n. 1, 2014, 1-18. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/ambiente/article/view/4283>. Acesso em: 17 jul. 2021.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; BAPTISTA, María Del Pilar. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SILVA, Kary Raylane Silvestre da. **EVIDENCIAÇÃO E ADERÊNCIA DOS INDICADORES AMBIENTAIS DAS EMPRESAS DE UTILIDADE PÚBLICA LISTADAS NA B3**. 2018. 19 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal do Ceará, Ceará, 2018. Disponível em: <http://repositorio.ufc.br/>. Acesso em: 22 jul. 2021.

SILVA, Gislaine Mesquita *et al.* Indicadores ambientais: Análise da gestão dos recursos hídricos entre empresas do município de guarulhos listadas no índice de sustentabilidade empresarial da bm&fbovespa. **Revista Geociências-UNG-Ser**, v. 19, n. 1, p. 38-49, 2020.

VILHA, Anapátricia Morales; CARVALHO, Ruy de Quadros. Desenvolvimento de novas competências e práticas de gestão da inovação voltadas para o desenvolvimento sustentável: estudo exploratório da Natura. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 3, p. 01-15, 2005.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENTAL AND DEVELOPMENT (WCED). **Our common future**. Oxford: Oxford University Press, 1987.