REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA E DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO NA INDÚSTRIA COSMÉTICA BRASILEIRA: UMA ANÁLISE DAS PRÁTICAS DA NATURA

CORPORATE SUSTAINABILITY AND ECONOMIC-FINANCIAL PERFORMANCE IN THE BRAZILIAN COSMETICS INDUSTRY: AN ANALYSIS OF NATURA'S PRACTICES

SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA Y DESEMPEÑO ECONÓMICO-FINANCIERO EN LA INDUSTRIA COSMÉTICA BRASILEÑA: UN ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE NATURA

Rafael Costa Dias[1]

e727283
https://doi.org/10.47820/recima21.v7i2.7283

PUBLICADO: 02/2026

RESUMO

O presente estudo analisa criticamente a relação entre sustentabilidade corporativa e desempenho econômico-financeiro na indústria cosmética brasileira, tomando como objeto de investigação a empresa Natura Cosméticos. Trata-se de uma revisão bibliográfica de caráter qualitativo, baseada em publicações em língua portuguesa a partir de 2008, selecionadas no Portal de Periódicos CAPES por meio da associação dos descritores "sustentabilidade" e "Natura". Foram examinados sete estudos que abordam as práticas socioambientais da empresa e seus impactos estratégicos. A análise evidenciou que a sustentabilidade na Natura não se configura apenas como estratégia reputacional, mas como eixo estruturante de seu modelo de negócios, integrando inovação, gestão da cadeia produtiva, relacionamento com comunidades fornecedoras e elaboração de relatórios de sustentabilidade alinhados a parâmetros ESG. O principal achado interpretativo indica que a internalização da sustentabilidade como valor corporativo contribui para a geração simultânea de valor social e vantagem competitiva, impactando positivamente indicadores econômicos e fortalecendo o posicionamento mercadológico da empresa. Diferentemente de abordagens meramente descritivas, o estudo destaca que a convergência entre responsabilidade socioambiental e desempenho financeiro constitui um diferencial estratégico, demonstrando que práticas sustentáveis podem atuar como vetor de crescimento econômico e consolidação institucional no setor cosmético brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: Sustentabilidade corporativa. Desempenho econômico. Relatórios de sustentabilidade. Natura Cosméticos. ESG.

ABSTRACT

This study critically analyzes the relationship between corporate sustainability and economic-financial performance in the Brazilian cosmetics industry, focusing on Natura Cosméticos as the object of investigation. It consists of a qualitative literature review based on Portuguese-language publications from 2008 onward, selected from the CAPES Journal Portal through the combined search terms "sustainability" and "Natura." Seven studies addressing the company's socio-environmental practices and their strategic impacts were examined. The analysis revealed that sustainability at Natura is not merely a reputational strategy, but rather a structuring axis of its business model, integrating innovation, supply chain management, engagement with supplier communities, and sustainability reporting aligned with ESG standards. The main interpretative finding indicates that the internalization of sustainability as a corporate value contributes simultaneously to social value creation and competitive advantage, positively affecting economic indicators and strengthening the company's market positioning. Unlike purely descriptive approaches, this study highlights that the convergence between socio-environmental responsibility

[1] Universidade Federal Rural da Amazônia.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

and financial performance represents a strategic differential, demonstrating that sustainable practices can function as a driver of economic growth and institutional consolidation within the Brazilian cosmetics sector.

KEYWORDS: *Corporate sustainability. Economic performance. Sustainability reporting. Natura Cosméticos.*

RESUMEN
El presente estudio analiza críticamente la relación entre la sostenibilidad corporativa y el desempeño económico-financiero en la industria cosmética brasileña, tomando como objeto de investigación a la empresa Natura Cosméticos. Se trata de una revisión bibliográfica de carácter cualitativo, basada en publicaciones en lengua portuguesa a partir de 2008, seleccionadas en el Portal de Periódicos CAPES mediante la asociación de los descriptores "sostenibilidad" y "Natura". Se examinaron siete estudios que abordan las prácticas socioambientales de la empresa y sus impactos estratégicos. El análisis evidenció que la sostenibilidad en Natura no se configura únicamente como una estrategia reputacional, sino como un eje estructurante de su modelo de negocio, integrando innovación, gestión de la cadena productiva, relación con comunidades proveedoras y elaboración de informes de sostenibilidad alineados con parámetros ESG. El principal hallazgo interpretativo indica que la internalización de la sostenibilidad como valor corporativo contribuye a la generación simultánea de valor social y ventaja competitiva, impactando positivamente los indicadores económicos y fortaleciendo el posicionamiento de la empresa en el mercado. A diferencia de enfoques meramente descriptivos, el estudio destaca que la convergencia entre responsabilidad socioambiental y desempeño financiero constituye un diferencial estratégico, demostrando que las prácticas sostenibles pueden actuar como motor de crecimiento económico y consolidación institucional en el sector cosmético brasileño.

PALABRAS CLAVE: *Sostenibilidad corporativa. Desempeño económico. Informes de sostenibilidad. Natura Cosméticos. ESG.*

1. INTRODUÇÃO

Estudar a sustentabilidade na indústria de cosméticos brasileira é importante por várias razões. A indústria de cosméticos desempenha um papel significativo na economia do Brasil e tem um impacto considerável no meio ambiente e na sociedade. Além disso, a sustentabilidade vai além das preocupações ambientais e integra três domínios principais - social, econômico e ambiental, conforme Bom e Marto (2020) e, embora a preocupação ambiental apareça em primeiro plano, não é possível dissociar sustentabilidade de economia.

De acordo com Bom e Marto (2020):

> Preocupações como a segurança de produtos cosméticos, impacto ambiental e impacto social, como os resultantes do comércio desleal, fizeram e tornam este tópico de grande interesse, e sugerem que uma "(r)evolução" deve ser feita de forma a aceitar e fazer cumprir gradualmente a aplicação prática deste grande conceito (Bom; Marto, 2020, p. 01).

A indústria de cosméticos é uma das principais indústrias do Brasil, contribuindo significativamente para o PIB e gerando empregos diretos e indiretos, de modo que o estudo da sustentabilidade nesse setor permite entender como as práticas sustentáveis podem impactar a rentabilidade das empresas, a competitividade no mercado global e a contribuição econômica

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

para o país. É importante ressaltar que a adoção de práticas sustentáveis dá à empresa uma reputação mais positiva entre os consumidores e parceiros de negócios, influenciando a demanda por produtos, a fidelidade do cliente e a posição competitiva das empresas brasileiras no mercado internacional.

Com a crescente conscientização global sobre sustentabilidade, as empresas que adotam práticas ambientalmente responsáveis têm vantagens competitivas no mercado internacional, posicionando-se melhor nesse mercado e atraindo consumidores que valorizam a responsabilidade social e ambiental. “Avaliar a sustentabilidade é extremamente necessário e surge como uma necessidade industrial e requisito para facilitar a tomada de decisão e avaliar o impacto das estratégias existentes, produtos e tecnologias.” (Bom; Marto, 2020, p. 02)

O Brasil tem regulamentações ambientais e de segurança do consumidor cada vez mais rigorosas, de modo que estar atento à sustentabilidade na indústria de cosméticos pode ajudar as empresas a compreenderem as implicações financeiras das conformidades regulatórias e a desenvolver estratégias eficazes para atendê-las.

A pesquisa sobre sustentabilidade pode impulsionar a inovação na indústria de cosméticos brasileira, levando ao desenvolvimento de novos produtos, processos e tecnologias que se alinham com práticas sustentáveis. Isso não apenas beneficia o meio ambiente, mas também pode levar a ganhos financeiros a longo prazo. Essas práticas têm um impacto direto na saúde humana e no meio ambiente, o que força as empresas a assumirem a responsabilidade por seus efeitos, minimizando danos e contribuindo para um futuro mais saudável e sustentável.

Investidores, consumidores, reguladores e outros *stakeholders* estão cada vez mais atentos às práticas sustentáveis das empresas. Assim o tema da sustentabilidade ganha corpo e permite que as empresas compreendam como esses grupos influenciam as decisões financeiras e como podem atender às expectativas e demandas crescentes por responsabilidade corporativa.

Em resumo, estudar a sustentabilidade na indústria de cosméticos brasileira não apenas auxilia as empresas a alcançarem resultados financeiros sólidos, mas também promove a conscientização ambiental, a responsabilidade social e a competitividade global. Isso é fundamental para um desenvolvimento econômico sustentável e para atender às necessidades das gerações presentes e futuras.

Na expectativa de compreender a relação entre sustentabilidade e finanças, o principal objetivo da pesquisa em tela é “proporcionar um panorama sobre a literatura existente sobre as práticas sustentáveis e sustentabilidade econômica da empresa Natura do Brasil”.

A fim de alcançar esse objetivo, estabeleceu-se como objetivos específicos: a) Identificar tendências nas estratégias de sustentabilidade na indústria de cosméticos adotadas pela empresa Natura do Brasil; b) Discutir a relação entre a adoção dessas estratégias e os resultados

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

financeiros e de reputação da empresa Natura do Brasil; c) Explorar possíveis barreiras ou fatores facilitadores na implementação bem-sucedida das estratégias pela empresa Natura do Brasil.

Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa de revisão implementada a partir do Portal de periódicos CAPES, considerando as chaves de busca “empresa Natura” e “sustentabilidade”. Os trabalhos foram, primeiramente, mapeados a partir da leitura dos títulos e resumos e, após a primeira triagem, a leitura do conteúdo do trabalho. Os textos selecionados para a revisão foram aqueles que tratavam do tema sustentabilidade relacionado ao desempenho econômico da empresa Natura, fossem artigos especificamente sobre a empresa ou baseados em relatórios de sustentabilidade de empresas brasileiras A+ do GRI.

> A GRI *Global Reporting Initiative* é uma organização não governamental internacional com sede em Amsterdã, na Holanda, cuja missão é desenvolver e disseminar globalmente diretrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade utilizados voluntariamente por empresas de todo o mundo que desejam dar informação sobre os aspectos econômicos, ambientais e sociais de suas atividades, produtos e serviços (GRI, 2008). De acordo com o Instituto Ethos, (2008) a GRI é o único modelo aceito mundialmente. Desde seu início, em 1997, a GRI tem focado suas atividades no desenvolvimento de padrão de relatórios que aborde os aspectos relacionados à sustentabilidade econômica, social e ambiental das organizações e que sejam rotineiros e passíveis de comparação como os relatórios financeiros. (Leite Filho; Prates; Guimarães, 2009, p. 47)

Os resultados foram analisados a partir das seções de discussão e considerações e os principais achados foram resumidos na seção de discussão panorâmica, organizada cronologicamente, a fim de se concretizar as práticas adotadas e do impacto dessas práticas na economia da empresa em uma série histórica.

Em resumo, a sustentabilidade na indústria de cosméticos é um campo de estudo multifacetado e em constante evolução. As empresas que conseguem equilibrar eficazmente seus objetivos financeiros com práticas sustentáveis têm a oportunidade não apenas de prosperar economicamente, mas também de contribuir positivamente para o meio ambiente e a sociedade. A empresa Natura, por ser “uma grande empresa de capital aberto, distribuída em vários países, mostrando-se preocupada com a sociedade e o meio ambiente, por utilizar o meio ambiente e seus recursos como fonte de matéria prima para elaboração de seus produtos” (Silva; Souza, 2014, p. 02), tornou-se foco desta pesquisa.

O artigo está organizado em (i) parte introdutória, a (ii) metodologia da pesquisa; em (iii) sustentabilidade na indústria de cosméticos. Finalmente, em (iv), serão apresentados os resultados e a análise; em (v) as considerações finais.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Sustentabilidade na indústria de cosméticos

A sustentabilidade na indústria de cosméticos é um tópico de crescente importância e interesse, uma vez que as preocupações com a responsabilidade social e ambiental têm ganhado destaque nos últimos anos. A discussão científica sobre esse assunto envolve diversas dimensões, desde a forma como as empresas gerenciam seus recursos financeiros até o impacto econômico e social mais amplo das práticas sustentáveis na indústria de cosméticos. Conforme Pires e Fischer (2014):

> É comum definir-se como um marco importante na popularização deste conceito o ano de 1987, data em que a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento divulgou o Relatório de Brundtland, conhecido pelo título Nosso Futuro Comum. O relatório trouxe um conceito até hoje utilizado, que considera o desenvolvimento sustentável "[...]aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades" (Cmmad, 1991, p. 46). O conceito propõe associar o crescimento econômico e o desenvolvimento social com a preservação ambiental (Pires; Fischer, 2014, p. 56).

De acordo com o panorama de 2023 da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), o Brasil é o quarto país no *ranking* de maiores consumidores de produtos de beleza e higiene, perdendo apenas para Estados Unidos (EUA), China e Japão. O país saiu da quarta posição no ranking global de países que mais lançam produtos anualmente em 2021 e ocupou a segunda posição no ranking global de países que mais lançam produtos anualmente em 2022, atrás somente dos EUA[1].

Uma área-chave da discussão são os investimentos em pesquisa e desenvolvimento sustentável já que a indústria de cosméticos é movida por inovação. Assim, investir em P&D sustentável pode resultar em produtos mais eficientes em termos de recursos, ingredientes naturais e processos de fabricação menos prejudiciais ao meio ambiente.

Aquino, Spina e Novaretti (2016) indicam que

> Os resultados da P&D também são direcionados na garantia da qualidade do produto acabado ao consumidor, como exigência de órgãos reguladores públicos nacionais e internacionais. Neste campo de atuação a indústria química e farmacêutica, bem como instituições de pesquisa e universidades públicas ou privadas, laboratórios e biotérios, são os principais *stakeholders* no processo de P&D e testes in vivo e in vitro do ramo de cosméticos (Aquino, Spina; Novaretti, 2016, p. 162)

A Natura tem apontado os resultados de seus investimentos em P&D em seus relatórios, mantendo a forte relação com a identidade brasileira da marca e um investimento constante no

[1] https://abihpec.org.br/site2019/wp-content/uploads/2023/01/Panorama_do_-Setor-Atualizacao_21-07-23_.pdf.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

selo de sustentabilidade das suas linhas de cosmético. No relatório integrado Natura &Co América Latina (2021), João Paulo Ferreira (CEO de Natura &Co América Latina e presidente da Natura, afirma que:

> Em marcas e produtos, cabe destacar a renovação da linha Ekos, com aumento de bioativos em suas fórmulas, e o lançamento de Biōme, uma linha vegana que nasce para dar um novo olhar à produção e consumo regenerativos, com 100% de insumos naturais, e cujo principal ingrediente é o óleo de dendê, produzido no primeiro sistema agroflorestal de dendê do mundo, o SAF Dendê, projeto liderado há 12 anos pela Natura, em parceria com a Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) e a Camta (Cooperativa Agrícola Mista de Tomé-Açu). A linha, que nasce depois de seis anos de pesquisa, incorpora de forma pioneira tecnologias aplicadas à cosmética, e conta ainda com embalagens zero plástico, feitas de papel reciclado e reciclável pós consumo, que contam com filme celulósico biodegradável na face interna, de modo a proteger os produtos, obtido a partir de fontes renováveis e compostáveis. Ainda no início dessa jornada, Biōme representa uma aposta importante pela mudança nos hábitos de consumo que queremos ver acontecer nos próximos anos. (p. 12)

No relatório integrado Natura & Co América Latina (2021), João Paulo Ferreira (CEO de Natura & Co América Latina e presidente da Natura), afirma ainda que, “com o aumento da avaliação de investimentos sob os princípios ESG, há cada vez mais entidades e empresas trabalhando em mecânicas de monetização de aspectos socioambientais” (p. 13). Sob a perspectiva e da Reputação e Preferências do Consumidor, empresas que adotam práticas sustentáveis muitas vezes desfrutam de uma melhor reputação entre os consumidores, o que pode resultar em vantagens financeiras significativas.

Além disso, a indústria de cosméticos está sujeita a regulamentações cada vez mais rigorosas relacionadas à segurança dos produtos e ao impacto ambiental como ocorreu no estado de São Paulo em 2014, após forte pressão dos ativistas da causa animal, que culminou no fechamento de um laboratório do Instituto Royal, laboratório e biotério de testes cosméticos em animais para a indústria farmacêutica e de cosméticos, localizado na cidade de São Roque, no Estado de São Paulo. Embora a Lei Estadual nº 15.316, de 23 de janeiro de 2014, fosse de encontro com as normas regulatórias da Anvisa sobre a necessidade de testes em animais, foi um marco para a mudança de práticas de sustentabilidade na indústria de cosméticos.

Pires e Fischer (2014) asseveram que a sustentabilidade incorpora os interesses “compartilhado pelos interesses das empresas e de diferentes públicos.”, afetando a estrutura de negócios e estimulando “uma transformação organizacional significativa. Para os mais críticos, trata-se apenas de uma nova adaptação reativa e, muitas vezes, cosmética da empresa a uma demanda social emergente.” (p. 56).

Assim adotar iniciativas de eficiência energética e redução de resíduos não apenas beneficiam o meio ambiente, mas também podem levar a economias significativas de custos ao

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

longo do tempo. A escolha de materiais de embalagem sustentáveis pode ter impacto direto nos custos de produção e transporte, além de influenciar a percepção do consumidor sobre a marca.

2.2. A capilaridade da sustentabilidade na empresa Natura

De acordo com os relatórios da Natura disponíveis até 2020, a Natura tem se destacado em suas práticas sustentáveis. Entre 2010 e 2020, a empresa alcançou várias metas relacionadas à sustentabilidade, como a redução significativa das emissões de carbono. Durante esse período, a Natura conseguiu reduzir as emissões de CO2 em mais de 50%, especialmente por meio de medidas de eficiência energética e investimentos em energias renováveis. Leite Filho, Prates e Guimarães (2009) asseveram que a adoção de práticas sustentáveis é um dos pilares da competitividade. Os autores indicam que

> De acordo com a ACE (Articulação Nacional para a Cidadania Empresarial, 2008) “o comportamento socialmente responsável tornou-se um diferencial competitivo que traz inúmeros benefícios, não apenas à empresa, como a diminuição do risco do negócio, mas também à sociedade como um todo”. Nesse sentido a RSE tornou-se também, uma estratégia de negócio para as empresas, uma vez que o mercado está cada vez mais acirrado e competitivo e os investidores estão cada vez mais conscientes, exigindo das empresas uma postura social impecável (Leite Filho; Prates; Guimarães, 2009, p. 44).

A Natura tem se promovido pela assunção de um forte compromisso com a responsabilidade social tanto nas pautas ambientais quanto nas iniciativas para promover a inclusão social e o empoderamento das mulheres. A empresa assumiu programas de conservação ambiental e práticas de cadeia de suprimentos sustentáveis, garantindo que seus produtos sejam provenientes de fontes responsáveis.

O relatório de 2021 aponta que “o modelo de negócios da Natura atualmente contribui para a conservação de 2 milhões de hectares de floresta, beneficiando mais de 7 mil famílias na Amazônia e mais de 9 mil em todo o Brasil.” O ano de 2021 marca temporalmente a decisão referente às emissões líquidas, quando a empresa implementa a linha de base das emissões de carbono para seus negócios, além do lançamento do “MapBiomas e o InfoAmazonia, o portal PlenaMata, que monitora, em tempo real, o desmatamento na Amazônia” (p. 21). Na direção do empoderamento feminino, a empresa se destacou pela garantia da igualdade e inclusão, tendo em cargos de liderança na América Latina 51% de mulheres.

O relatório integrado Natura & Co América Latina (2021) indica que “a receita consolidada de Natura & Co América Latina teve alta de 9,1% em 2021, em comparação com o ano anterior, chegando a R$ 22,4 bilhões. O lucro líquido consolidado aproximou-se de R$ 1,2 bilhão.” (p. 20). No relatório de 2022, os dados da receita líquida consolidada de Natura &Co América Latina totalizam R$ 22,0 bilhões, perspectivado como aumento de 6,3% em moeda constante (-1,7% em

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

reais) em relação a 2021 e o lucro bruto consolidado ficou na cifra de R$ 13,1 bilhões no período, representado uma queda de 3,2% frente ao exercício anterior.

A visão sobre a sustentabilidade impulsionou a Natura a implementar o IP&L (*Integrated Profit and Loss*). O modelo, segundo a empresa, é pioneiro no apoio à gestão estratégica dos negócios. Conforme os dados apresentados no relatório, "...ao avaliar os resultados da empresa em todas suas dimensões, apurou que, a cada R$ 1 em vendas da Natura, são gerados R$1,5 em benefícios nos capitais humano, social e natural." (p. 26)

Conforme Silva e Souza (2014, p. 05), "empresas que buscam esses investimentos tendem a ter ações mais sustentáveis e assim corroborarem com a questão social e ambiental, além da econômica". A história econômica da Natura foi construída sob a égide da sustentabilidade impactando os processos de inovação, compromisso social e desenvolvimento econômico sustentável. A empresa se consolidou comercialmente como um exemplo de sucesso no setor de cosméticos e consolidou sua identidade comercial fortemente conectada com a natureza e com os valores brasileiros.

Os dados de Leite Filho; Prates; Guimarães (2009) apresentaram os níveis de evidenciação dos Relatórios de Sustentabilidade das Empresas Brasileiras A+ do *Global Reporting Initiative* (GRI) no Ano De 2007*,* a partir de técnicas de análise de conteúdo qualitativas e quantitativas como também testes não paramétricos, teste estatístico que mediu o grau de evidenciação entre o relatório de sustentabilidade das empresas comparado ao nível de evidenciação ideal.

As análises partiram da evidenciação das informações apresentadas nos relatórios pelas empresas, dando ênfase aos indicadores de desempenho econômicos, ambientais e sociais. Conforme o estudo, a empresa Natura apresenta do total dos 83 indicadores analisados 68 indicadores, ou 82%. O tipo mais expressivo de *disclosure* presente em seu relatório é o de nível 2 (informações quantitativas não monetárias), presente em 57% dos indicadores. Consecutivamente o *disclosure* tipo 1 (informações somente qualitativas), presente em 13% dos indicadores, e finalmente o tipo 3 (informações qualitativas monetárias), presente em 12%. A empresa não apresentou 12% dos indicadores, colocando a Natura com o quarto melhor nível de evidenciação de informações.

O estudo de Pires e Fischer (2014), que versa sobre a gestão de pessoas, indica o alinhamento da política de contratação ao conceito de sustentabilidade a partir de entrevistas e análise de documentos. A análise dos dados advindos dos documentos e das entrevistas levaram os autores a afirmarem que a empresa visa que a sustentabilidade se perpetua como um valor organizacional, criando uma perspectiva por parte dos profissionais cooptados pela empresa de que ela opera em um ritmo diferente na busca de resultados, o que é desmistificado no cotidiano

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

do trabalho, pautado em ritmo acelerado e busca de resultados financeiros expressivos, como nas demais organizações.

Segundo os autores, a tentativa de tornar a sustentabilidade um valor da empresa impactou os procedimentos de seleção, de avaliação de desempenho e de recompensa e nas ferramentas nucleares da gestão de pessoas. Assim “Seleção, desempenho, remuneração, benefícios e sucessão foram alinhados à sustentabilidade”, à medida que as políticas e práticas foram repensadas para refletir tal valor, com mudanças nos processos e instrumentos. Os resultados dessa pesquisa permitem demonstrar que, no caso da Natura, a área de gestão de pessoas foi envolvida na viabilização desta estratégia, o que implicou a revisão das políticas e práticas de RH. (p. 69).

A pesquisa de Silva e Souza (2014) traz dados sobre à receita líquida, investimentos sociais internos, investimentos sociais externos, bem como investimentos ambientais referentes aos anos de 2009 a 2013. De acordo com as autoras,

> Segundo os resultados apresentados, no ano de 2013 o maior percentual corresponde aos indicadores sociais externos, sendo 9,67% da receita líquida, esse percentual se sobressai em relação ao demais, pois o Indicador de Tributos (excluído encargos sociais) tem altos valores comparando-o com os demais, a empresa aumenta o valor do investimento em ações sociais destinados aos *stakeholders* externos, à medida que a sua receita líquida vai aumentando. Da mesma forma ocorre nos Indicadores Sociais Internos, devido ao indicador Encargos Sociais Compulsórios serem altos em relação aos demais, registra-se um investimento mais nesses indicadores em relação aos ambientais. Os Indicadores Ambientais tiveram porcentagens mais baixas em relação à receita líquida, porém nota-se um crescimento no decorrer dos anos, evidenciando que a empresa está adotando políticas sustentáveis (Silva; Souza, 2014, p. 12).

Na análise da correlação de Pearson entre a Receita Líquida e os Indicadores Sociais (Externos e Internos) e Ambientais, as autoras apontam que, no caso dos Indicadores Sociais Internos, há uma correlação positiva, e os investimentos desse indicador “estão altamente associados ao desempenho financeiro da empresa” (p. 13), de modo que essas variáveis são diretamente proporcionais. Face a esse resultado, a correlação entre Receita Líquida e Indicadores Sociais Externos teve correlação mais expressiva, estando associados positivamente à Receita Líquida da empresa.

Do mesmo modo a relação entre a Receita Líquida e os Indicadores Ambientais apresenta correlação positiva, ocupando o meio do caminho entre a relação da Receita com os Indicadores Sociais Internos e com os Indicadores Sociais Externos. As autoras concluem que há uma relação direta entre desempenho financeiro e desempenho em ações sociais e ambientais, dados os resultados positivos e a forte associação entre as variáveis, indiciados pelos resultados positivos vislumbrados na análise.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

O trabalho de Rech; Gomes; Reckziegel; Souza (2019) analisou as práticas de sustentabilidade voltadas à *Green Logistic* das três maiores empresas de cosmético atuantes no Brasil a partir de um estudo básico, multicaso, descritivo e documental, com abordagem qualitativa, por meio de análise de conteúdo dos relatórios de administração e de sustentabilidade, dos exercícios sociais de 2014 a 2018, das empresas Avon, o Boticário e Natura.

Os autores identificaram os itens sobre os quais as práticas de sustentabilidade da Natura se concentraram: Redefinir, Gases de Efeito Estufa, Recuperar, Reduzir e Pegada de Carbono, Relacionamento com terceiros, Redução de impactos ambientais na distribuição de produtos, Logística Reversa. Cada item reúne um conjunto de ações cronologicamente apresentadas que vão desde a primeira oferta de refil de produto em 1983, até a redução de resíduos gerados por embalagens, em 2018.

Os autores indicam que

> Entre as ações evidenciadas, as voltadas diretamente à *Green Logistic* foram: redefinir, redução de gases de efeito estufa, reduzir, pegadas de carbono, relacionamento com terceiros, redução de impactos ambientais na distribuição dos produtos e logística reversa, que se consubstanciam em Dias (2010), Ferreira (2011), López *et al.,* (2007) e Ubeda *et al.,* (2011). (Rech; Gomes; Reckziegel; Souza, 2019, p. 439).

O estudo indica que “a Natura não teve evidenciações de práticas de sustentabilidade relacionadas à construção sustentável, pela qual se entende que o investimento em ativos próprios é uma escolha opcional de cada gestor organizacional.” (p. 442-443). Além disso, as práticas sustentáveis das empresas objeto de estudo focaram meio ambiente e sociedade. Quanto o aspecto produtivo, recebem foco o consumo de matéria-prima, embalagem, energia e relacionamento com a cadeia de suprimento.

O estudo de Avelino (2019), que teve como objetivo analisar o desempenho econômico-financeiro da Natura Cosméticos S/A entre os anos de 2017 e 2018 por meio de demonstrações financeiras, tais como balanços patrimoniais, demonstrativos de resultado e fluxo de caixa, capturou a estrutura dos ativos, dívidas, fontes de financiamento e mudanças no patrimônio líquido da empresa, concluiu que, em 2017 e 2018, a Natura teve um aumento de vendas líquidas de 24,51% e 36,90%, respectivamente, mas a empresa teve que enfrentar uma perda de receita líquida de R$ 94,1 milhões em 2017 e um lucro líquido de R$ 161,1 milhões em 2018. A situação de lucratividade e liquidez da empresa melhorou entre 2017 e 2018. Ainda assim, a alavancagem apresenta uma tendência crescente, o que pode indicar que a empresa pode ter um risco maior de inadimplência no longo prazo.

O estudo de Anjos e Preti (2022) sobre os indicadores econômicos, ambientais e sociais da Natura entre 2012 e 2020 teve como objetivo descrever e analisar o comportamento desses indicadores expostos nos relatórios anuais da empresa. De acordo com o artigo, os indicadores

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

econômicos analisados incluíram receita líquida, lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA) e investimentos; os indicadores ambientais incluíram consumo de água, geração de resíduos e emissões de gases de efeito estufa, enquanto os indicadores sociais incluíram índices de satisfação de funcionários, trabalho voluntário e investimento na comunidade.

O estudo mostrou que a Natura obteve aumento de receita líquida e EBITDA no período 2012-2020. Além disso, os investimentos anuais em P&D aceleraram a partir de 2016, enquanto a empresa também relatou uma redução no consumo de água, nas emissões de gases de efeito estufa e no uso de água potável no mesmo período. Os investimentos da Natura relacionados à comunidade aumentaram entre 2014 e 2019, e as horas de voluntariado também aumentaram. Por fim, os índices de satisfação dos funcionários melhoraram consideravelmente entre 2016 e 2019.

Já o estudo de Baldim (2022), com foco na análise das iniciativas de responsabilidade socioambiental da Natura Cosméticos S/A entre os anos de 2015 e 2020 em relação à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, debruçou-se sobre as ações e práticas da empresa alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela Organização das Nações Unidas.

O estudo constatou que a Natura se envolveu ativamente em várias iniciativas de sustentabilidade durante o período especificado para contribuir para o alcance dos ODS. Baldim (2022) conclui que a empresa priorizou iniciativas relacionadas à igualdade de gênero, produção e consumo sustentáveis, ação climática, abastecimento responsável e parcerias para o desenvolvimento sustentável. A atuação da Natura se refletiu em diversos indicadores-chave, como a redução de emissões de gases de efeito estufa, do consumo de água e da geração de resíduos, além do aumento do engajamento comunitário e do impacto social.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

Considerando o tema "impacto da sustentabilidade na indústria de cosméticos", a pesquisa objetivou responder aos seguintes questionamentos: Quais são as práticas de sustentabilidade adotadas pela empresa Natura do Brasil e qual é o impacto dessas estratégias no desempenho financeiro e na reputação da empresa?

Como critérios de inclusão e exclusão dos trabalhos que compuseram o *corpus*, levou-se em consideração:

- Estudos publicados a partir de 2008.
- Trabalhos publicados em português.
- Estudos que abordem práticas de sustentabilidade da empresa Natura.
- Estudos que analisem o impacto financeiro e a reputação das empresas devido à adoção de práticas sustentáveis.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

O ano de 2008 foi escolhido como marco temporal a partir de estudos como o de Medeiros, Alysson de Campos Cruz e Andrade (2009) que apontaram o destaque do ano de 2008 por causa da forte crise no mercado financeiro em âmbito internacional causada pelo mercado imobiliário americano, que freou o crescimento econômico e desenvolvimento dos mercados financeiros pela instabilidade que se configurou em razão de o capital ficar escasso, desaquecendo o mercado produtivo. O exemplo apresentado pelos autores para o fenômeno apontou que, em 2008, a capacidade de pagamento de uma empresa brasileira do ramo cosmético operou em queda, indicado pelos índices de liquidez geral nos anos de 2006 (1,1641), 2007 (1,251) e 2008 (1,1082).

Como se trata de uma pesquisa qualitativa, a análise de dados foi feita a partir da análise de conteúdo (Bardin, 2009), na busca dos sentidos a partir da descrição objetiva e sistemática do conteúdo manifesto na seção de resultado e de considerações dos estudos que compõem o *corpus* de pesquisa cuja finalidade é interpretar esse conteúdo na expectativa de responder ao questionamento que deu ensejo a esta pesquisa na expectativa de entender a relação entre as práticas de sustentabilidade adotadas pela empresa Natura do Brasil e o impacto dessas estratégias no desempenho financeiro e na reputação da empresa.

4. ANÁLISE

Com essa fronteira temporal e considerando as crescentes ações de entidades ligadas a preservação do meio ambiente e a adoção de práticas sustentáveis no setor de cosméticos, as buscas foram realizadas, de forma sistemática, no portal de periódicos da CAPES, a partir dos termos de busca ‘sustentabilidade’ associada ao nome da empresa Natura. Na primeira fase da busca com os termos “empresa natura” e “sustentabilidade”, o portal de periódicos CAPES retornou 101 resultados. A partir daí, selecionaram-se os trabalhos de conclusão de curso relevantes e aplicou-se o filtro de ‘periódicos revisados por pares’, cujos resultados somaram 51 pesquisas. Em seguida, aplicamos o filtro de idioma “português”, reduzindo-se os resultados a 36 títulos.

Aplicados os critérios, a primeira triagem foi feita a partir dos títulos e resumos para identificar estudos relevantes e, em seguida, foi feita a avaliação dos textos completos dos estudos selecionados com base nos critérios de inclusão e exclusão, ao que chegamos a sete (7) trabalhos, apresentados na tabela a seguir. Os dados foram dispostos na tabela para extrair informações de cada estudo, como autor, ano e objetivo de cada estudo.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

Tabela 1. Composição do *corpus*

Título do Trabalho	Autor(es)	Ano de Publicação	Objetivo
Análise dos níveis de evidenciação dos relatórios de sustentabilidade das empresas brasileiras A+ do Global Reporting Initiative (gri) no ano de 2007	Geraldo Alemandro Leite Filho Lorene Alexandre Prates Thiago Neiva Guimarães	2009	Analisar o nível de evidenciação das informações sócio-ambientais dos relatórios de sustentabilidade no ano de 2007 das empresas consideradas com nível de aplicação A+ pelo Global Reporting Initiative – Natura, Petrobras, Bunge, Banco Real, Bradesco e Itaú.
Integração entre Gestão De Pessoas E Estratégia De Sustentabilidade: O Caso Natura	Fernanda Mendes Pires André Luiz Fischer	2014	Verificar se ocorrem mudanças significativas nas políticas e práticas de gestão de pessoas das empresas que incorporam a sustentabilidade em sua estratégia de negócios.
Finanças e sustentabilidade: análise da correlação entre a receita liquida e os investimentos sociais e ambientais da Natura do período de 2009 a 2013	Nathállya Etyenne Figueira Silva Sandra Maria Araújo De Souza	2014	Analisar o desempenho financeiro da Natura através da correlação entre os investimentos sociais e ambientais e a receita líquida do período de 2009 a 2013.
Práticas sustentáveis voltadas à *Green Logistic*: estudo multicaso em empresas de cosméticos	Mariliza Rech Débora Gomes De Gomes	2019	Analisar quais práticas de sustentabilidade, voltadas à *Green Logistic*, são evidenciadas pelas três maiores empresas de cosméticos atuantes no Brasil.
Análise econômico – financeira: um estudo de caso na empresa Natura Cosméticos S/A entre os anos de 2017 e 2018	Gisele Cristina da Silva Avelino	2019	Avaliar a situação econômico-financeira de uma empresa do setor de cosméticos e perfumaria com base nos exercícios 2017/2018.
As ações de responsabilidade social e ambiental da empresa Natura entre os anos de 2015 a 2020 e a Agenda 2030	Gabriela Doneda Baldim	2022	Realizar um levantamento das ações de responsabilidade social e ambiental da empresa Natura no período entre 2015 e 2020, e então fazer um comparativo destas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) na Agenda 2030.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

Evolução dos indicadores econômicos, ambientais e sociais da empresa Natura, entre os anos de 2012 e 2020	Tiago Mattos dos Anjos; Sérgio Murilo Preti	2022	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.

Fonte 1: autoria própria.

A Natura é uma empresa brasileira de cosméticos, higiene pessoal e produtos de perfumaria fundada em 1969 por Luiz Seabra, junto com seu sócio Jean-Pierre Berjeaut. A empresa se destacou não apenas por seus produtos, mas também por suas práticas de negócios sustentáveis e sua abordagem de vendas diretas. A empresa Natura foi fundada em São Paulo-Br com o objetivo de vender produtos de perfumaria e cosméticos importados. Na década de 1970, a Natura começou a desenvolver seus próprios produtos com foco em ingredientes naturais e inspiração na biodiversidade brasileira, adotando o modelo de venda direta, recrutando consultores independentes para vender seus produtos.

Durante a década de 1980, a Natura expandiu suas operações e ganhou destaque no mercado de cosméticos do Brasil, assumindo compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade social, usando ingredientes naturais e realizando projetos de preservação ambiental. Na década de 90, a Natura expandiu suas operações internacionalmente, entrando em mercados da América Latina e Europa e continuou investindo em pesquisa e desenvolvimento, trazendo inovações em produtos e tecnologia.

Em 2004, a Natura realizou seu IPO (Oferta Pública Inicial) na Bolsa de Valores de São Paulo, fortalecendo sua posição no mercado financeiro e conquistou reconhecimento global por suas práticas sustentáveis, além de ser incluída em índices de sustentabilidade e responsabilidade corporativa.

Na década de 2010, a empresa continuou sua expansão internacional, ampliando sua presença em mercados-chave, como América do Norte e Ásia. Adquiriu, estrategicamente, a marca australiana de cosméticos Aesop, fortalecendo a posição global da Natura.

Em 2020, a Natura concluiu a aquisição da Avon, formando o grupo Natura &Co, uma das maiores empresas de beleza do mundo, mantendo a sustentabilidade como foco central, investindo em um modelo de negócios assentado a partir do discurso da sustentabilidade, focando na redução do impacto ambiental e na prática de negócios responsáveis.

O estudo de Avelino (2019), que teve como objetivo analisar o desempenho econômico-financeiro da Natura Cosméticos S/A entre os anos de 2017 e 2018 por meio de demonstrações financeiras, tais como balanços patrimoniais, demonstrativos de resultado e fluxo de caixa, capturou a estrutura dos ativos, dívidas, fontes de financiamento e mudanças no patrimônio líquido da empresa, concluiu que, em 2017 e 2018, a Natura teve um aumento de vendas líquidas

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

de 24,51% e 36,90%, respectivamente, mas a empresa teve que enfrentar uma perda de receita líquida de R$ 94,1 milhões em 2017 e um lucro líquido de R$ 161,1 milhões em 2018. A situação de lucratividade e liquidez da empresa melhorou entre 2017 e 2018. Ainda assim, a alavancagem apresenta uma tendência crescente, o que pode indicar que a empresa pode ter um risco maior de inadimplência no longo prazo.

O estudo de Anjos e Preti (2022) sobre os indicadores econômicos, ambientais e sociais da Natura, entre 2012 e 2020, teve como objetivo descrever e analisar o comportamento desses indicadores expostos nos relatórios anuais da empresa. De acordo com o artigo, os indicadores econômicos analisados incluíram receita líquida, lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA) e investimentos; os indicadores ambientais incluíram consumo de água, geração de resíduos e emissões de gases de efeito estufa, enquanto os indicadores sociais incluíram índices de satisfação de funcionários, trabalho voluntário e investimento na comunidade.

O estudo mostrou que a Natura obteve aumento de receita líquida e EBITDA no período 2012-2020. Além disso, os investimentos anuais em P&D aceleraram a partir de 2016, enquanto a empresa também relatou uma redução no consumo de água, nas emissões de gases de efeito estufa e no uso de água potável no mesmo período. Os investimentos da Natura relacionados à comunidade aumentaram entre 2014 e 2019, e as horas de voluntariado também aumentaram. Por fim, os índices de satisfação dos funcionários melhoraram consideravelmente entre 2016 e 2019.

Já o estudo de Baldim (2022), com foco na análise das iniciativas de responsabilidade socioambiental da Natura Cosméticos S/A entre os anos de 2015 e 2020 em relação à Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, debruçou-se sobre as ações e práticas da empresa alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela Organização das Nações Unidas.

O estudo constatou que a Natura se envolveu ativamente em várias iniciativas de sustentabilidade durante o período especificado para contribuir para o alcance dos ODS. Baldim (2022) conclui que a empresa priorizou iniciativas relacionadas à igualdade de gênero, produção e consumo sustentáveis, ação climática, abastecimento responsável e parcerias para o desenvolvimento sustentável. A atuação da Natura se refletiu em diversos indicadores-chave, como a redução de emissões de gases de efeito estufa, do consumo de água e da geração de resíduos, além do aumento do engajamento comunitário e do impacto social.

5. CONSIDERAÇÕES

A partir da análise da seção de resultados e considerações dos textos que compuseram o *corpus* da pesquisa, foi possível vislumbrar a construção da identidade da empresa Natura sob o rótulo da sustentabilidade. Ao longo da história da empresa, a identidade de empresa brasileira e

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

comprometida com o bem-estar social e ambiental está na base dos relatórios apresentados pela empresa e pelos resultados positivos na construção de valor social da marca.

No setor de *disclosure* a empresa tem primado pela informação relevante em seus relatórios com alto índice de informação quantitativa não monetária já em 2007, que pode ser entendido como uma estratégia de gerar valor agregado à imagem a partir de sua atuação social em face ao seu crescimento econômico, focado na apreciação social e na blindagem da reputação a partir do rótulo de sustentabilidade.

Outro aspecto atrelado à identidade da empresa apresentou-se na gestão de pessoas. O rótulo da sustentabilidade incidiu neste setor na preocupação com a equidade de gênero de forma bastante acentuada, de modo que a empresa opaciozou a dinâmica de crescimento financeiro na política de RH como alternativa de gerar engajamento com práticas alinhadas à sustentabilidade como um valor agregado às atividades da empresa.

Em relação ao crescimento de Receita Líquida, foi possível observar que há relação direta e intrínseca entre o crescimento da receita e os investimentos em Indicadores Sociais e Ambientais. Os Indicadores Sociais Externos figuram como carro-chefe nessa correlação, indicando uma política de sustentabilidade que sedimenta a identidade da empresa na perspectiva da responsabilidade social de minimização de impactos dentro de um mercado que tem sua matéria-prima diretamente ligada a exploração do meio ambiente, adequando a empresa à mudança de cultura de consumo que tem ocorrido ao longo dos anos e mais expressivamente após a pandemia de Covid-19, que forçou os setores a repensarem suas práticas mercadológicas e o modo como se relacionam com o meio ambiente, impulsionando a *Green Logistic*.

Assim, práticas sustentáveis passaram a subsidiar a competitividade no mercado da indústria de cosméticos, alinhando-se às exigências de consumidores alinhados ao discurso de preservação ambiental para as gerações futuras, afetando a cadeia produtiva de cosméticos desde a aquisição da matéria-prima até a apresentação do produto ao consumidor final de modo que a *Green Logistic* atravessa todo o processo.

Essas ações voltadas para a *Green Logistic* têm sustentado a posição da Natura como uma das maiores empresas de cosméticos do Brasil como uma empresa genuinamente brasileira e comprometida com o bioma brasileiro em termos de sustentabilidade.

Em suma, a apresentação de resultados em relatórios voltados para as contribuições para a preservação do planeta para as gerações futuras, a responsabilidade com as exploração do meio ambiente e a construção de uma dinâmica organizacional baseada nos valores da sustentabilidade com balizador de decisões dentro da estrutura organizacional são aspectos acionados na construção de uma identidade de comprometimento com o bem-estar social que tem sido critério de decisão dos consumidores sobre os produtos que desejam consumir.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

Considerando que a empresa produz cosméticos a partir de matéria-prima brasileira, investir em modelos de exploração sustentáveis e em adoção de valores voltados a agendas contemporâneas de direitos humanos podem ser estratégias facilitadora de atendimento de consumidores afeitos aos negócios socialmente embasados, enquanto a capitalização desses recursos como meios de crescimento econômico pode ser um entrave para que a empresa alcance os resultados estabelecidos pelas metas econômicas.

As limitações desses estudos estão na escassez de estudos que reflitam sobre a relação entre sustentabilidade e economia nas indústrias de cosméticos como um setor que afeta severamente o meio ambiente e ameaça os recursos naturais das gerações futuras. Abre-se, a partir desse breve levantamento, a lacuna sobre a relação entre o desenvolvimento econômico, atividade comercial da indústria de cosmético e sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

ANJOS, Tiago Mattos dos; PETRI, Sérgio Murilo. **Evolução dos indicadores econômicos, ambientais e sociais da empresa Natura, entre os anos de 2012 a 2020**. 2022. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis-SC, 2022.

AQUINO, S.; SPINA, G. A.; NOVARETTI, M. C. Z. Proibição do Uso de Animais em Testes Cosméticos no Estado de São Paulo: Impactos e Desafios para o Desenvolvimento da Indústria de Cosméticos e Stakeholders. **Desenvolvimento em Questão**, *[S. l.],* v. 14, n. 34, p. 155–188, 2016. DOI: 10.21527/2237-6453.2016.34.155-188. Disponível em: https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/3143. Acesso em: 14 ago. 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS (ABIHPEC). **Panorama do Setor da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos**. São Paulo: ABIHPEC, 2023

AVELINO, Gisele Cristina da Silva. **Análise econômico – financeira:** um estudo de caso na empresa Natura Cosméticos s/a entre os anos de 2017 e 2018. 2019. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Humanas e Exatas, Monteiro-PB, 2019.

BALDIM, Gabriela Doneda. **As ações de responsabilidade social e ambiental da empresa Natura entre os anos de 2015 a 2020 e a Agenda 2030**. 2022. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias, Jaboticabal, 2022.

BOM, S.; RIBEIRO, H. M.; MARTO, J. **Sustainability calculator**: a tool to assess sustainability in cosmetic products. **Sustainability**, v. 12, n. 4, p. 1–15. 2020a. DOI:10.3390/su12041437. Disponível em: https://www.mdpi.com/2071-1050/12/4/1437. Acesso em: 08 aug. 2023

GARCÍA, M. Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. **Estudios Gerenciales**, v. 34, n. 146, p. 63-73, 30 mar. 2018.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

LEITE FILHO, G. A.; PRATES, L. A.; GUIMARÃES, T. N. **Análise os Níveis de Evidenciação dos Relatórios de Sustentabilidade das Empresas Brasileiras A+ do Global Reporting Initiative (G RI) no Ano De 2007.** Revista de Contabilidade e Organizações, *[S. l.]*, v. 3, n. 7, p. 43-59, 2009. DOI: 10.11606/rco.v3i7.34749. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/rco/article/view/34749. Acesso em: 13 ago. 2023.

PIRES, F. M.; FISCHER, A. L. Integração entre gestão de pessoas e estratégia de sustentabilidade: O caso Natura. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, São Paulo (SP), v. 8, n. 1, p. 54–72, 2014. DOI: 10.24857/rgsa.v8i1.831. Disponível em: https://rgsa.emnuvens.com.br/rgsa/article/view/831. Acesso em: 13 ago. 2023.

RECH, M.; GOMES, D. G. de; RECKZIEGEL, V.; SOUZA, M. A. de. Práticas sustentáveis voltadas à Green Logistic: Estudo multicaso em empresas de cosméticos. **RACE - Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, *[S. l.]*, v. 18, n. 3, p. 419–446, 2019. DOI: 10.18593/race.20170. Disponível em: https://periodicos.unoesc.edu.br/race/article/view/20170. Acesso em: 13 ago. 2023.

SILVA, Nathállya Etyenne Figueira; SOUZA, Sandra Maria Araújo de. Finanças e sustentabilidade: análise da correlação entre a receita liquida e os investimentos sociais e ambientais da Natura do período de 2009 a 2013. **Anais** [...] do III SINGEP e II S2IS – São Paulo – SP – Brasil – 09, 10 e 11/11/2014. Disponível em: 202.pdf (uninove.br). Acesso em 13 de ago. 2023

ZANONI, B. L.; DE OLIVEIRA, S. A. Reflections on sustainability's meaning in organizations. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, *[S. l.]*, v. 63, n. 2, p. e2022–0028, 2023. DOI: 10.1590/S0034-759020230203. Disponível em: https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/89180. Acesso em: 13 ago. 2023.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.