

RESPONSABILIDADE SOCIAL E NEGÓCIOS DE IMPACTO: um estudo de caso da Natura Cosméticos

José Leonilton Dantas¹
Odilon Saturnino Silva Neto²

Auditoria e Controladoria no Setor Público

Resumo

Um negócio de impacto é aquele que cria valor econômico, ambiental e social a curto e longo prazo, contribuindo assim para o aumento do bem-estar e o autêntico progresso das gerações presentes e futuras, no seu ambiente geral, isso é de grande importância na atualidade devido ao aumento dos debates sociais sobre os problemas ambientais. O perfil de consumidores tem sido moldado, hoje estão mais conscientes sobre a responsabilidade social das empresas. Uma forma de mostrar a sociedade que a empresa tem impacto positivo na sociedade são os certificados e o índice de sustentabilidade empresarial (ISE). Um dos certificados de grande impacto é o disponibilizado pelo Sistema B, que visa avaliar e classificar as empresas que buscam benefícios em três eixos: econômico, social e ambiental. Desta forma, o objetivo geral desse trabalho é analisar as práticas e responsabilidade socioambiental da organização Natura Cosméticos, evidenciando as contribuições dessa para o meio ambiente e sociedade, e, no mesmo viés, se os investimentos ambientais contribuem para um melhor desempenho da organização. Partindo de um estudo bibliográfico, e indo em direção a um estudo de caso da Natura Cosméticos, o estudo se justifica por ser uma empresa de capital aberto, certificada pela Empresa B corp e pelo Índice de sustentabilidade Empresarial, e atuante diretamente com o meio ambiente. Como resultado, o estudo mostra ser de grande importância para a tomada de decisões da empresa, através dos indicadores econômico-financeiro. O retorno das ações que a Natura vem desenvolvendo através da responsabilidade socioambiental compreendida em seus relatórios anuais e balanços sociais, demonstrados na estrutura de capital em relação aos indicadores de: liquidez, atividade, endividamento e rentabilidade dos ativos, como também, o certificado B, que traz benefícios para a própria empresa: Diferenciação da marca, atração de investidores e clientes, gerando maior competitividade e lucratividade.

Palavras-chave: Natura. Responsabilidade Social. Sistema B Corp.

Abstract

An impact business is one that creates economic, environmental and social value in the short and long term, thus contributing to the increase in well-being and the authentic progress of present and future generations, in its general environment, this is of great importance in due to

¹ Estudante do Curso de Bacharelado em Administração Pública. EAD/IFPB – Campus João Pessoa. Polo Araruna. e-mail: leoniltonempicui@hotmail.com.

² Professor Pesquisador. IFPB – Campus João Pessoa. Unidade Acadêmica de Gestão e Negócios. e-mail: odilon.saturnino@ifpb.edu.br. <http://lattes.cnpq.br/5040416530597539>.

the increase in social debates about environmental problems. The profile of consumers has been shaped, today they are more aware of corporate social responsibility. One way to show society that the company has a positive impact on society is through certificates and the corporate sustainability index (ISE). One of the certificates of great impact is the one provided by Sistema B, which aims to assess and classify companies seeking benefits in three areas: economic, social and environmental. Thus, the general objective of this work is to analyze the practices and socio-environmental responsibility of the Natura Cosmetics organization, highlighting its contributions to the environment and society, and, in the same vein, whether environmental investments contribute to a better performance of the organization. Starting from a bibliographical study, and going towards a case study of Natura Cosmetics, the study is justified by being a publicly-held company, certified by Empresa B corp and by the Corporate Sustainability Index, and acting directly with the environment . As a result, the study proves to be of great importance for the company's decision-making, through economic-financial indicators. The return on the actions that Natura has been developing through socio-environmental responsibility included in its annual reports and social balance sheets, shown in the capital structure in relation to the indicators of: liquidity, activity, indebtedness and profitability of assets, as well as the certificate B, which brings benefits to the company itself: Brand differentiation, attraction of investors and customers, generating greater competitiveness and profitability.

Keywords: Natura. Social responsibility. System B Corp.

1 INTRODUÇÃO

Notasse que a sociedade vem enfrentando uma série de crises de ordem financeira, econômica, industrial e ambiental, resultados de um modelo de desenvolvimento insustentável, baseado no uso indevido de recursos sociais e naturais. (LAMIN-GUEDES, 2013).

Como afirmam Claro e Claro (2008), com o mundo industrializado surgiu à extrema importância de uma ênfase dada ao impacto no ambiente, e não apenas aos processos produtivos. O bem-estar de um país é medido com base no bem comum e na forma como cria valor e impacto positivo na sociedade.

Surge assim, o desenvolvimento sustentável, ou seja, a capacidade de conservar o meio ambiente, a sociedade e a produtividade ao longo do tempo, começou a desempenhar um papel fundamental, nascendo como uma alternativa para mitigar os traços que os modernos processos de produção têm deixado no planeta (LEAL, 2009).

Concordando com Figueiredo, Abreu e Casas (2009), a sustentabilidade exerce papel essencial por ser a administração eficiente e racional de todos os recursos, para que seja

possível melhorar a qualidade de vida da sociedade atual sem comprometer as gerações futuras.

Um dos principais desafios enfrentados pelo desenvolvimento sustentável, segundo Gomes (2006), é o de incluir o meio ambiente como um dos elementos da competitividade e do desenvolvimento econômico e social. O que é de grande relevância, uma vez que a ligação entre desenvolvimento sustentável, proteção ambiental, e o comércio é muito estreita. Por isso, a preocupação com a preservação do meio ambiente precisa estar presente em todos os setores da sociedade, o que inclui o mundo dos negócios.

O desenvolvimento sustentável empresarial foi criado com o objetivo de encontrar um equilíbrio entre o crescimento econômico das empresas e o uso dos recursos humanos, financeiros, materiais e naturais que as compõem, é composta por ações que as organizações realizam, visando à redução de impactos ambientais e à promoção de programas sociais que os mantêm economicamente viáveis no mercado (STROBEL; CORAL; SELIG, 2004).

Dentro desse contexto surgiu o Movimento Sistema B, uma ferramenta de avaliação de sustentabilidade e um processo de certificação para empresas cuja gestão é baseada no chamado "impacto triplo positivo", empresas que redefinem a sensação de sucesso colocando o econômico, social e ambiental no mesmo nível, gerando uma ampla contribuição para a sociedade. A intenção é de reconhecer e promover organizações que atendam a certos padrões de transparência, responsabilidade social, sustentabilidade e desempenho (SISTEMA B, 2021). Entre as empresas certificadas no Brasil, destacam-se: Ouro Verde Amazônia, Natura, ComBio-Energias Renováveis, Maria Farinha Filmes e Geekie Lab.

Como também surge o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) criado em 2005, pela Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), em conjunto com outras entidades, sendo o primeiro índice de sustentabilidade da América Latina. O índice tem o propósito de ser um *benchmark* de empresas que se destacam em promover boas práticas sustentáveis e possuem comprometimento com Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e sustentabilidade empresarial. Portanto, trata-se de uma novidade no mercado brasileiro, sendo uma oportunidade de estudo.

Segundo a Bovespa (2009), o ISE objetiva refletir o retorno de uma carteira teórica composta por ações de empresas brasileiras que promovam boas práticas e que tenham comprometimento reconhecido como responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial, de maneira que as organizações estariam mais preparadas para enfrentar riscos econômicos, sociais e ambientais.

Partindo de um estudo bibliográfico, e indo em direção a um estudo de caso, o objetivo geral da presente pesquisa é analisar as práticas e responsabilidade socioambiental da organização Natura Cosméticos, evidenciando as contribuições dessa para o meio ambiente e sociedade, e, no mesmo viés, se os investimentos ambientais contribuem para um melhor desempenho da organização. Tem como objetivos específicos: (i) conceituar a sustentabilidade, responsabilidade social e ambiental e o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). (ii) identificar os investimentos sociais e ambientais realizados na organização Natura Cosméticos nos exercícios de 2008 a 2019. (iii) demonstrar o retorno financeiro com as ações de responsabilidade socioambiental pela Natura por meio da análise de Relatório de Sustentabilidade e do Balanço Social divulgado pela organização.

O enfoque direcionado a Natura Cosméticos se deu por ser a maior organização de capital aberto do mundo a ser certificada como Empresa B e pelo Índice de sustentabilidade Empresarial por vários anos consecutivos, como também, por ser uma organização que atua diretamente com o meio ambiente, trazendo a discussão da necessidade de investigar se a Natura em seus aspectos ambientais prática mesmo o que divulga. Pois tais ações atualmente são o diferencial para a competitividade. Surge então, a seguinte pergunta da pesquisa, quais as ações e contribuições da Natura Cosméticos para o meio ambiente e a sociedade atual?

Assim, os próximos capítulos apresentam o referencial teórico e os aspectos metodológicos utilizados para a construção da presente pesquisa, em seguida expõe a análise dos dados levantamentos, evidenciando as discussões pertinentes sobre o tema, a fim de alcançar os objetivos acima propostos. Posteriormente são apresentados os aspectos conclusivos, ou seja, os principais elementos extraídos da pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico apresenta a contextualização sobre os temas sustentabilidade e responsabilidade social nas empresas, negócio de impacto e certificado B corp, índice de sustentabilidade empresarial e por fim, avaliação econômico-financeira de empresas, tratando dos aspectos conceituais e estruturais da análise das demonstrações financeiras e dos indicadores de liquidez, atividade, endividamento e rentabilidade de ativos.

2.1 SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

Na década de 1980, a definição de ‘sustentabilidade’ foi introduzida na literatura ecológica para buscar o progresso econômico e a evolução daqueles países sensíveis aos problemas ambientais, por meio da criação de estratégias para o bem-estar do mundo. Nesse mesmo contexto, o conceito de desenvolvimento passou a contemplar não apenas o progresso econômico e material, mas também o uso responsável dos recursos naturais (FARIA; CARVALHO, 2012).

A articulação do desenvolvimento com a sustentabilidade gerou o conceito de desenvolvimento sustentável, definido como um procedimento que engloba o avanço econômico da sociedade, respeitando o meio ambiente e, concomitantemente, a qualidade de vida. Seu objetivo é a integração do crescimento econômico, da justiça social e da responsabilidade pela preservação do meio ambiente (SANTOS; SILVA; GOMÉZ, 2012).

Esse novo conceito de sustentabilidade apareceu pela primeira vez no Relatório Brundtland, publicado em 1987, também chamado de Nosso Futuro Comum. Preparado pelas Nações Unidas, alertou sobre as consequências ambientais negativas do desenvolvimento econômico e da globalização, tentando oferecer soluções aos problemas derivados da industrialização e crescimento populacional (MANIGLIA, 2011).

Posteriormente, muitos debates globais foram sediados para discutir a relação do desenvolvimento sustentável. No Brasil ocorreram duas conferências internacionais de grande relevância: a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como Rio-92, e a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, chamada de Rio 2012 ou Rio + 20 (GUIMARÃES; FONTOURA, 2012).

A primeira conferência foi realizada em 1992, no Rio de Janeiro, organizada pelas Nações Unidas e o Governo brasileiro, onde participaram setenta e oito países e aproximadamente quatrocentos representantes de organizações não-governamentais, e mais de dezessete mil pessoas que participaram do Fórum das ONGs comemorando paralelo à cúpula (GUIMARÃES, 2002).

A principal contribuição dessa cúpula foi o acordo alcançado, conhecido como Agenda 21, que levou em consideração uma série de questões relacionadas ao meio ambiente, poluição do ar, gestão de mares, florestas e montanhas, desertificação, gestão de recursos hídricos e saneamento, gestão agrícola, gestão de resíduos, além de questões relacionadas à saúde e habitação (MARTINS, 2015).

A segunda Conferência, a Rio + 20, ajudou a definir a agenda de desenvolvimento sustentável para as próximas décadas. O objetivo da Conferência foi a renovação do compromisso político com o desenvolvimento sustentável por meio da avaliação do progresso e lacunas na implementação das decisões adotadas pelas principais cúpulas sobre o assunto e o tratamento de questões novas e emergentes. O tema principal da Conferência foi a discussão da estrutura institucional para o desenvolvimento sustentável e consolidou, de forma integrada e inseparável, as três dimensões do desenvolvimento sustentável: econômica, social e ambiental (GUIMARÃES; FONTOURA, 2012).

Depois da Rio + 20, a Cúpula das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, representou, em 2015, o momento político internacional mais importante para o desenvolvimento sustentável. A Cúpula adotou o documento "*Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development*", que concluiu um processo de negociação lançado no Rio de Janeiro para definir a estratégia global para o desenvolvimento sustentável nos próximos quinze anos, em áreas de importância central para a humanidade e o planeta. O Brasil participou ativamente do processo de negociação que levou à adoção da nova agenda, atuando decisivamente na defesa do legado da Rio + 20, que prioriza a erradicação da pobreza e da fome (MAXIMO, 2015).

Para atingir seus propósitos, a Organização das Nações Unidas (ONU) criou um conjunto de ações almejando o progresso dos povos e a resolução de problemas. Foram elaborados 17 objetivos para serem atingidos até 2030 que passaram a serem chamados dos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável - ODS, que são: acabar com a pobreza; eliminar a fome em todo o mundo; saúde e bem-estar; educação de qualidade; igualdade de gênero; água limpa e saneamento; energia acessível; trabalho decente e crescimento econômico; indústria, inovação e infraestrutura; redução de desigualdades de renda; consumo e produção responsáveis; ação climática; vida dos ecossistemas terrestres; Paz, justiça e instituições sólidas: parcerias para atingir os objetivos (ONU, 2015).

Nessa conjuntura, o progresso sustentável desempenha um papel importante na busca de soluções para os desafios ambientais, econômicos e sociais como uma proposta para um mundo mais justo, buscando garantir que as gerações futuras vivam em um planeta e uma comunidade que, com o tempo, seja igual ou melhor que hoje (MANIGLIA, 2011).

O crescente interesse da sociedade frente o desenvolvimento sustentável fez surgir a responsabilidade social das empresas (RSE), como uma forma estratégica para facilitar o avanço econômico com base na sustentabilidade. A RSE requer das empresas a integração do

seu trabalho ao desenvolvimento sustentável, contribuindo para a construção de um mundo mais justo e saudável (FARIA; CARVALHO, 2012).

A responsabilidade social das empresas (RSE) é uma forma de fazer negócios de maneira econômica, ambiental e sustentável. Manifesta-se em ações voluntárias que excedem os requisitos legais. Os negócios embasados na RSE se tornaram um trabalho colaborativo que oferece soluções, ajuda pessoas e, indiretamente, o planeta. Como expõem Faria e Carvalho (2012), as empresas têm poder, influência e recursos para lidar com os problemas sociais do mundo. Na era global, espera-se que as empresas tenham consciência dos estragos que suas atividades podem vir a afetar a sociedade e a gerações futuras, e, no mesmo viés, invista socialmente na resolução de problemas sociais, disponibilizando financiamento em projetos de igualdade social e direitos humanos, redução da pobreza, educação, meio ambiente, saúde etc.

Essa abordagem de negócios incorporada em um conjunto de políticas, práticas e programas não traz apenas benefícios para a comunidade, mas para as próprias empresas, já que se tornou um processo amplamente divulgado e reconhecido para os negócios no século XXI (COUTINHO; MACEDO-SOARES, 2002).

Por esse motivo, ao longo do tempo, diferentes organizações adotaram a RSE como uma ferramenta para aumentar a produtividade e, também, impactar positivamente na sociedade (BEZERRA; TAVARES, 2015).

De acordo com Araújo (2006), a verdadeira responsabilidade social é uma forma de auto regulação integrada a todo o modelo de negócio. Aprender a inserir responsabilidade social na empresa exige muita habilidade e um profundo entendimento de cada um dos processos na organização. Uma política de RSE funciona como um mecanismo através do qual a empresa pode monitorar suas atividades e garantir, não apenas o cumprimento da lei, mas também a seu impacto positivo no ambiente.

A responsabilidade social da empresa abrange aspectos internos e externo. O interno se refere aos colaboradores ou a equipe de trabalho, associados e acionistas, e o segundo, a clientes, fornecedores, família de trabalhadores, e o ambiente social (FARIA; CARVALHO, 2012).

Diante da relevância da RSE, a Norma Internacional ISO 26000 propicia um guia global de Responsabilidade Social, oferecendo elementos relevantes para organizações dos setores público e privado de todos os tipos, incentivando a aplicação das melhores práticas em RSE em todo o mundo (ISO, 2010).

Nesse contexto, a norma fornece conceitos, termos e definições relacionados à responsabilidade social; antecedentes, tendências e características da RS; princípios e práticas; assuntos fundamentais sobre a implementação e promoção de comportamento social responsável em toda a organização, através de políticas e práticas dentro de sua esfera de influência; identificação, compromisso, desempenho, e outras informações relacionadas a responsabilidade social (PIMENTEL; FILHO, 2018).

Dentre os princípios de responsabilidade social que devem ser adotados ou adaptados por empresas, estão a responsabilidade sobre a prestação de contas e a transparência, divulgando de maneira clara, precisa e completa as informações sobre as políticas, decisões e atividades pelas quais são responsáveis, incluindo seus impactos conhecidos e prováveis na sociedade e no meio ambiente. Outro ponto é o comportamento ético, baseado nos valores de honestidade, justiça e integridade (ISO, 2010).

A transparência é requisito chave na Responsabilidade Social Empresarial. Se refere ao fornecimento das informações da organização frente o seu comportamento diante da sociedade e seus problemas, as ações socialmente responsáveis da instituição que devem estar sujeitas a verificação externa por especialistas do âmbito do desenvolvimento sustentável (FARIA; CARVALHO, 2012).

Outro ponto da RSE é a busca de melhorias constantes por uma gestão socioambiental eficiente, cujo objetivo deve ser o de impactar no ambiente trazendo benefícios, englobando uma implementação de estratégias e sistema de gerenciamento que ultrapasse questões econômicas, de lucratividade, para adentrar fatores sociais e ambientais. A gestão interna tem a função de verificar a conformidade da instituição com as estratégias sócio ambiental de forma precisa (PIMENTEL; FILHO, 2018).

Para essa verificação algumas normas técnicas podem ser consideradas. A norma SA 8000, criada pela entidade não governamental *Social Accountability International* (SAI), tem a missão de contribuir para o respeito dos direitos humanos dos trabalhadores em todo o mundo, promovendo condições éticas de trabalho, direitos trabalhistas, responsabilidade social corporativa (RSC). Outra norma é a ISO 14001, um sistema que visa aprimorar a maneira como uma empresa controla e reduz seu impacto no meio ambiente, o que gera benefícios internos diretos ao melhorar o uso de recursos.

Assim, a RSE está enraizada na busca pelo reconhecimento da natureza social das organizações como entidade individual e coletiva, com um “valor” socioambiental prevalecendo sobre qualquer outra consideração de natureza econômica ou técnica (BEZERRA; TAVARES, 2015).

Uma das formas das empresas demonstrar seus padrões de conformidade com os princípios ambientais e social é a certificação, esta tem ocupado lugar de destaque no meio organizacional e na sociedade em geral. As certificações socioambientais propiciam as empresas a comprovação de seu comprometimento com o meio ambiente e com os problemas da sociedade (RODRIGUES, 2016). É uma prova a favor da sustentabilidade, pois demonstra a eficiência de processos ecologicamente corretos. Tem característica global e objetivo de informar e classificar padrões, produtos e serviços (VIDIGAL, 2012).

2.2 NEGÓCIO DE IMPACTO E CERTIFICADO B CORP

Nesta seção, será primeiro pontuado, a importância dos certificados. Em seguida, discutido o Certificado B e sua relação com o desenvolvimento sustentável, apresentado um breve patamar das empresas B no Brasil, e, sequencialmente, a certificação B como elemento benéfico para a própria empresa.

2.2.1 A importância do certificado

Estudos vêm comprovando que a Certificação socioambiental é a melhor forma de tornar transparentes as ações relacionadas ao cuidado com o Meio Ambiente, Responsabilidade Social Corporativa e Sustentabilidade de uma Organização. Permite demonstrar o compromisso empresarial em seus produtos, processos e/ou serviços, considerando os fatores de importância ambiental (VIDIGAL, 2012; RODRIGUES, 2016).

As empresas que conseguem um certificado de responsabilidade socioambiental, por meio de um processo analítico, mostram a sociedade que operam sob altos padrões sociais, ambientais e de transparência, tomando decisões que consideram não apenas os interesses financeiros de seus acionistas, mas também outros fatores, como seus funcionários, fornecedores e clientes, e a comunidade a que pertencem. É uma forma de garantir, publicamente, que a empresa cumpre com seus requisitos socioambiental e que alguém controla essa conformidade (SILVA, 2002).

Segundo Vidigal (2012), o certificado de RSE tem papel de credenciar e reconhecer as empresas por seu compromisso de ser uma organização melhor para o mundo.

Dentro desse contexto, o Sistema B, um movimento global que incentiva a consolidação de organizações com propósito socioambiental, certificam empresas reconhecendo-as internacionalmente como uma organização que utiliza da força do mercado

para responder a problemas sociais e ambientais, sendo de grande valia para acrescer sua imagem perante os *stakeholders* (MARIA, 2013).

2.2.2 O certificado B e o desenvolvimento sustentável no Brasil

O Sistema B é um movimento global que foi criado pela B Lab, uma empresa norte-americana, sob a iniciativa de Jaen Coy Gilbert, em 2006. O objetivo de sua criação foi de ultrapassar a visão de empresa isolada, que tem o único olhar sobre os lucros para os acionistas, e englobar um patamar maior, visando envolver funcionários, clientes, concorrentes, fornecedores, a comunidade em que opera e o meio ambiente. Esse fato foi de grande importância, reflexo dos debates mundiais sobre sustentabilidade e responsabilidade empresarial (MARIA, 2013).

A visão do sistema B é que é possível desenvolver um modelo de negócio híbrido, baseado no tripé: economia, meio ambiente e sociedade. Tem a função de mostrar que existem vantagens para as próprias empresas em aderir o desenvolvimento sustentável, e em contribuir com o que acontece na sociedade e no meio ambiente. Os problemas ambientais e sociais crescem dia a dia, e o setor privado pode ser um aliado essencial do Estado (COMINI; FIDELHOLC; RODRIGUES, 2014).

Assim, as empresas B são aquelas que perceberam que a sustentabilidade é rentável e que vale a pena investir no meio ambiente e na sociedade para que os negócios durem sob uma base sólida (SISTEMA B, 2021).

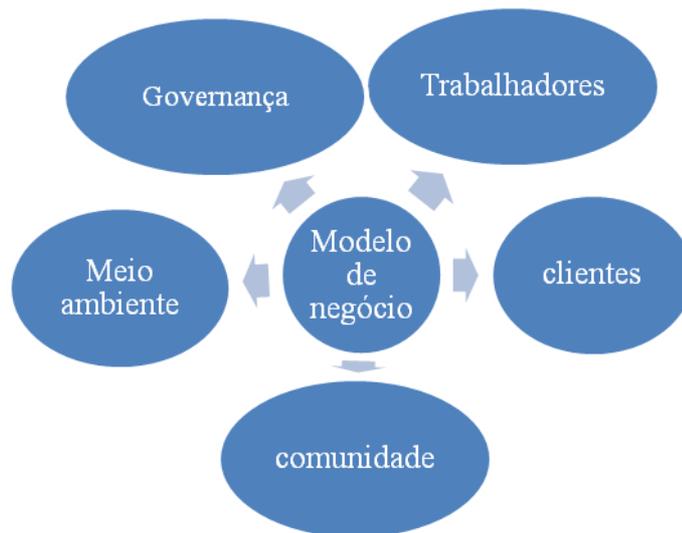
É um modelo de negócios proposital, responsável e legitimamente identificável com o desenvolvimento sustentável. São aquelas empresas que identificam um propósito, algo que desejam resolver; seja um problema ambiental, social ou ambos. Tem caráter híbrido e isso as diferencia das empresas tradicionais que buscam apenas maximizar seus lucros (RODRIGUES, 2016).

No Brasil o movimento B chegou em 2013, com o intuito de criar uma comunidade de empresas certificada comprometidas em medir o que realmente importa e em usar o poder de seus negócios, e vem no longo do tempo crescendo. Na atualidade existem 4.073 empresas B no Mundo, sendo 213 no Brasil, classificados nos seguintes setores: agência, consultoria e assessoria (48), agricultura, pecuária ou agroindústria (12), água (4), alimentação (14), apoio a empreendimentos (28), arrendamentos/locações (1), arte e cultura (6), automóveis e veículos (4), bares e restaurantes (6), beleza e estética (5), comércio eletrônico (e-commerce) (10), comunicação e marketing (25), construção/imobiliária (3), consultoria e treinamento (1),

cooperativa (5), design (10), distribuidora (4), diversão e entretenimento (3), editorial, livraria e papelaria (3), educação (31), empregabilidade (3), energia (7), engenharia (6), escritórios, legal (1), eventos (4), exportação (3), financiamento e investimento (15), gestão comunitária (7), imóveis (2), infantil (4), locações/arrendamento (1), meios de comunicação (3), móveis, decoração e artigos domésticos (2), produtos sustentáveis (41), reciclagem (16), recursos humanos(6), reflorestamento (4), saúde (9), seguradoras (1), tecnologia e informática (12), têxtil, vestuário e acessórios (11), transporte (4) e turismo e hotelaria (6). Sendo que a Natura Cosméticos é a primeira empresa de capital aberto a entrar para o movimento em 2014 até os dias atuais (SISTEMA B, 2021).

Para conseguir o selo de empresa B, a organização passa por uma análise detalhadas que incluem várias dimensões, como mostra a imagem abaixo.

Figura 1: Dimensões do Sistema B.



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do sistema B (2021).

Como se observa a figura 1 é analisado em detalhes as várias dimensões do Sistema B, no Modelo de Negócio, que são: a governança, trabalhadores, clientes, comunidade e meio ambiente, identificando possíveis aspectos de melhoria e oportunidades para que a mesma possa ser um agente de mudança na economia, protegendo sua missão e aumentando o triplo impacto positivo (SISTEMA B, 2015).

Com base nos dados de Caitano (2019), de forma mundial, 80 mil companhias, por ano, passam pelo processo de análise para o certificado B. As chances de aprovação está em 1 a cada dez empresas, o que mostra que a análise é minuciosa e exigente. A nota mínima para

conseguir a certificação é 80, e a máxima é 200. Essa avaliação é contínua, devendo ser refeita a cada 2 a 3 anos para confirmar a contribuição contínua da empresa frente o desenvolvimento sustentável.

A análise requer da gestão empresarial um relatório anual de transparência, no quais incluem ações realizadas para cumprir seu objetivo triplo: econômico, social e ambiental. Nesse caminho, garante que as empresas que já foram certificadas continuem em um nível de alto impacto com as partes interessadas, mesmo que ela mude ou cresça. Isso representa uma oportunidade para as empresas estabelecer objetivos de melhoria, atualizar padrões de qualidade e comparar seus resultados ao longo do tempo (SANTOS, 2012).

Além disso, a cultura do sistema B conta com 6 pilares que devem ser abordados pelas empresas em suas atividades (Tabela 1).

Tabela 1: Pilares do sistema B

Co-construção	Construir com o outro. Trabalhar abertamente. Aceitar opiniões. Criar alianças. Construir relacionamentos de confiança. Responsabilidades mútuas. Compartilhar responsabilidades. Não centralizar, saber delegar.
Paixão	Ter entrega pessoal. Energia positiva. Ser um guardião de propósito. Alinhamento pessoal com o objetivo. Inspiração mútua. Generosidade. Gratidão. Solidariedade. Empatia.
Diversidade	Respeito. Humildade. Abrir o espectro de redes em movimento como pessoas e em equipe Sistema B. Apreciação mútua das diferenças.
Interdependência	Com indivíduo, sociedade e natureza. Integralidade. Respeito. Agir em redes. Trabalhar sistemicamente. Avaliar as consequências de suas ações.
Cuidado	Atenção. Amor. Equilíbrio. Boas vibrações. Afeto por si e pelos outros. Respeitar os tempos um do outro. Agir interdependentemente.
Inovação	Ter criatividade. Entusiasmo. Questionar ações e consequências. Ser avant-garde. Pensar na essência das ações. Ser perturbador - questionar o status quo Millennials.

Fonte: Sistema B (2021)

O movimento das empresas B resgata a ideia de comunidade das organizações, é um modelo em ascensão que representa uma mudança de paradigma em direção a uma economia mais inclusiva e mais humana como base para a apropriação da riqueza e sua distribuição.

Essa parceria é uma opção essencial para enfrentar a desigualdade social cada vez mais crescente em todo o mundo (SISTEMA B, 2021).

Permite, assim, que empresas de todos os tamanhos melhorem seu progresso e conformidade com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Sabe-se que no contexto de crises amplamente presentes, consideradas global e local, emergir novos modelos de negócios que apostem na chamada linha tripla de sustentabilidade é essencial para a melhoria e qualidade de vida da sociedade, tornando-a mais justa (SISTEMA B, 2015).

Verificam-se abaixo os benefícios que a certificado B proporciona para a própria empresa e para a sociedade.

2.2.3 Os benefícios do Certificado B para a sociedade e a própria empresa

O Sistema B é importante para a sociedade por contribuir com a responsabilidade das empresas nos impactos positivos na sociedade e no meio ambiente, por meio de padrões de gestão e transparência.

Concordando com Rodrigues (2016), mesmo que a escolha da certificação se traduza em maiores desafios e empenhos administrativo da organização, o alcance de ser uma empresa B se traduz também em relevantes benefícios e vantagens para as empresas.

Um das vantagens é a diferenciação na Marca. Sabe-se que a sustentabilidade e a responsabilidade social corporativa são temas de crescente preocupação social, o que permeia o imaginário de investidores e da população como um todo. Por isso, deixar de lado os fatores socioambientais pode trazer danos às empresas no âmbito da atração de clientes.

Nos estudos de Pereira, Ayrosa, Fernandez (2004) Schenini (2006) e Vidigal (2012), os brasileiros estão mais determinados a comprar de empresas que produzem produtos sustentáveis, que possuem práticas corretas ambientalmente, principalmente quando os preços são os mesmos daqueles produtos não ecológicos.

Esse aumento de consumidores conscientes já era esperado, uma vez que Murray e Vogel, em 1997, já evidenciavam que os sujeitos tendem a priorizar as organizações mais responsáveis socialmente, e que as empresas podem obter lucro alcançando a confiança e a lealdade do cliente. Quando uma empresa tem certificação B, ela prova confiabilidade a seus consumidores, aumentando o poder de compra e venda.

A segunda vantagem é a retenção de talentos, uma vez que as empresas do tipo B tem um modelo de trabalho justo e digno para seus funcionários. O estudo de Estevéz (2014)

evidencia que os profissionais mais qualificados preferem trabalhar em empresas social e ambiental.

A terceira é a atração de investidores. Na atualidade, os investidores já perceberam que empresas híbridas são mais lucrativas, e, por isso, buscam a expansão de seus negócios por meio de parcerias com essas organizações (SISTEMA B, 2015).

Outro ponto benéfico é a proteção da missão. As empresas com o certificado B se comprometem com a transparência, fazendo modificações em seus projetos e estatutos a fim de proteger sua missão, maximizando os impactos em fatores sociais e ambientais. Desta forma, a empresa se torna mais coesa e preparada para atrair capital, investidores e fidelização de clientes (SISTEMA B, 2021).

Pode-se perceber que o modelo de empresa B fornece as organizações ferramentas para se diferenciar, e buscar táticas de marketing e ações verdadeiramente positivas.

Outra ferramenta que proporciona uma análise comparativa de sustentabilidade, é o índice de sustentabilidade empresarial, que abordaremos abaixo.

2.3 ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

Com a finalidade de atender à crescente demanda por investimentos que fossem socialmente responsáveis e rentáveis, no final de 2005, foi criado pela Bovespa o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ZAMCOPÉ; ENSSLIN; ENSSLIN, 2012). Uma ferramenta para análise comparativa do desempenho das empresas listadas sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa.

Além de ampliar o entendimento sobre as empresas e sobre os grupos envolvidos com a sustentabilidade, o índice avalia as 200 empresas com ações mais negociadas na bolsa. Para garantir a transparência na construção do índice e na seleção das empresas, existe o conselho deliberativo do ISE composto por onze instituições: B3, APIMEC, ANBIMA, ABRAPP, ETHOS, IBGC, IBRACON, IFC, GIFE, MMA e ONU - Meio Ambiente.

Podem-se vislumbrar as empresas e grupos comprometidos com a sustentabilidade, diferenciando-os em termos de qualidade, nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, equidade, transparência e prestação de contas, natureza do produto, além do desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e de mudanças climáticas (BM&FBOVESPA, 2016).

Segundo a Bovespa (2009), o ISE objetiva refletir o retorno de uma carteira teórica composta por ações de empresas brasileiras que promovam boas práticas e que tenham comprometimento reconhecido com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial, de maneira que as organizações estariam mais preparadas para enfrentar riscos econômicos, sociais e ambientais.

Para participar do ISE, as empresas devem atender ao pré-requisito de liquidez, sendo emissora de uma das 200 (duzentas) ações mais líquidas da bolsa de valores de São Paulo. Este é um critério básico para que os fundos sejam capazes de replicar o índice, negociando ações destas empresas. O índice é composto por até 40 destas empresas. A carteira vigora do primeiro ao último dia útil de cada ano, sendo revista anualmente por meio de processo seletivo, que tem como base as respostas das empresas a um questionário-base.

Esse questionário serve como forma de reflexão por parte das empresas, nas quais elas podem julgar seu próprio desempenho relativo às outras empresa, assim como, julgar como a sua performance é comunicada aos seus *stakeholders*. Melhorando assim a qualidade e quantidade de informações geradas por elas para satisfazer questões socioambientais.

Na preparação das respostas a esses questionários, as empresas devem adotar a filosofia da sustentabilidade, um processo de médio e longo prazo, pois a curto prazo envolve um custo alto, o que pode afetar negativamente o desempenho financeiro da empresa. Conforme Lopez, Garcia e Rodriguez (2007) explica, empresas que desenvolvem atividades sociais, necessitam fornecer ainda mais informações e divulgações de seus trabalhos do que aqueles que não realizam essas atividades sociais. Isto envolve custos tais como treinamento, produtos de qualidade e segurança.

Dessa forma, surge a avaliação econômico-financeira de empresas, outro procedimento de análise, onde se pode compreender qual a situação que a empresa se encontra, como verá a seguir.

2.4 AVALIAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA DE EMPRESAS

A avaliação econômico-financeira é assunto importante para um gestor de empresa, como também, para investidores que precisam de suporte para escolher suas aplicações. Os gestores, procurando aumentar a rentabilidade de suas organizações e a riqueza de seus sócios, utiliza-se de diversos instrumentos para apoio a tomada de decisão. É através da avaliação dos índices econômico-financeiros que se pode compreender a situação que as organizações se encontram.

Existem diversos índices úteis para o processo de análise, sendo metodologicamente classificado nos seguintes grupos: liquidez, atividade, endividamento e rentabilidade. Acompanhando assim, de perto o desempenho da organização ao longo do tempo e, mais do que isso, repensando estratégias e planejamentos que não estiverem proporcionando os resultados esperados em tempo hábil.

O primeiro grupo de indicativos a ser utilizado são os índices de liquidez como destaca Assaf Neto (2012 p. 66), “os indicadores de liquidez evidenciam a situação financeira de uma empresa frente a seus diversos compromissos financeiros”. No ponto de vista de Marion (2012), os índices de liquidez são utilizados para avaliar a capacidade de pagamento da empresa, isto é, constituem uma apreciação sobre se a empresa tem capacidade para saldar seus compromissos. Essa capacidade de pagamento pode ser avaliada, considerando: longo prazo, curto prazo ou prazo imediato.

O primeiro indicador desse grupo é a liquidez imediata, segundo Assaf Neto (2012 p. 67) revela a porcentagem das dívidas a curto prazo (circulante) em condições de serem liquidadas imediatamente. Esse quociente é normalmente baixo pelo pouco interesse das empresas em manter recursos monetários em caixa, ativo operacionalmente reduzida rentabilidade. O segundo índice é a liquidez seca onde para Assaf Neto (2012), esse quociente demonstra a porcentagem das dívidas a curto prazo em condições de serem pagas mediante a utilização de itens monetários de maior liquidez do ativo circulante. Já a liquidez corrente, Assaf Neto (2012 p. 67), que indica o quanto existe de ativo circulante para cada \$ 1 de dívida a curto prazo. Quanto maior a liquidez corrente, mais alta se apresenta a capacidade da empresa em financiar suas necessidades de capital de giro.

Os índices de Atividade representam a dinâmica das operações desenvolvidas pela organização. Através deles é possível analisar o nível de desempenho da empresa, pelo balanço patrimonial e da demonstração de resultados (ASSAF NETO, 2012). Deixando mais claro, Marion (2012) afirma, que esses índices englobam a avaliação de quantos dias a empresa demora, em média, para receber o correspondente as suas vendas, para realizar o pagamento de suas compras e para renovar o seu estoque.

Segundo Matarazzo (2010), através da análise das demonstrações contábeis pode-se calcular o índice de prazo médio de recebimento de vendas, o índice de prazo médio de renovação de estoque e o prazo médio de pagamentos de compras. E, ainda, a conjugação desses três indicadores leva à análise do ciclo operacional e do ciclo financeiro, que são elementos de grande importância na determinação de estratégias empresariais, sendo elas tanto comerciais quanto financeiras, vitais para a determinação do fracasso ou sucesso de uma

organização. Sabendo que, o ciclo operacional mostra o prazo de investimento. Para Assaf Neto, “o ciclo operacional se inicia no momento da aquisição dos materiais” (ASSAF NETO, 2012, p. 177). Já o ciclo financeiro, de acordo com Assaf Neto (2012), engloba o período de tempo entre o desembolso inicial de caixa para pagamento dos insumos e a data do recebimento da comercialização do produto final. Compreende a diferença entre o número de dias do ciclo operacional e o prazo médio de pagamento a fornecedores.

Os índices de endividamento por sua vez, propõem uma análise da saúde financeira da empresa. De acordo com Assaf Neto (2012, p. 122) os índices de endividamento irão medir o grau de comprometimento financeiro, e se a empresa tem recursos suficientes para honrar com seus compromissos a curto e a longo prazo. Os índices que fazem parte desse grupo são: Relação Capital de terceiros/Capital próprio, relação capital de terceiros/ativo total, Composição do endividamento e imobilização de recursos permanentes.

A relação de capital de terceiros/Capital próprio indica o nível de endividamento da empresa em relação ao seu financiamento por meio de recursos próprios. Segundo Matarazzo (2010) o índice de participação do capital de terceiros relaciona as grandes fontes de recursos da empresa, que são capitais próprios e capital de terceiros que mostra o grau de dependência e risco por fazer uso de recursos que não são da empresa. Para a obtenção de lucro é vantajoso usar recursos de terceiros, mas para a análise econômico financeira é desfavorável por que a empresa pode tornar-se dependente de terceiros.

A Composição do Endividamento é possível saber o grau de compromisso de curto prazo da empresa. Segundo Matarazzo (2010, p. 88), este índice “*indica qual o percentual de obrigações de curto prazo em relação as às obrigações totais. Interpretação: quanto menor melhor*”. Já a imobilização de recursos permanentes nos mostra quanto do patrimônio líquido esta investido no ativo permanente, é obtido através da divisão do ativo permanente pelo patrimônio líquido. Segundo Silva (2010), a interpretação do índice de imobilização do patrimônio líquido, representa quanto maior, pior, se mantidos os demais fatores, pois indica que o volume de patrimônio líquido investido na empresa é alto.

Finalizando com os índices de rentabilidade evidenciam a lucratividade que a empresa teve com seus investimentos. Conforme Matarrazo (2010, p.189), “*é a lucratividade que a empresa propicia em relação aos investimentos totais. É uma medida de potencial de geração de lucro da empresa*”. Esses indicadores são os que geram mais interesse aos sócios, pois indicam a margem de lucratividade de seus investimentos, bem como, servem de apoio para possíveis novos investimentos.

Os índices de rentabilidade são compostos pelo: retorno sobre o Ativo, retorno sobre o Patrimônio Líquido, Margem Operacional e pela Margem Líquida. Para enfatizar o conceito do retorno sobre o ativo, Matarazzo (2010) descreve que o percentual obtido resulta da relação entre o Lucro Líquido e o Ativo total da empresa (LL/AT), indicando assim quanto à empresa obtém de lucro para cada \$100 de investimento total. A Rentabilidade do Patrimônio Líquido, de acordo com o autor acima citado, tem o objetivo de mostrar qual a taxa de rendimento do Capital Própria, é obtido através da divisão do Lucro Líquido e o Patrimônio Líquido médio da empresa, comprovando quanto à empresa obteve de lucro para cada \$100 de Capital Próprio. A Margem Operacional é obtida pela divisão do lucro operacional pelo total de vendas. Já a Margem Líquida, é calculada pelo quociente de Lucro Líquido e vendas. Conforme Assaf Neto (2012), os resultados desses indicadores apresentam quanto a empresa ganhou em cada unidade monetária de venda realizada.

Quanto aos aspectos metodológicos pode-se visualizar o Quadro 1, que apresentará sucintamente todos esses índices econômico financeiros, suas fórmulas, e uma breve descrição.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa pode ser classificada como uma pesquisa bibliográfica, exploratória, descritiva e aplicada, já que o objetivo é analisar as práticas e evidenciar os custos e investimentos ambientais, e a Responsabilidade Social com seus parceiros e a sociedade, dentro de uma abordagem qualitativa e quantitativa de pesquisa. Para que possa atender aos objetivos de identificar os impactos sociais e o retorno financeiro da organização, utilizaram-se o balanço social, os demonstrativos contábeis e o relatório de sustentabilidade, avaliando como a Natura Cosméticos utiliza-se da Responsabilidade socioambiental para amenizar os danos ao meio ambiente.

O estudo inicial foi desenvolvido por meio de um levantamento de materiais eletrônicos nas seguintes bases de dados: Scielo, Google Acadêmico e Periódico Capes e no próprio site da organização. As palavras chaves utilizadas para a busca de textos relevantes foram: negócio de impacto + desenvolvimento sustentável, Responsabilidade social + empresa, movimento B, certificado B corp + Índice de Sustentabilidade Empresarial + empresas brasileiras.

Para a seleção dos materiais, considerou-se o recorde temporal de 2008 a 2019, e os critérios de inclusão e exclusão mencionados na tabela 2.

Tabela 2: Etapa de seleção dos artigos

Inclusão	Exclusão
Artigos e documentos que contemplam negócio de impacto, desenvolvimento sustentável, responsabilidade social empresarial e o movimento B.	TCCs
Materiais completos	Trabalhos em formato de resumo

Fonte: Elaborado pelo autor, 2020.

No primeiro momento, considerou os critérios de inclusão e exclusão, e resultou em 40 (quarenta) pesquisas que passaram por uma análise mediante etapas (Tabela 2), onde 25 (vinte e cinco) pesquisas foram consideradas relevantes para contribuir com o desenvolvimento do presente estudo.

Com a pesquisa bibliográfica realizada, foi direcionado para o estudo de caso, devido à disponibilidade de informações, por caracterizar uma análise de dados da empresa Natura Cosméticos, por meio de seu site. Conforme Gil (2010, p. 37) estudo de caso “é uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas ciências biomédicas e sociais. Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento [...]”. E quanto aos instrumentos a pesquisa foi feita por meio de levantamento de dados, analisando as publicações dos demonstrativos contábeis.

O Estudo de caso se deu na empresa Natura Cosméticos única empresa de capital aberto, que tem a certificação de Empresa B, e por fazer parte desde o início do Índice de Sustentabilidade Empresarial.

Abaixo segue o quadro 1, onde mostra em detalhes, o resumo dos indicadores Econômico-financeiros utilizados para análise da empresa estudada, mostrando seus índices, equações utilizadas e uma breve descrição de cada um.

Quadro 1 – Resumo dos Indicadores Econômico-Financeiros

Indicador		Equação	Descrição
Liquidez	Liquidez Corrente	$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$	Relação entre o ativo circulante e o passivo circulante.

Continua

Continuação

Quadro 1 – Resumo dos Indicadores Econômico-Financeiros

Liquidez	Liquidez Seca	$LS = \frac{\text{Ativo Circulante} - \text{Estoques}}{\text{Passivo Circulante}}$	Relação de ativos circulantes de maior liquidez com o total do passivo circulante.
	Liquidez Imediata	$LI = \frac{\text{Disponível (Caixa)}}{\text{Passivo Circulante}}$	Reflete a porcentagem de dívidas de curto prazo que pode ser saldada imediatamente pela empresa.
Atividade	Prazo Médio de Estocagem	$PME = \frac{\text{Estoque Médio}}{\text{Custo do Produto Vendido}} \times 90$	Indica o tempo médio necessário para a completa renovação (venda) dos estoques.
	Prazo Médio de Pagamento	$PMP = \frac{\text{Fornecedores (Média)}}{\text{Custo do Produto Vendido}} \times 90$	Revela o tempo médio que a empresa tarda em pagar suas dívidas de fornecedores.
	Prazo Médio de Recebimento	$PMR = \frac{\text{Contas a receber (Média)}}{\text{Receitas de Vendas}} \times 90$	Revela o tempo médio de que a empresa dispõe para receber suas vendas realizadas a prazo.
	Ciclo Operacional	$CO = PME + PMR$	Tempo decorrido da compra da matéria-prima até o recebimento pela venda do produto acabado.
	Ciclo Financeiro	$CF = CO - PMP$	Tempo decorrido do pagamento ao fornecedor até o recebido pela venda do produto acabado.
Endividamento	Relação Capital de Terceiros/ Capital Próprio (Estrutura de Capital)	$\frac{CT}{CP} = \frac{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a longo prazo}}{\text{Patrimônio Líquido}}$	Indica o nível de endividamento da empresa em relação ao seu financiamento por meio de recursos próprios.
	Relação Capital de Terceiros/ Ativo Total	$\frac{P}{AT} = \frac{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a longo prazo}}{\text{Ativo Total}}$	Mede a porcentagem de recursos totais da empresa (ativo total) que se encontra financiada pro capital de terceiros.
	Composição do Endividamento	$CE = \frac{\text{Passivo Circulante}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$	Participação de recursos de curto prazo no total de endividamento da empresa.
	Imobilização de Recursos Permanentes	$IRP = \frac{\text{Ativo Permanente}}{\text{Exigível a longo prazo} + \text{Patrimônio Líquido}}$	Revela a porcentagem do passivo permanente que se encontra imobilizada em ativos permanentes.
Rentabilidade	Retorno sobre o Ativo	$ROA = \frac{\text{Lucro Operacional}}{\text{Ativo Total}}$	Taxa de retorno gerado pelas aplicações realizadas por uma empresa em seus ativos.
	Retorno sobre o Patrimônio Líquido	$ROE = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Patrimônio Líquido}}$	Mensura o retorno dos recursos aplicados na empresa pro seus proprietários (acionistas).

Continua

Continuação

Quadro 1 – Resumo dos Indicadores Econômico-Financeiros

Rentabilidade	Margem Operacional	$MO = \frac{\text{Lucro Operacional}}{\text{Vendas Líquidas}}$	Mede a eficiência de uma empresa em produzir lucros por meio de suas vendas.
	Margem Líquida	$ML = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Vendas Líquidas}}$	Mede a eficiência de uma empresa em produzir lucros por meio de suas vendas.

Fonte: Adaptado de Gitman (2010).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Nesta seção apresenta-se a análise e discussão dos dados extraídos dos relatórios anuais e demonstrações financeiras da empresa Natura Cosméticos, com uma breve caracterização como empresa brasileira no segmento de cosméticos e a análise dos indicadores econômico-financeiro dos anos de 2008 a 2019, evidenciando a composição dos índices de liquidez, atividade, endividamento e rentabilidade.

4.1 PERFIL DA NATURA COSMÉTICOS

Fundada em 1969, por Luiz Seabra e Jean-Pierre Berjeaut, inicialmente denominada Industria e Comércio de Cosméticos Berjeaut, a empresa meses depois recebe o nome de Natura. Uma empresa multinacional brasileira de cosméticos, onde produz e comercializa produtos de higiene e beleza, com apenas uma loja na rua Oscar Freire, em São Paulo, que no ano seguinte é fechada, e adotou-se o sistema de vendas diretas, levou a construção de uma marca hoje global.

Além do Brasil, a empresa está também implantada em países como a Argentina, Bolívia, Chile, México, Peru, Colômbia, Estados-Unidos e França. Possuindo fábricas em Cajamar (estado de São Paulo), Benevides (estado do Pará) e centros de pesquisa e tecnologia em São Paulo, Manaus (estado do Amazonas) e em Nova Iorque (Estados-Unidos).

A construção de uma marca forte passou exatamente por práticas voltadas à biodiversidade, antecipando uma tendência hoje tão em moda, de construção de marcas com base em ações que reforcem seu engajamento com públicos ou causas demandadas pela sociedade.

Em 2000, a Natura lançou uma linha que incorpora ingredientes da biodiversidade brasileira à formulação de seus produtos. Em 2006, banuiu os testes de produtos e de ingredientes em animais e, no ano seguinte, criou o Programa Carbono Neutro, com metas de redução das emissões de gases de efeito estufa em toda a cadeia produtiva. Desde 2010, a empresa conta também com o Instituto Natura, de apoio à educação pública. Outra inovação atribuída à Natura é o uso de refil para suas embalagens.

Hoje a Natura chegou ao feito, de adquirir a gigante concorrente Avon (norte americana), no ano de 2019, com mais de 133 anos de história, chegando a ser avaliada em mais de R\$ 40 bilhões, focado em vendas direta de produtos e em posicionamento socioambiental. A compra da Avon pela Natura ocorreu após a aquisição de outras duas marcas estrangeiras: a australiana Aesop em 2016 e a britânica The Body Shop em 2017, como parte do projeto de internacionalização da companhia.

As consultoras permanecem respondendo pela principal força de venda da Natura, mas, com um mercado cada vez mais competitivo, a empresa nos últimos anos vem investindo em pontos físicos. A primeira foi em 2016, para muitos com certo atraso, mas neste ano chegam a 38 em todas as regiões do país.

Os produtos são desde maquiagem, perfumaria, tratamento da pele e dos cabelos, proteção solar, higiene oral, a linhas infantis. São cerca de 900 produtos no portfólio da Natura. Um dos diferenciais é oferecer soluções para diversas necessidades dos consumidores, tanto homens quanto mulheres, de todas as faixas etárias. Além, é claro, da inovação e do aperfeiçoamento constante dos produtos, dentro de um modelo de desenvolvimento sustentável de negócios.

Uma das estratégias de negócio da Natura é investir em uma plataforma fundamentada no uso sustentável dos recursos naturais e na valorização das tradições culturais regionais e locais. Com isso, a empresa pode estabelecer parcerias com fornecedores rurais em algumas regiões do Brasil, promovendo pesquisas, descobrindo novos ativos, buscando o aprimoramento de produtos e processos e agregando valor à biodiversidade brasileira.

Entre várias ações, um dos destaques é que, após um grande investimento em tecnologia e capacitação interna, a Natura eliminou completamente os testes em animais para garantir a segurança dos produtos. A companhia também é considerada Carbono Neutro, ou seja, todas as emissões de gases de efeito estufa ocorridas em seus processos e atividades – da extração de matérias-primas ao descarte das embalagens – são neutralizadas.

A Natura é uma empresa premiada e reconhecida em praticamente todas as categorias em que atua: atendimento, comunicação, finanças, institucional, internet, marca, marketing,

produto e embalagem, recursos humanos, sustentabilidade. Além de incentivarem a continuidade do trabalho realizado, esses prêmios revelam o cumprimento da responsabilidade da companhia perante a sociedade.

A primeira oferta pública no mercado financeiro brasileiro após um jejum de mais de 12 anos sem qualquer novidade foi da Natura. A companhia fez a estreia em 26 de maio de 2004, de suas ações na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) usando de capital aberto, com ações listadas no Novo Mercado, o mais alto nível de governança corporativa.

A Natura assume que uma empresa ambientalmente responsável deve gerenciar suas atividades de maneira a identificar os impactos sobre o meio ambiente, buscando minimizar aqueles que são negativos e amplificar os positivos. Deve, portanto, agir para a manutenção e melhoria das condições ambientais, minimizando ações próprias potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando para outras empresas as práticas e conhecimentos adquiridos na experiência da gestão ambiental.

A Natura é uma empresa sustentável, isso faz parte do negócio desde o ano 2000, inclusive, em 2017 a empresa ganhou prêmios por se tornar a “empresa mais sustentável” do ano. Graças ao seu empenho em prol da sustentabilidade desde os seus primórdios e ao seu objetivo de produzir um impacto ambiental social e econômico positivos, a Natura tornou-se também a maior empresa com certificação B Corp no mundo e a primeira empresa cotada em bolsa a receber esta certificação em dezembro de 2014 (NATURA, 2020).

A seguir, verificaremos os indicadores econômico-financeiros analisados e discutidos na organização da Natura Cosméticos.

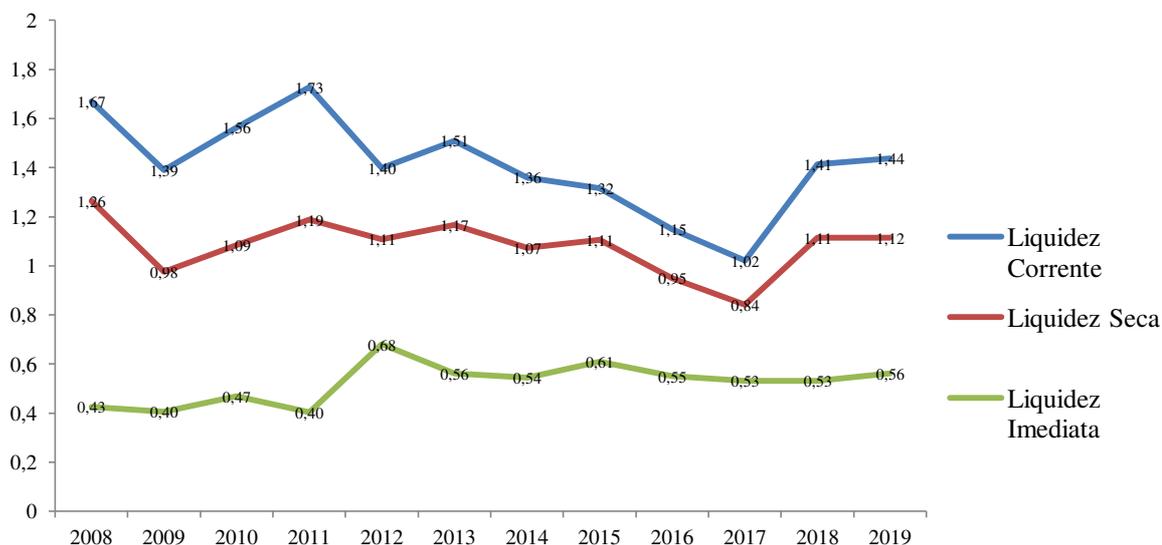
4.2 INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIRO DA NATURA

Ao se debruçar nos balanços sociais da organização Natura Cosméticos S.A referentes aos anos de 2008 a 2019, observou se os indicadores econômicos e financeiros durante todo esse período, sabendo que os seis primeiros anos, a organização ainda não era certificada pela Empresa B, nem também, pelo Índice de Sustentabilidade Empresarial. Assim, veremos os quatro grupos de indicadores econômicos e financeiros que são: Liquidez, atividade, rentabilidade e endividamento da organização em estudo.

Utilizando os indicadores financeiros e econômicos que visam avaliar a evolução da organização. De acordo com Saporito (2015, p. 152), “*os índices de liquidez buscam inferir a situação financeira, ou seja, a capacidade de pagamento da empresa*”. Dessa forma, esse

índice indica a capacidade que a organização tem para honrar com seus compromissos a curto e a longo prazo, onde analisa três deles: a liquidez corrente, seca e imediata.

Gráfico 1 – Evolução dos Índices de Liquidez da Natura Cosméticos entre os anos de 2008-2019.



Fonte: Autor,2021.

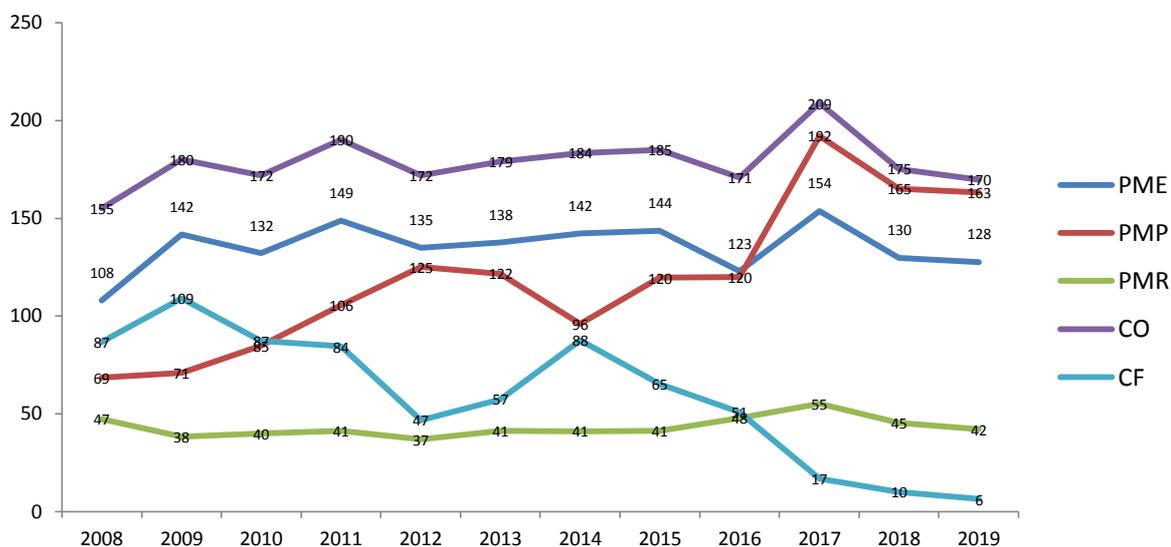
De acordo com o Gráfico 1, pode-se analisar que houve um decréscimo nos índices de Liquidez corrente e seca, em comparação ao ano analisado inicialmente comparado ao ano finalizado (2008 – 2019), onde iniciou em 2008, com a liquidez corrente em 1,67, conforme observado chegando até 1,44. Observa-se também, a liquidez seca, iniciada em 1,26 em 2008, diminuindo para 1,12. Mesmo com essa queda em seus valores a organização ainda tem disponibilidade para quitar as suas obrigações de curto prazo, pois o índice encontra-se acima de 1. Observa se também, que na liquidez seca em alguns anos, 2009, 2016 e 2017, a Natura Cosméticos chegou a si quer ter disponibilidade de poder quitar suas obrigações aonde os valores chegaram a 0,98; 0,95 e 0,84, respectivamente.

Já a liquidez imediata, onde se exclui o estoque e as contas a receber verifica-se que a empresa não tem em caixa o disponível para quitar suas obrigações de curto prazo, inviabilizando a extinção das obrigações de curto prazo, mais mesmo assim, houve um aumento quando comparado dentre os anos de 2008 a 2019, onde em 2008, seu valor estava em 0,43, chegando em 2019 em 0,56.

Ao observar a figura 1, percebe-se que seus índices de liquidez tanto o corrente, como a seca, em 2014, ano em que a Natura foi certificada como Empresa B, houve uma queda em seus índices, o que mais tarde, em 2018 uma melhoria, já a liquidez imediata se houve uma

manutenção, tendo em 2012 seu maior índice, mas que conclui com os níveis mais elevados em relação aos níveis iniciais.

Gráfico 2 - Evolução dos Índices de Atividade da Natura Cosméticos entre os anos de 2008-2019.



Fonte: Autor, 2021.

Sobre o indicador de Atividade, ao analisar o processo de gestão de prazos médios, é fundamental ter em mente que os indicadores nunca devem ser analisados individualmente, mas, sim, em conjunto. Com base nesses números é possível perceber que a Natura Cosméticos a partir de 2017 elevou seu prazo médio de pagamento.

O estoque, no caso, fica “parado” no negócio, em média, por 10 dias até o momento da venda. Por fim, a empresa recebe o pagamento, também em média, 7 dias após a venda. Com esses números em mente, vamos parar um pouco e analisar a situação dessa empresa. Considerando que esse negócio paga os seus fornecedores, em média, 29 dias após a compra, isso quer dizer que não é necessário desembolsar nenhuma quantia à vista para ter a mercadoria disponível para venda.

Dessa forma, essa organização consegue montar uma operação de uma maneira que paga o seu fornecedor com o dinheiro da venda da própria mercadoria. Isso quer dizer que esse negócio já está com caixa 12 dias antes do dia do pagamento da mercadoria adquirida para venda. Com isso, a organização consegue reinvestir cada vez mais na sua própria empresa com “capital de terceiros”. Conforme afirmar Assaf Neto (2012), a chamada alavancagem financeira como a capacidade que os recursos de terceiros tem de serem

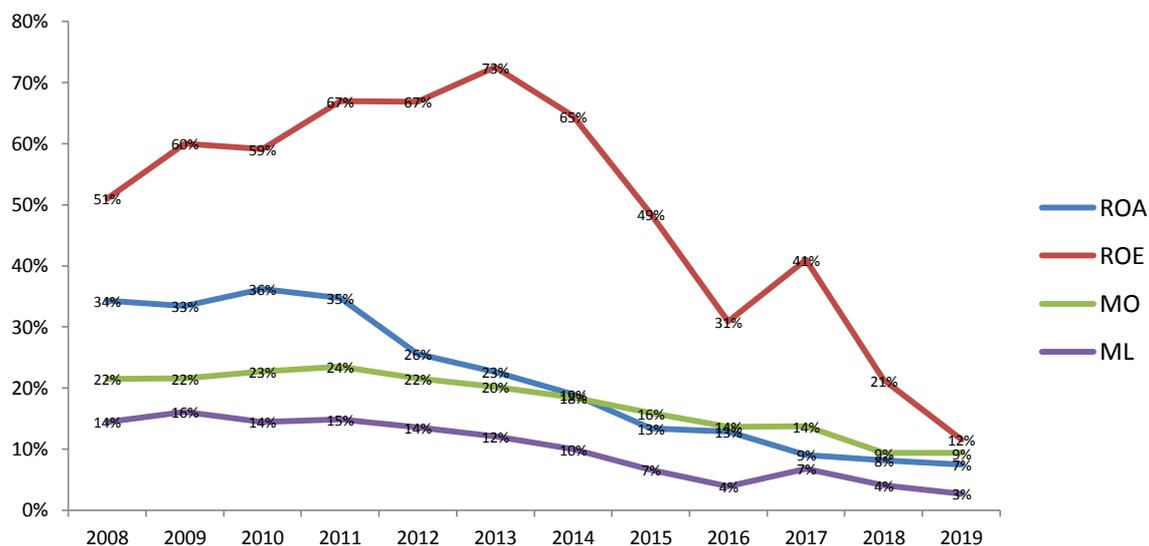
utilizados para se implantar investimentos, apresentam de elevar o lucro operacional de uma empresa, sendo possível pagar o custo desta dívida e ainda assim gerar lucro adicional aos acionistas, com isso, o retorno do investimento feito supera o custo da dívida adquirida.

Observa-se também que houve uma diminuição no ciclo financeiro, diminuindo assim a necessidade de Capital de Giro, tendo assim um melhor desempenho em termo de caixa, tanto indicados pelo índices de liquidez, como pelo ciclo financeiro, que quando menor melhor, do ponto de vista da menor necessidade da capital de giro.

Os índices de rentabilidade evidenciam o quanto renderam os investimentos efetuados pela empresa, é os que mais interessam aos sócios, pois a rentabilidade é entendida como o grau de remuneração de um negócio, medido pelo retorno, que é o lucro obtido pela empresa.

De acordo com Gitman (2010), as empresas devem sempre avaliar os lucros obtidos relacionados as suas vendas, ativos ou investimentos dos proprietários. Pois, para atrair capital externo é necessário atingir o lucro desejado. Fazem parte desse índice, o Retorno sobre o Ativo, o Retorno sobre o Patrimônio Líquido, a Margem Operacional e a Margem Líquida.

Grafico 3 - Evolução dos Índices de Rentabilidade da Natura Cosméticos entre os anos de 2008-2019.



Fonte: Autor, 2021.

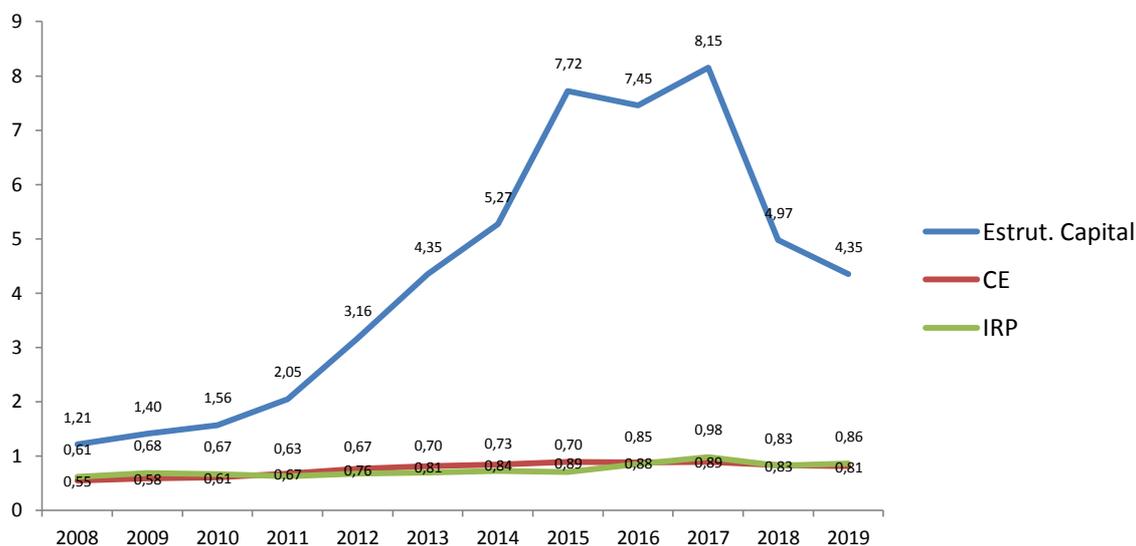
Em suma, todos os indicadores de rentabilidade apresentaram queda. O Retorno sobre o Ativo que iniciou em 2008 com 34%, foi diminuindo gradativamente, chegando em 2019 com apenas 7,45%. O Retorno sobre o Patrimônio Líquido, iniciou em 2008, com 51%,

chegando em 2013 até 73%, teve o menor índice em 2019, chegando a 12%. A Margem Operacional por sua vez, iniciada com a porcentagem no ano de 2008 de 22%, chegando em 2011 numa elevação mínima de 24%, e que gradativamente foi diminuindo até chegar em 2019 com apenas 9% e Finalmente a Margem Líquida que iniciou em 2008 com 14% se equilibrou até 2012, onde em 2013 começou a declinar chegando em 2019 com apenas 3%.

Observa se também, que no período de 2014, ano que a Natura Cosméticos iniciou sua certificação como Empresa B, esse índice só ocasionou queda, podendo haver relação com a crise econômica que o Brasil enfrenta desde meados de 2014, além disso, a variação cambial desfavorável, aumento da taxa básica de juros, aumento da carga tributária, pelos efeitos não caixa e marcação a mercado hedge (estratégia de proteção para os riscos de um investimento).

O índice de endividamento nos mostra em primeiro lugar se a empresa recorre a dívidas como recursos de capitais para suas futuras aplicações, ou em segundo lugar recorrer a recursos para pagar suas dívidas, pois, a empresa pode não estar gerando recursos para arcar com seus custos. como cita Saporito (2015) este índice expressa a proporção da dívida total de curto e a de longo prazo, comparativamente aos recursos próprios.

Gráfico 4 - Evolução dos Índices de Endividamento da Natura Cosméticos entre os anos de 2008-2019.



Fonte: Autor, 2021.

Conforme verifica-se no Gráfico 4, a Estrutura de Capital representa quanto a empresa tem de dívida com terceiros para cada R\$ 1,00 de capital próprio. Em 2008 sua estrutura de Capital era de 1,21 chegando em 2019 a 4,35. observa-se que chegou numa elevação

relevante entre os anos de 2015, 2016 e 2017, com valores de 7,72; 7,45 e 8,15 respectivamente. Quanto menor o índice, melhor, pois indica que o seu grau de endividamento está menor e que a empresa tem mais liberdade financeira para tomar decisões, a empresa teve uma queda boa do índice, o que garante a liberdade financeira.

Composição do Endividamento representa a política de captação de recursos de terceiros e se o endividamento ocorre mais no curto prazo ou a longo prazo a fim de evitar que a empresa passe por problemas de liquidez pela falta de dinheiro no curto prazo. Em 2008 a composição do endividamento foi de 0,54 chegando em 2019 em 0,81. Quanto menor o índice, melhor, significa que ela terá mais tempo para honrar as suas dívidas e poderá enfrentar eventuais quedas de demanda ou da lucratividade com mais tranquilidade.

Imobilização de Recursos Permanentes revela a porcentagem do passivo permanente que se encontra imobilizada em ativos permanentes. Em 2008 foi de 0,61, em 2019 chegando a 0,85. Quanto menor o índice, melhor! A empresa possui grande dependência do capital de terceiros, mas isto não representa um problema, considerando que a empresa paga uma remuneração fixa de juros para quem o emprestou, e usa este capital para gerar uma margem de lucro superior ao valor que ela deve, mais é importante destacar que embora possibilite maiores ganhos, também representa riscos de inadimplência caso a empresa não consiga manter a lucratividade ou volume de vendas.

A Natura Cosméticos recorreu a capital de terceiros para investir na sua atividade produtiva, neste caso o endividamento é considerado sadio, pois as aplicações produtivas irão gerar, futuramente, recursos para saldar os compromissos financeiros assumidos.

Todos esses índices analisados demonstram que a organização está em uma situação regular, pois ainda consegue honrar com seus compromissos desenvolve inúmeros projetos sociais e tendo assim perspectiva de grandes crescimentos devido ao seu investimento de ativos intangíveis, ao adquirir a marca Aesop em 2016, The Body Shop em 2017, e em 2019 a americana Avon, tornando assim a quarta maior organização no mundo dedicada ao setor beleza, presentes em 100 países.

Nessa forma, no mundo cada vez mais competitivo e global, percebe-se que as organizações estão mais conscientes de seu papel ativo como geradoras de riqueza, emprego, produtos e serviços de qualidade e outros benefícios para seus acionistas, clientes, funcionários, fornecedores e outras partes interessadas, as comunidades e os ambientes em que operam (VIDIGAL, 2012)

Empresas podem e devem contribuir para o desenvolvimento sustentável por meio do compromisso determinado de seus líderes em estabelecer uma cultura de integridade, transparência, honestidade e conformidade (FARIA; CARVALHO, 2012).

Pesquisas vêm afirmando que a introdução dos critérios de responsabilidade social, gestão ética e transparência, é garantia de competitividade, redução de riscos e melhoria das organizações (BEZERRA; TAVARES, 2015).

Existem várias vantagens para uma empresa B, o que não inclui apenas fatores positivos para a comunidade e o meio ambiente, mas melhoria constante nas relações de trabalho e transparência das empresas, além de crescimento em imagem e lucratividade.

Em 2014, um ano após a chegada do Sistema B no Brasil, e a Natura Cosméticos recebeu sua certificação, o estudo de Comini, Fidelholc e Rodrigues sobre os princípios e desafios do Movimento B, já evidenciaram aspectos positivos do certificado B Corp, mesmo de forma prematura. Segundo esses autores, a certificação é um processo válido para as empresas de valores socioambiental, o processo de análise é uma forma de auxiliar as empresas em sua própria avaliação, de forma interna e externa, contribuindo para a busca de melhorias quando necessário.

Rodrigues (2016) investigou os significados, potencialidades e desafios do Movimento B, seus resultados confirmaram as contribuições do certificado B, como um elemento importante para as organizações mensurar suas práticas social e ambiental. Portanto, essas práticas as diferenciam de outras empresas por impulsionar aprimoramento constante.

Diante desse cenário, chegam-se as considerações finais relacionados ao presente estudo e recomendações para trabalhos futuros relacionados ao tema.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo objetivou analisar as práticas e responsabilidades socioambiental da organização Natura Cosméticos, evidenciando as contribuições dessa para o meio ambiente e sociedade, e no mesmo viés, se os investimentos ambientais contribuem para o melhor desempenho da organização. Conceituando a sustentabilidade, responsabilidade social e ambiental e o Índice de Sustentabilidade Empresarial, o que foi notoriamente abordado no referencial teórico do estudo. Foi também, identificados os inúmeros investimentos sociais e ambientais realizado pela organização Natura Cosméticos durante todos os exercícios de 2008 a 2019, descritos em todas as análises e resultados da pesquisa e por fim demonstrado através

dos indicadores econômico-financeiro o retorno das ações que a Natura vem desenvolvendo através da responsabilidades socioambiental compreendida em seus relatórios de anuais e balanços social divulgados pela empresa, através da estrutura de capital em relação ao indicadores de liquidez, atividade, endividamento e rentabilidade dos ativos.

Com esse intuito buscou-se demonstrar a importância destes controles para as organizações enquanto instrumento gerencial, além de auxiliar no planejamento estratégico das empresas, no que concerne às decisões de financiamento e investimento.

Analisados os indicadores econômico financeiro: liquidez, atividade, endividamento e rentabilidade, percebeu que a Natura Cosméticos esteve com seus índices de liquidez corrente e seca com decréscimos, ocasionando uma pequena melhoria em 2018, e a liquidez imediata se houve uma manutenção.

Com relação aos indicadores de atividade, o processo de gestão de prazos médios, a partir de 2017 conseguiu elevar seu prazo médio de pagamento, não tendo a necessidade de desembolsar nenhuma quantia à vista para ter a mercadoria disponível para venda. Conseguindo montar uma operação de uma maneira que paga o seu fornecedor com o dinheiro da venda da própria mercadoria. Conseguindo reinvestir cada vez mais na sua própria empresa com capital de terceiros. Também houve uma diminuição no ciclo financeiro, diminuindo assim a necessidade de Capital de Giro, tendo assim um melhor desempenho em termo de caixa, tanto indicados pelos índices de liquidez, como pelo ciclo financeiro, que quando menor melhor, do ponto de vista da menor necessidade da capital de giro.

Os indicadores de rentabilidade apresentaram queda, podendo haver relação com a crise econômica que o Brasil enfrenta desde meados de 2014, além disso, a variação cambial desfavorável, aumento da taxa básica de juros, aumento da carga tributária.

O índice de endividamento nos mostra a empresa teve uma queda boa do índice, o que garante a liberdade financeira. Tendo mais tempo para honrar as suas dívidas e enfrentar eventuais quedas de demanda ou da lucratividade com mais tranquilidade. Recorrendo a capital de terceiros para investir na sua atividade produtiva, o endividamento é considerado sadio, pois as aplicações produtivas irão gerar, futuramente, recursos para saldar os compromissos financeiros assumidos.

Observa-se que a Certificação de Empresa B, para a Natura Cosméticos, mostrou que o certificado é benéfico por estimular o aprimoramento de uma gestão cada vez mais sustentável, e isso gera a construção e consolidação de rede, atraindo parcerias com novos mercados, e aumentando a credibilidade da empresa de forma ampla e global. Mesmo que o processo seja longo e exigente, ter um reconhecimento mundial de seus impactos

socioambiental traz credibilidade para as empresas, sendo de suma importância na atualidade. As empresas que não buscam ser sustentáveis perdem ponto e ficam estagnadas, tendendo ao fracasso.

O estudo mostra a importância do desenvolvimento sustentável para as gerações atuais e futuras. Menciona, nesse contexto, a relevância das práticas de responsabilidade social empresarial para contribuir com uma sociedade mais justa e uma melhor qualidade de vida.

Traz, como resultado, que a responsabilidade socioambiental é útil para que a empresa aumente vantagens competitivas no mercado, uma vez que estas são capazes para criar valor social e melhorar condições ambientais, na medida em que traçam benefícios próprios.

As práticas de responsabilidade social corporativa passam a ser considerado por consumidores, influenciando no valor percebido e na intenção de compra. Por isso, o estudo deixa claro que na contemporaneidade nenhuma organização pode arriscar comprometer sua reputação, desconsiderando a responsabilidade socioambiental.

Ter um certificado B leva a empresa a um patamar mais alto, além de fornecer impactos positivos para a sociedade, sendo este de grande valia atual.

Na evolução da presente pesquisa, notou-se que a Certificação B, é um assunto recente, e, portanto pouco pesquisado no Brasil, mas muito relevante para a sociedade, meio ambiente e para a empresa, desenvolvendo informações relevantes para a tomada de decisão das organizações, da forma como utilizaram os recursos provenientes dos capitais próprios ou terceiros e os respectivos custos.

Como sugestão para futuras pesquisas, poderá explorar tais temas, comparando empresas do mesmo segmento, onde os índices visam mostrar um diagnóstico detalhado da situação econômico-financeira e assim permitindo avaliações acerca de diferentes aspectos, no intuito de averiguar se este é um fator determinante para o tipo de estrutura de capital.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, M. R. M. Exclusão social e responsabilidade social empresarial. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v.11, n.2, p.417-426, 2006.

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e Análise de balanços - Um enfoque econômico-financeiro**. São Paulo: Atlas, 2012.

BEZERRA, M.J.S; TAVARES, M.C.B. Responsabilidade social organizacional: agregando valor ao processo de formação do engenheiro de produção – o caso uezo junior consultoria da

universidade estadual da zona oeste. **Revista Eletrônica Sistemas & Gestão**; v.10, N. 2, p. 324-335, 2015.

BOVESPA. ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial. **Bolsa de Valores de São Paulo**. Disponível em: < <http://www.bovespa.com.br>>. Acesso em: 19 abr. 2021

CLARO, P. B. O.; CLARO, D. P.; AMÂNCIO, R. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo RAUSP**. São Paulo, v. 43, n. 4, p. 289-300, out./nov./dez. 2008.

CAITANO, R. Brasil aumenta presença em lista de empresas responsáveis. **Exame Negócios**, 2019.

COMINI, G., FIDELHOLC, M., RODRIGUES, J. Empresas B: Princípios e desafios do Movimento B Corp. In: **SEMEAD Seminários em Administração**, 17., 2014, São Paulo. Canais eletrônicos... São Paulo: USP, 2014.

COUTINHO, R. B. G.; MACEDO-SOARES, T. D. L. V. A. “Gestão estratégica com responsabilidade social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil”, **RAC**, v. 6, n. 3, p. 75-96., 2002.

ESTÉVEZ, R. ¿Sabes qué son las Empresas B? **EcoInteligência**. Agosto, 2014.

FARIA, M. D.; CARVALHO, J. L.F. S. O discurso da responsabilidade social atrai empregados talentos? **Revista da Faculdade de Administração e Economia**, v. 4, n. 1, 2012.

FIGUEIREDO, G. N.; ABREU, R. L.; CASAS, A. L. Reflexos do índice de sustentabilidade empresarial (ISE) na Imagem das empresas: uma análise do consumidor consciente e do marketing ambiental. **Revista Pensamento e Realidade**, v. 24, n. 1, p. 107-128, 2009.

FROEHLICH, C.; BITENCOURT, C. C. Sustentabilidade empresarial: um estudo de caso na empresa artecola. **Revista de gestão ambiental e sustentabilidade GeAS**, vol. 5, n. 3, setembro/dezembro de 2016.

GITMAN, L. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GOMES, A. N. Sustentabilidade de empresas de base florestal: o papel dos projetos sociais na inclusão das comunidades locais. **Revista Árvore**, v. 30, n. 6, 2006.

GUIMARÃES, R. Entre Rio-92 y Johannesburgo-2002, Sostenibilidad del Desarrollo en América Latina y el Caribe: Eramos Felices y No Sabíamos. **Revista Ambiente y Desarrollo**, v. 18, n. 1, p. 60-69, 2002.

GUIMARÃES, R.; FONTOURA, Y. Desenvolvimento sustentável na Rio+20: discursos, avanços, retrocessos e novas perspectivas. **Cad. EBAPE.BR**, v. 10, nº 3, artigo 3, Rio de Janeiro, Set. 2012.

ISO 26000. **Responsabilidade social**, 2010. Disponível em: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf Acesso em 15/04/2020.

LAMIM-GUEDES, V. **Crise Ambiental, Sustentabilidade e Questões Socioambientais**. Ciência em Tela, v. 6, nº 2, 2013.

LEAL, C. E. A era das organizações sustentáveis. **Revista Eletrônica Novo Enfoque**, v. 8, n. 8, p. 1-11, 2009.

MARTINS, C.H.B.; CARVALHO, P.G.M.; BARCELLO, F.C.; MOREIRA, G.G. DaRio-92à Rio+20: avanços e da Agenda21no Brasil. **Indic. Econ. FEE**, Porto Alegre, v. 42, n.3, p. 97-108, 2015.

MARIA, A. Movimento global das Empresas B chega ao Brasil. Ag. **Envolverde Jornalismo**. 2013.

MARION, José Carlos. **Análise das Demonstrações contábeis**: contabilidade empresarial. São Paulo: Atlas, 2012.

MANIGLIA, E. (org.) Direito, políticas públicas e sustentabilidade. –São Paulo: **Cultura Acadêmica**: Editora UNESP, 269 p. 2011.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise Financeira de Balanços**: Abordagem Gerencial. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMO, L.M. A Agenda 2030 de desenvolvimento da ONU: os desafios e potencialidades dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável para o continente africano. **Revista perspectiva**. 29p., 2015.

MURRAY, K.; VOGEL, C. M. Using a Hierarchy-of-Effects Approach to Gauge the Effectiveness of Corporate Social Responsibility to Generate Goodwill Toward the Firm: Financial Versus Nonfinancial Impacts. **Journal of Business Research**, v. 38, p. 141-159, 1997.

NATURA. **Relatório Anual Natura 2019**. NATURA & CO, 2020. Disponível em: https://static.rede.natura.net/html/home/2020/br_09/relatorio-anual-2019/relatorio_anual_natura_2019.pdf Acesso em: 12 mai de 2021.

PEREIRA, S. J.N.; AYROSA, E. A.T.; FERNANDEZ, P. J. Dois Estudos Sobre o Impacto do Argumento Ecológico em Atitudes Relativas ao Produto e Intenção de Compra. In: **ENCONTRO DA ANPAD**, 28, Rio de Janeiro, Anais..., Rio de Janeiro, ANPAD, 2004.

PIMENTEL, D.; FILHO, C.A. Gestão da responsabilidade social e sustentabilidade. **ABCON; SINDICON**, p. 1-84, 2018.

RODRIGUES, Juliana. **O movimento B Corp**: significados, potencialidades e desafios. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

SAPORITO, Antônio. **Análise e estruturas das demonstrações contábeis**. 1ª ed. Curitiba. 2015

SANTOS, C. F. S. O.; SILVA, M. E.; GÓMEZ, C. R. P. Gestão Estratégica da Responsabilidade Socioambiental Empresarial: Operacionalização por Meio do Sistema de Gestão Integrado. **REGE**, São Paulo, SP, Brasil, v. 19, n. 4, pp. 535-552, out./dez. 2012.

SILVA, Elmo Rodrigues da. Certificação de sistemas de gestão ambiental: uma abordagem histórica e tendências. **Congresso interamericano de engenharia sanitária ambiental**. Cancun-México: 2002.

SINAY, M.C.F; SINAY, L.; ARAÚJO, G.A. As grandes empresas brasileiras e suas responsabilidades sociais: em que patamar estão nos dias atuais? **SEGET. XI Simpósio de Excelência em gestão e tecnologia**, p. 1-16, 2014.

SISTEMA B. **Sistema B**. 2021. Disponível em: <www.sistemab.org> Acesso em: 3 set. 2021.

_____. **Guia para falar sobre a Certificação Empresa B**. São Paulo. 2015.

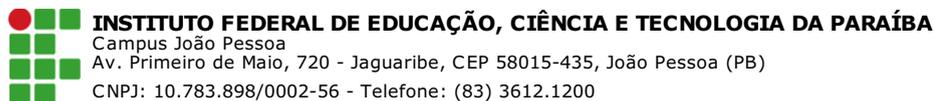
SCHENINI, P.C; SCHMITT, V; SILVA, F.A; PEREIRA, M.F. **Marketing Verde como uma abordagem estratégica frente ao novo perfil de consumo**, Fortaleza, 2006

STROBEL, J. S.; CORAL, E.; SELIG, P. M. Indicadores de Sustentabilidade Corporativa. In: **Encontro da ANPAD**, 28 – Curitiba. Anais... Curitiba: ANPAD, 2004.

VIDIGAL, I.P.N. A certificação ambiental como instrumento para a competitividade econômica e o desenvolvimento sustentável. **Revista Jus Navigandi**. 2012.

SILVA, A. A. da. **Estrutura, Análise e Interpretação das Demonstrações Contábeis**. 5ª edição, Atlas, 2017.

SILVA, José Pereira da. **Análise financeira das empresas**. – 10. Ed. – São Paulo : Atlas, 2010.



Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC

Assunto: TCC
Assinado por: José Dantas
Tipo do Documento: Anexo
Situação: Finalizado
Nível de Acesso: Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência: Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- José Leonilton Dantas, ALUNO (20131660777) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA - PNAP - JOÃO PESSOA, em 12/11/2021 21:26:14.

Este documento foi armazenado no SUAP em 12/11/2021. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 373025

Código de Autenticação: 0036808b0d

