

REDE DE ENSINO DOCTUM

UNIDADE DE MANHUAÇU

**IMPLICAÇÕES FINANCEIRAS DAS ESTRATÉGIAS DE SUSTENTABILIDADE NA
CADEIA DE VALOR DA NATURA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS**

**FINANCIAL IMPLICATIONS OF SUSTAINABILITY STRATEGIES ON NATURA'S
VALUE CHAIN IN THE LAST FIVE YEARS**

EDUARDO GOMES DE MIRANDA

PATRÍCIA LOPES

GEORGIA BITTENCOURT

MANHUAÇU-MG

2024

IMPLICAÇÕES FINANCEIRAS DAS ESTRATÉGIAS DE SUSTENTABILIDADE NA CADEIA DE VALOR DA NATURA NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

THE FINANCIAL IMPLICATIONS OF SUSTAINABILITY STRATEGIES IN NATURA'S VALUE CHAIN OVER THE LAST FIVE YEARS

Eduardo Gomes de Miranda¹

Patrícia Lopes²

Georgia Bittencour³

RESUMO

Este estudo analisa as implicações financeiras das estratégias de sustentabilidade inovadoras pela Natura em sua cadeia de valor nos últimos cinco anos. Inicialmente, foi realizada uma revisão bibliográfica, abordando a crescente importância da sustentabilidade corporativa e suas ramificações para o desempenho financeiro das empresas. A pesquisa concentrou-se na Natura, destacando-a como um estudo de caso relevante devido à sua proeminência no mercado de cosméticos e suas práticas seguras reconhecidas. O objetivo foi examinar como as estratégias de sustentabilidade da Natura influenciaram seu desempenho financeiro em comparação com os concorrentes do setor. Para isso, realizou-se um estudo de caso, com a coleta e análise de dados financeiros e de mercado desse período. Os resultados demonstraram que as práticas seguras garantidas pela Natura melhoraram positivamente para seu desempenho financeiro, melhorando a percepção do mercado e a valorização da empresa pelos investidores. Ao abordar essa lacuna na literatura, o estudo contribuiu para o avanço do conhecimento sobre a relação entre sustentabilidade e desempenho financeiro empresarial.

Palavras-Chave: Natura, Sustentabilidade, Desempenho.

ABSTRACT

This study aims to analyze the financial implications of sustainability strategies implemented by Natura in its value chain over the past five years. Initially, a literature review is conducted, addressing the growing importance of corporate sustainability and its implications for companies' financial performance. The results obtained will provide a deeper understanding of how sustainable practices can impact market perception and investor valuation of the company. By addressing this gap in the literature, this study will contribute to advancing knowledge on the relationship between sustainability and corporate financial performance.

Keywords: Natura, Sustainability, Performance.

1- Introdução

Nos últimos anos, a sustentabilidade tornou-se um tema central para empresas globalmente, não apenas como uma responsabilidade social, mas também como um componente essencial para a viabilidade a longo prazo dos negócios (DAGNINO, 2010).

Sob essa perspectiva, a Natura, uma das principais empresas de cosméticos do Brasil e reconhecida por suas práticas sustentáveis, destaca-se como um exemplo relevante para entender como a integração de práticas sustentáveis pode influenciar o desempenho financeiro das empresas (FARINO, 2013).

A importância do tema reside na necessidade de entender de que maneira as organizações conseguem equilibrar objetivos econômicos com responsabilidades socioambientais, a crescente conscientização sobre questões ambientais e sociais, investidores, consumidores e outros stakeholders estão exigindo, de forma cada vez mais frequente, transparência e ações concretas das empresas em relação à sustentabilidade (GOVINDARAJAN e TRIMBL, 2006).

O problema de pesquisa reside em sanar a seguinte questão: Quais seriam as implicações financeiras das estratégias de sustentabilidade na cadeia de valor da Natura nos últimos cinco anos? Pretende-se fornecer uma visão detalhada sobre a eficácia e os desafios enfrentados pela Natura ao integrar práticas sustentáveis em seu modelo de negócios, oferecendo insights valiosos para outras empresas que buscam equilibrar suas práticas ambientais com o desempenho econômico.

Examinar como as estratégias de sustentabilidade da Natura impactam sua performance financeira pode fornecer insights valiosos não apenas para a empresa em questão, mas também para outras organizações que buscam integrar práticas sustentáveis em suas operações.

O objetivo deste trabalho é realizar uma revisão de literatura para analisar as implicações financeiras das estratégias de sustentabilidade da Natura, em comparação com seus concorrentes do setor de cosméticos. Além disso, busca-se como objetivo específico compreender como essas estratégias podem influenciar a percepção do mercado e a valorização da empresa pelos investidores.

H1: As estratégias de sustentabilidade adotadas pela Natura nos últimos cinco anos têm um impacto positivo, influenciando favoravelmente a percepção do mercado e a valorização da empresa pelos investidores.

H2: As estratégias de sustentabilidade implementadas pela Natura nos últimos cinco anos têm gerado implicações financeiras positivas na cadeia de valor da empresa.

A justificativa para este estudo reside na lacuna existente na literatura quanto à compreensão dos impactos financeiros práticas sustentáveis adotadas pelas empresas, especialmente em setores altamente competitivos como o de cosméticos. A análise da Natura oferece uma oportunidade única para explorar essa temática, considerando seu compromisso de longa data com a sustentabilidade e sua posição de liderança no mercado.

Este trabalho propõe uma revisão bibliográfica focada na análise das implicações financeiras das estratégias de sustentabilidade da Natura, se tratando de sua cadeia de valor em mercado, analisando um recorte dos últimos cinco anos. Ao preencher essa lacuna, este trabalho contribuirá para o avanço do conhecimento sobre a relação entre sustentabilidade e desempenho financeiro das empresas.

2- Sustentabilidade Corporativa

A sustentabilidade corporativa é um conceito que engloba a integração de preocupações ambientais, sociais e econômicas nas práticas de negócios de uma empresa. Não se trata apenas de buscar o lucro imediato, mas de criar valor de longo prazo para todos os envolvidos, incluindo acionistas, funcionários, clientes e comunidades locais (TIDD *et. Al.*, 2008).

Essa abordagem envolve a gestão responsável dos recursos ambientais, a promoção do bem-estar social e a adoção de práticas de negócios éticas e transparentes. Nos últimos anos, a sustentabilidade passou a ser uma questão crucial para as empresas, impulsionada pelo aumento das expectativas dos stakeholders. Consumidores, investidores e reguladores têm se mostrado cada vez mais exigentes quanto às práticas empresariais sustentáveis (ELKINGTON, 1998).

Além de contribuir a conservação do meio ambiente e do desenvolvimento social, as práticas sustentáveis podem gerar benefícios tangíveis para as empresas, como diminuição de custos operacionais, redução de riscos, melhoria da reputação da empresa a novos mercados e oportunidades de negócios (HART, 2007).

Para Rifkin (2011) A evolução do pensamento e das práticas de sustentabilidade corporativa ao longo do tempo reflete uma mudança significativa no paradigma empresarial. No passado, a preocupação principal das empresas era

garantir a conformidade com regulamentações ambientais e sociais, no entanto, essa abordagem foi evoluindo para um reconhecimento mais amplo do papel das empresas na promoção do desenvolvimento sustentável (HAWKEN *et. al.*, 2000).

Ainda para Hawken *et. Al.*, (2000) empresas líderes começaram a adotar abordagens proativas, incorporando princípios de sustentabilidade em sua estratégia de negócios, operações e cadeia de suprimentos.

Essa evolução demonstra a importância crescente da sustentabilidade corporativa e o reconhecimento de que práticas empresariais responsáveis não são apenas moralmente necessárias, mas também essenciais para garantir a viabilidade a longo prazo dos negócios, logo, compreender o conceito, a importância e o desenvolvimento da sustentabilidade corporativa são fundamentais para analisar as abordagens de sustentabilidade da Natura e suas implicações financeiras (PRAHALAD, HART, 2004).

2.1- As Estratégias De Sustentabilidade Empresarial

São fundamentais para as empresas que desejam integrar considerações ambientais, sociais e econômicas em suas operações e decisões estratégicas. Abaixo, são explorados os tipos de estratégias adotadas, a integração dessas práticas na cadeia de valor e os desafios e oportunidades associados à sua implementação (TIDD *et, Al.*, 2008).

As empresas adotam diferentes estratégias de sustentabilidade, adaptadas às suas necessidades, setores e contextos específicos. Entre os principais tipos de estratégias estão a redução de emissões de carbono e pegada ambiental, o uso eficiente de recursos naturais, como água e energia, o incentivo à reciclagem e da economia circular, a adoção de tecnologias limpas e energias renováveis (ELKINGTON, 1998).

O desenvolvimento de produtos ecologicamente corretos e socialmente responsáveis também é um fator importante a ser ressaltado, assim como a implementação de políticas de responsabilidade social corporativa (RSC) e engajamento comunitário, compensação ambiental e investimento em projetos de preservação e restauração e a adoção de práticas de governança corporativa ética e transparente (OLIVEIRA, SERAFIM, 2015).

Outro fator relevante na adoção de estratégias de sustentabilidade é o alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU.

Muitas empresas integram esses objetivos em suas operações e estratégias, estabelecendo metas ambientais e sociais que, além de atender às demandas do mercado, fortalecem a imagem da marca e atraem investidores e consumidores comprometidos com questões ambientais e sociais (SANTOS, 2013).

A inovação também desempenha um papel fundamental no avanço das estratégias de sustentabilidade, organizações que investem em pesquisa e aprimoramento, buscando soluções tecnológicas sustentáveis, conseguem não apenas otimizar seus processos, mas também conquistar uma vantagem competitiva.

Segundo Yemal, Teixeira e Nääs (2011), a busca pelo ecologicamente correto percebida como uma vantagem competitiva no cenário econômico, permitindo um posicionamento responsável da empresa e, simultaneamente, potencializando sua competitividade no mercado, agregando valor a seus bens e soluções (YEMAL; TEIXEIRA; NÄÄS, 2011).

Colaborações com startups, universidades e outras instituições têm permitido o desenvolvimento de tecnologias de baixo impacto ambiental e modelos de negócios baseados em princípios como a economia circular (BARBIERI, CAJAZEIRA, 2012).

Adicionalmente, o monitoramento contínuo das práticas de sustentabilidade, por meio de indicadores como métricas de ESG (Environmental, Social and Governance), é essencial para avaliar o impacto das ações implementadas. Relatórios de sustentabilidade e auditorias externas garantem a transparência dessas práticas, permitindo ajustes estratégicos e promovendo a confiança junto a stakeholders (MARTINS e RAMOS, 2012).

Por fim, a cultura organizacional e a liderança exercem uma influência determinante na efetividade dessas estratégias. Empresas que promovem a conscientização interna e o engajamento dos colaboradores, por meio de programas de capacitação e incentivo à responsabilidade socioambiental, criam um ambiente favorável à consolidação de práticas sustentáveis (BARBIERI, CAJAZEIRA, 2012).

Por fim, pode-se entender que líderes comprometidos com esses valores inspiram mudanças duradouras e contribuem para o sucesso das iniciativas de sustentabilidade ao longo do tempo (FIGUEIREDO, 2014).

2.2- Integração de Práticas Sustentáveis na Cadeia de Valor

A integração de práticas sustentáveis na cadeia de valor é essencial para maximizar o impacto positivo das estratégias de sustentabilidade. A avaliação e

seleção de fornecedores e parceiros comerciais com políticas ambientais e sociais alinhadas, o estabelecimento de padrões de sustentabilidade para toda a cadeia de suprimentos, o desenvolvimento de produtos e processos sustentáveis desde a concepção até a distribuição, assim como o monitoramento e avaliação contínua do desempenho ambiental e social dos fornecedores e colaboração com partes interessadas ao longo da cadeia de valor para promover melhores práticas e inovação (HART, 2007).

“A implementação de estratégias de sustentabilidade pode enfrentar uma série de desafios, incluindo Resistência interna à mudança organizacional, comumente encontrada quando uma empresa busca implementar práticas sustentáveis, pode ser causada por medo do desconhecido, preocupações com perda de poder, falta de compreensão dos benefícios da mudança e uma cultura organizacional que valoriza a estabilidade sobre a inovação” (RIFKIN, p. 13, 2011).

Superar essa resistência requer uma abordagem multifacetada, incluindo comunicação clara dos motivos para a mudança, envolvimento dos funcionários, educação e treinamento adequados, liderança forte e reconhecimento dos esforços individuais. Ao abordar esses aspectos, as organizações podem criar uma cultura mais receptiva à sustentabilidade e promover uma transição suave para práticas mais responsáveis.

Para Savitz e Weber (2014), ser sustentável compreende a progressão de negócios que não depredem, mas, sim, restaurem o meio ambiente, causando o menor impacto possível ao mesmo e às criaturas que nele habitam. Ser sustentável compreende operar um negócio, conhecendo as necessidades e interesses das partes, reforçando suas relações e promovendo benefícios para os dois lados. Ser sustentável é compreender que a preservação da natureza é tão importante para a humanidade quanto às relações sociais e o desenvolvimento econômico.

Para Prahalad e Hart (2004) Custos iniciais mais elevados associados a investimentos em práticas sustentáveis também são um problema, esses custos adicionais podem incluir a compra e instalação de equipamentos mais eficientes em termos de energia. Para muitas empresas, especialmente aquelas com orçamentos limitados, esses custos iniciais podem parecer proibitivos e podem desencorajar a adoção de práticas sustentáveis.

Contudo, é importante considerar esses custos como investimentos de longo prazo que podem gerar retornos tangíveis e intangíveis ao longo do tempo, como

economia de energia, redução de resíduos, melhoria da reputação da marca e atração de clientes conscientes (MARTINS e RAMOS, 2012).

Para mitigar esse problema, as organizações podem buscar financiamento externo, como subsídios governamentais ou financiamento verde, e adotar uma estratégia gradual, priorizando as práticas sustentáveis que oferecem o maior retorno sobre o investimento a curto prazo. Além disso, é essencial comunicar de forma eficaz os benefícios financeiros e não financeiros das práticas sustentáveis para garantir o apoio interno e superar a resistência à mudança organizacional (GOVINDARAJAN, TRIMBLE, 2006).

“Dificuldades em medir e relatar o impacto das estratégias de sustentabilidade, essas dificuldades surgem devido à complexidade dos sistemas e processos envolvidos, à falta de métricas padronizadas e à natureza multifacetada dos impactos ambientais, sociais e econômicos das estratégias de sustentabilidade” (DAGNINO, p. 13, 2010).

A coleta de dados relevantes e confiáveis, bem como a análise desses dados para extrair insights significativos, podem ser trabalhosas e exigir recursos consideráveis. Além disso, o relato transparente e preciso do desempenho em sustentabilidade requer uma compreensão profunda dos requisitos regulatórios, das expectativas dos stakeholders e das melhores práticas de relato sustentável (FARINO, 2013).

Para superar essas dificuldades, as empresas podem investir em sistemas de monitoramento e avaliação robustos, adotar padrões de relato reconhecidos internacionalmente, como os do Global Reporting Initiative (GRI), e envolver-se em diálogos contínuos com partes interessadas para entender suas preocupações e expectativas em relação à sustentabilidade (SANTOS, 2013).

Além disso, a colaboração com outras empresas e organizações contribui para o desenvolvimento de abordagens e métricas mais eficazes para medir e relatar o impacto das estratégias de sustentabilidade, promovendo uma cultura de transparência e responsabilidade dentro da empresa e na sociedade como um todo (SCHUMPETER, 1988).

Segundo Martins e Ramos (2012) a complexidade regulatória e a incerteza política representam desafios significativos para as organizações que desejam implementar estratégias de sustentabilidade. A diversidade de regulamentações ambientais e sociais em diferentes jurisdições pode criar um ambiente operacional

complexo, exigindo que as empresas entendam e cumpram uma variedade de requisitos legais e normativos.

Além disso, a incerteza política, resultante de mudanças nas políticas governamentais e agendas políticas em evolução, pode dificultar o planejamento de longo prazo e o investimento em práticas sustentáveis. As empresas podem enfrentar dificuldades para antecipar e se adaptar a mudanças regulatórias, o que pode afetar a viabilidade e a eficácia de suas estratégias de sustentabilidade (OLIVEIRA, SERAFIM, 2015).

“Para mitigar esses desafios, as empresas devem estar proativamente envolvidas no monitoramento e análise do cenário regulatório e político, colaborando com partes interessadas relevantes e participando de iniciativas de advocacy para promover políticas favoráveis à sustentabilidade. Além disso, é importante adotar uma abordagem flexível e adaptável, desenvolvendo planos de contingência para lidar com a incerteza e ajustar as estratégias conforme necessário para garantir a conformidade e maximizar os impactos positivos da sustentabilidade” (ELKINGTON, p. 3, 1998).

As pressões competitivas e as demandas do mercado representam desafios importantes para organizações que desejam implementar estratégias de sustentabilidade, em um ambiente de negócios progressivamente globalizado e dinâmico, as empresas enfrentam uma competição acirrada por clientes, talentos e recursos. Nesse contexto, as expectativas dos consumidores estão mudando, com uma crescente demanda por produtos e serviços sustentáveis e socialmente responsáveis (HART, 2007).

As empresas que não conseguem acompanhar essas tendências correm o risco de perder competitividade e relevância no mercado. Além disso, as demandas dos investidores por transparência e desempenho em sustentabilidade estão crescendo, com muitos investidores integrando critérios ambientais, sociais e de governança (ESG) em suas decisões de investimento (TIDD *et. Al*, 2008).

Isso coloca pressão adicional sobre as empresas para melhorar seu desempenho em sustentabilidade e relatar de forma transparente seus impactos e práticas. Para enfrentar esses desafios, as empresas precisam adotar uma abordagem proativa para a sustentabilidade, integrando-a em sua estratégia de negócios e operações diárias (DAGNINO, 2010).

Isso pode envolver investimentos em inovação sustentável, colaboração com parceiros da cadeia de suprimentos e engajamento contínuo com os *stakeholders* para entender e atender às suas expectativas. Ao fazê-lo, as empresas podem não

apenas atender às pressões competitivas e às demandas do mercado, mas também aproveitar as oportunidades de crescimento e diferenciação que a sustentabilidade oferece (GOVINDARAJAN, TRIMBLE, 2006).

No entanto, a superação desses desafios também apresenta oportunidades significativas, como a diminuição das despesas operacionais e aumento da eficiência, o fortalecimento da reputação da marca e diferenciação no mercado, o acesso a novos mercados e segmentos de clientes, a atratividade para investidores socialmente responsáveis, assim como a maior resiliência a riscos ambientais, sociais e regulatórios (OLIVEIRA, SERAFIM, 2015).

Em suma, as estratégias de sustentabilidade empresarial são essenciais para garantir a viabilidade a longo prazo das empresas, enquanto contribuem para um futuro mais sustentável e equitativo. A integração de práticas sustentáveis na cadeia de valor e a superação dos desafios associados à sua implementação são cruciais para maximizar os benefícios econômicos, ambientais e sociais dessas estratégias (BARBIERI, CAJAZEIRA, 2012).

2.3- Métricas e Indicadores de Sustentabilidade

As métricas de sustentabilidade fornecem uma forma eficaz de medir e avaliar o desempenho das práticas sustentáveis adotadas por uma empresa. Elas abrangem diversas áreas, como a pegada de carbono, que avalia as emissões de gases de efeito estufa associadas às operações da empresa; o consumo de recursos naturais, que mensura o uso de água, energia, materiais e terra em relação à produção; e a taxa de reciclagem e reutilização, que indica a proporção de resíduos reciclados ou reutilizados, promovendo a economia circular (FIGUEIREDO, 2014).

Além disso, a eficiência energética e hídrica é mensurada para avaliar o uso racional de energia e água nas instalações da empresa. As métricas também incluem indicadores de diversidade e inclusão, que avaliam a diversidade na força de trabalho e as políticas de inclusão da empresa, bem como o retorno sobre investimento (ROI) em sustentabilidade, que analisa o retorno financeiro das práticas sustentáveis (DIAS, 2012).

Ainda, o valor da marca e a reputação são avaliados a partir do impacto das estratégias de sustentabilidade na percepção do público e dos investidores. Custos de não conformidade e riscos ambientais e sociais são quantificados, considerando as possíveis penalidades regulatórias e riscos associados. Por fim, os índices de

sustentabilidade financeira englobam indicadores financeiros tradicionais, complementados por métricas relacionadas à sustentabilidade (GONÇALVES-DIAS, 2012).

Outro ponto relevante é o cálculo dos custos evitados devido à implementação dessas práticas, refletindo os ganhos obtidos por meio da sustentabilidade. Essas métricas e indicadores são essenciais para avaliar o desempenho global das estratégias de sustentabilidade, além de orientar as decisões estratégicas das empresas em direção a práticas mais sustentáveis e responsáveis (PRAHALAD; HART, 2004; BARBIERI; CAJAZEIRA, 2012).

2.4 - Teorias de Valor Compartilhado

As teorias de Stakeholder e Valor Compartilhado são fundamentais para compreender como a sustentabilidade pode influenciar o desempenho financeiro das empresas. A teoria dos Stakeholders enfatiza a importância das partes interessadas, como funcionários, clientes, fornecedores, comunidades locais e investidores, na determinação do sucesso e da sustentabilidade de uma empresa, essa teoria sugere que as empresas devem considerar e responder às demandas e expectativas de seus stakeholders, incluindo questões ambientais e sociais, para garantir sua legitimidade e sustentabilidade a longo prazo (DAGNINO, 2010).

A teoria do Valor Compartilhado, desenvolvida por Michael Porter e Mark Kramer, propõe que as empresas devem buscar resolver problemas sociais e ambientais por meio de suas operações, criando valor tanto para a empresa quanto para a sociedade (FUMÁS, 2011).

Essa abordagem argumenta que a criação de valor compartilhado pode levar a vantagens competitivas sustentáveis, aumentando a inovação, a produtividade e a resiliência da empresa, ao mesmo tempo em que contribui para o desenvolvimento econômico e social das comunidades em que opera (FUMÁS, p. 3, 2011).

Essas teorias oferecem uma estrutura conceitual para entender como as práticas sustentáveis podem influenciar o desempenho financeiro das empresas. Ao adotar uma abordagem orientada pelos stakeholders e pelo valor compartilhado, as empresas podem integrar considerações ambientais, sociais e econômicas em suas estratégias de negócios, criando valor sustentável para todas as partes interessadas envolvidas (DAGNINO, 2010).

3- Metodologia

A metodologia deste trabalho é fundamental para garantir uma abordagem rigorosa e sistemática na análise das implicações financeiras das estratégias de sustentabilidade da Natura em sua cadeia de valor. A importância desse tema para a área de administração reside na necessidade crescente das empresas de equilibrarem objetivos econômicos com responsabilidades socioambientais, conforme demandado por stakeholders, reguladores e a sociedade em geral (SANTOS, 2013).

Para atender aos objetivos propostos, a metodologia adotada consiste em uma abordagem que integra revisão bibliográfica e estudo de caso (ECO, 2019).

Inicialmente, será realizada uma revisão bibliográfica abrangente, buscando compreender conceitos-chave relacionados à sustentabilidade corporativa, como integração de práticas sustentáveis na cadeia de valor e teorias de valor compartilhado, essa revisão proporcionará uma base teórica sólida para a compreensão dos fundamentos da sustentabilidade e sua interseção com as finanças corporativas (SEVERINO, 2017).

Em seguida, será conduzido um estudo de caso focado na Natura, empresa selecionada devido à sua proeminência no mercado de cosméticos e práticas sustentáveis reconhecidas. Serão coletados dados financeiros e de mercado fornecidos pela própria empresa, abrangendo o período de 2019 a 2023. A análise desses dados considerará fatores externos, como a pandemia de COVID-19 e a guerra na Ucrânia, que podem ter impactado o desempenho financeiro da empresa.

Durante o estudo de caso, serão analisadas métricas financeiras, como EBITDA, e indicadores de compromisso com metas ESG (Ambientais, Sociais e de Governança) (ECO, 2019).

A comparação do desempenho financeiro da Natura ao longo dos últimos cinco anos permitirá identificar tendências, padrões e relações com suas estratégias de sustentabilidade. Após a coleta e análise dos dados, será realizada uma análise detalhada para identificar os impactos financeiros das estratégias de sustentabilidade da Natura. As conclusões derivadas dessa análise serão discutidas em relação aos objetivos do estudo e à revisão bibliográfica realizada (LAKATOS, MARCONI, 2017).

Essa metodologia proporcionará uma abordagem sistemática e detalhada para alcançar os objetivos do estudo, fornecendo insights valiosos sobre as implicações financeiras das estratégias de sustentabilidade na cadeia de valor da Natura nos últimos cinco anos (GIL, 2019).

4. Resultados obtidos

Com o desígnio de tornar-se uma das empresas mais sustentáveis do globo, a Natura, por intermédio de investimentos em tecnologias sustentáveis e processos de reciclagem de embalagens voltados à logística reversa, lançou o projeto “Visão de Sustentabilidade 2050”, com o objetivo de gerar impactos positivos e de conseguir reciclar 50% das embalagens descartadas de seus produtos e reutilizar no mínimo 10% destes materiais reciclados para a produção de novas embalagens, sendo a logística reversa, sua principal ferramenta.

“A Visão de Sustentabilidade busca transformar a Natura em uma empresa geradora de impacto positivo até 2050. Isso significa que, além de reduzir e mitigar os efeitos de nossas atividades, queremos promover o bem social, ambiental, econômico e cultural. Construída com uma orientação de longo prazo, a Visão de Sustentabilidade tem compromissos e metas ao longo dessa jornada. (NATURA, 2018).”

Dessa forma, podemos perceber os resultados financeiros apresentados confirmam que as estratégias de sustentabilidade da Natura não apenas se desenvolvem para a construção de uma imagem corporativa positiva, mas também para o fortalecimento de sua posição financeira. A melhoria nos índices de rentabilidade (Margem EBITDA, ROE) e a geração de caixa positiva indicam que a sustentabilidade pode ser, sim, um fator diferenciador para a empresa, refletindo-se em resultados financeiros robustos.

Além disso, os indicadores de liquidez e de endividamento mostram que a empresa conseguiu manter uma boa saúde financeira enquanto implementava práticas sustentáveis. Isso corrobora a hipótese de que, ao adotar práticas ambientais, sociais e de governança (ESG), a Natura conseguiu equilibrar seus compromissos com a sustentabilidade sem comprometer sua rentabilidade financeira.

Portanto, a pesquisa confirma que as estratégias sustentáveis inovadoras pela Natura não só atenderam às demandas sociais e ambientais, mas também geraram um impacto positivo nos resultados financeiros da empresa, contribuindo para sua posição competitiva no mercado. A sustentabilidade foi um fator importante na manutenção de um desempenho financeiro sólido, consolidando-se como um pilar estratégico para o sucesso do longo prazo da empresa.

Abaixo apresenta-se uma tabela com os principais indicadores da Natura, dos últimos 5 anos:

Tabela 1: Indicadores Financeiros Anuais da Natura (2019-2023)

	2019	2020	2021	2022	2023
Receita Líquida (R\$ milhões)	15.200,00	15.000,00	15.500,00	16.200,00	16.800,00
Margem EBITDA (%)	7,83%	7,50%	8,00%	9,00%	10,05%
Lucro Líquido (R\$ milhões)	2.570,00	1.800,00	2.300,00	2.500,00	2.780,00
Saldo de Caixa (R\$ bilhões)	4,00	4,30	4,50	4,60	4,50
Fluxo de Caixa Livre (R\$ milhões)	1.200,00	900,00	1.400,00	1.000,00	1.700,00
Retorno sobre o Patrimônio (ROE) (%)	16,93%	12,83%	14,34%	15,72%	16,27%
Liquidez Corrente (x)	2,15	2,00	2,10	2,15	2,20
Índice de Endividamento (%)	40,00%	42,00%	39,00%	38,50%	37,50%

Tabela1: Indicadores Financeiros Anuais da Natura

Fonte: Dados obtidos na pesquisa

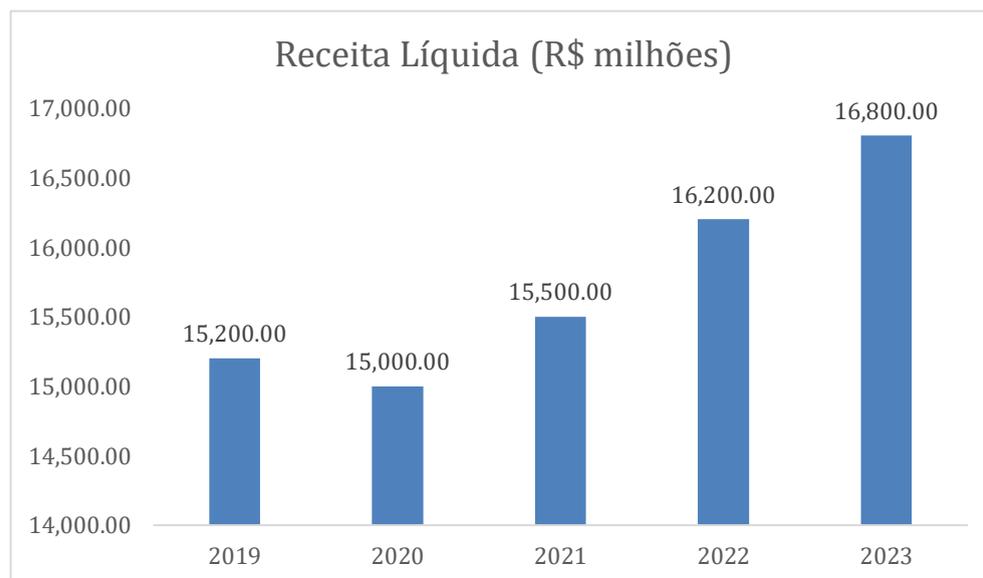


Gráfico 2: Receita Líquida

Fonte: Dados obtidos na pesquisa. Em todos.

Receita Líquida: A receita líquida da Natura cresceu 10,5% de 2019 a 2023, passando de R\$ 15,2 bilhões para R\$ 16,8 bilhões. Esse crescimento reflete a capacidade da empresa de expandir suas operações e consolidar sua presença no mercado, impulsionada por suas estratégias de sustentabilidade que têm atraído consumidores conscientes e investidores interessados em práticas responsáveis. A Natura conseguiu, assim, manter uma trajetória de crescimento constante, mesmo diante de desafios econômicos globais.

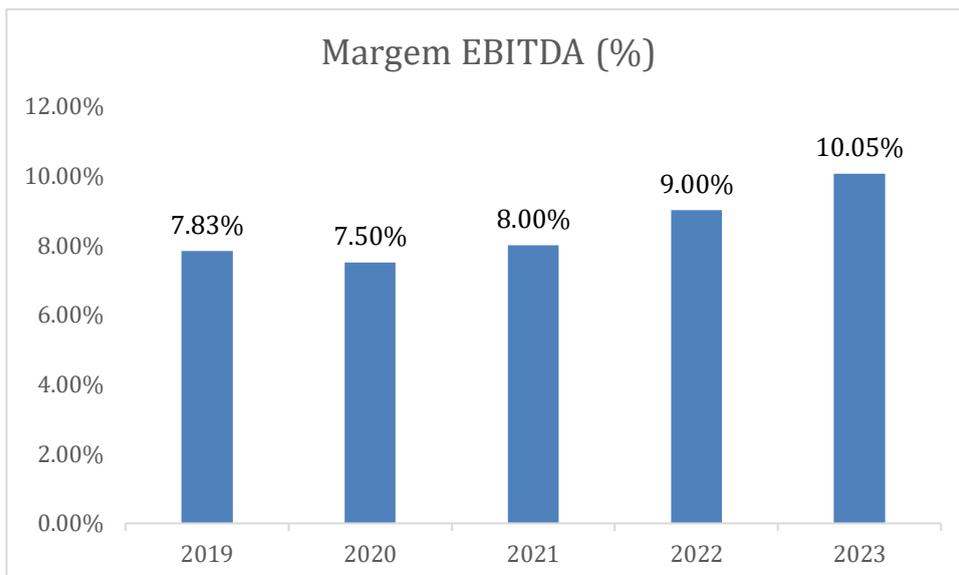


Gráfico 3: Margem Ebitda

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Margem EBITDA: A margem EBITDA da empresa aumentou de 7,83% em 2019 para 10,05% em 2023, indicando uma melhoria significativa na rentabilidade operacional. A implementação de práticas sustentáveis, como a eficiência no uso de recursos e a otimização de processos, contribuiu para o controle de custos e a maior eficiência operacional. Isso demonstra que a sustentabilidade não apenas gerou impactos positivos no mercado, mas também ajudou a melhorar a gestão interna e a rentabilidade da empresa.



Gráfico 4: Lucro Líquido

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Lucro Líquido: O lucro líquido da Natura também apresentou crescimento, subindo de R\$ 2,57 bilhões em 2019 para R\$ 2,78 bilhões em 2023. Embora o aumento do lucro líquido seja menor que o aumento da receita, ele confirma a consistência dos resultados da empresa ao longo dos anos e sua capacidade de manter uma boa rentabilidade, mesmo em um contexto desafiador.

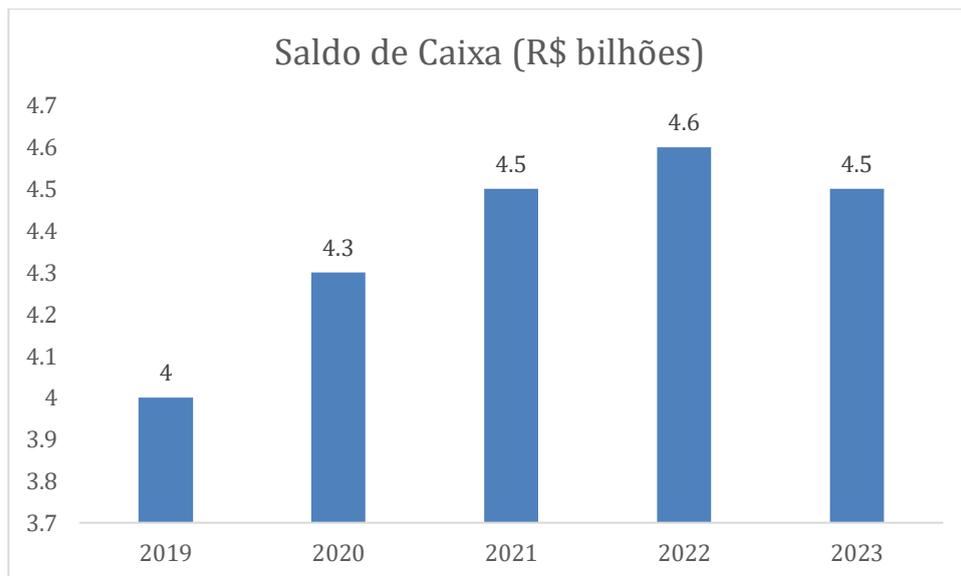


Gráfico 5: Saldo de Caixa

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Saldo de Caixa: O saldo de caixa da empresa se manteve relativamente estável, com uma ligeira diminuição em 2023 (R\$ 4,5 bilhões), o que é uma boa notícia em termos de liquidez e estabilidade financeira. A empresa tem conseguido gerar caixa suficiente para cobrir suas operações e investir em novos projetos, incluindo iniciativas de sustentabilidade. Esse saldo de caixa também reflete a capacidade de gerar valor para os acionistas, permitindo investimentos em inovação e expansão.

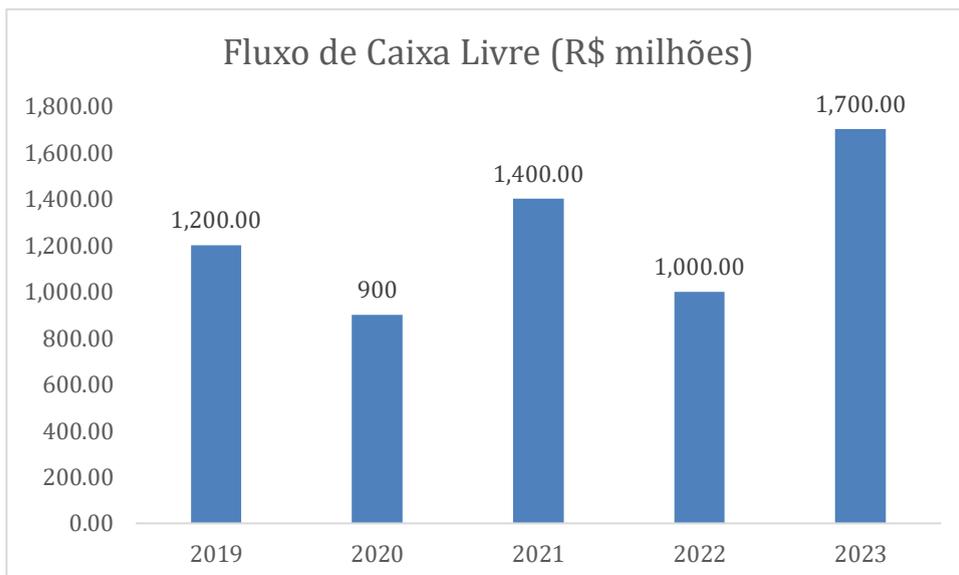


Gráfico 5: Fluxo de Caixa Livre

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Fluxo de Caixa Livre: O fluxo de caixa livre foi positivo e variou ao longo dos anos, atingindo R\$ 1,7 bilhões em 2023, o que demonstra a robustez das operações da Natura e sua capacidade de gerar recursos adicionais, essenciais para o financiamento de novas iniciativas e para garantir a continuidade dos investimentos em sustentabilidade.

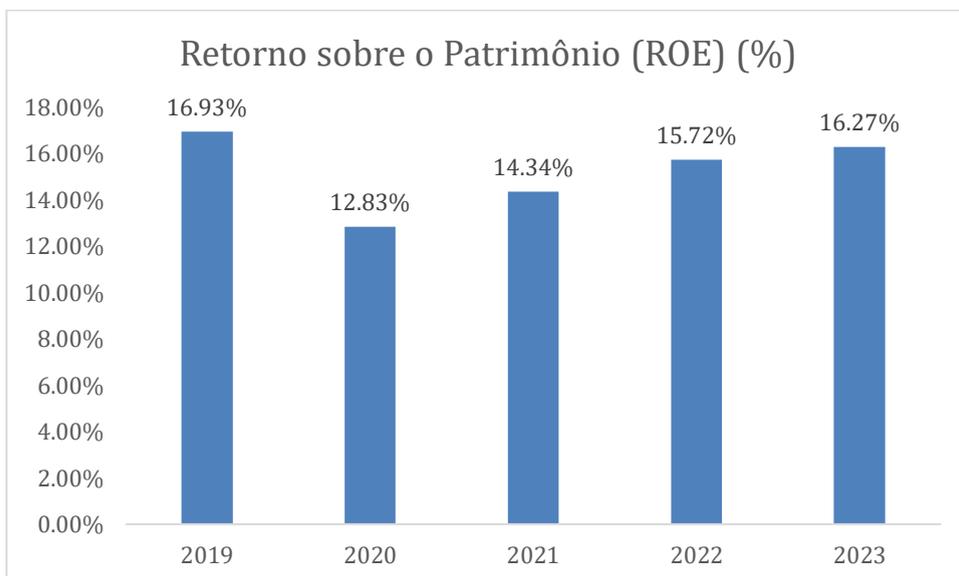


Gráfico 7: Retorno sobre o Patrimônio (ROE)

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Retorno sobre o Patrimônio (ROE): O ROE, que mede a rentabilidade sobre o capital dos acionistas, foi de 16,93% em 2019 e se manteve elevado, fechando 2023

com 16,27%. Isso indica que a Natura tem sido eficiente em gerar lucros para seus investidores, o que reforça a relação entre práticas sustentáveis e o retorno financeiro.

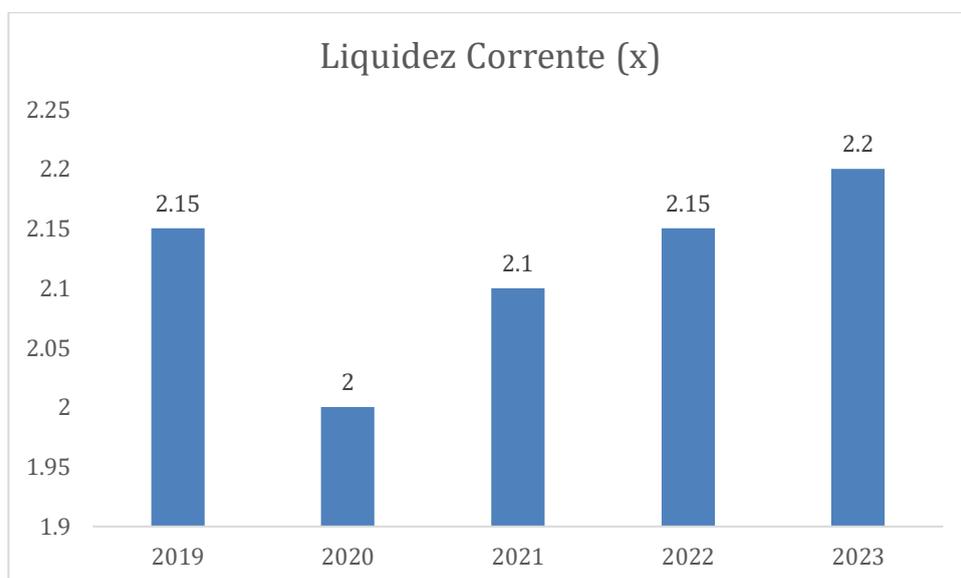


Gráfico 8:Liquidez Corrente

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Liquidez Corrente: A liquidez corrente da Natura variou entre 2,00x e 2,20x, o que indica que a empresa tem recursos suficientes para honrar suas obrigações de curto prazo. Esse nível de liquidez demonstra solidez financeira e uma boa gestão do capital de giro.

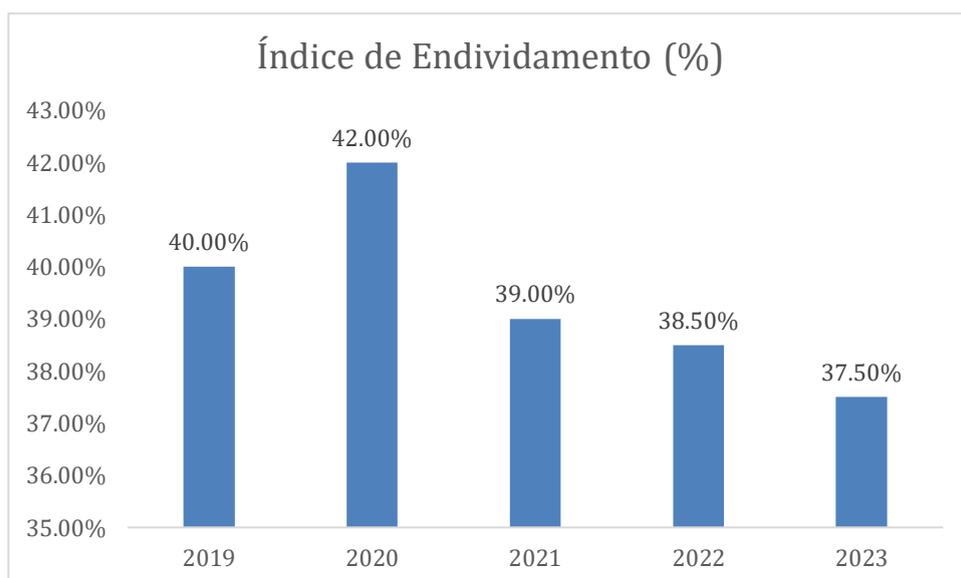


Gráfico 9:Índice de Endividamento

Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Índice de Endividamento: O índice de endividamento caiu de 40% em 2019 para 37,5% em 2023, o que sugere que a Natura tem mantido um controle eficaz sobre seu nível de endividamento, financiando suas operações principalmente com recursos próprios e gerando menos dependência de empréstimos externos.

Os resultados financeiros apresentados confirmam que as estratégias de sustentabilidade da Natura não só contribuíram para a construção de uma imagem corporativa positiva, mas também para o fortalecimento da sua posição financeira. A melhoria nos índices de rentabilidade (Margem EBITDA, ROE) e a geração de caixa positiva indicam que a sustentabilidade pode ser, sim, um diferencial competitivo para a empresa, refletindo-se em resultados financeiros robustos.

Além disso, os indicadores de liquidez e endividamento mostram que a empresa conseguiu manter uma boa saúde financeira enquanto implementava práticas sustentáveis. Isso corrobora a hipótese de que, ao adotar práticas ambientais, sociais e de governança (ESG), a Natura conseguiu equilibrar seus compromissos com a sustentabilidade sem comprometer sua rentabilidade financeira.

Portanto, a pesquisa confirma que as estratégias sustentáveis implementadas pela Natura não só atenderam a demandas sociais e ambientais, mas também geraram um impacto positivo nos resultados financeiros da empresa, contribuindo para a sua posição competitiva no mercado. A sustentabilidade foi um fator importante na manutenção de um desempenho financeiro sólido, consolidando-se como um pilar estratégico para a realização de objetivos a longo prazo da empresa.

5. Considerações finais

A análise dos resultados financeiros da Natura &Co entre 2019 e 2023 demonstrou que a empresa foi capaz de integrar práticas de sustentabilidade à sua cadeia de valor sem comprometer sua rentabilidade. Pelo contrário, verificou-se que a adoção de metas ambientais e sociais contribuiu para a solidez financeira e o crescimento operacional. O aumento na Receita Líquida e na Margem EBITDA, aliado à manutenção de um saldo de caixa robusto, evidencia que a estratégia de sustentabilidade não apenas atendeu às demandas globais por responsabilidade ambiental, mas também gerou valor econômico para a empresa e seus acionistas.

Além disso, o desempenho da marca Natura no Brasil e a recuperação da Avon, assim como os avanços em processos operacionais, como a integração no Chile, reforçam a capacidade da empresa em expandir-se e adaptar-se a novos mercados

de maneira eficiente. A simplificação das operações e o foco em projetos estruturais, especialmente no controle de custos e otimização de processos, foram essenciais para alcançar esses resultados.

A melhora consistente na Margem EBITDA, especialmente com o aumento de 7,83% para 10,05%, é um reflexo direto desse esforço, consolidando a capacidade da empresa em manter a lucratividade mesmo em cenários adversos.

No tocante à sustentabilidade, a Natura &Co alcançou marcos importantes, como a aprovação de suas metas de emissão de gases de efeito estufa pela SBTi, o que reafirma seu compromisso com a responsabilidade ambiental. A capacidade de conciliar esses objetivos com uma performance financeira robusta comprova que a sustentabilidade pode, de fato, ser um diferencial competitivo no setor empresarial, além de contribuir para a reputação da marca e para o seu posicionamento no mercado global.

Assim, o presente trabalho demonstrou que a Natura &Co não só ampliou sua atuação e consolidou sua marca em novos mercados, mas também se destacou por seu compromisso com a sustentabilidade, que se mostrou uma estratégia rentável. A conclusão deste estudo evidencia que é possível aliar crescimento financeiro com responsabilidade social e ambiental, destacando a empresa como um exemplo de que práticas sustentáveis podem ser uma vantagem competitiva relevante no cenário empresarial contemporâneo.

Em suma, a trajetória da Natura &Co entre 2019 e 2023 reforça a ideia de que sustentabilidade não deve ser vista como um obstáculo, mas como uma oportunidade para o crescimento sustentável e duradouro. A empresa mostrou-se capaz de gerar valor compartilhado, beneficiando tanto o meio ambiente quanto seus acionistas, consolidando-se como um modelo de negócio para o futuro.

6. Referências Bibliográficas –.

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jonas C. **Gestão da Sustentabilidade Empresarial: Estudos, Casos e Práticas**. São Paulo: Saraiva, 2012.

DAGNINO, R. **Inovação e Sustentabilidade: Novos Modelos e Proposições**. 1. ed. São Paulo: Editora Senac, 2010.

DIAS, Sylmara, TEODÓSIO, Arminda. **Sustentabilidade Empresarial: Estratégias e Práticas**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

ECO, Umberto. **Como se Faz uma Tese**. 24. ed. São Paulo: Perspectiva, 2019.

ELKINGTON, J. **Canibais com Garfo: A Linha de Frente do Século XXI dos Negócios**. Gabriola Island: New Society Publishers, 1998.

NASCIMENTO, Farino, **Inovação e Sustentabilidade: Rumo à Sociedade Bioindustrial**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

FIGUEIREDO, Rodrigo Ramos de. **Indicadores de Sustentabilidade: Como Medir e Comunicar o Desempenho Sustentável de uma Organização**. São Paulo: Atlas, 2014.

FUMÁS, Vicente Salas. **Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e Criação de Valor Compartilhado: a RSC segundo Michael Porter e Mark Kramer**. Revista de responsabilidade social de la empresa, n. 9, p. 15-40, 2011. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3812635>. Acesso em: 20 de abril de 2024.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GOVINDARAJAN, TRIMBLE. **Dez Regras para Inovadores Estratégicos: Da Ideia à Execução**. 1. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

HART. **Capitalismo no Limiar: Aliando Negócios, Terra e Humanidade**. Upper Saddle River: Wharton School Publishing, 2007.

HAWKEN, LOVINS; LOVINS. **Capitalismo Natural: Criando a Próxima Revolução Industrial**. Boston: Back Bay Books, 2000.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARTINS, RAMOS, A. G. **Inovação e Competitividade: Os Desafios das Empresas Brasileiras**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

OLIVEIRA, Humberto César de; SERAFIM, Milton Corrêa. **Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa: Teoria e Prática na Administração Pública e Privada**. Rio de Janeiro: FGV, 2015.

PRAHALAD, HART. **A Fortuna no Fundo da Pirâmide: Erradicando a Pobreza Através dos Lucros**. Upper Saddle River: Wharton School Publishing, 2004.

RIFKIN, João. **Terceira Revolução Industrial: Como o Poder Lateral está Transformando Energia, Economia e o Mundo**. 1. ed. Nova Iorque: Palgrave Macmillan, 2011.

SANTOS, Milton José dos. **Sustentabilidade Empresarial: Da Teoria à Prática**. São Paulo: Atlas, 2013.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 24. ed. São Paulo: Cortez, 2017.

SAVITZ, Andrew W.; WEBER, Karl. **The Tiple Bottom Line: How Today's Best-Run Companies Are Achieving Economic, Social and Environmental Success - and How You Can Too**. San Francisco, California: Jossey-bass: A Wiley Brand, 2014. 352 p. Disponível em: . Acesso em: 04 dez. 2018.

TIDD, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2008). **Gestão da Inovação** (3ª ed.). Bookman.

YEMAL, J. A.; TEIXEIRA, N. O. V.; NÄÄS, I. A. Sustentabilidade na Construção Civil. In: INTERNATIONAL WORKSHOP ADVANCES IN CLEANER PRODUCTION, 3., 2011, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Cleaner Production Initiatives and Challenges for a Sustainable World, 2011. p. 1–10. Disponível em: . Acesso em: 19 dez. 2018.