

A Sustentabilidade nos Critérios de Governança Corporativa: Como a Sustentabilidade é Refletida na Avaliação das Boas Práticas de Governança Corporativa na Empresa Natura?

Steffanni Marques Rafael de Carvalho

(Fundação Visconde de Cairu, graduando no Curso em Bacharel em Ciências Contábeis, Bahia, Salvador Brasil)

E-mail: steffanni.rafael@gmail.com

Prof. Dr. Isac Pimentel Guimarães

(Fundação Visconde de Cairu, Bahia, Salvador Brasil)

E-mail: isac_guimaraes@hotmail.com

Resumo

Este trabalho tem por objetivo identificar como as grandes empresas ao serem classificadas nos níveis de Governança Corporativa lidam e executam a prática do “ser sustentável”, já que este é um quesito novo que vem sendo adotado em função das novas práticas e da internacionalização contábil que, teve como base a Natura, empresa de produtos de higiene e cosméticos, políticas e ações adotadas que visam principalmente o crescimento econômico à promoção do bem-estar social e ambiental. Foi realizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório com a compreensão do tema abordado da Natura, empresa com sede em Cajamar/SP, como fonte de informações e estudo. Foi constatado que a empresa analisada além de lidar com a Sustentabilidade, trabalha não só em seu favor, mas em favor do meio ambiente e as comunidades em seus entornos, deixando suas diretrizes na “Visão de Sustentabilidade 2050” em que já traz as reduções nas emissões de gases do efeito estufa, a redução de insumos e resíduos em toda sua cadeia de valor como exemplo para que outras empresas também possam adotá-las e com isso reduzam o impacto e a produção de rejeitos no meio ambiente.

Palavras-chave: Empresa. Sustentabilidade. Governança Corporativa. Natura.

1 INTRODUÇÃO

Com os efeitos da globalização no início do século XX, a Contabilidade vem tentando se equiparar para que não haja mais diferenciação nos seus meios de aplicação ao redor do mundo. Com a obrigação da internacionalização contábil no Brasil em 2008/2010, as empresas vêm se adequando ao conjunto de normas IFRS, que são emitidas pelo Comitê de Normas Internacionais de Contabilidade (IASB) e que são convertidos pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) no Brasil. A partir desse cenário, surgem as Práticas de Governança Corporativa nas empresas brasileiras, como ocorrem quanto a aplicação e execução e como é tratado o quesito Sustentabilidade, sejam nas práticas adotadas para com o ambiente empresarial e social.

Assim é questionado de que forma a Sustentabilidade é refletida na avaliação das Boas Práticas de Governança Corporativa que, teve a empresa Natura como fonte auxiliar na obtenção dos dados para serem percorridos neste trabalho. Tendo o objetivo de identificar como as grandes empresas ao serem classificadas nos níveis de Governança Corporativa lidam e executam as práticas do “ser sustentável”, já que este é

um quesito novo e que vem sendo abordado no ambiente contábil, quais as atitudes que as empresas tomam ao serem assim classificadas, descrever se há preocupação com os critérios a serem obedecidos pela Natura, empresa em foco neste estudo e se há desafios enfrentados pela mesma. É nesse sentido que a execução deste trabalho traz certa conveniência desde que, à medida que as empresas buscam aumentar o poder de alcance em novos mercados, chegando cada vez mais perto de seus consumidores, visam o crescimento na produção e de suas receitas. Vale ressaltar é que, com as novas tecnologias, tanto dos bens consumidos quanto do maquinário fabril, sistemas de informação e até mesmo no melhoramento de matéria-prima, o lixo só aumenta.

Esta é uma curiosidade que tem sua importância por trazer um olhar diferente e mais restrito sobre o que hoje é relevante para as empresas que almejam grandes mercados, chamar a atenção de investidores do mundo para seus negócios, saber se existe algum interesse em obedecer aos critérios estabelecidos em Governança, exercendo e buscando cada vez mais serem sustentáveis. Saber se há a preocupação das mesmas empresas com o meio ambiente, em que seus dejetos são descartados e no ambiente em que está inserida, se obedecendo a ação do politicamente correto as mesmas dão o tratamento necessário a estes materiais, se visam não só a apresentação dos dados da entidade, avaliando-a pelos números apresentados em seus balanços e demonstrações, é saber o modelo seguido e executado.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A Contabilidade e a Governança Corporativa

Para Iudícibus (2000), desde que o homem começou a entender e quantificar o que possuía mesmo antes da escrita, há mais de cinco mil anos antes de Cristo, já existia ainda que não criada de fato, estudada e entendida e de modo arcaico o que viria a ser milênios depois através do Frei italiano Luca Pacioli considerado o pai da Contabilidade que, como Ciência tem por objetivo o estudo do patrimônio e em função do tempo evoluiu gradualmente, de acordo com o que era visto em prática e com a necessidade de mudanças e adequações nas leis que a regiam e normatizavam.

Para os leigos, Contabilidade é uma ciência que lida somente com números, balanços e as demonstrações contábeis, o que não deixa de ser verdade, mas também traz a teoria do que acontece no ambiente empresarial, como gerir a entidade em momentos de crise e não ter a atividade prejudicada, visando crescimento e lucro. É ter conhecimento na legislação não somente quanto aos impostos, tributos e taxas a serem pagas sem entender sua aplicação no momento certo, saber quais procedimentos são precisos, como é feita a constituição de uma empresa de acordo com a atividade exercida. Entretanto, para as grandes empresas principalmente as que possuem capital aberto, ou seja, ações em negociação na bolsa de valores, os procedimentos são mais rigorosos e estas são classificadas em um sistema chamado Governança Corporativa.

Segundo Pinheiro (2014, p.350) este termo surgiu no início dos anos 90 nos países desenvolvidos para institucionalizar as normas a serem seguidas e o funcionamento/relacionamento dentro de uma companhia que, possui interesses de seus acionistas controladores, minoritários e administradores. A relação entre propriedade e gestão em uma empresa que funcione bem e saiba lidar com os problemas e eventos que possam acontecer ocorre pelo conselho de administração, a auditoria independente e o conselho fiscal através de ações essenciais para que se mantenha o controle dentro da empresa.

De acordo com Pinheiro (2014, p.350) Governança Corporativa é um conjunto de ações/decisões que visam atrair o interesse de investidores externos, através de

variáveis relacionadas à profissionalização e transparência. De acordo com o IBGC (2009) “ Sistema pelo qual as organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre proprietários, conselho de administração, diretoria e órgãos de controle”.

Assim como Andrade (2016) as mudanças no ambiente social, econômico, político e tecnológico no país, o termo governança corporativa passou a ser utilizado como mecanismo de relacionamento entre dirigentes e acionistas de empresas desempenhando papel fundamental para o desenvolvimento do mercado de capitais. Ainda que sob uma legislação muito mais rigorosa, entre elas destaca-se a Lei nº 11.638/2007 que alterou a Lei das Sociedades Anônimas, Lei 6.404/76, primando pela transparência e buscando atender às condições para a convergência às normas internacionais, as empresas passaram a exigir de seus colaboradores, gestores, conselheiros uma disciplina e ética mais forte, baseada pelas demonstrações contábeis de forma íntegra, sendo evidenciada para quem quiser ter conhecimento de suas informações e demonstrações.

Para fácil entendimento nada mais é do que o resultado da junção do direito e práticas voluntárias dos seus controladores, acionistas minoritários e administradores conduzindo ao bom funcionamento das empresas habilitando-as principalmente a chamar atenção de capital financeiro e humano de investidores, passar à frente sua capacidade de gerar valor a longo prazo, não deixando de respeitar o interesse de todos dentro da sociedade.

Seu objetivo é levar a todos que participam da sociedade transparência, responsabilidade pelo que dentro e fora da empresa acontece, igualdade, regência e obediência às leis. Os diferentes níveis que existem dentro da governança corporativa trazem um conjunto de regras/normas de conduta para empresas, administradores e controladores que são consideradas importantes para que a empresa seja vista com bons olhos e possua boa valorização das ações e outros ativos que possam ser emitidos pela companhia.

No Sistema de Governança Corporativa existem níveis nos quais as grandes empresas seguem critérios e normas de conduta que, quando seguidas e de maneira correta fazem com que aumente o interesse de investidores, tendo valorização das ações no mercado. Os níveis de Governança Corporativa estão dispostos da seguinte maneira (PINHEIRO,2014, p.351):

Nível 1 – Padrões intermediários de governança

- Melhoria na prestação de informações ao mercado.
- Adoção de mecanismos para o aumento da dispersão das ações em oferta.

Nível 2 – Alto padrão de governança

- Empresa e controladores adotam um conjunto bem mais amplo de práticas de governança corporativa e de direitos adicionais para os acionistas minoritários:
 - tag-along de 100% para ações ordinárias e 70% para preferenciais;
 - câmara de arbitragem;
 - preferencialistas com direito a voto em algumas ocasiões.

Novo Mercado – Padrões superiores de governança

- somente ações ordinárias;
- possibilidade dos Minoritários com assento no Conselho;
- Conselho de Administração com no mínimo, cinco membros;
- realização de ofertas públicas que favoreçam a dispersão do capital;
- freefloat – manutenção em circulação de uma parcela mínima de ações representando 25% do capital;
- câmara de arbitragem.

De acordo com Carvalho (2002, p.27) o Novo Mercado no Brasil, é um segmento que se baseou no modelo de Novo Mercado alemão, sendo assim, caso as empresas queiram aderir a este sistema com a abertura de seu capital, terão que assinar um contrato com a Deutsche Börse que é detentora da iniciativa alemã e serviu de base para a implantação do Novo Mercado no Brasil. No contrato, existem regras restritas que, buscam oferecer proteção aos pequenos acionistas, emitir somente ações ordinárias, publicar os demonstrativos trimestrais seguindo as normas contábeis internacionais, seus controladores não podem vender ações num prazo de seis meses da abertura de capital.

Levando em conta as vantagens e desvantagens, para inserir-se no Novo Mercado, a principal vantagem é que o preço das ações de tal empresa é consideravelmente maior pois, aceitam regras mais restritas por ser de fato mais vantajoso. Diante do que se vê no mundo dos negócios, o Novo Mercado funciona como um mecanismo de qualificação, cujo valor se estabelece no cumprimento de obrigações contratuais assumidas pela organização e pelo modo como a BM&F BOVESPA administra estes contratos.

Para o Novo Mercado, as perspectivas em relação os benefícios podem ser vistos, desde de um modo geral para o país ao qual se situa a empresa, quanto para os investidores. É nesse patamar que a empresa Natura está inserida desde de 26 de maio de 2004, sendo como fonte de dados para o desenvolvimento deste artigo.

2.2A Sustentabilidade nos Critérios de Governança Corporativa

Por muito tempo, desde que as primeiras convenções para discutir a emissão de gases poluentes e a preocupação com o lixo produzido pelas grandes organizações o termo Sustentabilidade vem ganhando destaque nos órgãos reguladores como: Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), Comissão de Valores Mobiliários (CVM), BM&F BOVESPA. Isso por que no planeta em que vivemos, por causa do consumismo, as empresas cada vez mais produzem lixo e não dão a destinação correta dos mesmos, mas esta situação está mudando principalmente por que, para serem classificadas nos níveis de Governança Corporativa, as empresas tem que ter a preocupação não só com os demonstrativos, o respeito com os acionistas minoritários, participar da Câmara de Arbitragem (CAM) e sim com a sustentabilidade, a preocupação com o meio ao qual está inserida, as políticas e projetos para inserirem as comunidades ao seu redor.

Ser e praticar o desenvolvimento sustentável, também é visto pelos investidores como um ponto a mais, faz com que estes vejam a organização com bons olhos e em consequência aumentam o valor das ações no mercado. Entretanto “atender as necessidades da geração atual sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades”. Definição sobre desenvolvimento Sustentável que se espalhou pelo mundo desde sua publicação, pela primeira vez no relatório Nosso Futuro Comum, criado pela Comissão Mundial para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento da Organização das Nações Unidas em 1987.

Esta frase traz a todos um tom de alerta que os recursos naturais não devem ser utilizados de forma aleatória, sem pensar no que restará para as gerações futuras, o que o lixo restante e sem destinação deste consumo desenfreado pode causar e em meio a tudo isso, os recursos disponíveis até quando ninguém sabe mensurar, são infinitos.

A partir deste ponto busca-se entender que as questões socioambientais não devem ser deixadas de lado, sem seu devido tratamento, já que todos independente de estado político ou cidadão de fato tem o seu papel perante ao meio à ser cumprido e com relação a empresa, esta tem que enxergar não somente a geração de lucro e a preocupação com os acionistas. O processo de conscientização teve início nos anos 1970 quando, o conceito de Responsabilidade Social Empresarial surgiu no mundo dos negócios, sendo que a princípio era a favor da defesa dos direitos humanos e em causas filantrópicas das empresas que, não abordavam questões ligadas aos negócios.

Com o tempo a legislação passou a cobrar o que a sociedade civil cobrava perante às inconformidades tais como os acidentes ecológicos de grandes proporções, tornando possível juntamente com ONGs, a noção de Responsabilidade Ambiental. O que se sabe é que hoje os recursos naturais estão cada vez mais escassos e as mudanças climáticas estão por ameaçar a vida humana e atividades econômicas, é aí que a sustentabilidade corporativa ganha cada vez mais destaque, quando desde que os setores mais tradicionais dentro da empresa buscam inserir na estratégia e gestão a aplicabilidade de ser sustentável, visando equilíbrio entre o capital natural que engloba o uso de tecnologias limpas e o desenvolvimento de capital humano.

Mas como em toda história, nem sempre foi assim, nas décadas de 1950 e 1960 havia pouco ou nenhum tipo de entendimento das empresas diante dos impactos socioambientais que elas causavam, já nos anos 1970 havia uma certa ignorância por parte das empresas, pois se recusavam a tratar de tais assuntos pois acreditavam que podiam limitar seu crescimento, e mediante à obrigatoriedade para manterem a licença legal de operação aceitaram desenvolver capacidades sustentáveis.

Nos anos 1980 as empresas passaram a ver os benefícios que as ações sustentáveis proporcionavam e que estes estavam além de legislações, em que as práticas de prevenção à poluição e práticas de ecoeficiência começaram a gerar ganhos econômicos. Nos anos 1990 a instituição pelas empresas das questões ambientais junto ao avanço tecnológico, ofereceram às empresas novas oportunidades, os indicadores de sustentabilidade e certificação voluntárias se espalharam. Já nos anos 2000 em diante o conceito de sustentabilidade corporativa se consolidou como ferramenta de gestão, provocando as empresas a medirem seus impactos, que implementassem novidades em seus processos produtivos, produtos e práticas que influenciassem na sua cadeia de valor, valorização das ações.

Sustentabilidade gera valor ao acionista, dado este comprovado por estudos conduzidos nos últimos 20 anos em que demonstraram que a abordagem do Investimento Responsável, em média, não prejudicou o desempenho das carteiras de investimento se comparadas aos tradicionais que por outro lado, em vários casos trouxe desempenho superior. Esse fato deu ainda mais força à problemática de que

sustentabilidade corporativa pode gerar vantagem competitiva ou, pelo menos, medir riscos e aprimorar a reputação, gerando maior valor a longo prazo.

Investir em Sustentabilidade para a BM&F BOVESPA não é algo por acaso, já que as empresas das mais diversas áreas de atuação passaram nos últimos anos a adotar uma agenda de práticas sustentáveis incorporando-a na sua estratégia de negócio. A equidade entre os discursos é em função dos benefícios que se associam a essa prática. Dentre as vantagens estão a identificação de novas oportunidades de negócio, antecipação a pressões legais e da sociedade, redução dos custos de produção decorrentes da diminuição de desperdícios e economia de insumos, maior atração e retenção de talentos, facilidade no acesso ao capital, menor exposição a riscos, impacto positivo na reputação (ativos intangíveis), fidelização de consumidores, melhor alinhamento interno com relação a práticas e políticas adotadas.

A BM&F BOVESPA também traz em sua publicação “NOVO VALOR SUSTENTABILIDADE NAS EMPRESAS” a relação da sustentabilidade com o Mercado de Capitais e Investimento Responsável, na qual aborda o fato de um bom desempenho financeiro deixou de ser o único critério para conferir valor à uma companhia e atrair investimentos. Agora, os investidores e analistas estão mais atentos também à maneira como as empresas lidam com questões socioambientais e de governança corporativa (questões ESG – Environmental, Social e Governance), passando a incorporar informações sobre as práticas ao processo de análise de investimentos e gestão de carteiras.

Os seis princípios são: incluir as questões da ESG (Environmental, Social e Governance) nas análises dos investidores e nos processos de tomada de decisão; ser sócios atuantes e incorporar os temas ESG nas políticas e nas práticas de detenção de ativos; buscar a transparência adequada nas empresas nas quais investir quanto às questões de ESG; promover a aceitação e a implementação dos Princípios no conjunto de investidores institucionais; trabalhar junto para reforçar a eficiência na implementação dos Princípios e divulgar as atividades e progressos em relação à implementação dos Princípios estão por trás do chamado Investimento Responsável, têm como objetivo final mostrar os riscos e oportunidades relacionados a uma determinada empresa ou segmento independente da área de atuação, para que assim aumentem os preços dos ativos da empresa.

Esta abordagem que também é chamada de integração, recebeu grande impulso a partir de 2006, com a criação dos Princípios para o Investimento Responsável (PRI), parceria entre a Organização das Nações Unidas (ONU) e investidores de instituições privadas que buscavam levar os princípios de sustentabilidade para o setor de investimentos. É nessa situação que o papel da bolsa de valores é mais do que essencial visto que, diante de qualquer oscilação no ambiente econômico, as atenções são voltadas para ela, e é dentro deste aspecto que a BM&F BOVESPA está inserida pois, acompanha de perto e com prioridade o movimento de inserção da sustentabilidade das empresas, já que foi a primeira bolsa de valores no mundo a se tornar integrante do Pacto Global em 2004 e em 2006 passou a ser integrante do Comitê Brasileiro do Pacto Global, permanecendo na vice-presidência até 2008.

Em 2010, se comprometeu oficialmente com o Princípios para o Investimento Responsável e neste mesmo ano foi a primeira bolsa a se tornar uma organização stakeholder- rede que indica e faz recomendações estratégicas à GRI- Global Reporting Initiative- organização baseada em redes, pioneira no desenvolvimento de diretrizes para a publicação de relatórios de sustentabilidade, com o objetivo de aprimorar estes relatórios. Ainda de acordo com a BM&F BOVESPA, empresas de serviços ou comerciais geralmente não possuem processos produtivos que demandem grandes

Para a implantação de ações de ecoeficiência é necessário que a empresa se comprometa em estabelecer métodos confiáveis de monitorar os indicadores de energia, água e materiais; defina metas de redução do consumo por unidade produzida para curto, médio e longo prazo; faça alterações nos processos produtivos para eliminar desperdícios; substitua máquinas e equipamentos por modelos mais eficientes; sensibilize e capacite funcionários, terceiros e fornecedores; invista em pesquisa e desenvolvimento que gerem tecnologias radicalmente mais eficientes; estimule a adoção das ações de ecoeficiência para seus fornecedores e clientes

3 METODOLOGIA

Com a intenção de realizar um trabalho objetivado na conclusão de curso, foi realizada uma pesquisa em que, aplicou-se o método de pesquisa qualitativa com caráter exploratório e de compreensão do tema abordado, sendo este com o intuito de compreender para maior entendimento da Sustentabilidade nos critérios de Governança Corporativa. Este trabalho realizou-se em três etapas, na primeira fase houve uma busca de material bibliográfico e documental, através de artigos que trouxessem algum conhecimento ou base fundamental e que fosse atual, em função das mudanças de legislação, referentes à instituição da Governança Corporativa como prática para as grandes empresas e de acordo com a instituição da internacionalização da Contabilidade.

Nesse período inicial, ocorreram algumas frustrações relacionadas a bibliografia de modo “físico” pois, só foi disponibilizado e estando atualizado 1 (um) livro de Pinheiro 2014.

As buscas persistiram e onde obtive algum retorno foi através das pesquisas online, ambiente virtual no qual pude obter mais material que abordava a aplicação da Governança Corporativa relacionando-a com as práticas contábeis. Depois a pesquisa dirigiu-se para a execução em função da aplicabilidade da Sustentabilidade, de como as empresas agiram em virtude dessa obrigação, buscando não somente o equilíbrio, eficiência, eficácia, mas também a reversão com a sociedade e o meio ambiente.

Na segunda etapa, procurou-se apontar alguma empresa brasileira desse nível e que pudesse mostrar dados que fossem adequados aos propósitos questionados na execução da pesquisa, chegando-se a Natura, empresa de produtos de higiene e cosméticos presente no mercado desde 1969, que em maio de 2004 abriu capital na BM&F BOVESPA se adequando às práticas da contabilidade internacional juntamente com a governança, sendo classificada como empresa no nível de Novo Mercado, em 2006 encerrou a pesquisa com animais, em 2007 lançou o programa carbono Neutro onde se comprometeu com a redução de emissão de carbono em toda a sua cadeia produtiva, objetivo este que foi alcançado e expresso numericamente em 2013.

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM), também teve influência na adequação da Natura no patamar de Novo Mercado, pois ela é responsável por medir o nível de Mercado de Capitais e sua força, para saber como se dava essa atividade no país.

Foi na observação dos dados apresentados pelo Relatório Anual de 2015 da empresa que, verificou-se as suas atitudes, metas, programas em execução, mostrando a sua preocupação com o ambiente em que se desenvolve suas atividades, a comunidade ao redor e visando não só o “bem-estar” local e sim global. E suas observações vão além do que se vê hoje, pois continua a fazer estudos, propor metas para produções e programas futuros, procurando disseminar as suas atividades e aplicabilidades para as gerações seguintes.

Na terceira e última etapa, foi feita a análise dos dados apresentados pela empresa, selecionando o que se adequava com o tema proposto, analisando os questionamentos e responde-los da melhor maneira, para que sejam esclarecedores, quanto ao que trata a governança e a sua ligação com contabilidade e sustentabilidade.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS DA PESQUISA

A Natura foi inserida no Novo Mercado em 2004 mediante sua ascensão no ramo de produtos de higiene e cosméticos, políticas e ações adotadas que visam principalmente crescimento econômico à promoção do bem-estar social e ambiental, e por esse compromisso recebeu o certificado B Corp, significando para a empresa o fortalecimento do compromisso com a sustentabilidade, permitindo sua ocupação de destaque no mercado. O movimento B Corp teve início em 2006, nos Estados Unidos. Esta organização sem fins lucrativos tem a finalidade de reunir empresas certas de que é possível ter desenvolvimento socioambiental, além do econômico por meio de produtos, práticas e lucros.

Dentre as ações realizadas pela Natura, está o compromisso com a “Visão de Sustentabilidade 2050” em que, buscando criar valor para a sociedade como um todo, busca-se reduções significativas de emissão de gases do efeito estufa, seguindo novos modelos na relação com as comunidades agroextrativistas que, produzem e comercializam a matéria-prima da maioria dos produtos da Natura, remunerando-as da maneira mais justa pelos seus serviços e de fonte de recursos da biodiversidade. É nessa visão que estão inseridas as diretrizes em relação aos gases do efeito estufa, em que a Natura garante o compromisso em continuar a busca pela redução das emissões de gases do efeito estufa em sua cadeia de valor.

No material “Pense Impacto Positivo – Visão de sustentabilidade 2050” a Natura diz que deve-se promover o bem social, ambiental, econômico e cultural, indo além de reduzir e neutralizar os impactos negativos gerados por essas atividades. A Visão de Sustentabilidade da Natura se divide em três áreas/pilares: **Marcas e Produtos, Nossa Rede e Gestão e Organização.**

4.1 Análise do Relatório Pense Impacto Positivo – Visão de Sustentabilidade 2050

Marcas - a empresa busca a inovação, agregados às suas marcas e submarcas, estimulando um consumo sustentável, de modo a buscar o estilo antigo e pioneiro, inovando a partir de tecnologias sustentáveis. A empresa atua por meio de um modelo de produção e distribuição ecoefetivos (princípio que define a reutilização de todos os tipos de materiais) e que é seguido pela Natura, tendo foco no desenvolvimento local e na geração de menos impacto socioambiental na sua cadeia de valor.

A marca ao agregar valor também através de suas submarcas, estimulam valores e comportamentos necessários à construção de um mundo mais sustentável. Quando lançou a linha Ekos, que buscava a valorização da sociobiodiversidade (evolução do termo biodiversidade, e que traduz a atuação da empresa com seus fornecedores, os extrativistas e pequenos produtores), a submarca buscava apoiar uma economia baseada na conservação da biodiversidade. Com a submarca SOU em 2013, através do consumo

consciente, buscando reduzir o uso de materiais e recursos, para que fosse gerado o mínimo impacto no ambiente.

De acordo com as Diretrizes 2050, todas as marcas contribuirão de forma estética, técnica e ética para a construção dos atributos que expressam a identidade da empresa e os qualifiquem de maneira diferenciada. Essas marcas também concretizarão, por meio de seus produtos e modelos de negócios, seus respectivos temas materiais (que são aqueles que podem ser considerados importantes pois refletem os impactos econômicos, ambientais e sociais da organização e sua dependência, considerando o interesse tanto interno quanto externo da empresa), contribuindo para a construção de sua Visão de Sustentabilidade.

Produtos - As diretrizes 2050 abordam que estes serão desenvolvidos baseados na aplicação dos princípios de ecodesign, abordagem de desenvolvimento de produtos com o objetivo de minimizar impactos ambientais gerados ao longo do ciclo de vida e ecoefetividade, princípio que defende a reutilização de materiais consumidos na fabricação em toda a cadeia de valor. A escolha de suas matérias-primas, utilizadas no desenvolvimento tanto das fórmulas quanto das embalagens, considerando além de sua funcionalidade e segurança no uso, que estes materiais retornem à biosfera de forma segura.

A origem de tais matérias-primas será proveniente de cadeias de abastecimento, sendo rastreadas para verificação socioambiental. Os resíduos gerados deverão ser reutilizados em seu próprio processo produtivo, ou se tornarão insumos para outro ciclo industrial ou natural. De acordo com as diretrizes propostas pela Natura para 2050 para as formulações, a empresa traz que estas serão desenvolvidas de forma mais otimizada e concentrada, utilizando o menor número de ingredientes. Estas formulações serão referência em tecnologias vegetais obtidas de forma sustentável. A Natura ainda assume ambições e compromissos para o ano de 2020, onde garante que 30% de seus insumos consumidos pela Natura no Brasil, em valor, serão provenientes da região Pan Amazônica, território que inclui Amazônia Legal Brasileira que, engloba áreas dos estados de Rondônia, Acre, Amazonas, Amapá, Pará, Roraima, Tocantins, Mato Grosso e oeste do Maranhão.

Insumos - A Natura realiza o uso de insumos vegetais na formulação de seus produtos e adotou políticas de redução do uso de materiais em suas embalagens em 1983, com a incorporação dos refis e a partir daí tem estendido para o seu mix de produtos, assim como fez em 2014 para a linha Ekos, onde o refil do perfume com frasco é 100% reciclado, reduzindo a emissão de gases do efeito estufa e antes disso, em 2007 iniciou o uso de plástico reciclado e em 2010 substituiu materiais necessários na fabricação das embalagens, neste caso o polietileno convencional por polietileno verde, ou seja, de origem de cana-de-açúcar, deixando as embalagens mais sustentáveis.

Gases do efeito estufa - Dentre as reduções já realizadas pela Natura, vale destacar o tratamento que é dado aos gases do efeito estufa, em que traçadas as diretrizes 2050, onde continuam a perseguir reduções significativas das emissões dos gases em toda a sua cadeia de valor e as emissões que, não puderem ser evitadas, serão compensadas através da compra de créditos de carbono, e se compromete em buscar tecnologias e modelos de produção que contribuam na redução de emissão desses gases.

Energia - Seguindo as metas, a energia também não deixa de ser um item importante, pois está ligada em toda a cadeia, do funcionamento da empresa, sua manutenção à produção dos produtos. Seguindo as metas estabelecidas, ela se compromete em buscar aprimorar cada vez mais a utilizar fontes de energia renovável, reduzindo o consumo da mesma.

Resíduos - Para os resíduos, as metas para 2050, visam a redução gradativa para a geração de resíduos em toda a cadeia de produção, pretendendo através de planejamento logístico ecoeficiente, ser rejeito zero e trabalhará para a geração de impacto positivo em resíduos onde a coleta e destinação para reciclagem, uma quantidade de material pós-consumo, material transformado a partir de resíduo gerado após o consumo, em maior quantidade gerada pelas embalagens de seus produtos.

Água - A água também está entre as metas para redução, na política das diretrizes 2050, onde buscará a diminuição relativa do consumo e da poluição em toda a cadeia de valor. Em uma de suas plantas, com sede em Cajamar, no estado de São Paulo, desde o início de suas atividades em 2000, a empresa implementou tecnologias inovadoras, e a partir daí, gradativamente tem aumentado a qualidade e quantidade da água reutilizada com sistemas mais eficientes de tratamento.

Comunidades e entornos - Já no Ecoparque, projeto da Natura, localizado em Benevides no estado do Pará que, é um dos seus fornecedores de matéria-prima, a mesma conta com jardins filtrantes, tecnologia natural para o tratamento da água que é reutilizada e que não utiliza produtos químicos, é com base no uso de plantas cujas raízes possuem bactérias que decompõem os poluentes, melhorando e elevando a qualidade da água. A Natura também se utiliza de uma metodologia que, aplicada desde 2015, permite medir a ecotoxicidade, ou seja, os efeitos que seus produtos lançados no meio ambiente podem causar aos organismos vivos.

A preocupação da Natura vai além de sua produção, e como o proposto a ser estudado e abordado neste trabalho, estende-se às comunidades agroextrativistas, cooperativas de reciclagem e do entorno de suas operações, empresas em outros setores, criando uma ampla rede com o objetivo de promover novos modelos de desenvolvimento pautados pela qualidade das relações e pela construção colaborativa. A sua atuação com as comunidades extrativistas e de agricultores familiares, bem como com as cooperativas de reciclagem, buscará desenvolver gestores e lideranças e a estruturação das cadeias produtivas por meio de um modelo de um modelo de desenvolvimento socioeconômico baseado no comércio justo e incluso, comércio este que é uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito que, busca maior igualdade no comércio internacional. Ele constituiu para o desenvolvimento sustentável ao oferecer melhores condições comerciais e assegurar os direitos de produtores e trabalhadores marginalizados.

Com relação às comunidades do entorno de suas principais operações e aos territórios sustentáveis da Amazônia, sua contribuição será para a promoção do desenvolvimento local, fundamentalmente por meio de fortalecimento de lideranças, fortalecimento de instituições se sociedade civil e do poder público, construção conjunta de ações coletivas, apoio ao desenvolvimento e implementação de políticas públicas. A Natura já realizou desenvolvimento das comunidades agroextrativistas, onde além de adquirir insumos vegetais e repartir os benefícios por acesso ao patrimônio genético e ao conhecimento tradicional, o modelo de negócios baseado no uso de produtos e serviços da sociobiodiversidade, também estimula o desenvolvimento social das comunidades agroextrativistas com as quais fazem negócios.

No relacionamento com as comunidades do entorno, há participação efetiva e o foco de investimentos da Natura no desenvolvimento local, se dão por prioridade, mas comunidades de Cajamar no estado de São Paulo, São Paulo na região da Subprefeitura da Lapa e Benevides no estado do Pará, onde a sua presença é significativa no contexto local. Em Cajamar, onde a Natura acumula maior tempo de relacionamento, a mesma apoia iniciativas como o processo da Agenda 21 local, a construção participativa do

Plano Diretor, a elaboração do plano de manejo do Parque Municipal e a construção da avaliação de aprendizagem da rede municipal de educação.

4.2 Análise do Relatório Anual – A medida da sustentabilidade

Mais uma vez a Natura, através de seus processos de produção vem por meio do Relatório Anual de 2015 relatar a sua preocupação com o meio, onde ao mapear o ambiente externo ao longo de sua cadeia de valor, dando um grande passo em direção à construção do novo capitalismo, abordando que nos últimos 50 anos, o desgaste dos ecossistemas ocorreu de maneira mais rápida em relação a qualquer outro período relatado. O consumo de recursos pelos humanos, gerou avanços incontestáveis na nossa prosperidade, mas, em função disto há um preço alto a se pagar, mediante as consequências que já são sentidas pelos humanos e as que ainda virão, tendo como exemplos as concentrações dos gases do efeito estufa que, estão atingindo níveis nocivos e mais que perigosos, elevando até o final do século a temperatura média global, entre 4°C e 6°C, algo preocupante e que pode ser catastrófico para os seres vivos caso continue a aumentar.

Diante dessa e outras situações, a Natura traz que as empresas têm um papel fundamental, sendo o de reduzir a degradação ambiental, causada por suas atividades e que contribuam de modo a conter a ameaça às condições de vida na Terra. Para planejar essa redução de forma efetiva, as corporações precisam encontrar formas de considerar o capital natural nos seus negócios em toda a sua cadeia e, tendo números confiáveis à disposição, se torna mais fácil reduzir os impactos negativos e elevar os positivos, melhorando e buscando materiais e processos produtivos novos.

Ao dar destaque a estas questões, hoje as empresas tornam-se capazes de medir o que acontece com o ambiente e criar um elo de transparência com o público que utiliza tais informações, principalmente os investidores que podem tomar decisões, levando em conta os riscos ambientais que as empresas apresentam, já os clientes tem a possibilidade de selecionar os produtos e serviços que tem como base o ambiente sustentável. Com isso, o valor dos impactos cria a possibilidade de mudanças quanto as preferências de seus consumidores atraindo também investidores para as organizações que estejam empenhadas em construir um novo capitalismo sendo mais responsável e sustentável.

Em 2015, a Natura se empenhou em mensurar seus impactos na esfera ambiental onde, há algum tempo adotou o álcool orgânico em toda a produção, produto este que presente na fabricação de itens de perfumaria, tornando mais vegetal as suas fórmulas substituindo as fontes de origem fóssil por fontes renováveis, sendo que a Natura tem 83% de suas fontes assim definidas. Por ser uma empresa Carbono Neutro, compensando todas as emissões e considerando não apenas seus processos próprios, mas também, o da sua cadeia produtiva, onde tal compensação se dá por meio da compra de créditos de carbono, investimento em projetos de reflorestamento, tratamento de resíduos e de substituição de combustíveis fósseis por fontes renováveis ou mais eficientes. Mesmo com estas atitudes, a Natura tem a ambição de reduzir em 33% a emissão de carbono, que se deu a partir de 2012.

Diante de tais fatos, a Natura uniu-se a um movimento que, acredita que as empresas devem ir além de reduzir a suavizar impactos, elas precisam torna-se agentes que melhorem o ambiente e a sociedade a sua volta. Tal união tem por objetivo desenvolver um protocolo de valoração de impactos ambientais positivos e negativos, o Natural Capital Protocolé e que junto com as empresas participantes como Kering, Roche, Nestlé, Shell e Holcim em que buscam expandir o conceito de responsabilidade

corporativa para além de ganhos financeiros, incluindo contribuições tanto negativas quanto positivas para a economia, o meio ambiente e a sociedade, e a Natura reforça que não quer que esse conhecimento fique restrito ao seu comércio, deseja discutir com outras empresas.

Um dos desafios considerados é a gestão dos resíduos em contexto local, em que não há dados precisos sobre a destinação final de embalagens e produtos e que tem impacto nos recursos hídricos. De acordo com o balanço do impacto social, os benefícios e os impactos que os seus negócios geram para o desenvolvimento social das comunidades, o incentivo ao emprego e ao empreendedorismo são os aspectos que a Natura pretende explorar futuramente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo mostrar que, com as novas práticas e a internacionalização contábil, tomando como exemplo a Natura, empresa de produtos de higiene e cosméticos, políticas e ações adotadas que visam principalmente crescimento econômico à promoção do bem-estar social e ambiental, as grandes empresas ao serem classificadas nos níveis de Governança Corporativa se comportam em relação ao quesito Sustentabilidade pois, hoje não são só os números ou demonstrações contábeis que são levadas em conta, mas também, o ser sustentável e como tais práticas são executadas.

Diante da pesquisa realizada, foi visto que a Natura pratica a Sustentabilidade com o compromisso de melhorar com o passar do tempo as suas atitudes em toda a sua cadeia de valor, desenvolvendo a ação “Visão de Sustentabilidade 2050” em que tem como objetivo criar valor para a sociedade como um todo, com a perspectiva da redução significativa de emissão dos gases do efeito estufa, manter uma relação com as comunidades agroextrativistas que, são produtoras das suas principais matérias-primas, melhorando suas condições e remunerando-as de forma justa pelos seus serviços.

A empresa, nas diretrizes traçadas na “Visão de Sustentabilidade 2050” expõe que, a emissão de gases causadores do efeito estufa quando não puderem ser evitadas, serão compensadas através da compra de créditos de carbono, e o seu comprometimento em buscar novas tecnologias e modelos de produção que contribuam com a redução na emissão desses gases. Há também preocupação com a redução na geração de resíduos em toda a cadeia de produção onde, a Natura através de planejamento logístico eficiente pretende chegar a meta de ser rejeito zero, prometendo que trabalhará para que a coleta e destinação dos seus resíduos seja voltada para a reutilização, como insumo na fabricação de outros produtos.

Em 2015 a Natura se empenhou mais uma vez em diminuir os impactos ambientais onde, na fabricação dos seus itens de perfumaria, com o objetivo de torná-los mais natural e vegetal possível as suas fórmulas, passou a usar álcool orgânico, substituindo assim as fontes de origem fóssil por fontes renováveis, tendo assim 83% de suas fontes assim definidas. Mesmo assim, ainda com estas atitudes ela tem a ambição de reduzir a emissão de carbono em 33%, compromisso este que vem sendo medido desde 2012.

Outra atitude da mesma é que, depois de realizados os estudos voltados para a diminuição da degradação do ambiente, as outras empresas tomassem conhecimento já que, elas precisam tornar-se agentes que melhorem o ambiente e a sociedade a sua volta e, em função disso a Natura uniu-se ao movimento chamado Natural Capital Protocolé juntamente com empresas como Kering, Roche, Nestlé, Shell e Holcim e que buscam expandir o conceito de responsabilidade corporativa para além dos ganhos financeiros,

incluindo contribuições negativas e positivas para a economia, o meio ambiente e a sociedade.

REFERÊNCIAS

A MEDIDA DA SUSTENTABILIDADE - **RELATÓRIO ANUAL 2015**. Disponível em: <http://www.natura.com.br/relatorio-anual/2015/nossos-processos/a-medida-da-sustentabilidade>. Acesso em: 18 de maio de 2016 às 14:00 horas.

A NATURA - **Sustentabilidade**. Disponível em: <http://www.natura.com.br/e/sustentabilidade>. Acesso em: 18 de fevereiro de 2016 às 11:00 horas.

ANDRADE, Jaqueline Aparecida Batista de. A Contabilidade como ferramenta de apoio à Governança Corporativa. **ABRACICON – ACADEMIA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**. n.14, nov. /dez. 2015/jan. /2016, p. 18-19.

BARROS, Lucas Ayres B. de C., FAMÁ, Rubens, SILVEIRA, Alexandre de Micelli da. **Estrutura de Governança Corporativa e o Valor das Companhias Abertas Brasileiras** – São Paulo: USP, 2003. Disponível em: <http://www.biblioteca.digital.fgv.br/oJs/index.php/real/article/viewArticle/37423>. Acesso em: 05 de outubro de 2015 às 11:38 horas.

CARVALHO, Antônio Gleidson de. **Governança no Brasil em perspectiva**, Revista de Administração da Universidade de São Paulo. 37ª Ed., 2002. Disponível em: <http://www.rausp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=1063>. Acesso em: 5 de outubro de 2015 às 11:48 horas.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, p. 30-44, 2000.

NOVO VALOR – **Sustentabilidade nas Empresas: Como Começar, quem envolve e o que priorizar**. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/novo-valor/pt-br/index-asp>. Acesso em: 5 de outubro de 2015 às 13:10 horas.

PINHEIRO, Juliano Lima. **Mercado de Capitais Fundamentos e Técnicas**. 7ª Ed. São Paulo: Atlas, p. 347–354, 2014.

ROUSSON, Luciano; SILVA, Clóvis L. Machado da. **Institucionalismo Organizacional e Práticas de Governança Corporativa**. RAC, Curitiba. Edição Especial, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/vt4nspe/a08v14ns.pdf>. Acesso em: 5 de outubro de 2015 às 11:59.

SOBRE A NATURA - **HISTÓRIA**. Disponível em: <http://www.natura.com.br/a-natura/sobre-a-natura/historia>. Acesso em: 9 de março de 2016 às 14:00 horas.

SOMOS B CORP NATURA - **SOMOS B CORP**. Disponível em: http://www.natura.com.br/www/a_natura/sustentabilidade/natura-b-corp/. Acesso em: 9 de março de 2016 às 14:45.

VISÃO DE SUSTENTABILIDADE 2050 – **PENSE IMPACTO POSITIVO**. Disponível em: http://www.natura.com.br/sites/default/files/static/sustentabilidade%20natura/visao%20sustentabilidade_2050_resultados%202014.pdf?utm_source=site_cf&utm_medium=widget&utm_campaign=sustentabilidade. Acesso em: 16 de maio de 2016 às 10:00 horas.