

UNifeob

**PROJETO
INTEGRADO**

2019

ESCOLA DE

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTERDISCIPLINAR

CONTROLADORIA

NATURA COMÉSTICOS S.A.

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO 2019

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTERDISCIPLINAR

CONTROLADORIA

NATURA COMÉSTICOS S.A.

MODULO DE CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

Compliance e Normas Internacionais – Prof. Júlio César Teixeira

Controladoria – Prof. Marcelo de Castro Cicconi

Contabilidade Gerencial – Prof. Max Streicher Vallim

Análise das Demonstrações Contábeis – Prof. Antônio Donizeti Fortes

Gestão Estratégica de Custos – Prof. Luiz Fernando Pancine

Alunos:

Alessandra Moura Sanches, RA 17000426

Aline Pinheiro Simões Lopes, RA 17000231

Bruna Avansi Picolo RA 17000366

Giovana Macena Cardoso, RA 17000146

João Paulo de P. Campos, RA 17000867

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO 2019

INTRODUÇÃO

A Natura Cosméticos S.A fundada em 1969 na cidade de São Paulo por Luiz Seabra que se tornaria a maior multinacional brasileira tendo como atividade principal a fabricação e venda de cosméticos para atender todos que desejam sempre estar bem consigo mesmo, através de produtos de alta qualidade e satisfação para seu cliente.

Ela possui um portfólio muito amplo e completo de produtos para todos os gostos e pessoas, seus produtos se destacam por serem orgânicos e naturais com pouca introdução de química, fazendo que seus produtos se destaquem em meio aos demais concorrentes, tais produtos como para tratamento de pele, rosto, corpo, sabonetes, barba, cabelo, desodorantes, óleos corporais, maquiagem, perfumaria em geral, proteção solar e variados produtos infantis.

Possuindo 47 lojas próprias no país, só na cidade de São Paulo são 11 lojas. A empresa contém diversas fragrâncias exclusivas com ingredientes que compõem a biodiversidade brasileira, álcool orgânico e vidro reciclado, usando tecnologia a seu serviço do cliente. Realizando a abertura de seu capital na bolsa de valores em 2004, em 2009 ela atingiu 1 milhão de consultoras.

Atualmente a empresa possui um Ativo Total de R\$ 16.535.378 milhões, com um patrimônio líquido de R\$2.699.139 milhões, atingindo uma grande marca de 1.7 milhões de consultoras no Brasil, e também em toda América Argentina, Chile, Colômbia, México e Peru.

GOVERNANCIA CORPORATIVA

É o conjunto de mecanismos criados para garantir que os acionistas tenham melhor retorno sobre seu investimento, sendo também conjunto de princípios de conceitos que buscam defender os acionistas dos potenciais abusos que podem ser cometidos seja pela diretoria, pelos executivos, conselheiros e até mesmo pelas auditorias externas.

Nem sempre os interesses dos gestores (diretores, executivos e conselheiros) estão alinhados com os interesses dos proprietários da empresa (os acionistas). Sendo ele chamado de Conflito de Agência e é justamente este conflito que a governança corporativa busca resolver por meio de um conjunto de mecanismo que juntam incentivos e monitoramento aos gestores.

É importante pois ela não só contribui para a empresa que passa a ter uma gestão mais profissional, focados e resultados, mas também aos acionistas que reduzem o risco de:

- Abusos de poder (do acionista controlador sob minoritários, da diretoria sobre o acionista e dos administradores sobre terceiros).
- Erros estratégicos (resultado de muito poder concentrado no executivo principal).
- Fraudes (uso de informação privilegiado em benefício próprio, atuação em conflitos internos).

COMPLIANCE

É o dever de estar em conformidade com atos, normas e leis, para seu efetivo cumprimento.

Sendo um sistema de controle interno que permite esclarecer e proporcionar maior segurança aqueles que utilizam a contabilidade e suas demonstrações financeiras para análise econômico-financeira.

COMPLIANCE NATURA

A Natura tem como valor ético a construção de uma sociedade mais justa, igualitária, participativa e democrática, que valoriza características como honestidade, integridade e transparência em todas as suas atividades e negócios, incluindo as relações com o governo.

Para garantir que essa conduta se cumpra sem exceção em toda a cadeia, e que esses comportamentos estejam assimilados e realizados por todos os colaboradores ou aqueles que representam a Natura, temos processos robustos de Compliance que acompanham o cumprimento do Código de Conduta e da Lei anticorrupção (lei 12846/2013).

A Natura é reconhecida por sua transparência e ética. Em 2016 e 2017, recebeu o selo de pré-ética do Ministério da Transparência e Controladoria Geral da União e por mais de 5 anos foi eleito a empresa mais ética na categoria Saúde e Beleza pelo instituto Ethisphere, sendo o último reconhecimento em 2018. Para que isso se mantenha, todos os colaboradores devem ter segurança sobre o que podem ou não fazer e denunciar práticas que não estejam em conformidades com os pilares e normas da companhia.

Todavia ela pode seguir quaisquer um dos três seguimentos abaixo:

NOVO MERCADO

É um segmento da B3 que reúne as ações das empresas abertas com os melhores níveis de governança corporativa do mercado. Logo, se trata de uma listagem onde são negociadas as empresas que adotam de forma voluntária, políticas de governança e disclosure muito acima do que a legislação exige, ou seja, podendo dizer o Novo Mercado representa as ações que oferecem mais transferências e direitos para seus investidores. Por isso, além dos outros benefícios, essas medidas beneficiam a imagem da empresa junto ao mercado.

NÍVEL 1 BASICO

As companhias Nível I se comprometem, principalmente, com melhorias na prestação de informações ao mercado e com a dispersão acionária. Segundo o IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa) as principais práticas incluem a manutenção em circulação de uma parcela mínima de ações (representando 25% do

capital), a realização de ofertas públicas de ações para uma dispersão do capital e a melhoria nas divulgações de informações trimestrais.

NÍVEL 2

Para a classificação no Nível 2, a empresa precisa atender as exigências do Nível 1 e, além disso, adotar outras práticas de governança e de direitos adicionais para os acionistas minoritários.

Os critérios incluem mandato unificado de um ano para todo o Conselho de Administração; a disponibilização de balanço anual seguindo as normas de contabilidade internacional, com US GAAP ou do IASB; e a extensão para os acionistas de ações ordinárias das mesmas condições obtidas pelos controladores quando da venda do controle da companhia. Para os detentores de ações preferenciais, os direitos são de no mínimo 70% deste valor. Incluem o direito de voto às ações preferenciais em algumas matérias; a obrigatoriedade de realizar oferta de compra das ações em circulação nas hipóteses de fechamento do capital; e adesão à Câmara de Arbitragem para resolução de conflitos societários.

De acordo com nossa pesquisa, podemos dizer que a Natura se encaixa no segmento do Novo Mercado.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO NATURA

O conselho de administração nada mais é que um grupo de membros eleitos ou designados, que juntamente supervisiona as atividades de uma organização, sendo uma placa de atividades determinada pelos poderes, deveres e responsabilidades delegadas a ele ou a ele conferidas por uma autoridade externa.

O comitê de administração da Natura é composto pelo seu conselho fiscal e administrativo além do Presidente e de dois Co Presidentes e além desses membros possuem mais 6 membros do Conselho que são independentes da empresa.

O comitê de administração da Natura possui 5 pilares para melhor desenvolvimento da companhia, sendo eles; Comitê de Auditoria, Gestão de Riscos e de

Finanças; Comitê de Pessoas e Desenvolvimento Organizacional; Comitê estratégico; Comitê de Governança Corporativa e Comitê Operacional do Grupo.

Membros do Conselho: Antônio Luiz da Cunha Seabra(Co Presidente), Carla Schmitzberger (membro independente), Guilherme Peirão Leal(Co Presidente), Gilberto Mifano (Membro independente), Pedro Luiz Barreiros Passos (Co Presidente), Fábio Colletti Barbosa (Membro Independente), Roberto de Oliveira Marques (Presidente Executivo Do Conselho de Administração), Silvia Freire Dente da Silva Dias Lagnado (membro independente), Jessica Dilullo Herrin (Membro independente) Ian Martin Bickley (membro independente).

CONSELHO DE AUDITORIA

O Comitê de Auditoria, gestão de riscos e finanças tem como missão fiscalizar as auditorias que são realizadas internamente e externamente na empresa, também tem como objetivo analisar as políticas financeiras que são adotadas na empresa visando o perfil de risco no negócio:

Membros: Gilberto Mifano (Presidente), Roberto de Oliveira Marques (membro), Fábio Coletti Barbosa (membro), Lavínia Moraes de Almeida Nogueira Junqueira (Consultor) Jorge Roberto Manoel (Consultor), Moacir Salzstein (secretário)

CONSELHO GOVERNANCIA CORPORATIVA

Esse conselho é responsável pelo monitoramento e a funcionalidade de todo o sistema de governança corporativa da companhia para que possa ser adotada as melhores práticas de evolução empresarial sendo elas nacionais e internacionais, sempre que a empresa possa crescer e expandir ainda mais.

Membros: Guilherme Peirão Leal (presidente), Antônio Luiz da Cunha Seabra (membro), Pedro Luiz Barreiros Passos (membro), Roberto marques de Oliveira (membro), Moacir Salzstein (secretario)

ANTICORRUPÇÃO NA NATURA

Em janeiro de 2014, entrou em vigor a chamada Lei Anticorrupção (Lei 12.846/2013). Desde então, empresas envolvidas em atos de corrupção contra a administração pública — seja nacional ou estrangeira — podem ser alvos de processos civis e administrativos. As multas giram em torno de 0,1% a 20% do faturamento anual bruto e, em alguns casos, a Justiça pode determinar o fechamento da companhia. A Natura enxerga a aprovação dessa lei como uma evolução significativa para as questões de ética e integridade no País.

Em 2000, a Natura foi uma das primeiras empresas a aderir ao Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção. Ele foi elaborado pelo Instituto Ethos em parceria com a Patri Relações Governamentais, o PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento), o UNODC (Escritório das Nações Unidas contra Drogas e Crime) e o Comitê Brasileiro do Pacto Global.

O Código de Conduta, implantado em 2013, é uma evolução dos nossos Princípios de Relacionamento lançados em 2006. Com ele, procuramos tratar com objetividade de temas ligados ao nosso cotidiano de relações. Hoje, já estão disponíveis as versões para nossos Colaboradores, Fornecedores e Força de Vendas, no Brasil e Operações Internacionais.

A Lei Anticorrupção reforçou a importância do tema e serviu como estímulo para que o compliance fosse aprimorado, fortalecendo o compromisso com uma boa governança por meio da transparência, equidade e prestação de contas.

Código de Conduta nada mais é que um conjunto de regras para orientar e disciplinar a conduta de um determinado grupo de pessoas de acordo com os seus princípios, geralmente utilizados por empresas, organizações, classes profissionais ou grupos sociais.

PROTEÇÃO A LIVRE CONCORRÊNCIA

A Natura proíbe qualquer prática por parte de seus colaboradores, terceiros, fornecedores e prestadores de serviço de pagamento ou recebimento facilitado (suborno). O Código de Conduta e a Política de Integridade contra Corrupção e Suborno da Natura não permitem que colaboradores, terceiros, fornecedores e prestadores de serviço se

envolvam em qualquer atividade corrupta e, de forma direta ou indireta, ofereçam, prometam, forneçam ou autorizem qualquer pessoa a fornecer dinheiro ou qualquer coisa de valor a algum agente público ou a qualquer pessoa física ou jurídica com o propósito de obter ou acumular qualquer vantagem imprópria. Releia todos os detalhes do Código de Conduta e da Política de Integridade contra Corrupção e Suborno (PO-0053), mencionada no código de conduta.

A área de Compliance, em conjunto com Auditoria, Gestão de Riscos e Ouvidoria, é responsável por garantir a existência de um conjunto estruturado de processos e procedimentos que assegurem à Natura o cumprimento da Lei Anticorrupção (Lei nº 12.846/2013), Código de Conduta e gestão da política de integridade contra corrupção e suborno, além de fomentar a cultura de compliance dentro da companhia e garantir isonomia no tratamento de denúncias.

No dia a dia, Compliance deve ser acionado em todos os assuntos relacionados a conflitos de interesse, corrupção, suborno, risco de dano à imagem ou perda financeira relevante, vazamento de informações e envolvimento de agente público, Diretor, Vice Presidente, Presidente, membro do Comitê de Auditoria ou membro do Conselho de Administração em qualquer denúncia relacionada à Lei Anticorrupção ou ao Código de Conduta.

A empresa atua por meio de diálogo claro, transparente e apartidário, capaz de constituir relações positivas e nos posicionar como agentes que buscam transformar a sociedade brasileira e em conformidade com a legislação. A Ouvidoria é o canal oficial da Natura para registro e apuração dos casos de denúncia de descumprimento ao Código de Conduta, incluindo denúncias de fraude, suborno e corrupção. Toda manifestação recebida é tratada com confidencialidade e os manifestantes são protegidos contra represálias.

OFERTAS E BRINDES

A Natura presenteia a todos que estão fazendo da organização, as revendedoras recebem gratificação em forma produtos que estão em desenvolvimento ou que já sejam lançamentos, elas também recebem melhores condições de vendas além de vários brindes que são sempre contempladas, já o consumidor recebe sempre amostra grátis sobre os produtos natura para que possa efetuar as compras.

PATROCÍNIOS

Nossa atuação em apoios e patrocínios busca estimular a discussão de temas fundamentais para a construção do bem-estar-bem e da marca Natura, por meio de diretrizes que estimulam um melhor relacionamento entre indivíduos, sociedade e meio-ambiente.

A Natura faz suas escolhas orientadas pelas seguintes frentes de atuação:

- Projetos que valorizem a cultura e música brasileiras em toda sua diversidade e qualidade por meio do programa Natura Musical.
- Projetos que fomentem o cuidado e a valorização de espaços públicos e da convivência na cidade do Rio de Janeiro, por meio do programa Natura Cidades.
- Projetos que promovam a cidadania com iniciativas e ações sociais em benefício do desenvolvimento humano, a partir da plataforma colaborativa do Movimento Natura, e também o fomento à educação por meio do Instituto Natura, que promove projetos capazes de impactar positivamente a qualidade do ensino público no Brasil e na América Latina.
- Natura Campus, que apoia parcerias colaborativas para a ampliação e o desenvolvimento da ciência, da inovação e da tecnologia.

Além disso, a Natura apoia o Fortalecimento de Organizações da Sociedade Civil, por meio de parcerias de longo prazo com organizações que atuam em temas relevantes para nosso setor e modelo de negócio, ajudando a construir nossa visão de mundo.

COMERCIAL

O seu comercial é formado por 3 pilares, que fazem da empresa um exemplo de marketing e podem torna-la ainda maior, sendo eles: Sustentabilidade, pois ela foi eleita pela revista Exame em 2017 a empresa mais sustentável do ano; Relacionamento com o Cliente, ela tem consultores espalhados por todo o país fazendo com que o cliente compre de uma vizinha, parente ou uma amiga e não de um desconhecido, isso faz toda a diferença; Onipresença a empresa tem diversos pontos de compras, sendo eles, físico e virtual, para atender melhor seus clientes.

SALÁRIOS E BENEFÍCIOS E COMISSIONAMENTO

A Natura tem uma remuneração competitiva que possibilita a motivação de seus colaboradores e também atrai outros talentos.

Oferece várias vantagens por ser seu colaborador como: Plano de saúde e odontológico; Seguro de vida em grupo; Restaurante; Clube Natura – venda interna de produtos com desconto até 40% do valor da tabela de sugestões de preços; Transporte fretado e Berçário.

CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS

A Natura hoje contrata diretamente somente a parte de produção e administração, as revendedoras que queiram aderir a venda de produtos, hoje para ser revendedora da Natura a pessoa deve entrar no site e se cadastrar, a parte de entrega e feita da seguinte maneira, a natura produz e manda para distribuidores, e do distribuidor são terceirizados até as revendedoras que entregam para o consumidor final.

FUSÕES E AQUISIÇÕES

A Natura e a Avon estão fazendo uma fusão, um negócio de aproximadamente R\$ 40 bilhões, este acordo será concluído até o fim de 2020, com isso a nova empresa passará a ter uma expressiva marca de 6,3 milhões de consultoras.

Com essa aquisição da Avon vai permitir a Natura atender perfis de consumo diferentes dos que antes atingiam sua marca.

CANAL DE DENÚCIA

A Natura conta com a Ouvidoria desde 2006, e um canal aberto para receber e apurar casos de descumprimento ao Código de Conduta. Atua também como um canal de diálogo para receber consultas, críticas, elogios e sugestões, apoiando a evolução de nossos processos e relações.

A ouvidoria atende colaboradores, fornecedores e comunidades fornecedoras de todo o Brasil e Operações Internacionais, garantindo a confiabilidade dos manifestantes.

VISÃO, MISSÃO E VALORES

- I. Visão: A natura, por seu comportamento empresarial, pela qualidade das relações que estabelece e por seus produtos e serviços, será uma marca de expressão mundial, identificada com a comunidade das pessoas que se compromete com a construção de um mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro, com a natureza da qual fazem parte e com o todo.
- II. Missão: Nossa razão de ser é criar e comercializar produtos e serviços que promovam o Bem-Estar/Estar Bem. Bem-Estar e a relação harmoniosa, agradável, do indivíduo consigo mesmo, com seu corpo. Estar bem é a relação empática, bem-sucedida, prazerosa, do indivíduo com o outro, com a natureza da qual faz parte e com o todo.
- III. Valores: A vida é um cadeado de relações. Nada no universo existe por si só. Tudo é interdependente. Acreditamos que a percepção da importância das relações é o fundamental da grande revolução humana na valorização da paz da solidariedade e da vida em todas as suas manifestações. A busca permanente do aperfeiçoamento é o que promove o desenvolvimento dos indivíduos, das organizações e da sociedade. O compromisso com a verdade é o caminho para a qualidade das relações. Quanto maior a diversidade das partes, maior a riqueza e a vitalidade do todo.

MELHORIAS DA ESTRUTURA VISÃO E MISSÃO

- I. Tem como Visão utilizar somente produtos naturais, e utilizar as melhores formas de extração do ambiente para que degrade o mínimo possível da flora no local, pontando visando sempre a sustentabilidade e a reflorestação para que possa usufruir dos elementos naturais.
- II. A natura tem como missão inovar na criação de produtos para o Bem-Estar e o Estar Bem de todos que usufruem, visando sempre a satisfação em utilizar a Natura para se sentir melhor consigo mesmo.

ANÁLISE SWOT

- I. Ponto Forte: É uma empresa onde seus produtos percorrem em todo o território Brasileiro, tendo sempre produtos a pronta entrega e de qualidade garantida, trabalhando com produtos de seu próprio desenvolvimento, sempre visando o bem-estar e o estar bem, obtendo a satisfação do consumidor, utilizando sempre como matéria prima os produtos da vasta flora Brasileira.
- II. Ponto Fraco: Seu atendimento em muitas das vezes não são com a mesma qualidade em relação a loja física, onde as vendedoras não recebem treinamento de qualidade para melhor atender o cliente, mesmo sendo um ponto forte se não trabalhada corretamente a logística, logo alguns produtos ficam em falta para seus consumidores.
- III. Oportunidades: A natura visa sempre entregar o melhor produto possível para seu cliente, para melhor desenvolvimento dos mesmos não faz teste em animais, além de ser um setor em expansão devido a onda de preservação ambiental e da flora, ela sempre se preocupa em degradar o mínimo possível do meio ambiente.
- IV. Ameaças: Sua principal ameaça de mercado são as próprias empresas que atuam no mesmo nicho de mercado, outra ameaça a companhia é a pouca presença de lojas físicas no país, se levar em consideração ao seu principal concorrente, o Boticário, onde possui um número expressivo de lojas espalhadas por todo o Brasil, outro fator preocupante é que suas revendedoras não recebem treinamento devido para melhor atender o cliente e explicar as vantagens dos produtos da instituição.

INDICADORES

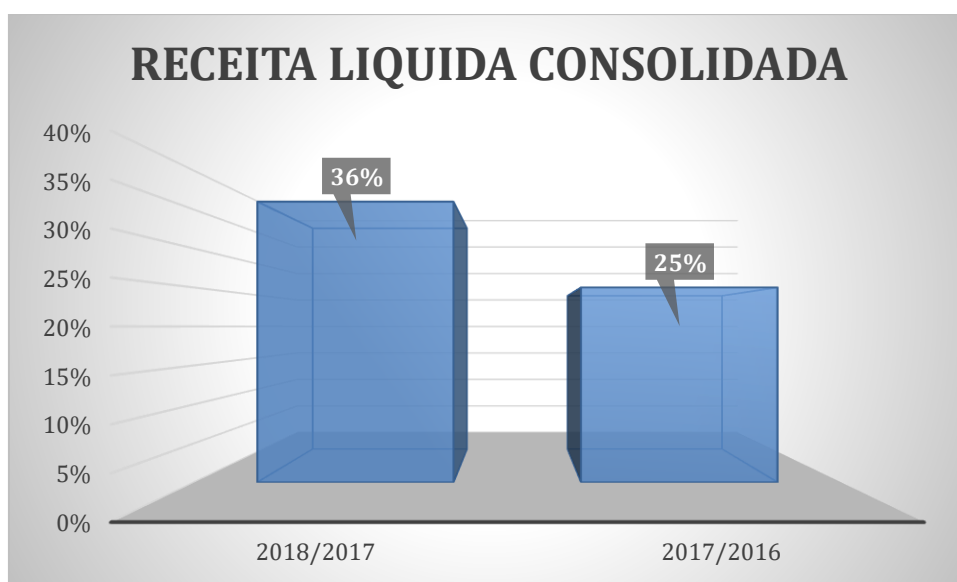
Os indicadores são de extrema importância para a NATURA, eles foram constituídos para implementar sua gestão estratégica, auxiliando na tomada de decisões, conseqüentemente contribui para a solução de problemas e análise de processos que necessitem de readequação. A seguir seguem alguns indicadores e suas análises:

✓ 1° INDICADOR

A NATURA acredita na inovação realizada de forma diária, por isso busca manter em seu portfólio sempre produtos novos e que atendam as diferentes necessidades de seus consumidores, para isso a empresa busca anualmente renovar os seus produtos possuindo uma meta de 30% do portfólio renovado, o que significa cerca de 220 produtos novos lançados anualmente.

Desta forma, de acordo com os relatórios divulgados pela Natura no ano de 2016 foram 255 novos produtos lançados, em 2017 foram 213 e em 2018 foram lançados 233, assim podemos perceber que apenas no ano de 2017 a empresa não alcançou a meta estipulada de 30% de novos produtos anualmente, enquanto nos dois outros anos a meta foi ultrapassada. Assim, com novos produtos no mercado a empresa estima aumentar sua receita.

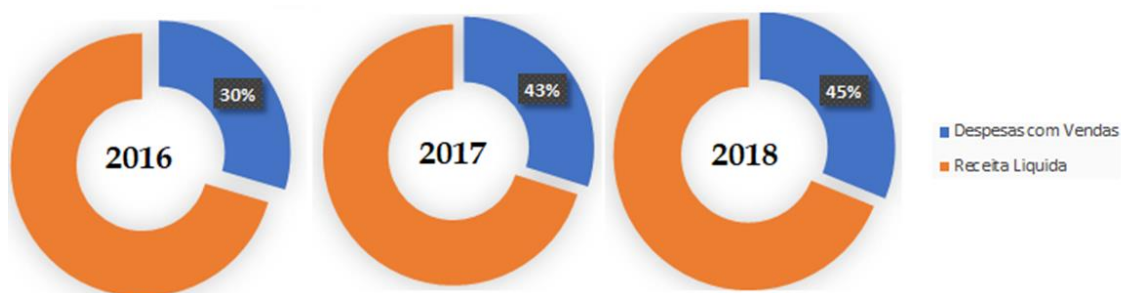
De acordo com os relatórios, no ano de 2016 o lucro permaneceu estável com relação ao ano de 2015, não havendo aumento significativo na receita consolidada. Já no ano de 2017, a natura teve um ano de recuperação econômica no comparativo com 2016, com um crescimento de aproximadamente 25% na receita total. Em 2018 a Natura deu continuidade a recuperação financeira em curso nos últimos anos, obtendo um crescimento na receita líquida de aproximadamente 36% com relação a 2017.



✓ 2º INDICADOR

As despesas com vendas da NATURA detêm uma grande parte da receita líquida, é possível visualizar no gráfico abaixo que em 2016 a empresa tinha 30% com despesas com vendas e essa porcentagem foi aumentando nos últimos anos, de 2016 a 2018 a empresa obteve um crescimento com despesas com vendas em torno de 15%.

% DESPESAS COM VENDAS ACUMULADOS | POR ANO

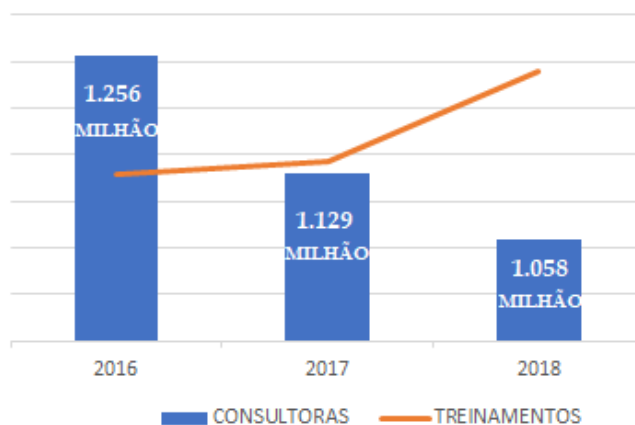


✓ 3º INDICADOR

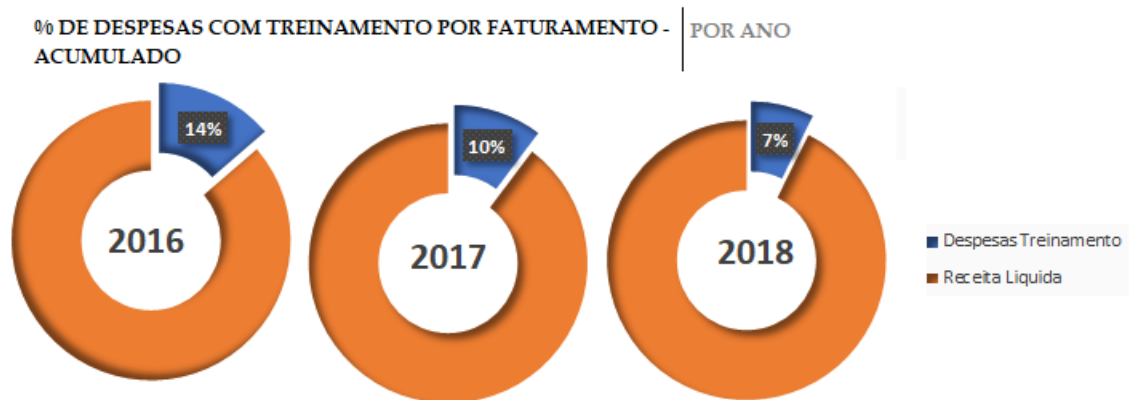
A Natura investe no modelo de venda por relações, para tanto desenvolveu estratégias de treinamento para as consultoras, apostando em programas de formação comportamental, além de manter o foco nos temas funcionais e conhecimento de produtos. Além disso lançou mais de 50 capacitações virtuais, disponibilizando cursos específicos para diferentes perfis de consultoras, como maquiadoras e perfumiers.

No gráfico abaixo é possível analisar o investimento em treinamentos contra a quantidade de consultoras existentes, visualiza-se que no ano de 2016 o número de treinamentos não atendia ao número total de consultoras, o custo unitário médio de treinamento neste ano por consultora era de R\$ 1,42. Enquanto isso, no ano de 2017 o número de consultoras foi reduzido e o investimento em treinamentos foi expandido, ao final houve um custo unitário médio por consultora de R\$ 1,70. Já no ano de 2018 o custo unitário de treinamento por consultora foi de R\$ 2,74 houve um investimento em capacitações mais elevado, no entanto, o número de consultoras reduziu em torno de 6,3% com relação ao ano anterior.

TREINAMENTOS A CONSULTORAS | POR ANO



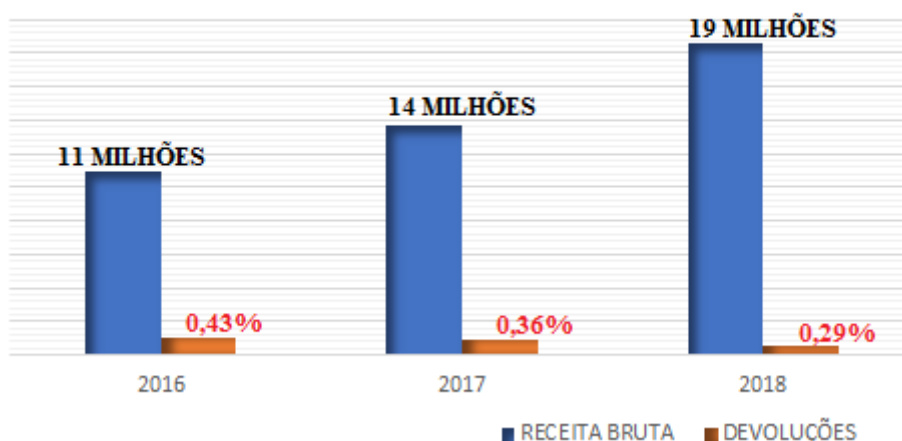
Ainda, no gráfico abaixo é possível analisar o quanto as despesas com treinamentos detêm da receita líquida, através desta análise fica nítido que apesar de no último ano a empresa ter aumentado o investimento em capacitações, o percentual investido caiu desde 2016, onde verifica-se que conforme a receita aumentou menor foi as despesas com treinamentos.



✓ 4º INDICADOR

A Natura tem obtido bons resultados em faturamento e tem se consolidado como uma das empresas pioneiras no ramo de beleza e perfumaria. No ano de 2017 ela obteve um faturamento anual de 25% superior ao do ano anterior, já o ano de 2018 ela se sobressaiu comparado ao ano de 2017, obtendo um faturamento de 35% a mais. Analisando as devoluções, em 2016 foram 0,43% dos produtos devolvidos, em 2017 foram 0,36% e no ano de 2018 foi de 0,29% nota-se que a porcentagem de devoluções sobre receita bruta diminui ao decorrer dos períodos, assim compreende-se que a NATURA buscou meios de neutralizar alguns pontos que levavam o consumidor a devolver a sua compra, fazendo então com que o número de devoluções retrocedesse nos últimos anos.

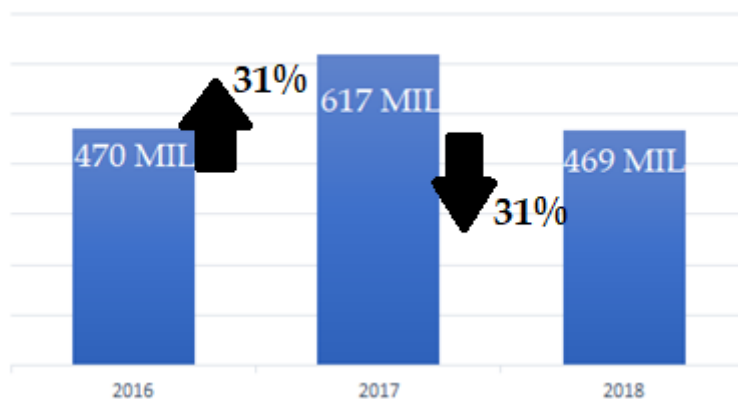
DEVOLUÇÕES | POR ANO



✓ 5º INDICADOR

Outro ponto que deve ser analisado pela Natura é em relação a geração de caixa, do ano de 2016 para 2017 houve um aumento de 31%, no entanto no ano de 2018 a geração de caixa não foi satisfatória e a empresa obteve uma queda de 31%.

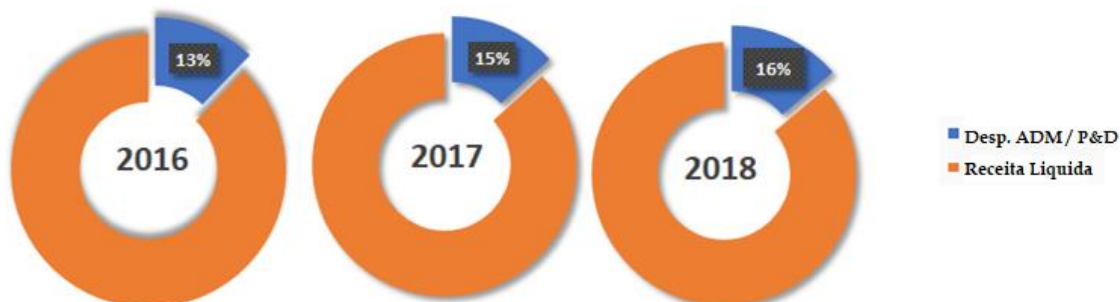
GERAÇÃO DE CAIXA | POR ANO



✓ 6º INDICADOR

Com relação as Despesas Administrativas e P&D, de 2016 a 2017 houve um aumento nestas despesas aos quais a empresa veem como consequência da execução do processo de reestruturação e preparação para um novo ciclo de expansões que ocorreu no período ao qual se estendeu até o ano seguinte de 2018.

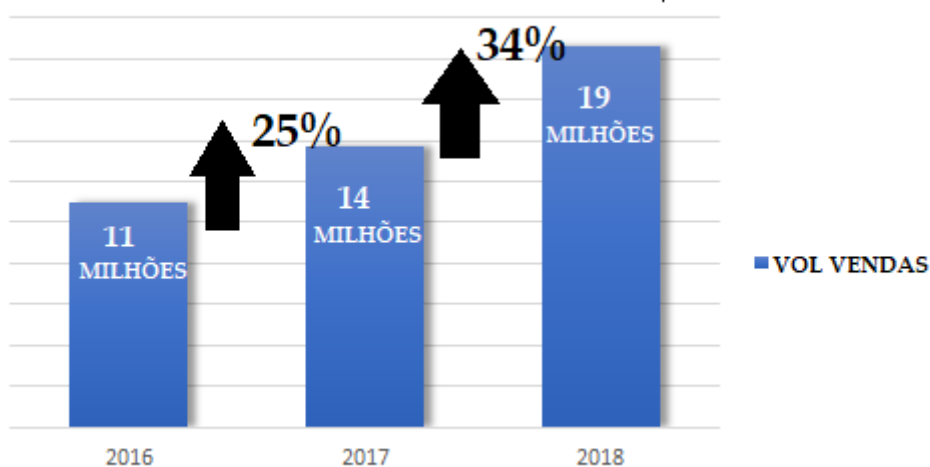
% DE DESPESAS ADMINISTRATIVAS E P&D POR FATURAMENTO | POR ANO



✓ 7º INDICADOR

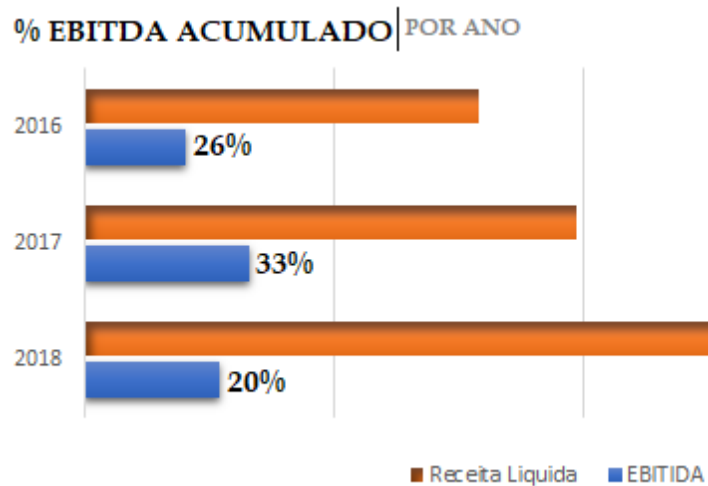
Em relação ao crescimento do volume de vendas, a partir do ano de 2017 houve um crescimento de 25% ao qual se deve ao forte volume de vendas nos canais online e franquias, tal crescimento tem se estendido ao longo do último ano e a NATURA obteve um crescimento no volume de vendas de 34% com relação ao ano anterior.

CRESCIMENTO DE VOLUME - ACUMULADO | POR ANO



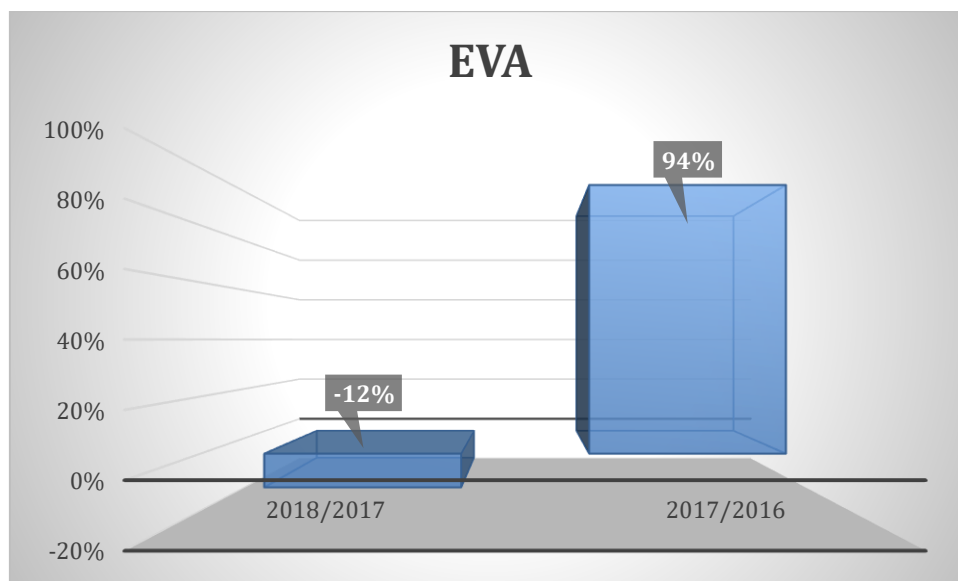
✓ 8º INDICADOR

O EBITDA em 2016 obteve um crescimento de 26%, em contínuo crescimento em 2017 elevou seu percentual para 33%, no entanto no último ano o EBITDA consolidado alcançou uma margem percentual de 20%, ou seja, foi reduzido em 13% com relação ao ano anterior.



✓ 9º INDICADOR

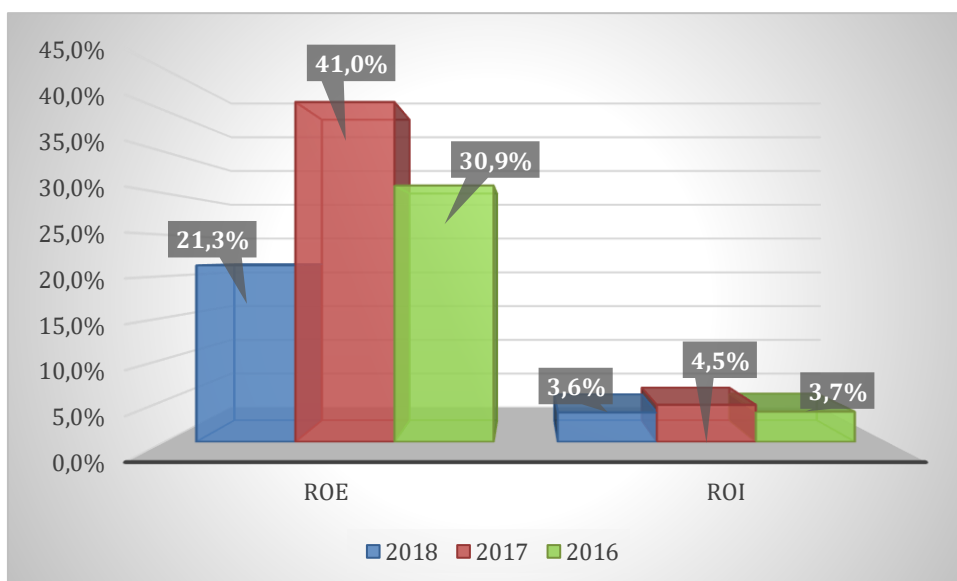
O EVA da empresa durante os anos de 2016 e 2017 obtiveram ótimos resultados, no entanto no último ano ela obteve um resultado negativo, devido a empréstimos efetuados para a realização da compra da marca AVON.



✓ 10º INDICADORES

- I. ROE (TAXA DE RETORNO SOBRE O PATRIMONIO LÍQUIDO) - mostra o retorno sobre o capital que os sócios injetaram na empresa. Através dele é possível analisar se o retorno do investimento realizado está valendo a pena e se compensa o risco do negócio.

- II. ROI (TAXA DE RETORNO INVESTIMENTO) – sigla em inglês para *Return on Investment*, que em português significa “Retorno sobre Investimento”. ROI é a relação entre o dinheiro ganho ou perdido através de um investimento, e o montante de dinheiro investido.



No gráfico acima podemos observar que o ROE mostra o retorno sobre o capital que os sócios injetaram na empresa e se o mesmo está valendo apenas ou não, pontando a cada 22% seu lucro é de 0,22; observamos que nos anos de 2018 não tivemos um lucro esperado em comparação a 2017 e 2016. Já no ROI, fatores de lucratividade como a receita os custos e os investimentos não tiveram grandes alterações nos últimos 3 anos da empresa, indicando assim uma boa lucratividade.

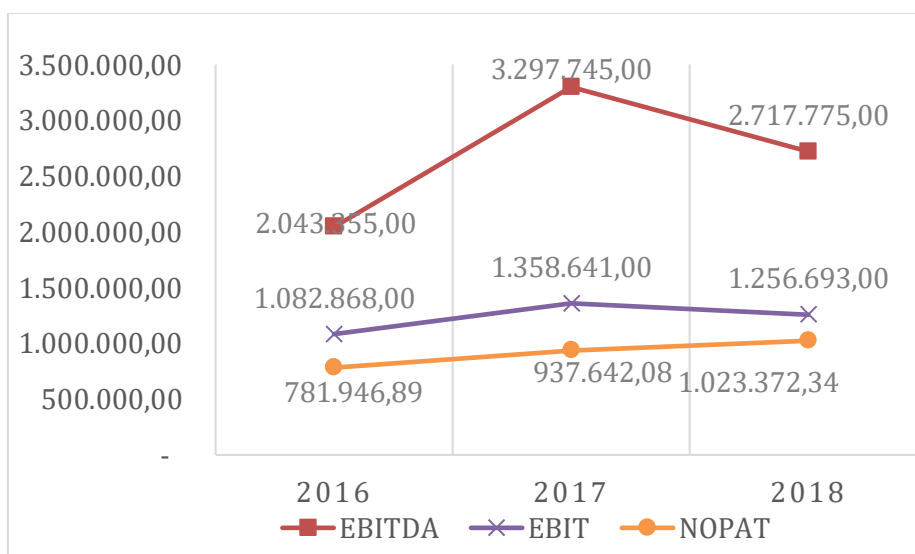
✓ 11º INDICADORES

- I. EBITDA - A sigla corresponde a “*Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*”, ou seja, lucro antes dos juros (*despesas financeiras*), impostos (*IR e CSLL*), depreciação e amortização,

um indicador financeiro com o objetivo de mostrar a capacidade de geração de caixa operacional antes dos impostos de uma empresa.

II. EBIT – EBIT é a sigla em inglês para “Earnings Before Interest and Taxes”. Em português, significa “lucro antes dos juros e tributos”, que acabou gerando a sigla: LAJIR. O EBIT demonstra apenas o lucro operacional da empresa, sem incluir despesas ou receitas financeiras.

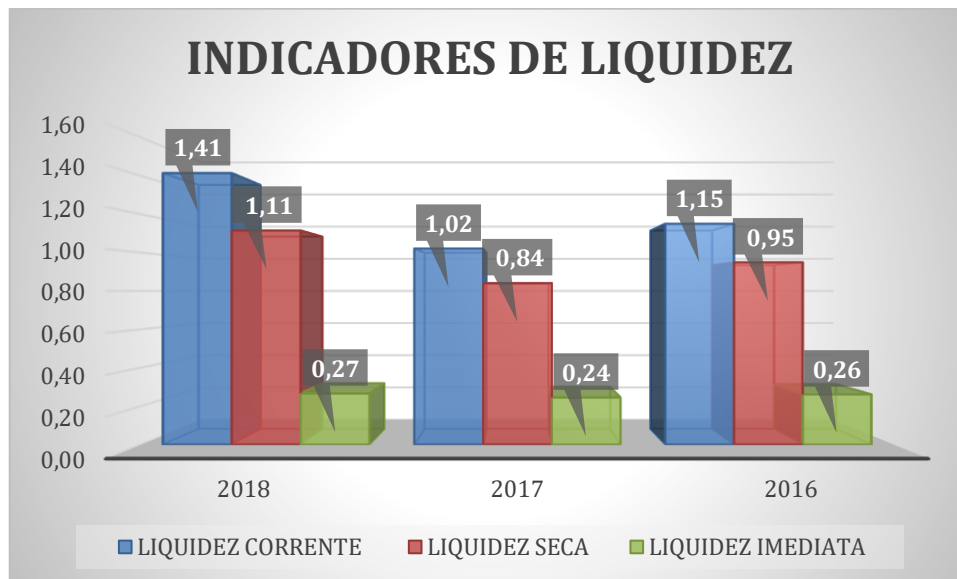
III. NOPAT - O NOPAT é um indicador financeiro que representa o lucro operacional líquido de um negócio. A sigla corresponde a “*Net Operating Profit After Taxes*”, ou seja, lucro operacional líquido após os impostos. Desta forma, o NOPAT é a Receita Líquida menos os Custos e Despesas Operacionais (incluindo Depreciação) deduzidos alguns ajustes específicos conforme cada negócio e os Impostos sobre a renda.



Com análise do gráfico e o que especificado acima, podemos observar a evolução do EBITIDA, EBIT e NOPAT.

INDICADORES DE LIQUIDES, ATIVIDADE E ENDIVIDAMENTO

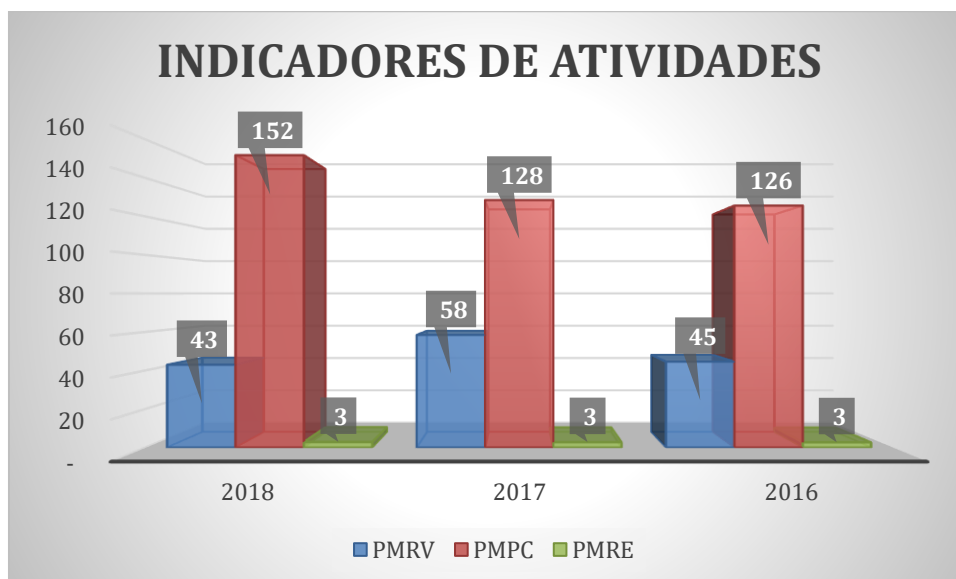
- I. Indicadores de liquidez: podendo ser o **Corrente** indica quanto a empresa possui em dinheiro e bens disponíveis, para pagar suas dívidas no curto prazo, **Seca** que indica quanto a empresa consegue pagar das suas dívidas desconsiderando os seus estoques que podem ser obsoletos, não condizentes com a realidade dos saldos apresentados no balanço e por fim **Imediata** indica em determinado momento, a capacidade de pagamento das dívidas da empresa de forma imediata.



A Natura S.A. demonstra em sua liquidez corrente no período de 2018 a 2016 possuir em dinheiro e bens disponíveis, para pagar suas dívidas no curto prazo, na liquidez seca em 2018 obtivemos uma resultado equivalente a 1,11 no enteando já em referente aos dois últimos anos sua liquidez em relação a pagamento de suas dividas usando seu estoque seria impossível e por fim na liquidez imediata ela está impossibilitada de pagar sua dividas em imediata.

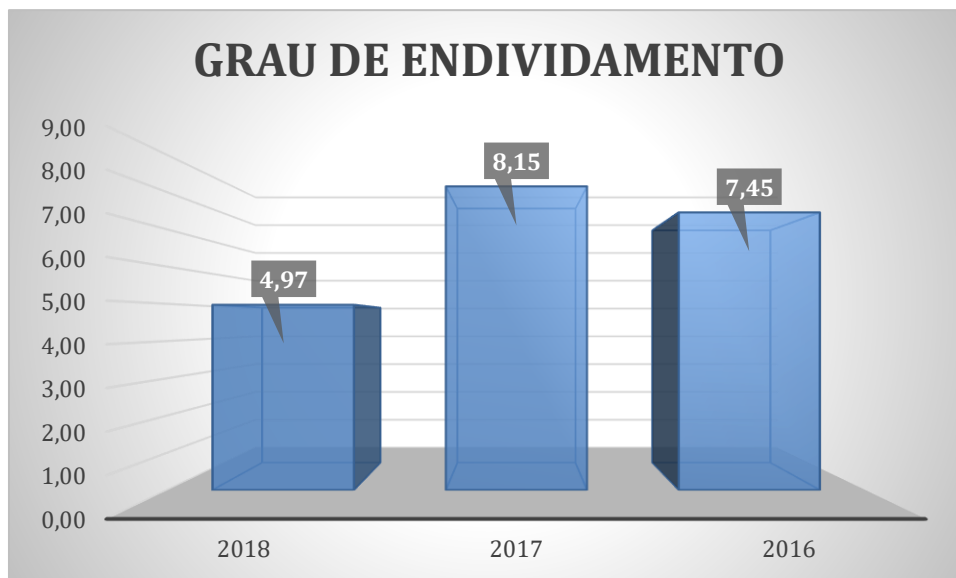
- II. Indicadores de Atividade: **Prazo Médio de Estocagem (PME)** também chamado de Prazo Médio de Rotação de Estoques. Aponta a eficiência de administração dos estoques e a agilidade operacional produtiva. **Prazo Médio de Recebimento dos Clientes (PMR)** metodologia como a do cálculo do PME, visto que as receitas de vendas totais são calculadas ao se considerar o preço unitário das vendas, multiplicado pela quantidade de produtos vendidos. **Prazo Médio de**

Pagamento aos Fornecedores (PMP) é conseguida com média do fornecedor dividida pelo CMV, sendo o resultado multiplicado por 360.

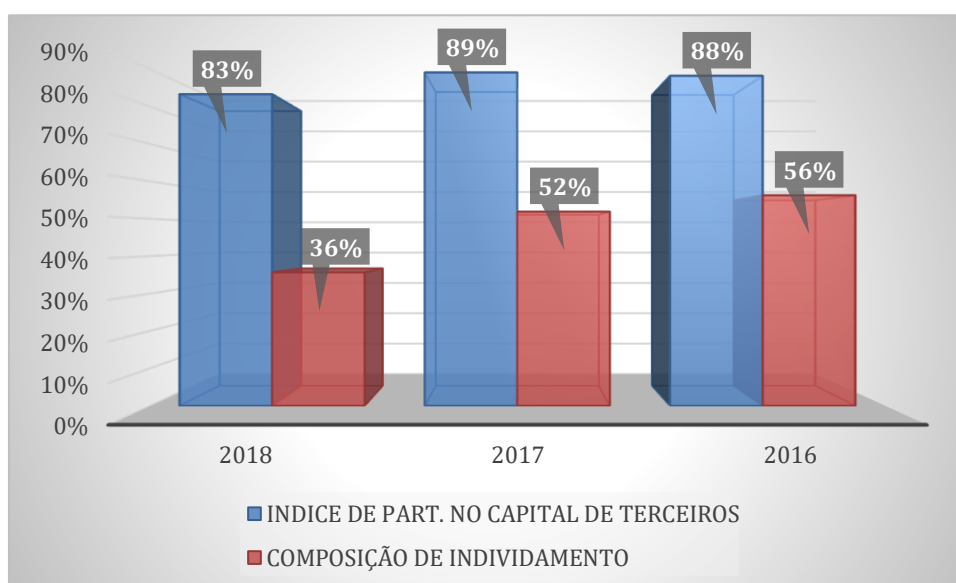


Em análise aos indicadores de atividades obtivemos que o PMRV em 2018 apresenta melhor prazo médio de recebimento de vendas em relação a 2017 e 2016 e o mesmo de encontra no PMPC sendo em 2018 o melhor prazo médio de pagamento de suas compras. O resultado do PMRE nos três períodos serem quase por igual pontando sua renovação de estoque gira em torno de 3 vezes no período.

- III. Índice de Endividamento: **Participação de Capitais de Terceiros (PCT)** indica o percentual de capital de terceiros em relação ao patrimônio líquido, retratando a dependência da empresa em relação aos recursos externos. **Composição do Endividamento (CE)** indica quanto da dívida total da empresa deverá ser pago a Curto Prazo, isto é, as Obrigações a Curto Prazo comparadas com as obrigações totais. **Imobilização do Patrimônio Líquido (IPL)** indica quanto do Patrimônio Líquido da empresa está aplicado no Ativo Permanente, ou seja, o quanto do Ativo Permanente da empresa é financiado pelo seu Patrimônio Líquido.



A Natura apresenta em 2018 uma dependência de capital de terceiros a menos que nos outros períodos constantes no gráfico acima, portanto obtendo uma predominância de origens de terceiros na sua estrutura de capitais.



A Natura possui um índice de participação de capital de terceiros, 36% em 2018 em relação a 2017 e 2018 variam em torno de 54%, pontando só 36% de seu capital é de posse.

Na composição de endividamento em relação a 2018 36% são dívidas de curto prazo e o resto totalizando 64% de longo prazo, pontando em observação no ano de 2018 suas dívidas de curto prazo obtiveram quedas em comparação aos consecutivos anos conforme gráfico acima.

PONTO DE EQUILÍBRIO CONTÁBIL

O ponto de equilíbrio é elaborado entre receitas e custos da empresa, existentes três principais variações de ponto de equilíbrio, sendo eles, o PONTO DE EQUILÍBRIO CONTÁBIL, FINANCEIRO E ECONÔMICO.

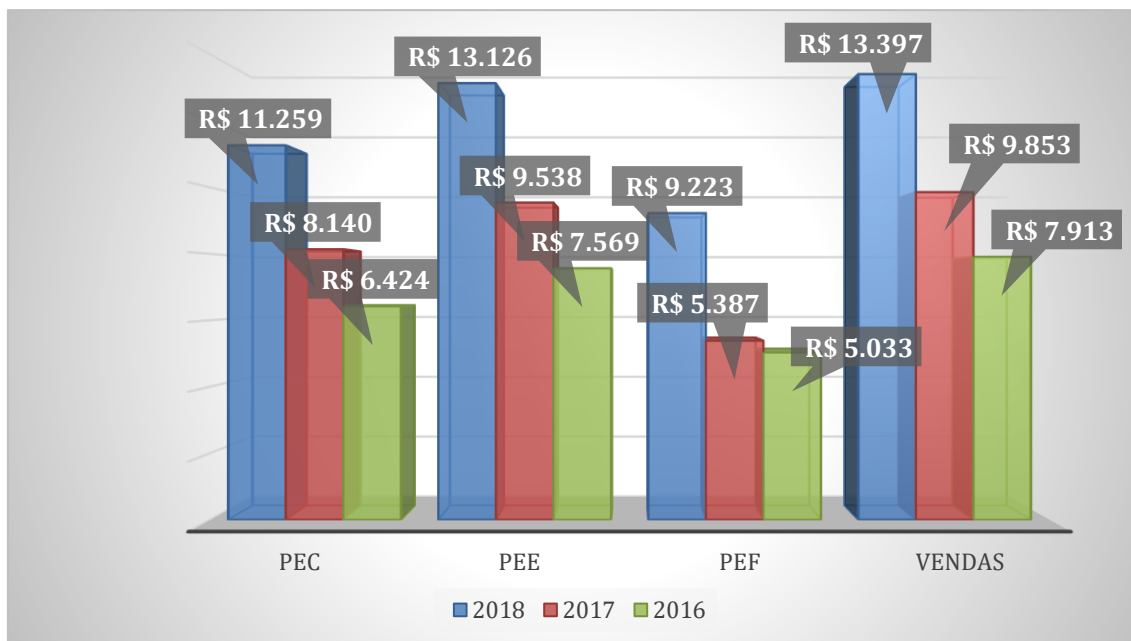
Santos (2011, p 37) em seu livro: Contabilidade e Análise de Custos traz uma definição simplicista do ponto de equilíbrio: define o que é ponto de equilíbrio:

É a expressão usada para definir o equilíbrio entre o faturamento de vendas e os custos totais, equivalente ao lucro zero. A partir do ponto de equilíbrio (Break even point) é que as operações de uma empresa começam a gerar lucro.

O ponto de equilíbrio será obtido quando o total dos lucros marginais, de todos os produtos comercializados, equivalerem ao custo estrutural fixo do mesmo período de tempo objeto da análise [...]. A informação também conhecida, como a do faturamento mínimo que uma empresa precisa obter para não incorrer em prejuízo [...].

Introdução à contabilidade e análise de custos: (simples & prático) /José Divanil Spósito Berbel. São Paulo: Editora STS, 2003(pag 161).

O ponto de equilíbrio indica o momento em que o valor das vendas é suficiente para cobrir todos os custos e as despesas. Neste momento, o lucro da empresa é igual a zero.



(valor expresso em mil reais)

Quando comparado o período de 2016 para o 2018 notamos que no ponto de equilíbrio contábil teve-se um aumento de 75%, essa alta deve-se ao fato do também aumento de custos e despesas fixas que no período foi de 82%. Já no ponto de equilíbrio econômico houve também um aumento considerável de 73%, deve-se levar em consideração que nesse mesmo comparativo as vendas obtiveram 10% de aumento. Para que seja feito o ponto de equilíbrio financeiro foram retiradas as depreciações, que equivalentes a 34%, sendo assim a variação foi de um crescente de 83%. Os números altos são consequência de uma comparação um período de 2 anos por isso são tão altas suas variações.

Já no comparativo de 2017 para 2018 os números são bem expressivos, pois a Natura S.A vive um período muito fértil e produtivo, dado isso temos no ponto de equilíbrio contábil o aumento foi de 38%, no mesmo período os custos e despesas fixas aumentaram em 41%. No ponto de equilíbrio econômico coincidiu com o contábil, com 38% de crescimento. Notamos que o ponto de equilíbrio que mais cresceu foi o financeiro com 71% mesmo retirando as depreciações que foram de 50% o ponto de equilíbrio financeiro demonstrou um aumento notável.

Ao analisarmos as vendas nos mesmos períodos apresentou uma melhora considerável e positiva para a Natura S.A sendo elas, no comparativo de 2016/2018 obteve-se um aumento de 69%, em relação aos anos de 2017/2018 também houve uma

crescente de 36%, esses respectivos aumentos são muito positivos dado a crise financeira em que se vive hoje no país, e a Natura S.A se mostrou uma empresa muito sólida e preparada para um futuro de curto e a longo prazo.

CONCLUSÃO

Nesse artigo elaboramos indicadores, demonstrativos e gráficos para podermos analisar como a Natura S.A se desenvolveu no mercado nos três últimos anos.

A Natura S.A está em conformidade com as leis que abordam o Código de Conduta, tais como a Lei Anticorrupção e com as políticas nacional do Meio Ambiente, outro ponto que verificamos foi a capacidade de geração de caixa que a companhia apresentou, nos últimos períodos a capacidade foi de 31%, observamos que a empresa possui uma ótima liquidez para pagamentos de suas dividas em um curto prazo, e que seu volume de vendas no último período foi de 34% de aumento se comparado ao ano anterior. Analisamos os pontos de equilíbrio contábil, financeiro e econômico, portando pode se observar que seus custos e despesas fixas aumentaram devido ao alto fluxo de vendas que chegaram a 41%.

A empresa Natura S.A é uma excelente companhia dentro do mercado de trabalho, isso se comprova devido ao alto giro de mercadorias e a crescente no qual a sociedade se encontra, devido a isso é muito rentável para se investir no mercado de Bolsa de Valores.

REFERÊNCIAS

<http://bvmf.bmfbovespa.com.br>

<http://Natura.com.br>

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Natura>

<https://www.natura.com.br/a-natura/nossa-historia>

<https://investorcp.com/gestao-empresarial/o-que-e-ponto-de-equilibrio/>

<http://www.berbel.pro.br/Livro%20-%20Ultima%20edicao.pdf>

https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/3462/3/Contabilidade%20de%20Custos_Monografia_Oliveira.pdf

<https://www.valorebrasil.com.br/2017/07/01/o-que-e-ebitda-e-qual-a-diferenca-entre-ebitda-lucro-liquido-e-nopat/>

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosFinancas/ponto-de-equilibrio,67ca5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

<https://negociovencedor.com.br/roa-roe-e-roi-o-que-sao-esses-indicadores/>