

# ANÁLISE DA INCORPORAÇÃO DO ODS 12 EM EMPRESAS DE COSMÉTICOS:

## Um estudo multicaso<sup>1</sup>

Andreia Quaresma de Carvalho<sup>2</sup>

Joseane de Carvalho Leão<sup>3</sup>

**RESUMO:** A responsabilidade socioambiental tem incentivado empresas a reformularem seus processos produtivos, tornando-os mais sustentáveis, especialmente no setor de cosméticos, cuja atuação impacta diretamente o uso de recursos naturais e descarte de resíduos altamente poluentes. Este trabalho tem por objetivo analisar como duas empresas de cosméticos incorporam o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 12 em suas estratégias de negócio. A pesquisa é descritiva, de abordagem qualitativa, bibliográfica e documental, com delineamento de estudo de multicase, utilizando-se da análise de relatórios de sustentabilidade de duas empresas nacionais do setor de cosméticos para identificar ações e relacioná-las a metas específicas do ODS 12, examinando sua estruturação, comparando e apontando limitações observadas. Os resultados indicam que ambas as empresas demonstram aderência às metas, embora com diferenças significativas: a Hinode apresenta metas futuras e indicadores definidos, enquanto a Granado prioriza práticas já consolidadas, mas com menor detalhamento e sistematização. A análise evidenciou diferentes níveis de maturidade na gestão da sustentabilidade, e reforça a relevância de mecanismos mais claros de mensuração, monitoramento e transparência. A proposta de organização por metas contribui para ampliar o entendimento prático do ODS 12 e oferece uma ferramenta útil para estudos semelhantes.

**Palavras-Chave:** Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 12; Práticas Sustentáveis; Setor de Cosméticos.

**ABSTRACT:** Social and environmental responsibility has encouraged companies to reformulate their production processes, making them more sustainable, especially in the cosmetics sector, whose activities directly impact the use of natural resources and the disposal of highly polluting waste. This study aims to analyze how two cosmetics companies incorporate Sustainable Development Goal 12 into their business strategies. The research is descriptive, with a qualitative, bibliographical, and documentary approach, with a multi-case study design. It analyzes the sustainability reports of two Brazilian cosmetics companies to identify actions and relate them to specific SDG 12 targets, examining their structure, comparing them, and identifying observed limitations. The results indicate that both companies demonstrate adherence to the targets, albeit with significant differences: Hinode presents future targets and defined indicators, while Granado prioritizes already established practices, but with less detail and systematization. The analysis highlighted different levels of maturity in sustainability management and reinforces the importance of clearer measurement, monitoring, and transparency mechanisms. The proposed organization by goals contributes to broadening the practical understanding of SDG 12 and offers a useful tool for similar studies.

**Keywords:** Sustainable Development Goal 12; sustainable practices; cosmetics sector.

---

<sup>1</sup> Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual do Piauí, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, *Campus* Poeta Torquato Neto, como requisito indispensável para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

<sup>2</sup> Aluno do Curso de Administração. E-mail: andreiacarvalho@aluno.uespi.br.

<sup>3</sup> Professor Orientador. E-mail: joseane@ccsa.uespi.br.

## 1 INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, as discussões envolvendo as pautas socioambientais ganharam destaque devido à introdução de uma nova concepção de desenvolvimento econômico, que não apenas consideraria o lucro, mas promoveria a qualidade de vida humana e o uso responsável dos recursos naturais. O desenvolvimento sustentável busca a equidade desses três aspectos, e encontra nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU seu apelo mais recente, por meio da Agenda 2030, que visa direcionar os grupos sociais no engajamento de práticas que respeitem e preservem a natureza, assim como combatam a desigualdade social (ONU, 2015).

Nesse contexto, as empresas, como participantes do setor privado, são agentes importantes na promoção da sustentabilidade. Organizações de todos os setores e portes desempenham papel de influência no lugar onde estão inseridas. Ao incorporarem princípios sustentáveis em suas operações, contribuem diretamente para as metas globais propostas pela Agenda 2030. Os ODS, nesse sentido, oferecem um conjunto de instruções que orientam as empresas a implementarem ações sustentáveis na produção, estratégia comercial e políticas internas.

O setor de cosméticos tem papel significativo no emprego de recursos naturais e na geração de resíduos poluentes. Diante da crescente demanda de cosméticos mais ecológicos, o setor passou a incorporar novos métodos para mitigar seus efeitos negativos, considerando todos os estágios de vida do produto. Assim, passou-se a considerar a reinserção de resíduos pós-consumo como uma nova fonte de matéria-prima. A exemplo disso, o programa Mãos Pro Futuro, da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), recuperou 163.845 toneladas de embalagens em 2022. Entre 2013 e 2022, foram quase 966 mil toneladas de resíduos reaproveitados, evitando a emissão de cerca de 3,7 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub> (ABIHPEC, 2023).

A economia circular, aliada à logística reversa, surge como uma possibilidade para a mudança da mentalidade de produção e consumo, que passa de linear para um modelo circular regenerativo. Seguindo essa lógica, o ODS 12, intitulado “Consumo e produção responsáveis”, se conecta diretamente com essa proposta. Por meio de suas metas ajuda a explicar e detalhar de que maneira isso pode ser alcançado, tanto em nível mundial, países, governos e esferas públicas, quanto a nível empresarial.

O contexto brasileiro é especialmente relevante, pois o país ocupa a terceira posição no mercado global de consumo de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC), além de ser o quarto que mais lança produtos anualmente, atrás apenas dos Estados Unidos, China e Índia (ABIHPEC, 2025).

Diante dessa circunstância, o presente estudo visa responder o seguinte problema de pesquisa: como duas empresas do setor de cosméticos brasileiras incorporam o ODS 12? Para isso, o objetivo é analisar de que forma essas organizações vêm implementando práticas alinhadas às metas do ODS 12. A pesquisa é de natureza qualitativa, com abordagem bibliográfica e documental, tendo como base a análise de relatórios de sustentabilidade publicados no ano de 2023. Além do objetivo geral, busca-se: identificar as ações relacionadas às metas do ODS 12 nesses relatórios; examinar como as empresas estruturam tais ações, verificando metas, indicadores e responsáveis designados; e comparar as práticas e limitações observadas, a fim de visualizar semelhanças e diferenças entre as empresas.

Justifica-se a pesquisa pela necessidade de aprofundar o conhecimento sobre como o setor cosmético está incorporando o ODS 12, com foco na gestão sustentável dos insumos e resíduos. Embora existam estudos anteriores como os de Bahia (2023), Siqueira (2024) e Rodrigues (2021), que analisaram as empresas Natura e O Boticário, este trabalho propõe um recorte diferente ao investigar o alinhamento de outras duas empresas, permitindo comparações e destacando diferentes estágios de maturidade no compromisso com a sustentabilidade. A pesquisa também busca contribuir tanto para a academia quanto para gestores e formuladores de políticas públicas que desejam incentivar práticas mais responsáveis e sustentáveis no setor, contribuindo para o avanço da sustentabilidade empresarial no Brasil.

O presente trabalho está estruturado em quatro seções, além desta introdução. A primeira apresenta o referencial teórico, abordando os conceitos de desenvolvimento sustentável, responsabilidade socioambiental, ODS 12, economia circular, logística reversa e sustentabilidade no setor de cosméticos. A segunda seção descreve os procedimentos metodológicos adotados. Na terceira, são apresentados e discutidos os resultados obtidos. Por fim, são apresentadas as considerações finais.

## 2 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

A pauta ambiental ganhou destaque quando em 1972, a ONU realizou uma Conferência em Estocolmo, Suécia, que abordou a urgência em se atentar aos danos gerados ao meio ambiente e ao futuro das novas gerações. Mais tarde, em 1987, a publicação de um relatório chamado “Nosso Futuro Comum” expandiu o conceito de desenvolvimento sustentável, definido como um desenvolvimento capaz de atender aos anseios da população atual sem afetar as demandas das futuras gerações (ONU, 2020).

Esse conceito foi primeiro relacionado aos problemas sociais que permeavam os países na época, como a extrema pobreza, analfabetismo, altas taxas de mortalidade infantil, etc (Bahia, 2023). Tais problemas foram intensificados pela Revolução Industrial que, segundo Sachs (2005), embora tenha impulsionado o crescimento econômico, também aprofundou as desigualdades globais, deixando muitos à margem dos benefícios desse processo. Além disso, aumentou os prejuízos ambientais, como a “poluição do ar, solo e da água, desabamentos, aumento de doenças advindas de restos de materiais industrializados e grossa exploração de recursos naturais” (Imbali *et al*, 2025, p. 14).

A compreensão de crescimento econômico foi atrelada à diminuição da desigualdade social e à limitação da exploração excessiva dos recursos naturais. Assim, surgiu o conceito Triple Bottom Line (1997) que enfatiza o equilíbrio entre três dimensões: ambiental, social e econômico; o primeiro, trata do uso responsável dos recursos naturais, da sua preservação e minimização de impactos; o segundo, envolve os direitos humanos, a equidade e o bem-estar social; e o terceiro busca a geração de lucros de forma ética e sustentável (Elkington, 1997). A nova concepção passou a ser incorporada pelas organizações que buscam integrar a sustentabilidade em seus negócios, uma vez que, conforme Sachs (2004), para isso, é preciso que se tenha uma visão holística, considerando simultaneamente a viabilidade econômica, a igualdade social e o uso consciente dos recursos ambientais.

Ao longo dos anos ocorreram eventos e conferências internacionais que favoreceram a criação da Agenda 2030, aprovada em setembro de 2015, reuniu 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e 169 metas, sob o lema “Não deixar ninguém para trás”, apresentando maior abrangência dos desafios globais em comparação às iniciativas que a antecederam, além de reconhecer a colaboração ativa dos diferentes grupos sociais, governos,

empresas, sociedade civil, como agentes essenciais no processo de alcance ao desenvolvimento sustentável (ABONG, 2016). Na imagem abaixo são descritos os objetivos sustentáveis:

Imagem 1 – 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

<b>1</b> ERRADICAÇÃO DA POBREZA	<b>2</b> FOME ZERO E AGRICULTURA SUSTENTÁVEL	<b>3</b> SAÚDE E BEM-ESTAR	<b>4</b> EDUCAÇÃO DE QUALIDADE	<b>5</b> IGUALDADE DE GÊNERO
<b>6</b> ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO	<b>7</b> ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL	<b>8</b> TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO	<b>9</b> INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA	<b>10</b> REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES
<b>11</b> CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS	<b>12</b> CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS	<b>13</b> AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA	<b>14</b> VIDA NA ÁGUA	
	<b>15</b> VIDA TERRESTRE	<b>16</b> PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES	<b>17</b> PARCERIAS E MEIOS DE IMPLEMENTAÇÃO	

Fonte: ONU (2015).

Apesar dos esforços em discutir o desenvolvimento sustentável de maneira ampla, há questões de caráter político e individual que se tornam empecilhos para garantir a abordagem holística que o tema sugere. Somente a erradicação da pobreza não seria suficiente para barrar um desenvolvimento insustentável, visto que seria preciso haver transformações no modo de produzir e consumir, uma vez que os países desenvolvidos exploram e degradam mais o meio ambiente em busca de sustentar seus padrões de vida elevados (Barbieri, 2016). Nesse sentido, um país considerado rico, portanto desenvolvido, mas que ainda detém milhares de pessoas na pobreza e mantém costumes de produção ambientalmente degradantes, não poderia ser considerado verdadeiramente sustentável.

No Brasil, o tema ambiental ganhou destaque com a Lei nº. 6.938, de 1981, que estabeleceu a Política Nacional do Meio Ambiente<sup>4</sup>, e, posteriormente, com a criação da Constituição Federal de 1988<sup>5</sup>. Além disso, a Lei nº. 9.795, de 1999, estabeleceu a educação ambiental como componente essencial na educação nacional, devendo estar presente tanto na educação formal (escolas, universidades, etc.) quanto na educação não formal (por exemplo,

<sup>4</sup> Essa lei criou o Sisnama, introduziu o princípio do poluidor-pagador e instituiu instrumentos como o licenciamento e a avaliação de impactos ambientais.

<sup>5</sup> A Constituição incorporou o direito e o dever de manter o meio ambiente equilibrado para as futuras gerações (art. 225), propôs a possibilidade de ação popular e ampliou a autonomia do Ministério Público.

nos treinamentos e capacitações de uma empresa), com o objetivo de construir a conscientização acerca da preservação do meio ambiente (Barbieri, 2016).

Como integrantes do setor privado, as empresas se deparam com a responsabilidade de implementar ações voltadas às questões ambientais, seja por pressão do governo, investidores ou consumidores. Assim, tendem a repensar a estrutura de seus negócios, considerando não somente os lucros frutos de perspectivas de curto prazo, mas também uma abordagem a longo prazo sobre seus impactos ambientais. Essa ideia pode ser entendida a partir do que afirma Sachs (2000, p. 49): “Enquanto os economistas estão habituados a raciocinar em termos de anos, no máximo em décadas, a escala de tempo da ecologia se amplia para séculos e milênios”.

Consolidada a partir da década de 90, a gestão ambiental segundo Barbieri (2016, p. 18):

compreende as diretrizes e as atividades administrativas realizadas por uma organização para alcançar efeitos positivos sobre o meio ambiente, ou seja, para reduzir, eliminar ou compensar os problemas ambientais decorrentes da sua atuação e evitar que outros ocorram no futuro.

Dentre seus instrumentos, destacam-se: a Avaliação do Ciclo de Vida (ACV), que analisa os impactos desde a etapa de extração das matérias-primas até o reaproveitamento do produto pós-consumo; a norma ISO 14001, que estabelece requisitos para sistemas de gestão ambiental; e as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI), que orientam a elaboração de relatórios de sustentabilidade para melhorar a comunicação com os *stakeholders* (Barbieri, 2016).

A partir dos anos 2000, a responsabilidade social corporativa (RSC) se consolida como um conceito que articula questões de lucratividade, ética, valores e práticas sociais, refletindo a maneira como as empresas exercem seu papel na sociedade. As ações internas e externas promovidas por elas não apenas possibilitam a competitividade e a construção de uma imagem positiva junto aos stakeholders, mas também expressam uma visão orientada ao longo prazo, criando condições favoráveis para sua permanência e relevância no mercado (Alves; Bastos; Carneiro, 2025).

Os ODS oferecem uma estrutura voltada para o enfrentamento dos desafios globais, ressaltando a importância das empresas como agentes fundamentais para a concretização desses objetivos (Berrone *et al.*, 2023). Nesse sentido, o Pacto Global – Rede Brasil, criado em 2000, é uma iniciativa que auxilia as empresas por meio de ferramentas, cursos, palestras, entre outros, na incorporação dos princípios dos objetivos de desenvolvimento sustentável (Pacto Global -

Rede Brasil, 2025). Além disso, o conceito de ESG (Environmental, Social, Governance), surgido em 2004, visa orientar as empresas a introduzir a sustentabilidade em seus processos (Pacto Global - Rede Brasil, 2025). A governança, nesse contexto, é o pilar que sustenta a adoção de práticas socioambientais, ao estabelecer sistemas de controle, prestação de contas e transparência no relacionamento com os stakeholders.

Em sua pesquisa, Berrone *et al.* (2023), analisaram nove diretrizes internacionais e identificaram quatro etapas comuns: Priorização: as empresas devem selecionar os ODS mais relevantes conforme sua estratégia e interesses dos stakeholders, devido à incapacidade de conseguir abordar todos eles; Contextualização: deve-se adaptar os ODS às especificidades geográficas (demandas sociais locais) e setoriais da empresa. Colaboração: deve haver a cooperação entre outras organizações e partes interessadas para aumentar o impacto das iniciativas de ODS. Inovação: deve haver o fomento à inovação por meio da remodelação de processos de negócios e investimentos em recursos que estejam alinhados aos ODS.

Dentre os 17 objetivos, destaca-se o ODS 12, que discute padrões de consumo e produção sustentáveis, possuindo um forte apelo à gestão eficiente de insumos e resíduos, sendo relevante para os diversos setores industriais. Como indicam Silva e Godoy (2023), a adoção da economia circular se relaciona com este objetivo, ao propor uma transformação nos processos produtivos e hábitos de consumo, promovendo a reinserção de resíduos no ciclo produtivo, o uso mais eficiente de recursos e a mitigação de impactos ambientais, aspectos que propiciam o alinhamento com as metas globais estabelecidas pela Agenda 2030.

## 2.1 OBJETIVO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL 12, ECONOMIA CIRCULAR E LOGÍSTICA REVERSA

O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 12, intitulado “Consumo e produção responsáveis” busca difundir modelos de consumo e produção sustentáveis, com o intuito de incorporar ferramentas e metodologias mais eficientes em todos os estágios do ciclo de vida de um produto ou serviço a fim de minimizar suas consequências negativas e propor alteração dos hábitos de consumo (IPEA, 2024).

Abaixo, a tabela ilustra as 11 metas que compõem este objetivo sustentável, destacando-se aquelas que propõem a administração sustentável dos recursos e resíduos, o incentivo a práticas empresariais sustentáveis e a sensibilização para estilos de vida sustentáveis.

Quadro 1 – Metas do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 12

<b>ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis</b>			
<b>12.1</b> – Implementar o Plano Decenal de Programas sobre Produção e Consumo Sustentáveis, com todos os países tomando medidas, e os países desenvolvidos assumindo a liderança, tendo em conta o desenvolvimento e as capacidades dos países em desenvolvimento.	<b>12.4</b> – Até 2020, alcançar o manejo ambientalmente saudável dos produtos químicos e todos os resíduos, ao longo de todo o ciclo de vida destes, de acordo com os marcos internacionais acordados, e reduzir significativamente a liberação destes para o ar, água e solo, para minimizar seus impactos negativos sobre a saúde humana e o meio ambiente.	<b>12.7</b> – Promover práticas de compras públicas sustentáveis, de acordo com as políticas e prioridades nacionais.	<b>12.b</b> – Desenvolver e implementar ferramentas para monitorar os impactos do desenvolvimento sustentável para o turismo sustentável, que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais.
<b>12.2</b> – Até 2030, alcançar a gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais.	<b>12.5</b> – Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso.	<b>12.8</b> – Até 2030, garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e conscientização para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza.	<b>12.c</b> – Racionalizar subsídios ineficientes aos combustíveis fósseis, que encorajam o consumo exagerado, eliminando as distorções de mercado, de acordo com as circunstâncias nacionais, inclusive por meio da reestruturação fiscal e a eliminação gradual desses subsídios prejudiciais, caso existam, para refletir os seus impactos ambientais, tendo plenamente em conta as necessidades específicas e condições dos países em desenvolvimento e minimizando os possíveis impactos adversos sobre o seu desenvolvimento de uma forma que proteja os pobres e as comunidades afetadas.
<b>12.3</b> – Até 2030, reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial, nos níveis de varejo e do consumidor, e reduzir as perdas de alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento, incluindo as perdas pós-colheita.	<b>12.6</b> – Incentivar as empresas, especialmente as empresas grandes e transnacionais, a adotar práticas sustentáveis e a integrar informações de sustentabilidade em seu ciclo de relatórios.	<b>12.a</b> – Apoiar países em desenvolvimento a fortalecer suas capacidades científicas e tecnológicas para mudar para padrões mais sustentáveis de produção e consumo.	

Fonte: IPEA (2024).

No Brasil, esse objetivo resultou na elaboração do Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS)<sup>6</sup>, cujo primeiro ciclo, entre 2011 e 2014, deu ênfase a tópicos como a educação para o consumo sustentável, compras públicas sustentáveis e práticas responsáveis no setor varejista. O plano estabelece o consumo sustentável como a utilização de produtos e serviços que satisfazem as necessidades fundamentais da população, enquanto minimizam o uso dos recursos naturais e a geração de resíduos. Por outro lado, a produção sustentável envolve as melhores práticas empregadas no ciclo de vida dos produtos e serviços, visando a diminuição dos custos sociais e ambientais (Brasil, 2011).

Em relação à sua implementação, o ODS 12 está intrinsecamente ligado à logística reversa e à economia circular. A logística reversa consiste em uma ferramenta da Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei n. 12.305/2010)<sup>7</sup>, que a caracteriza como:

instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada (Brasil, 2010, p. 1).

<sup>6</sup> Embora o PPCS (2011–2014) tenha sido uma importante iniciativa nacional, ele não foi renovado após 2014.

<sup>7</sup> Essa lei obriga fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes a estruturar e implementar sistemas de retorno de produtos e embalagens pós-consumo.



A economia circular, por sua vez, sugere um modelo regenerativo da produção, em oposição ao sistema linear tradicional de "extrair, produzir, descartar", que busca prolongar o uso de produtos, materiais e recursos, ampliando sua vida útil e aproveitando ao máximo seu valor ao longo do tempo, além de regenerar sistemas naturais (Ellen MacArthur Foundation, 2012).

Considerada um modelo econômico, a economia circular busca o reuso de produtos descartados utilizando-os novamente como matéria-prima. A logística reversa, por sua vez, seria a ferramenta essencial para tornar esse modelo possível, por envolver um conjunto de ações destinadas à coleta de produtos pós-consumo e resíduos sólidos, favorecendo a redução do uso de novos insumos (Pereira; Moreira, 2025).

A adoção de práticas da economia circular traz diversos benefícios, como a redução da liberação de substâncias tóxicas e do custo com aterros sanitários, além da melhora na qualidade e no preço dos produtos, da geração de empregos e do relacionamento com os clientes (Silva; Godoy, 2023). Com base nesses aspectos, fica evidente sua relação com o ODS 12, servindo de auxílio às organizações na implementação deste objetivo sustentável.

Entre os setores industriais que desempenham papel importante na busca da sustentabilidade, destacam-se aqueles da indústria de bens de consumo, como o setor de cosméticos (Sproesser *et al.*, 2024), pois é caracterizado pela sua expansão global e pelo consumo significativo de recursos naturais, exigindo-se uma visão a longo prazo sobre seus impactos (Rocca *et al.*, 2022). Neste setor, o uso de metodologias que viabilizam o melhor emprego dos insumos naturais na fabricação, além da reutilização pós-uso, torna-se essencial para possibilitar o alcance da sustentabilidade.

## 2.2 SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA DE COSMÉTICOS

A crescente conscientização global sobre as questões ambientais e sociais impulsionou a sustentabilidade para ser pauta das agendas empresariais em diversos setores, como o cosmético, sendo estimulada pela maior procura dos consumidores por produtos ecologicamente corretos e de origem ética, além de uma maior compreensão sobre os impactos ambientais associados à produção, consumo e descarte, bem como pressões regulatórias cada vez mais presentes (Yang; Hamid, 2024).

O setor é caracterizado pelo elevado uso de plásticos, microplásticos e uma variedade de produtos químicos que, quando descartados de forma inadequada, contribuem

significativamente para a poluição ambiental (Cubas et al., 2022). Assim, aliado ao intenso consumo de recursos naturais e orgânicos, possui um potencial considerável de contribuição para a degradação ambiental.

Os cosméticos, assim como os produtos de higiene pessoal e perfumes são preparações compostas por substâncias naturais ou sintéticas, destinadas ao uso externo em partes do corpo humano, como pele, cabelos, unhas, lábios, órgãos genitais externos, dentes e mucosa oral, com a finalidade de limpar, perfumar, proteger, manter em boas condições, alterar a aparência ou corrigir odores corporais (Brasil, 2024).

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2025), com base em dados da Euromonitor e da Mintel (2024), o Brasil ocupa a terceira posição no mercado global de consumo de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC), e se destaca como o quarto país que mais lança produtos anualmente, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, China e Índia.

De acordo com Rocca *et al.* (2022), há uma tendência atual no setor à adoção de medidas ecológicas, como a metodologia de Avaliação do Ciclo de Vida (ACV), capaz de medir quantitativamente o impacto ambiental dos produtos cosméticos em toda a cadeia de suprimentos, facilitando a tomada de decisão. Logo, através da investigação de cada estágio, é possível prever os efeitos negativos e adotar tecnologias para tornar esses produtos mais sustentáveis.

As etapas da ACV incluem: a fase de design, que deve considerar o impacto ambiental do produto em todo o seu projeto; o fornecimento das matérias-primas exige atenção à forma de extração, síntese e purificação; na fabricação, recomenda-se reduzir o consumo de água, energia e resíduos, com tecnologias eficientes; na embalagem, o uso de materiais recicláveis, biodegradáveis ou de base biológica é preferível; na distribuição, devem-se otimizar rotas para reduzir emissões de CO<sub>2</sub>; na fase de uso, recomenda-se fórmulas concentradas ou multifuncionais e ações de educação ambiental; e no pós-consumo, é essencial que se adote a logística reversa, envolvendo o consumidor nesse processo (Rocca *et al.*, 2022).

D'Adamo *et al.* (2024) destacam que as etapas principais do ciclo de vida de um cosmético são o processo de aquisição da matéria prima e o processo de escolha da embalagem. Óleos naturais, óleos essenciais, manteigas, ceras, argilas, corantes naturais, entre outros, são exemplos de algumas matérias-primas sustentáveis atualmente utilizadas (Furman *et al.*, 2022). Já em relação às embalagens alternativas, destacam-se opções como embalagens recicláveis,

biodegradáveis, compostáveis, recarregáveis ou feitas de materiais reciclados (D'Adamo *et al.*, 2024).

Diversos são os exemplos de marcas internacionais que têm adotado práticas sustentáveis no ciclo de vida de seus produtos. A L'Oréal, por exemplo, estabeleceu que, até 2030, pretende reduzir em 50% as emissões de gases de efeito estufa no transporte dos seus produtos, em comparação com 2016, além de tratar e reutilizar 100% da água usada em seus processos industriais (L'Oréal, 2020).

No Brasil, a Natura utiliza matérias-primas provenientes de 34 comunidades fornecedoras da Amazônia, além de contar com cerca de 84% de suas fórmulas serem veganas e possuírem 93% de origem natural (Natura, 2025). O Grupo O Boticário é outro exemplo de empresa brasileira que adota práticas sustentáveis, como é o caso do programa Boti Recicla, que reutiliza embalagens usadas por meio da logística reversa, transformando-as em beakers decorativos e luminárias utilizadas nas lojas Ânfora e Boti Lab (Boticário, 2025).

Existem organizações certificadoras que classificam os cosméticos como naturais, orgânicos, veganos e/ou cruelty-free, baseando-se em critérios próprios, não havendo uma única certificação que valha para todos os cosméticos. Leva-se em conta a análise da cadeia de produção, o que se mostra relevante para obter maior controle sobre as práticas utilizadas no setor. Além disso, as certificações, ou os chamados “selos verdes”, contribuem, de certa forma, para uma maior transparência aos consumidores. Contudo, o uso indevido de alegações ambientais, sem uma certificação validada, pode ser caracterizado como greenwashing, prática que engana o consumidor ao simular um compromisso ambiental (Mendonça; Alves; Santos, 2023).

A escolha de ações que propiciam o controle, a segurança e a gestão sustentável no setor, como a busca por certificações, a divulgação de relatórios de sustentabilidade, a incorporação dos ODS, práticas de economia circular e a avaliação do ciclo de vida, colaboram para a transparência de informações aos stakeholders, promovendo a responsabilidade socioambiental.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Para a identificação das ações descritas nos relatórios de sustentabilidade de duas empresas do setor de cosméticos e análise de como estão alinhadas ao ODS 12, adotou-se, quanto aos objetivos, a pesquisa descritiva. Esse tipo de pesquisa tem o intuito de descrever as

características de uma população ou fenômeno ou ainda estabelecer relações entre variáveis, sem a pretensão de explicar suas causas ou consequências diretas (Gil, 2019).

Quanto à abordagem, possui caráter qualitativo, pois busca compreender e interpretar os dados descritos nos relatórios, não utilizando em sua essência métodos estatísticos ou termos numéricos. Quanto aos procedimentos, adotou-se a pesquisa bibliográfica, com o objetivo de levantar os fundamentos teóricos que embasam a pesquisa, por meio da consulta a livros, dissertações, artigos científicos, sites institucionais e documentos de órgãos oficiais (Gil, 2019).

Os relatórios foram obtidos por meio do site oficial da empresa, no caso da Hinode, e por meio de rede social, no caso da Granado. As empresas foram selecionadas por disponibilizarem acesso público a seus relatórios de sustentabilidade, considerando que ambas são nacionais e atuam no setor de cosméticos. Ressalta-se que a pesquisa se restringiu à análise documental desses relatórios, não contemplando outros métodos de coleta de dados primários.

A análise de relatórios caracteriza-se como abordagem documental, por serem fontes primárias que ainda não receberam tratamento analítico e, portanto, são relevantes para o desenvolvimento da pesquisa (Gil, 2019). Quanto ao delineamento, optou-se pelo estudo de multicase, a partir dos relatórios de sustentabilidade publicados por duas empresas brasileiras de cosméticos, ambos referentes ao ano de 2023. A abordagem de estudo multicase permite a comparação das informações levantadas, identificando semelhanças e diferenças entre os objetos analisados (Yin, 2015).

Para responder o problema de pesquisa foram formulados os seguintes objetivos específicos: 1. Identificar as ações relacionadas às metas do ODS 12 nos relatórios de sustentabilidade das empresas analisadas. 2. Examinar como as empresas estruturam suas ações relacionadas às metas do ODS 12. 3. Comparar as práticas e limitações observadas nas ações das duas empresas em relação às metas do ODS 12.

Além disso, para este estudo foram selecionadas cinco metas do ODS 12, a saber: 12.2, 12.4, 12.5, 12.6, 12.7 e 12.8; por apresentarem maior relação com o setor de cosméticos e serem mais passíveis de mensuração e análise neste contexto.

A inclusão da meta 12.2 justifica-se por sua relação com o uso eficiente de recursos naturais, ligado à escolha e ao aproveitamento de insumos no processo produtivo, embora sua mensuração seja complexa. As metas 12.4 e 12.5 tratam, respectivamente, da gestão adequada de poluentes e da redução da geração de resíduos. A meta 12.6 foi incluída por tratar da adoção de práticas sustentáveis e da transparência por meio de relatórios de sustentabilidade, aspecto diretamente relacionado à governança e à responsabilidade corporativa. A meta 12.7 refere-se

às práticas sustentáveis nas compras, enquanto a meta 12.8 envolve ações de educação e conscientização para o consumo responsável.

As demais metas do ODS 12 não foram consideradas por apresentarem menor pertinência ao setor cosmético, por possuírem caráter abrangente em relação à implementação pelos países e, ainda, por demandarem indicadores e dados que não estão disponíveis nos relatórios de sustentabilidade das empresas analisadas.

#### 4 IDENTIFICAÇÃO DAS AÇÕES RELACIONADAS ÀS METAS DO ODS 12

Para abordar o primeiro objetivo específico, as ações descritas nos relatórios foram organizadas em tabelas, relacionando cada uma às metas selecionadas do ODS 12. As tabelas foram organizadas em formato sintético para fins de clareza, reunindo ações de mesma natureza e destacando as informações principais de cada ação. Ações vinculadas a mais de uma meta foram agrupadas em uma única tabela para otimizar a apresentação dos dados, evitando repetição.

Quadro 2 - Uso eficiente de recursos e gestão de resíduos (Metas 12.2, 12.4, 12.5)

Meta	Ação identificada	Observações principais
12.2	Adotar energia renovável para o CD e metas de redução de 20% de consumo de energia e água.	Meta até 2030; unidade Jandira já usa energia renovável (I-REC); levantamento em 2023 para otimização.
12.2	Melhorar em 10% a calculadora DIA.	Meta até 2030; já usada para avaliar impacto ambiental de ingredientes.
12.2	Mapeamento da cadeia de fornecedores.	Ex: homologação de mais de 30 novos ingredientes, 25% naturais e vegetais.
12.2 / 12.5	Redução de plásticos e uso de materiais responsáveis e certificados	Ex: FSC, PE verde em bisnagas, frasco de fragrância Empire mais leve, tampas de PP.
12.4	Reduzir 10% das emissões GEE escopos 1 e 2 em relação a 2021.	Meta até 2030. Redução de 22,5% de CO <sub>2</sub> em relação a 2022.
12.4	Destinação correta de resíduos perigosos e controle de efluentes.	Em 2023, 100,88 t destinadas; Efluentes: Fábrica: empresa externa; CD: sumidouro próprio.

12.4	Lista restritiva de ingredientes; eliminação de microesferas de polietileno; planejamento de exclusão da metilisotiazolinona.	Conforme padrões da UE; Início de 2024; Meta até 2030.
12.5	Estudo da viabilidade de reaproveitar resíduos internos que seriam enviados para aterros.	Meta até 2024.
12.5	Substituição do plástico bolha por papel biodegradável.	Redução de 3,8 t de plástico; 127.594 caixas processadas em 2023.
12.5	Materiais reciclados ou reutilizados (madeira, metal, vidro).	Ex: 5,44 t de madeira e 1,60 t de metal reciclados em 2023.
12.5	Programa Hinode Recicla 2.0.	Em 5 franquias; parceria com cooperativas e certificação do processo.

Fonte: Relatório de sustentabilidade Hinode (2023).

Quadro 3 - Uso eficiente de recursos e gestão de resíduos (Metas 12.2, 12.4, 12.5)

Meta	Ação identificada	Observações principais
12.2	Uso de PE Verde em bisnagas e papel reciclado em cartuchos.	Ex: 20 t de PE verde em bisnagas (2023), meta de eliminar 205 t de papel virgem até 2024.
12.2	Selo FSC nas embalagens; Selo de grau de naturalidade nos produtos.	Embalagens dos sabonetes em barra e caixas de transporte; Linhas com mais de 90% ingredientes naturais.
12.2	Mudança de frascos das linhas Terrapeutics e Vintage para reciclados.	Meta de eliminar 55 t de plástico virgem até 2024, reduzindo 83 t de CO <sub>2</sub> .
12.2	Utilização de PE Verde em 100% das bisnagas plásticas; 100% de frascos PET soprados em casa com mínimo de 30% resina reciclada.	Metas para os próximos anos.
12.2 / 12.5	Expansão do portfólio de refis de 13 para 20 SKUs.	Meta para os próximos anos; estratégia de redução de resíduos.
12.2	Retirada de 100% dos ingredientes de origem animal.; tornar 80% dos ingredientes biodegradáveis; reduzir 20% do plástico virgem colocado no mercado.	Metas para os próximos anos.
12.2 / 12.7	Aquisição de 100% das matérias-primas vegetais rastreadas e certificadas.	Meta para os próximos anos.

12.2	Economia de materiais com aumento da volumetria dos frascos.	Ex: frascos maiores em linhas bebês.
12.2 / 12.4	Certificado de energia renovável Sinerconsult e Comerc.	Redução de 747,86 t CO <sub>2</sub> em 2023.
12.2	Redução de 27% no consumo de água (m <sup>3</sup> /t) e decréscimo de 32% no consumo de energia (KWh/t) comparados a 2020.	Meta operacional da planta fabril; indicador de ecoeficiência energética.
12.2	Sopradores de ar quente nos vestiários.	Redução de consumo de papel toalha.
12.4	Tratamento correto de esgoto e efluente industrial; 100% dos resíduos sólidos fora de aterros em 2023.	Gestão por empresas qualificadas; Redução de 46% na geração de resíduos sólidos (t/t) vs 2020.
12.4	Diminuição de 49% no volume de efluentes líquidos (m <sup>3</sup> /t) vs 2020.	Indicador de ecoeficiência hídrica.
12.4	Redução de 31% nas emissões de CO <sub>2</sub> e vs 2022.	Certificação escopos 1 e 2 ABNT e INEA-RJ.
12.5	Comercialização dos refis de sabonetes líquidos.	Retirou 16 milhões de frascos plasticos em 2023.
12.5	Selo Eu Reciclo 100%; reciclagem pós-consumo com recicladoras certificadas desde 2020.	A cada produto vendido, seu peso equivalente é reciclado; Cerca de 7,2 mil t retiradas.
12.5	Contentores de resíduos no centro de distribuição.	Organização e separação de resíduos.
12.5	Novo sistema de extração de sabonetes glicerizados em barra.	Redução de 90% nas perdas do processo.

Fonte: Relatório Socioambiental Granado (2023).

No que se refere às metas 12.2, 12.4 e 12.5, as empresas apresentam várias ações voltadas à gestão eficiente dos recursos e resíduos, destacando-se as muitas ações de reciclagem de materiais. O uso de novos processos na produção, materiais responsáveis, selos e certificações garante que o processo esteja mais próximo de ser sustentável. Essas metas são de longe consideradas as principais e, de acordo com Cubas *et al.*, (2022), as metas 12.4 e 12.5 se relacionam com o setor de cosméticos, por tratarem da redução dos resíduos gerados pelas embalagens e do manuseio correto dos poluentes químicos na produção e no descarte.

Quadro 4 - Governança e compras sustentáveis (Metas 12.6, 12.7)

Meta	Ação identificada	Observações principais
------	-------------------	------------------------

12.6	Publicação de relatórios de sustentabilidade e uso de normas.	Desde 2021; uso de GRI, GHG Protocol, IIRC, SASB, TCFD
12.6	Adesão ao Pacto Global da ONU; estabelecimento de políticas ESG.	Desde 2022; meta até 2030.
12.6	Sistema de gestão de riscos (ISO 31000).	Inclui indicadores e mapeamento de riscos socioambientais.
12.6	Atualização do Código de Ética e Integridade; Canal de denúncias “Alô Ética Hinode”.	Em 2023; Canal acessível ao público interno e externo.
12.6	Treinamento sobre proteção de dados pessoais (LGPD).	Realizado em 2022, com foco na prevenção de incidentes e reforço à responsabilidade corporativa.
12.6	Estrutura de governança para decisões fiscais e tributárias; Atuação do Comitê de Acionistas na aprovação do relatório.	Conduzida por CFO, comitês e suporte externo jurídico; comitê responsável por decisões sobre temas ESG.
12.6	Trilha de Compliance e campanhas de ética; realização do segundo Compliance Day.	Plataforma acessada por todos os colaboradores; Evento com 120 colaboradores.
12.7	Garantir 100% a rastreabilidade e procedência sustentável das matérias-primas críticas.	Meta até 2030.
12.7	Critérios ESG na gestão de fornecedores; avaliação e documentação dos fornecedores.	100% indiretos e 42% diretos avaliados em 2023; avaliação técnica e de certificados.

Fonte: Relatório de sustentabilidade Hinode (2023).

Quadro 5 - Práticas de governança (meta 12.6)

Meta	Ação identificada	Observações principais
12.6	Publicação de relatórios de sustentabilidade.	Desde 2020.
12.6	Código de ética e conduta.	Atualização contínua.
12.6 / 12.8	Horta orgânica Granado.	Uso de lodo da ETE e resíduo do refeitório como adubo.

Fonte: Relatório Socioambiental Granado (2023).

A meta 12.6 trata da divulgação de práticas de sustentabilidade nos relatórios corporativos. Ela se refere à divulgação de ações sustentáveis, mas também à estrutura de governança das empresas, que permite perceber o nível de prioridade dado ao tema. No caso da



Hinode, observam-se práticas como o uso de normas reconhecidas, a atuação de comitês internos e treinamentos que abordam a responsabilidade corporativa, o que evidencia maior comprometimento por parte da empresa. A disponibilização dessas informações contribui para validar as práticas relatadas, especialmente aquelas voltadas à sustentabilidade, pois revela o que está por trás da tomada de decisões e da condução das ações adotadas.

Quadro 6 - Educação e conscientização (Meta 12.8)

<b>Meta</b>	<b>Ação identificada</b>	<b>Observações principais</b>
12.8	Uso de ícones auto declaratórios nos produtos.	Ex: reciclável, ingredientes naturais, sem testes em animais.
12.8	Toolkits para franqueados.	Formação para repasse de informações sobre reciclagem.
12.8	Universidade Hinode Corp: cursos de sustentabilidade.	Em parceria com UOL EdTech.
12.8	Programa Jornada de Boas-Vindas.	Incentiva práticas de compra sustentável aos novos consultores.
12.8	Canal 360 Hinode e trilha de capacitação para consultores.	Disseminação de conteúdos sobre consumo consciente e ESG.

Fonte: Relatório de sustentabilidade Hinode (2023).

Quadro 7 - Educação e conscientização (Meta 12.8)

<b>Meta</b>	<b>Ação identificada</b>	<b>Observações principais</b>
12.8	Treinamentos e campanhas de conscientização.	Palestras, visitas escolares, passeios, SIPAT.
12.8	Patrocínio de divulgação de temas ambientais.	Ações com o Museu do Amanhã - RJ.
12.8	Uso de copos ecológicos por colaboradores.	Evita mais de 3 t de resíduos plásticos/ano.
12.8	Colaboradores participaram da apresentação do Plano Municipal de Saneamento de Japeri.	Apoio a políticas públicas locais.
12.8 / 12.6	Comunicação ao consumidor nas embalagens sobre uso e descarte.	Informações sobre certificações e orientações de descarte.
12.8	Ação educativa na Corrida Granado Pink 2023.	Tenda de conscientização, certificação Lixo Zero.

Fonte: Relatório Socioambiental Granado (2023).

Percebe-se que as duas empresas desenvolvem ações que alinhadas à meta 12.8, que trata da conscientização dos consumidores por meio de informações que favoreçam modos de vida

mais sustentáveis. Essa meta é especialmente importante, pois as pessoas têm um papel essencial de fazer com que os resíduos sejam reaproveitados. Mas além disso, devem repensar o uso de qualquer produto e os impactos de suas escolhas sobre o meio ambiente. Destaca-se, assim, a relação conjunta que deve existir entre empresas e consumidores, a responsabilidade de um não anula a do outro, é preciso haver cooperação.

As tabelas apresentadas permitiram organizar as iniciativas identificadas nos relatórios de sustentabilidade com base nas metas específicas do objetivo sustentável 12, servindo de base para a análise mais aprofundada que será desenvolvida a seguir.

#### 4.1 EXAME DA ESTRUTURAÇÃO DAS AÇÕES E COMPARAÇÃO DAS PRÁTICAS E LIMITAÇÕES

Para abordar o segundo e o terceiro objetivos específicos, este tópico busca examinar como as ações identificadas nos relatórios de sustentabilidade estão estruturadas em relação às metas selecionadas do ODS 12, comparando as práticas das duas empresas analisadas e apontando limitações observadas.

As ações das tabelas relacionadas ao uso eficiente de recursos naturais, gestão de poluentes e resíduos mostram abordagens distintas entre as empresas. Enquanto a Hinode apresenta planejamento de metas definidas até 2030, como a redução de 20% no consumo de água e energia e redução de 10% das emissões de GEE, a Granado não estipula prazos para metas futuras, priorizando ações já consolidadas, o que pode indicar uma lacuna no planejamento de longo prazo.

Ambas desenvolvem iniciativas para o reaproveitamento de resíduos. A Hinode reporta a reutilização total de materiais como plástico, madeira e vidro em 2023, além do encaminhamento de outros resíduos não perigosos. O programa Hinode Recicla 2.0 é uma forte iniciativa de reciclagem. Em 2023, por exemplo, foram reduzidas 3,8 toneladas de plástico. Por sua vez, a Granado se destaca por apresentar mais ações voltadas à reciclagem de plástico e papel, com destaque à 100% dos resíduos sólidos fora de aterros em 2023 e à retirada de cerca de 7,2 mil toneladas de embalagens do meio ambiente. Essas ações além de contribuir significativamente para as metas 12.4 e 12.5, contribuem indiretamente para a meta 12.2, ao reduzir o uso de novos recursos naturais na produção.

Ambas apresentam esforços para reduzir emissões de carbono e possuem certificação de energia renovável, a Hinode monitora 3 escopos utilizando os parâmetros da GHG (Greenhouse

Gas Protocol) e reporta redução de quase 22,5% de carbono em 2023 em relação ao ano anterior; enquanto a granado reporta redução de 31% nas emissões de CO<sub>2</sub>e comparado a 2022. A granado destaca a redução de 747, 86 toneladas de carbono em 2023.

No que se refere ao tratamento de efluentes, ambas as empresas mencionam práticas de controle. A Hinode informa a destinação correta por meio de empresa licenciada em relação à fábrica e um sistema de sumidouro próprio no centro de distribuição. A Granado, além de terceirizar o tratamento de seus efluentes, destaca a redução de 49% no volume de efluentes líquidos (m<sup>3</sup>/t) em relação a 2020. Nesse sentido, apenas a Granado fornece um dado quantitativo que valida o comprometimento sobre o tema, o que reforça a necessidade de maior detalhamento por parte das empresas futuramente.

Além do uso de materiais renováveis, ambas as empresas adotam práticas ligadas à eficiência produtiva. A Hinode utiliza a ferramenta DIA para avaliar o desempenho ambiental dos ingredientes e apoiar escolhas mais sustentáveis. Já a Granado destaca o novo sistema de extração de sabonetes glicerizados em barra, que aplica tecnologias voltadas ao reprocesso e recuperação de resíduos sólidos provenientes da própria produção. Essas práticas indicam a busca por metodologias capazes de avaliar o ciclo de vida do produto, como destaca Rocca *et al.* (2022), o que se torna especialmente relevante no setor cosmético, ao permitir a mitigação de impactos negativos ao longo de toda a operação.

Em relação as práticas de governança apresentadas nos relatórios, a Hinode demonstra maior estruturação de sua responsabilidade corporativa. O uso de normas reconhecidas, a promoção de treinamentos e capacitações sobre assuntos como ética e proteção de dados, a estrutura interna baseada em comitês e a maior divulgação de indicadores são algumas de suas ações. Somando-se a sua adesão ao pacto global da ONU, a empresa demonstra compromisso com 13 dos 17 ODS da Agenda 2030, o que indica a priorização de temas de acordo com seu planejamento estratégico, de acordo com o que destaca Berrone *et al.* (2023), ao afirmar que as empresas devem priorizar e contextualizar os ODS que abordam temas relevantes à sua estratégia e ao seu setor de mercado.

Quanto à meta 12.7, a Hinode demonstra maior controle em relação à gestão de fornecedores, destacando a utilização de critérios ESG na homologação e avaliação, além do uso de dossiês e questionários para verificar certificações, grau de biodegradabilidade, entre outros aspectos. A Granado, por sua vez, não descreve detalhes sobre a procedência de suas matérias-primas, apresentando apenas uma meta voltada à garantia de 100% de rastreamento e certificação nos próximos anos. A etapa de seleção e extração de insumos é considerada uma

das mais críticas da cadeia produtiva cosmética. A certificação, nesse sentido, envolve, entre outros critérios, o controle e rastreamento da cadeia de suprimentos de matérias-primas, garantindo maior qualidade e confiabilidade ao produto final (Fonseca-Santos; Corrêa; Chorilli, 2015).

No que se refere às ações educativas e de conscientização da meta 12.8, ambas as empresas adotam práticas significativas. Ações internas incluem o uso de copos ecológicos e a manutenção da horta orgânica da Granado pelos colaboradores, além da Universidade Hinode Corp e canal 360 Hinode, que disseminam conteúdos sobre consumo consciente. Entre as práticas externas, destaca-se o uso de ícones nas embalagens e o programa de logística reversa Hinode Recicla 2.0, pelo engajamento direto dos franqueados na conscientização dos consumidores. A Granado também realizou palestras, visitas e ações educativas como a Corrida Granado Pink 2023. Essas ações, como aponta Sproesser *et al.* (2024), contribuem para hábitos de consumo mais sustentáveis e exigem que os consumidores repensem seu papel no descarte correto dos produtos, possibilitando seu reaproveitamento e a eficácia dessas práticas.

De modo geral, a análise das ações estruturadas nos relatórios evidencia abordagens distintas entre as empresas. A Hinode apresenta um relatório dividido em três partes principais, ambiental, social e de governança, e se destaca pelo conjunto mais robusto de metas, indicadores e definição de responsáveis. Já a Granado incorpora elementos socioambientais e financeiros, mas adota uma abordagem mais narrativa, com menor detalhamento na estruturação das ações, definição de prazos e atribuição de responsabilidades. Isso pode indicar diferentes níveis de maturidade no entendimento e na gestão da sustentabilidade.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho teve como objetivo analisar como duas empresas do setor de cosméticos incorporam o ODS 12, com base nas ações relatadas em seus relatórios de sustentabilidade mais recentes. Diante da crescente demanda por responsabilidade socioambiental no setor de bens de consumo, a pesquisa buscou identificar, estruturar e comparar essas iniciativas com base nas metas específicas do ODS 12.

Os resultados indicam que ambas as empresas apresentam ações alinhadas às metas selecionadas. A Hinode se destaca por um maior grau de organização, com metas definidas, indicadores claros e um sistema estruturado de governança baseado nos princípios ESG, que orientam suas práticas rumo ao desenvolvimento sustentável. Já a Granado, embora possua

práticas relevantes e consolidadas, apresenta menor detalhamento e sistematização, o que pode limitar a avaliação de seus compromissos no longo prazo.

Observa-se que há aderência a iniciativas voltadas à gestão eficiente de recursos, redução de resíduos e promoção de hábitos de consumo mais conscientes. Tais práticas refletem uma tendência crescente no setor, em que tecnologias e metodologias de avaliação vêm sendo incorporadas para orientar decisões estratégicas, fortalecer a imagem institucional e promover a conformidade com os pilares da sustentabilidade.

Como limitações, destaca-se o recorte da pesquisa em apenas duas empresas e a análise restrita a documentos institucionais, que, embora sejam fontes primárias, apresentam limitações em termos de profundidade, comparabilidade e parcialidade das informações divulgadas. Para pesquisas futuras, recomenda-se a análise de empresas de diferentes portes ou setores, bem como o uso de abordagens distintas, como pesquisas quantitativas, além do aprofundamento em ferramentas específicas de avaliação e monitoramento da sustentabilidade no setor de cosméticos.

A pesquisa permitiu demonstrar a aplicação prática do ODS 12 no setor de cosméticos, oferecendo uma metodologia de análise baseada nas metas da Agenda 2030 que pode ser replicada por pesquisadores, empresas e instituições interessadas em avaliar seu nível de aderência à sustentabilidade. Os achados podem apoiar o aprimoramento de práticas cada vez mais responsáveis e alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. O desenvolvimento sustentável requer a constante revisão dos processos empresariais. Nesse sentido, cabe às empresas não apenas mitigar seus impactos negativos, mas contribuir ativamente para um futuro mais justo, equilibrado e sustentável.

## REFERÊNCIAS

ABIHPEC. **Panorama do setor**: atualização maio/2025. São Paulo: Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, 2025. Disponível em: [https://abihpec.org.br/site2019/wp-content/uploads/2024/02/Panorama\\_do\\_Setor-Atualizacao\\_06.05.25\\_Port\\_VF.pdf](https://abihpec.org.br/site2019/wp-content/uploads/2024/02/Panorama_do_Setor-Atualizacao_06.05.25_Port_VF.pdf). Acesso em: 21 mai 25.

ABIHPEC. **Programa de logística reversa da indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos atinge recorde de 163 mil toneladas de embalagens recuperadas no ano de 2022**. 2023. Disponível em: <https://abihpec.org.br/release/programa-de-logistica-reversa-da-industria-de-higiene-pessoal-perfumaria-e-cosmeticos-atinge-recorde-de-163-mil-toneladas-de-embalagens-recuperadas-no-ano-de-2022/>. Acesso em: 11 jun. 2025.

ABONG. **A Abong e a Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável**: participação social para transformar o mundo. [S.l.]: [s.n.], [2016?]. 36 p. (978-85-88502-13-0). Disponível em: <https://gestos.org.br/wp-content/uploads/2021/10/Abong-Agenda-2030-Digital.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2025.

ALVES, Ana Beatriz Andrade; BASTOS, Adriana Teixeira; CARNEIRO, Lia Sales Serafim. Práticas de responsabilidade social corporativa: uma revisão integrativa sobre impactos, desafios e oportunidades. **Revista Delos**, Curitiba, v. 18, n. 66, p. 1-29, 17 abr. 2025. Brazilian Journals. <http://dx.doi.org/10.55905/rdelosv18.n66-094>.

BAHIA, Maíra Souza. **Os processos de apropriação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) pela publicidade brasileira de cosméticos**: análise da Natura e o Boticário. 2023. 212 f. Dissertação (Mestrado) - Pós - Graduação em Cultura e Sociedade, Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Salvador, 2023.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2016. 312 p.

BERRONE, Pascual; ROUSSEAU, Horacio E.; RICART, J.e.; BRITO, Esther; GIULIODORI, Andrea. How can research contribute to the implementation of sustainable development goals? An interpretive review of SDG literature in management. **International Journal Of Management Reviews**, [S.L.], v. 25, n. 2, p. 318-339, 20 fev. 2023. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1111/ijmr.12331>. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ijmr.12331>. Acesso em: 30 abr. 2025.

BOTICÁRIO. **Boti Recicla – Programa de Reciclagem**. 2025. Disponível em: <https://www.boticario.com.br/boti-recicla/>. Acesso em: 28 maio 2025.

BRASIL. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. RDC nº 907, de 19 de setembro de 2024. **Dispõe sobre a definição, a classificação, os requisitos técnicos para rotulagem e embalagem, os parâmetros para controle microbiológico, bem como os requisitos técnicos e procedimentos para a regularização de produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes**. Disponível em: [https://anvisa.gov.br/legis/datalegis/net/action/ActionDatalegis.php?acao=abrirTextoAto&link=S&tipo=RDC&numeroAto=00000907&seqAto=000&valorAto=2024&orgao=RDC/DC/ANVISA/MS&cod\\_modulo=310&cod\\_menu=9431](https://anvisa.gov.br/legis/datalegis/net/action/ActionDatalegis.php?acao=abrirTextoAto&link=S&tipo=RDC&numeroAto=00000907&seqAto=000&valorAto=2024&orgao=RDC/DC/ANVISA/MS&cod_modulo=310&cod_menu=9431). Acesso em: 21 mai 2025.

BRASIL. Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. **Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de Fevereiro de 1998; e dá Outras Providências**. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm). Acesso em: 25 maio 2025.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis - PPCS: 2011-2014**. Brasília: MMA, 2011. 64 p. Disponível em: <https://bibliotecadigital.economia.gov.br/handle/123456789/1018>. Acesso em: 29 abr. 2025.

CUBAS, Anelise Leal Vieira; BIANCHET, Ritanara Tayane; REIS, Izamara Mariana Aparecida Souza dos; GOUVEIA, Isabel C. Plastics and Microplastic in the Cosmetic Industry: aggregating sustainable actions aimed at alignment and interaction with un

sustainable development goals. **Polymers**, [S.L.], v. 14, n. 21, p. 1-16, 28 out. 2022. MDPI AG. <http://dx.doi.org/10.3390/polym14214576>.

D'ADAMO, Idiano; GASTALDI, Massimo; GIACALONE, Rossella; KAZANCOGLU, Yigit. A strategic and social analytics model for sustainable packaging in the cosmetic industry. **Supply Chain Analytics**, Rome, v. 8, p. 1-12, dez. 2024. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sca.2024.100090>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2949863524000335?via%3Dihub>. Acesso em: 27 abr. 2025.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Towards the circular economy**: economic and business rationale for an accelerated transition. Cowes: Ellen Macarthur Foundation, 2012. 50 p. Disponível em: <https://media1.circulareconomy.se/2016/11/Towards-The-Circular-Economy-vol-1-2012.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2025.

ELKINGTON, John. **Cannibals with forks**: the triple bottom line of 21st century business. United Kingdom: Capstone, 1997. 417 p.

FONSECA-SANTOS, Bruno; CORRÊA, Marcos Antonio; CHORILLI, Marlus. Sustainability, natural and organic cosmetics: consumer, products, efficacy, toxicological and regulatory considerations. **Brazilian Journal Of Pharmaceutical Sciences**, Araraquara, v. 51, n. 1, p. 17-26, mar. 2015. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1984-82502015000100002>.

FURMAN, Ana Carolina; VEIT, Márcia Teresinha; PALÁCIO, Soraya Moreno; GONÇALVES, Gilberto da Cunha; BARBIERI, Jéssica Caroline Zanette. Sustentabilidade no processo produtivo da indústria cosmética: uma revisão da literatura. **Research, Society And Development**, [S.L.], v. 11, n. 13, p. 1-23, 16 out. 2022. Research, Society and Development. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i13.35852>.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GÓIS PEREIRA, Gletiana; MOREIRA, Nereu Rodrigues. Economia circular: a importância da logística reversa. **Advances In Global Innovation & Technology**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 1-13, jan./mar. 2025. Even3. <http://dx.doi.org/10.29327/2384439.3.2-8>.

IMBALI, Uilbonhe Victor; MANÉ, Sana; IALÁ, Sandra Roberto Carlos; SILVA, Geranilde Costa e. SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL: discussão acerca da sua importância e de seus desafios na contemporaneidade. **Derecho y Cambio Social**, [S.L.], v. 22, n. 79, p. 1-17, 20 mar. 2025. Editoriales Iberoamericanos. <http://dx.doi.org/10.54899/dcs.v22i79.169>.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Agenda 2030**: objetivos de desenvolvimento sustentável: avaliação do progresso das principais metas globais para o Brasil: ODS 12: consumo responsável – assegurar padrões de consumo e produção sustentável. Brasília: Ipea, 2024. 19 p. (Cadernos ODS, 12). DOI: <http://dx.doi.org/10.38116/ri2024ODS12>. Disponível em: [https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/14136/1/Agenda\\_2030\\_ODS\\_12\\_Consumo\\_responsavel\\_assegurar\\_padroes.pdf](https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/14136/1/Agenda_2030_ODS_12_Consumo_responsavel_assegurar_padroes.pdf). Acesso em: 28 abr. 2025.

L'ORÉAL. **L'Oréal e a sustentabilidade: grupo anuncia novas metas sustentáveis com o programa "L'Oréal para o futuro"** Grupo L'Oréal - 26.06.2020. 2020. Disponível em: <https://www.loreal.com/pt-br/brazil/news/grupo/loreal-e-a-sustentabilidade-grupo-anuncia-novas-metas-sustentaveis-com-o-programa-loreal-para-o-futu/>. Acesso em: 28 maio 2025.

MENDONÇA, Beatriz da Motta Ramos; ALVES, Priscila Elias; SANTOS, Elisabete Pereira dos. Cosméticos Verdes: revisão bibliográfica acerca da tendência sustentável no desenvolvimento de cosméticos. **Research, Society And Development**, [S.L.], v. 12, n. 2, p. 1-16, 18 jan. 2023. Research, Society and Development. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v12i2.39888>.

NATURA. **Cadeia de valor | Natura Brasil**. 2025. Disponível em: <https://www.natura.com.br/sustentabilidade-cadeia-de-valor>. Acesso em: 28 maio 2025.

ONU. **Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. 2015. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustentavel>. Acesso em: 16 maio 2025.

ONU. **A ONU e o meio ambiente**. 2020. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente>. Acesso em: 27 mar. 2025.

PACTO GLOBAL - REDE BRASIL. **Como aderir**. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/como-aderir/>. Acesso em: 29 maio 2025.

PACTO GLOBAL - REDE BRASIL. **ESG**. 2025. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/esg/>. Acesso em: 29 maio 2025.

ROCCA, Roberto; ACERBI, Federica; FUMAGALLI, Luca; TAISCH, Marco. Sustainability paradigm in the cosmetics industry: state of the art. **Cleaner Waste Systems**, Milan, v. 3, p. 1-14, dez. 2022. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.clwas.2022.100057>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772912522000574>. Acesso em: 04 maio 2025.

RODRIGUES, Fernanda Costa Demier. A sustentabilidade empresarial no mercado brasileiro: estudo de caso da empresa o boticário. **Estudos de Administração e Sociedade**, [S.L.], v. 6, n. 1, p. 45-61, 17 nov. 2021. Pró Reitoria de Pesquisa, Pós-graduação e Inovação - UFF. <http://dx.doi.org/10.22409/eas.v6i1.42281>.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2000.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento incluyente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SACHS, Jeffrey D. **The end of poverty: economic possibilities for our time**. New York: The Penguin Press, 2005. 413 p.

SILVA, Marcos Johari Provezani; GODOY JÚNIOR, Ederaldo. SUSTENTABILIDADE NO GERENCIAMENTO DE RECURSOS: o papel da economia circular e da logística reversa.



**Revista Foco**, [S.L.], v. 16, n. 11, p. 1-17, 24 nov. 2023. South Florida Publishing LLC. <http://dx.doi.org/10.54751/revistafoco.v16n11-177>.

SIQUEIRA, Alice Carneiro. **Aplicação dos objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) da ONU e práticas ESG nas empresas de cosméticos brasileiras: grupo o boticário e natura (2019 - 2022)**. 2024. 103 f. TCC (Graduação) - Curso de Relações Internacionais, Universidade Federal do Pampa, Sant'Ana do Livramento, 2024.

SPROESSER, Giovanna Ruis; SANTOS, Leticia Neiva dos; CUNHA, Luana Rocha Silva; MORAES, Milene de Luna Zottis; COSTA, Anderson Figueiredo da; MELARA, José Franciso Toledo. Logística reversa e sustentabilidade de embalagens na indústria cosmética: um caminho para o futuro. **Revista de Gestão e Secretariado**, São José dos Pinhais, v. 15, n. 11, p. 1-20, 25 nov. 2024. Brazilian Journals. <http://dx.doi.org/10.7769/gesec.v15i11.4483>.

YANG, Jinduo; HAMID, Mehrunishah Begum Bathusha. Sustainable beauty: a conceptual paper of how sustainable marketing impact consumer behaviour in the cosmetic industry. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON MANAGEMENT RESEARCH AND ECONOMIC DEVELOPMENT, 2., 2024, Malaysia. **Proceedings [...]**. Petaling Jaya, Malaysia, 2024. p. 54-59. Disponível em: <https://doi.org/10.54254/2754-1169/93/20241083>.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.