



UNIFEOB

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS**

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

LOGÍSTICA E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

**SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL E SEUS
IMPACTOS SOCIAIS**

NATURA COSMÉTICOS S.A

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

LOGÍSTICA E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL E SEUS
IMPACTOS SOCIAIS

NATURA COSMÉTICOS S.A

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE
EMPRESARIAL - PROFa. ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO

AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE
CONTEMPORÂNEA - PROFa. JULIANA MARQUES BORSARI

ESTUDANTES:

Jaqueline C. Sousa Chaves, RA 1012019200277

Jeferson Fernandes da Silva, RA 1012019100239

Juliana Teixeira de Freitas, RA 1012019100009

Natália Barzagli Albino, RA 1012018200077

Tiago Roberto Inocêncio, RA 1012019200272

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL	6
3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL	10
3.1.2 NORMA ISO 14.001	21
3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	23
3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS	30
3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO	37
4. CONCLUSÃO	38
REFERÊNCIAS	39
ANEXOS	40

1. INTRODUÇÃO

Este Projeto Integrado tem como objetivo conhecer como a empresa Natura (empresa escolhida para este trabalho) trata a relação com o meio ambiente e responsabilidade social, desta forma será mostrado que grande parte das empresas hoje trabalham com grande foco nesse assunto.

A empresa Natura adota o Sistema de Gestão Ambiental que é planejar as atividades que podem minimizar e eliminar os impactos ambientais.

É uma empresa que mostra à população que é preciso ter consciência em relação a utilização do meio ambiente de um modo mais inteligente para extrair apenas o que pode ser devolvido. E se não for possível tentar recuperar aquilo que já foi destruído.

Ela também busca lembrar que a sociedade tem um papel fundamental neste processo, pois a mesma pode servir de exemplo para outras gerações. Assim empresa e sociedade buscam juntas o melhor para o meio ambiente.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

EMPRESA:- NATURA COSMÉTICOS S/A

CNPJ:- 71.673.990/0001-77

ENDEREÇO: Av. Alexandre Colares, 1188.

Bairro: Vila Jaragua

Município: São Paulo

Cep: 05106-000

Telefone: 0800 115566

A empresa Natura é uma empresa brasileira que atua no setor de produtos de tratamento para o rosto, corpo, sabonetes, barba, desodorantes, óleos corporais, maquiagem, perfumaria, cabelos, proteção solar e infantil.

A Natura hoje está presente no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia,méxico, Peru, Venezuela, França e Estados Unidos, além de outros 63 países indiretamente.

Com a junção da gigante britânica The Body Shop (2017), e a recente aquisição do grupo americano AVON (2019), o grupo passa a ter 40.000 funcionários.

Criada em agosto de 1969 por Antônio Luiz Seabra após abrir uma loja e uma pequena fábrica no bairro Vila Mariana em São Paulo, em 1974 a empresa deixou de oferecer seus produtos em lojas e passou a vendê-los no modelo de venda direta.

Em maio de 2019, a empresa anunciou ao mercado a compra da concorrente norte-americana AVON por aproximadamente US\$ 3,7 bilhões (cerca de R\$ 15 bilhões), criando o quarto maior grupo de beleza do mundo avaliado em US\$ 11 bilhões de dólares. A operação foi realizada por meio de trocas de ações entre as duas companhias.

A Natura acredita que uma marca de beleza pode fazer muito pelas pessoas e pelo planeta. Por isso ela tem seu próprio jeito de fazer produtos. Ele parte de fórmulas inovadoras que fazem bem para a pele, para o cabelo e para a floresta.

Suas fórmulas aliam tecnologia a ingredientes seguros. Além de obedecer às legislações dos países em que atua, acompanham sistematicamente as discussões científicas sobre os ativos que colocam em risco a saúde das pessoas e do meio ambiente. É por isso, por exemplo, que triclosan, ftalatos e parabenos foram banidos dos itens do seu portfólio.

Neutralizam o carbono desde a extração dos ingredientes, até as atividades das fábricas e o descarte dos produtos. Como fazem isso? Em 2017, criaram o PROGRAMA NATURA CARBONO NEUTRO. Por meio dele, tem conseguido reduzir de forma significativa e contínua a quantidade de gases do efeito estufa que produzem por causa dos seus negócios. Graças a iniciativa, todos os produtos são 100% carbono neutro, ou seja, tem emissões de poluentes compensadas.

E por fim os cuidados com a origem, práticas sustentáveis, oportunidade de renda e cuidado com o desenvolvimento social dos pequenos produtores são os três pilares que norteiam a relação dessa empresa com as comunidades das quais compram os ativos vegetais que colocam em seus produtos.

3. PROJETO INTEGRADO

Neste Projeto Integrado (PI) foram apresentados os conteúdos das unidades de estudo: Meio Ambiente, Negócios e Responsabilidade Empresarial e As Relações de Trabalho na Sociedade Contemporânea.

Na parte destinada a Meio Ambiente vimos a importância do Sistema de Gestão Ambiental nas empresas e suas principais características. E falamos também sobre a Norma ISO 14001, sobre sua importância e em quantas vantagens ela traz, não só para a empresa mas também para a população, por se tratar de uma norma que certifica e comprova que as organizações seguem a risca os processos de gestão ambiental.

Na outra parte do nosso Projeto Integrado falamos sobre As Relações de Trabalho abordando assuntos sobre Sistemas Econômicos e os Impactos Sociais. Neste tópico falamos sobre, Capitalismo e Socialismo e enquanto ambos podem afetar nossas vidas.

E por último sobre a Sociologia do Trabalho, mencionamos sobre as mudanças que vem acontecendo através dos tempos e o quanto a empresa escolhida se preocupa com seus colaboradores e fornecedores, já que se trata de uma empresa preocupada com o Meio Ambiente e com Responsabilidade Social.

3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL

Com a temática da sustentabilidade em alta nos dias de hoje, fica cada vez mais evidente que a consciência ambiental desempenha um papel definitivo na construção da cidadania. De forma crescente, as pessoas avaliam seus comportamentos em sociedade e como eles se refletem na conservação do nosso ecossistema.

A atitude, inclusive, vai além do aspecto comportamental, já que não são somente as pessoas físicas que geram impactos na natureza. As empresas possuem responsabilidade de peso nesse contexto, sendo, aliás, cobradas por essa postura ambiental no sentido legislativo e também do público consumidor.

É neste cenário de mudanças que o Sistema de Gestão Ambiental (SGA) vem para balizar as ações corporativas em busca do equilíbrio do homem, da indústria e do meio ambiente.

Definição importante para esses novos tempos de valorização dos empreendimentos verdes, o SGA é um conjunto de políticas, práticas e procedimentos técnicos e administrativos de uma empresa com o objetivo de obter um melhor desempenho ambiental.

Todas as oportunidades e melhorias nos processos do negócio também devem ser buscadas pelo viés do SGA, a fim de reduzir os impactos de suas atividades produtivas no meio.

A norma ISO 14001, da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) é a responsável por regulamentar o sistema, estabelecendo os requisitos de implementação e operação. É importante acrescentar, ainda, que este modelo sustentável de gerenciamento está fundamentado nos cinco princípios a seguir, que devem ser obedecidos pelas empresas.

1- Conhecer o que deve ser realizado, assegurando o comprometimento com o SGA e definindo a política ambiental;

2- Elaborar um plano de ação voltado ao atendimento dos requisitos da política ambiental;

3- Assegurar as condições para o cumprimento dos objetivos e metas ambientais e implementar as ferramentas de sustentação necessárias;

4- Reavaliar avaliações quali-quantitativas periódicas de conformidade ambiental da empresa;

5- Revisar e aperfeiçoar a política ambiental, os objetivos e metas e as ações implementadas para assegurar a melhoria contínua do desempenho ambiental da empresa.

Como já vimos as principais características do Sistema de Gestão Ambiental (SGA) vejamos agora suas principais vantagens.

A crescente conscientização ambiental da sociedade aumentou a pressão sobre a comunidade empresarial de que os padrões de produção e consumo correntes são insustentáveis. Assim, as empresas entenderam que, para continuarem funcionando, terão que integrar, cada vez mais, componentes ambientais, as suas estratégias comerciais e seu planejamento estratégico.

Atualmente, as empresas que oferecem mais informações sobre o seu desempenho ambiental melhoram as relações com acionistas, fornecedores e consumidores, e isso representa uma vantagem de mercado.

Normalmente, a implementação de um sistema de gestão ambiental é um processo voluntário. O grande motivo para a implantação desse sistema é que o meio ambiente representa ao mesmo tempo riscos e oportunidades, para que uma empresa seja bem-sucedida ela deve controlar os riscos e desenvolver as oportunidades.

Ao optar pela implantação de um SGA, as companhias não recebem apenas benefícios financeiros, como economia de matéria prima, menores gastos com resíduos, aumento na eficiência na produção e vantagens de mercado, mas sim, estão também diminuindo os riscos de não gerenciar adequadamente seus aspectos ambientais, como acidentes, multas por descumprimento da legislação ambiental, incapacidade de obter crédito bancário e outros investimentos de capitais, e perda de mercados por incapacidade competitiva.

Algumas das vantagens são:

1- Conformidade legal, evita: Penalidades; Indenizações civis e processo criminal; Menor tolerância das autoridades; Paralisação das atividades; Mudança de local.

2- Melhoria da imagem da companhia (reputação), pois: os consumidores preferem produtos ecologicamente corretos, e o mercado reconhece e valoriza organizações ambientalmente corretas cada vez mais; Instituições financeiras e seguradoras avaliam o desempenho ambiental das empresas; Transparência e empresas “limpas” são bem vistas.

3- Melhoria da competitividade (vantagem de mercado), pois: Compromisso ambiental é prática básica no comércio internacional; Consumidores mais influentes começam a exigir critérios ambientais; Padrões internacionais mais rigorosos para acesso a mercados, com a globalização da economia mundial e a criação de grandes blocos internacionais, como a União Europeia, o cuidado com o meio ambiente passa a ser um fator estratégico.

4- Redução de custos, devido à: Minimização dos desperdícios de matéria prima e insumos; Eliminação de risco passivo ambiental e despesas dele decorrentes.

5- Conformidade junto a matriz e/ou clientes: Prevenir problemas x corrigir problemas (minimizando despesas com remediação e multas); Melhoria contínua (estar sempre um passo adiante dos concorrentes).

E agora falaremos um pouco sobre a norma ISO 14001:

A ABNT NBR ISO 14001 especifica os requisitos de um Sistema de Gestão Ambiental e permite a uma organização desenvolver uma estrutura para a proteção do meio ambiente e rápida resposta às mudanças das condições ambientais. A norma leva em conta aspectos ambientais influenciados pela organização e outros passíveis de serem controlados por ela.

A implementação dessa norma deve ser buscada por empresas que desejam estabelecer ou aprimorar um Sistema de Gestão Ambiental, estar seguras sobre políticas ambientais praticadas ou demonstrar estar de acordo com práticas sustentáveis a clientes e a organizações externas.

E foi nesse foco que a mudança de versão da ISO 14001 foi planejada. A ISO 14001: 2015 incorpora além de questões estratégicas, a preocupação com a cadeia de valor, ciclo de vida, entre outras mudanças.

3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL

Muitas empresas vêm implantando o sistema de gestão ambiental diante de suas inúmeras vantagens, que podem ser elas:

Melhoria organizacional: gestão ambiental sistematizada, integração de qualidade ambiental a gestão dos negócios da empresa, conscientização ambiental dos funcionários e relacionamentos de parcerias com a comunidade.

. Minimização de custos: eliminação de desperdícios conquista da conformidade ao menor custo e racionalização dos recursos humanos, físicos e financeiros.

. Minimização dos riscos: segurança legal segurança das informações, minimização dos acidentes e passivas ambientais, minimização dos riscos dos produtos e identificação de vulnerabilidade.

E entre os principais objetivos do SGA, podemos citar:

. Fornecer ferramentas necessárias para alcançar metas ambientais e melhoria contínua do desempenho de uma empresa.

A natura por ser considerada uma empresa de grande porte comparada com outras indústrias brasileiras. Ela possui uma grande responsabilidade com o meio ambiente pois na fabricação de seus produtos utiliza como fonte principal a natureza, e a principal imagem de negócio da empresa é a natureza.

Antes de analisar os impactos obtidos com a implantação do sistema de gestão ambiental na empresa Natura Cosméticos S.A., por meio da análise de relatórios anuais, é importante destacar a qualidade da contabilidade ambiental na organização. Em julho de 2016, durante um evento internacional em Londres, foi divulgado o levantamento

completo de ganhos e perdas ambientais, o EP&L – Environmental Profit & Loss. Com esse acontecimento, a Natura tornou-se a primeira empresa da América Latina a divulgar seus resultados evidenciando os impactos positivos e negativos de toda a cadeia produtiva da empresa, desde a produção até o descarte das embalagens por seus consumidores (NATURA, 2016).

O levantamento realizado através dos relatórios evidenciou os impactos positivos que a empresa gerou com a gestão ambiental por meio da contabilidade e o P&L passou a ser um importante indicador para calcular os danos ambientais em todas as etapas de suas atividades produtivas, sendo esse estudo primordial para os impactos refletidos em diversas áreas da empresa. “Com esse estudo, buscamos conhecer e detalhar os impactos ambientais gerados por nossas operações e definir estratégias para neutralizá-los”, diz José Roberto Lettiere, vice presidente financeiro da Natura, em uma entrevista para a redação de imprensa (REDAÇÃO NATURA, 2016, p.1).

No Relatório Anual Natura (2016), o resultado estimado em 2013 nas demonstrações financeiras, referente ao impacto ambiental com o consumo de água e energia elétrica, materiais utilizados e emissões de gases poluentes foi de R\$ 132 milhões e teria sido ainda maior (aproximadamente R\$ 164 milhões) sem a aplicação do Programa Carbono Neutro em 2007, que monitora os processos produtivos para diminuir as emissões de gases do efeito estufa – GEE, que por meio da contabilidade ambiental teve um resultado favorável de R\$ 77 milhões. Conforme Ferreira (2003), a contabilidade ambiental não se difere do controle que já é feito pelas empresas, ou seja, todos os eventos do patrimônio ambiental devem ser registrados contabilmente, e as demonstrações são importantes para fornecer a investidores e gestores da organização informações a respeito dos impactos causados na sociedade.

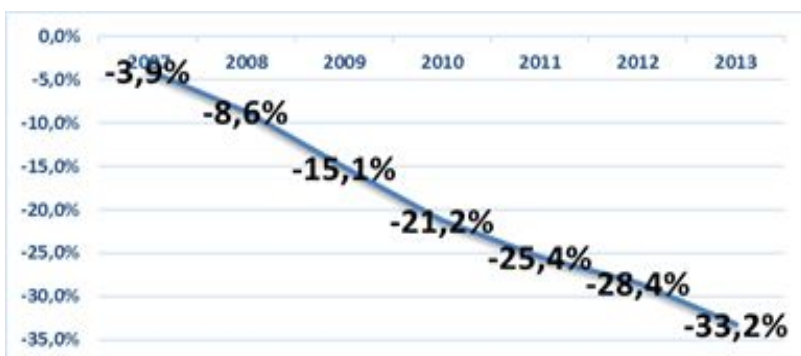
Zahaikevitch et al (2011) afirmam que no Sistema de Gestão Ambiental, o principal objetivo não é obter lucro mas desenvolver programas sustentáveis voltados para o controle do consumo de energia elétrica, uso da água e descarte de materiais, acompanhando todas as fases de produção. Curi (2011) acrescenta que as empresas, além de gerarem impactos sociais e econômicos consequentemente refletem no meio ambiente: na emissão de poluentes e na extração de recursos naturais.

Diante disso, é possível notar que a Natura vem fazendo esse trabalho de monitoramento ambiental desde sua certificação NBR ISO 14001 em 2004, auxiliando os gestores na tomada de decisões mais responsáveis voltadas ao meio ambiente, e foi em 2009 que a organização implantou uma metodologia de planejamento integrada, encarregada pelo controle dos indicadores econômicos, sociais e ambientais, capaz de acompanhar a influência desses fatores nas atividades da empresa (NATURA, 2009).

Conforme o Gráfico 1, houve uma queda brusca das emissões de CO₂E entre 2007, período que inaugurou o Programa Carbono Neutro, e o ano de 2013. Na implantação desse programa na gestão ambiental da Natura, foi estabelecida uma meta para redução de gases de 33% até 2011, porém o resultado encontrado até o fim do período foi de uma queda nas emissões de poluentes gasosos de 29,3%, ou seja, no ano que deveria atingir a meta, sua redução tinha sido de apenas 21,5% e não conseguiram alcançar os resultados pré-estabelecidos.

Posteriormente, é possível observar a grande redução nas emissões de CO₂E, em 2008, onde a Natura tornou-se uma empresa líder em carbono neutro por compensar essas emissões na produção que não puderam ser evitadas, por troca de crédito de carbono. Foi assim que em 2009 estabeleceu uma nova meta de redução ainda mais ousada: diminuir até 2012 a emissão de gases no meio ambiente em 10%, e conforme o Gráfico 1, a Natura ultrapassa a meta com um valor irredutível de 13,3% (NATURA, 2013).

Gráfico 1 – Redução das emissões de CO₂E



Fonte: Adaptado do Relatório Anual Natura (2013)

Em 2010, gestores lançaram o programa “Menos Carbono, Mais Produtividade”, que permitiu que eles fossem capazes de estimar as emissões de GEE antes mesmo de produzirem novos produtos e essa iniciativa teve uma queda significativa de 2009 para 2010 de 6,1%. Já no ano de 2011, com o relançamento da linha Ekos, a emissão de gases do efeito estufa diminuiu cerca de 45%, e em 2013, com outro lançamento, agora na linha Sou que é responsável por produtos para pele e cabelo, reduziu até 60% comparados com os anos anteriores (NATURA, 2013).

É importante ressaltar que esses resultados só foram possíveis através do sistema de gestão ambiental, pois segundo Curi (2011), os benefícios adquiridos com o SGA consistem na diminuição da demanda de recursos naturais em processos produtivo e conseqüentemente a melhora no desempenho econômico da organização e isso envolve também a redução de tudo aquilo que é lançado no meio ambiente que não é possível reaproveitar.

Outro fator de destaque para a Natura é a reutilização da água no seu processo produtivo, onde é possível verificar que desde 2004 o cuidado com a reutilização de água foi adotado pela empresa seguindo as normas da política de meio ambiente da Natura e esse fato trouxe resultados positivos acerca do alto índice de tratamento e reaproveitamento do recurso hídrico na indústria, conforme demonstrado no gráfico 2.

Gráfico 2 – Tratamento da água na Natura Cosméticos S.A.



Fonte: Adaptado dos Relatórios Anuais Natura (2004 a 2016)

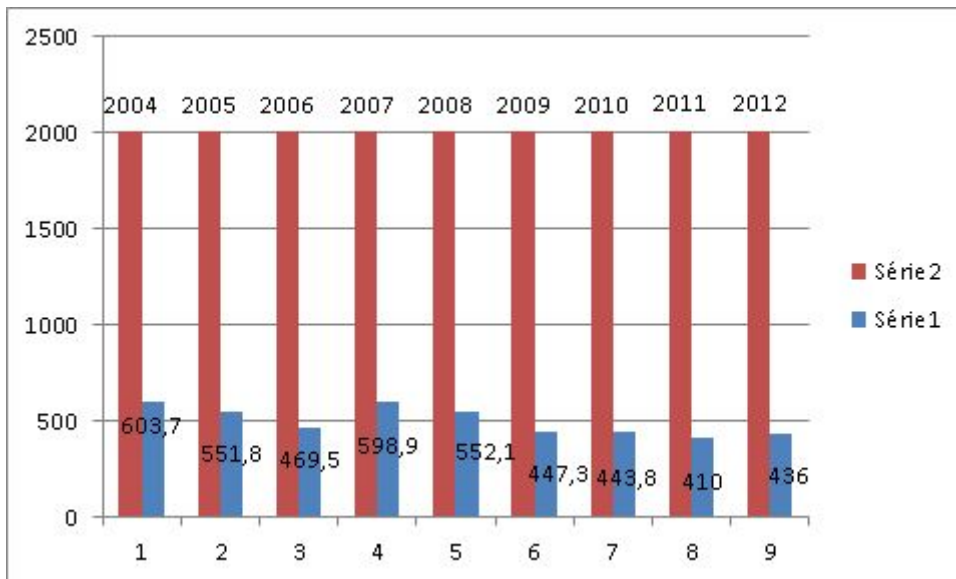
O Relatório Anual Natura (2005, p. 93) ao referir-se à utilização da água ressalta que “a retirada anual respeita os critérios de regeneração do lençol freático, havendo

monitoração diária do limite de suas outorgas”. A cada ano a empresa supera a meta estabelecida para reciclagem de água, e em 2014 não foi diferente já que o ano apontou um alto índice de reaproveitamento que aconteceu devido a campanhas voltadas a crise hídrica que transcorreram nessa época, esse embate estabeleceu um consumo mais consciente, valorizando o cuidado com o desperdício de forma coletiva, envolvendo os gestores, colaboradores, fornecedores e clientes da empresa.

Outro recurso que apresenta um cuidado especial no processo de suas atividades é a energia elétrica consumida. O acompanhamento do consumo de energia elétrica se deu em 2008, no qual foi criado um comitê multidisciplinar para conscientizar os colaboradores a adotarem um consumo inteligente. Foi observado então, no Gráfico 3, uma queda de 16,88% comparado a 2007, e esse fator provém da queda da temperatura média no ano, que colaborou com a redução do uso de ar-condicionado (NATURA, 2008).

Gráfico 3 – C

Matriz energética
por unidade vendida
(kjoules/unidade)



Fonte: Adaptado dos Relatórios Anuais Natura (2004 a 2012)

De acordo com o Relatório Anual Natura (2009), tinha sido elaborado um plano de consumo de energia solar para substituir a energia elétrica na indústria e com esse projeto logo foi possível identificar uma queda significativa de energia por unidade em 2009, de aproximadamente 25% com relação a 2008. Em 2011, houve uma redução de 12% no consumo de energia em razão do plano de consumo que foi produzido dois anos antes. Nesse mesmo ano foi possível identificar na indústria da Natura localizada em Cajamar, que a utilização de energia relativa à climatização e ar comprimido (gás não tóxico), era de 50% com relação a todo o consumo de energia da indústria (NATURA, 2011).

Na extração de recursos naturais, é impossível removê-lo sem causar exaustão ao ecossistema, porém para garantir a saúde da natureza e o seguimento da organização, é indispensável o planejamento dos ciclos de produção com o propósito de aperfeiçoamento para renovação do meio ambiente, reaproveitando todo material fabricado, que irá muitas vezes com destino ao descarte (CURI, 2011). É esse planejamento que a Natura vem fazendo em seus processos desde 2004 com o intuito de que as extrações de recursos naturais não comprometam o equilíbrio ambiental e que essas ações sejam conduzidas de forma politicamente correta (NATURA, 2004).

Pensando na reciclagem de materiais nos processos de produção, em 2006 a Natura desenvolveu uma parceria com os fabricantes de máquinas para fornecerem equipamentos sustentáveis de acordo com a política ambiental da empresa, buscavam por fornecedores conscientizados a produzirem instrumentos que utilizassem menos água e energia elétrica (NATURA, 2006). Em consequência dessa iniciativa, é possível observar no Gráfico 4, que a Natura desenvolve um programa de reciclagem de materiais fundamental para a natureza, pois seus índices de reaproveitamento são elevados.

Gráfico 4 – Impacto dos produtos



Fonte: Adaptado dos Relatórios Anuais Natura (2004 a 2013)

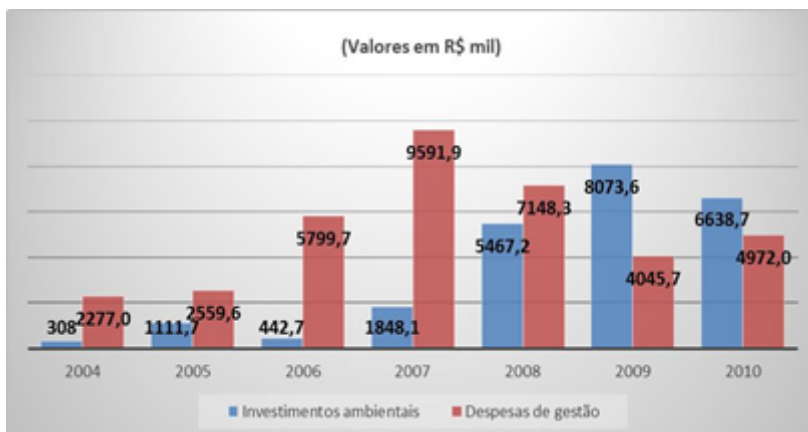
A Natura Cosméticos se preocupa com o impacto ambiental e por isso investe em novas tecnologias e programas capacitados para atender sua política ambiental, como a redução da massa da embalagem, matérias-primas menos agressivas a natureza e então a reciclagem de resíduos não utilizados para produzir. A empresa fabrica produtos que acompanham uma tabela ambiental informando dados como: origem, processo de transformação utilizado, percentual de material reciclado, dentre outros. “Nossos rótulos estão de acordo com as legislações em vigor e respeitam todas as resoluções relacionadas a cosméticos definidas pela agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa” (NATURA, 2011, p.81).

Valle (2002) salienta que a gestão ambiental deve seguir os procedimentos adequados para que a empresa alcance resultados positivos com os investimentos e despesas aplicados no controle de impactos ambientais. A partir da ideia do autor é possível identificar a postura ambientalmente correta da Natura frente a todas as

possibilidades de reciclagem dos materiais que fazem parte do processo produtivo, mas que acabam não compondo o produto final na venda, e assim a organização investe em mecanismos de reaproveitamento dessas sobras para introduzir em embalagens e frascos sustentáveis.

Conforme o Gráfico 5, nota-se que a princípio as despesas ambientais eram muito maiores do que o investimento que a Natura dispunha para o controle ambiental dentro da empresa. Em 2009 esse cenário mudou apresentando uma redução significativa das despesas em aproximadamente 43% e um aumento nos investimentos em cerca de 48% e daí em diante os investimentos mantiveram-se maiores que as despesas, ou seja, o que foi aplicado a partir daquele ano não deu espaço para os gastos ambientais.

Gráfico 5 – Investimentos e despesas de gestão ambiental



Fonte: Adaptado dos Relatórios Anuais Natura (2004 a 2010)

Esse fato aconteceu devido ao aumento das aplicações na área da logística e capacitação industrial, havendo treinamento dos colaboradores e consultores para que eles engajassem em projetos socioambientais em regiões precárias e necessitadas. Nesse mesmo ano, a Natura inaugurou o programa de desenvolvimento de lideranças que também recebeu investimentos por volta de 0,4% da receita líquida anual de 2009. Nota-se que o principal investimento da empresa está focado na formação dos gestores para que enfrentem o desenvolvimento acelerado e contínuo da organização nos próximos anos (NATURA, 2009).

Para Seiffert (2011), o processo de educação ambiental é fundamental na conscientização do colaborador a adotar práticas sustentáveis dentro e fora da empresa, mas que além da instrução, o funcionário precisa estar sensibilizado para mudar sua atitude frente às questões ambientais. A autora ressalta que o manuseio incorreto de resíduos por colaboradores incapacitados pode gerar problemas econômicos, pois com o desperdício resultará num resultado negativo financeiro, mas também pode gerar problemas ambientais uma vez que aqueles materiais que poderiam ser reciclados acabam tendo um descarte definitivo. Para ela, assim como a implantação do sistema de gestão ambiental é fundamental para a organização, instruir e capacitar seus colaboradores, pois isso é indispensável para o progresso da gestão.

Em 2008 ocorreu uma organização estrutural que atingiu principalmente os colaboradores da empresa no país, que a princípio houve certo desconforto por parte deles, mas logo em seguida foram notados os primeiros sinais de aceitação, pois a leveza, a agilidade e eficiência na tomada de decisões tornaram o ambiente administrativo muito melhor e foi preciso tomar algumas atitudes como a redução de 8,6% no número de funcionários para que esse objetivo fosse alcançado (NATURA, 2008).

Essa reestruturação que aconteceu naquele ano não teve impacto nos processos de produção muito menos nas vendas, porém a rotatividade no Brasil, expresso na Tabela 1, apresenta valor elevado quando comparado com os anos anteriores. Este alto índice de rotatividade é devido à aplicação do sistema de gestão ambiental na empresa e apresenta uma taxa de rotatividade com um aumento correspondente a cerca de 38% com relação a 2007, porém é a baixo comparado aos outros países que possuem uma variação considerável entre os anos anteriores e até mesmo entre um país e o outro (NATURA, 2008).

Tabela 1 – Rotatividade dos colaboradores

	2006	2007	2008
Brasil	6,7%	9,0%	12,4%
Argentina	19,7 %	16,1 %	16,6%
Chile	31,6 %	20,4 %	13,9%
México	36,3 %	56,5 %	42,7%
Peru	15,0 %	17,2 %	12,2%
França	6,6%	4,0%	35,0%
Venezuela ¹	n.d	43,5 %	31,9%
Colômbia ²	n.a	4,6%	35,4%

¹ Durante o ano de 2006, a operação na Venezuela estava em estruturação para início das atividades e o indicador de rotatividade não foi medido. ² A operação na Colômbia teve início em 2007.

Fonte: Relatório Anual Natura (2008)

Ao analisar os relatórios anuais da empresa, observa-se a eficácia do Sistema de Gestão Ambiental Natura após sua implantação em 2004, assim que obteve certificação NBR ISO 14001. Como é possível observar na Tabela 2, o gerenciamento consiste nos resultados voltados para a área financeira, social e ambiental da empresa, assim como

nas diversas áreas de atividade e dos pilares de atuação: processos, cultura e liderança (NATURA, 2008).

Tabela 2 – Impactos com a aplicação do Sistema de Gestão Ambiental

Natura

	Implantação	Desenvolvimento	Impacto		
Gastos com consumo de água e energia elétrica	R\$ 164 milhões	RS 132 milhões	Redução total de R\$ 32 milhões	POSITIVO	
Despesas de gestão	R\$ 2.277 mil	RS 4.972 mil	Aumento total de R\$ 2.695 mil	NEGATIVO	
Investimentos	R\$ 308 mil	R\$ 6.638,7 mil	Aumento total de R\$ 6.330,7 mil	POSITIVO	
Emissões de CO ₂ E	Redução de 3,9%	Redução de 33,2%	Redução total de 29,3%	POSITIVO	
Tratamento da água	29.065 m ³	63.523 m ³	Aumento total de 34.458 m ³	POSITIVO	

Consumo de energia elétrica	603,7 kjoules/unidade	436 kjoules/unidade	Redução total de 167,7 kjoules/unidade	POSITIVO	
Materiais reciclados	73,40%	81,60%	Aumento total de 8,2%	POSITIVO	

Fonte: Adaptado dos Relatórios Anuais Natura (2004 a 2016)

Os resultados obtidos com a aplicação do sistema de gestão na Natura, na maioria dos parâmetros apresentaram impactos positivos, pois houve reduções ou aumentos de fatores importantes tanto econômicos quanto ambientais. A organização ainda mostra resultados com despesas em gestão negativos, visto que houve um crescimento nos valores gastos com o gerenciamento ecossistêmico. Se considerar que esse processo está em fase de desenvolvimento e que os gastos com recursos produtivos diminuiriam significativamente nas demonstrações financeiras, são plausíveis os custos com esse fator. Epelbaum (2004) reforça que os gastos com despesa de gestão são evidentes, no entanto a organização deve trabalhar para atingir custos mais baixos, com o propósito de oferecer a seus clientes produtos fabricados com os padrões sustentáveis exigidos pela política ambiental.

3.1.2 NORMA ISO 14.001

De acordo com Curi (2011), com a questão ambiental em alta, a ISO decidiu trazer o tema para o mundo dos negócios, elaborando uma abordagem padronizada para a gestão ambiental e foi assim que surgiu a série de normas ISO 14000. Dentre esses princípios, a ISO 14001 é a única capaz de fornecer às organizações certificações que comprovem que as empresas seguem à risca os processos de gestão ambiental aconselhados pela organização internacional.

A norma ISO 14001 é aceita internacionalmente e define as condições para vigiar um sistema de gestão ambiental numa empresa, ajudando no desempenho das organizações por meio da utilização adequada dos recursos e do descarte de resíduos incapazes de serem aproveitados. Ela é adequada a todos os tipos de empresas, sejam elas de pequeno, médio ou grande porte, exigindo que essas entidades considerem qualquer fator ambiental referentes às suas operações e assim como todas as normas de sistemas da gestão, a ISO 14001 abrange a necessidade de uma melhoria contínua dos sistemas com abordagem ambiental (ABNT, 2016).

A certificação ISO 14001 não depende somente das empresas, elas precisam ultrapassar as fronteiras de suas organizações para buscar avaliação de um órgão credenciador, que é responsável por analisar os pedidos e encaminhá-los para entidades certificadoras, que tem como principal função auditar as empresas para verificar se estão de acordo com requisitos obrigatórios para obter a certificação (CURI, 2011).

A norma ISO 14001 é fundamental para a geração de novos empregos, pesquisas científicas e aquecimento da economia através da prestação de serviços e fornecimento de bens, e com essa certificação as organizações têm mais destaque no mercado tanto interno quanto externo e conquistam clientes, ganham respeito dos fornecedores e acima de tudo lealdade de seus funcionários. Atualmente alcançar essa certificação significa que a corporação prioriza o meio ambiente e a sociedade, deixando transparecer uma conduta positiva frente à população (NASCIMENTO; MORAIS, 2013).

Na responsabilidade que a Natureza adota com as gerações futuras, está explícito o cumprimento dos parâmetros e requisitos exigidos pela legislação e as normas internas da empresa, o acompanhamento e vigilância dos processos de produção também demonstram a preocupação que a organização tem com seus clientes, assim como a melhoria contínua dos processos e a inclusão de questões ambientais em toda cadeia produtiva. A educação ambiental é propagada individualmente e coletivamente para seus colaboradores, fornecedores e consumidores, qualificando seus funcionários por meio de treinamentos e palestras para que exerçam a sustentabilidade em suas atividades dentro e fora do local de trabalho (NATURA, 2005). No gerenciamento dos impactos causados no meio ambiente, a Natureza opera sistemas de gestão ambiental

voltados para fatores de riscos com novos projetos, distribuição de recursos, treinamento de colaboradores e auditoria em todos os processos. Já nas diretrizes de política de meio ambiente voltadas para a redução de entradas e saídas de materiais, a empresa se preocupa em diminuir o consumo de água, energia elétrica, produtos nocivos à saúde humana e do meio ambiente e também de matérias-primas, revertendo o consumo em reciclagem dos resíduos produzidos (NATURA, 2005). O Relatório Anual de 2004 mostra a preocupação que a empresa possui referente às questões ambientais, e mediante o seu interesse em adaptar sua estrutura para minimizar os danos ambientais, buscou a certificação da norma ISO 14001, a qual foi concedida neste mesmo ano. Durante o processo foi analisado e monitorado os riscos ambientais e com a certificação obtida a empresa passou a adotar o Sistema de Gestão Ambiental Natura - SIGAN, que foi executado tendo como base a NBR ISO 14001, cujo principal objetivo é identificar itens imperfeitos na produção, desde o consumo de água e energia até o reaproveitamento desses recursos.

3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Um sistema econômico é o sistema de produção, distribuição e consumo de bens e serviços de uma economia. Alternativamente, é o conjunto de princípios e técnicas com os quais os problemas de economia são endereçados, tais como o problema da escassez com a alocação de recursos produtivos limitados.

O sistema econômico é composto por pessoas, instituições e a sua relação com os recursos produtivos, como seja a convenção de propriedade. Exemplos atuais de sistemas econômicos incluem os sistemas capitalistas, sistemas socialistas, e economias mistas.

Capitalismo é um sistema econômico baseado na propriedade privada dos meios de produção e sua operação com fins lucrativos. As características centrais deste sistema

incluem, além da propriedade privada, a acumulação de capital, o trabalho assalariado, a troca voluntária, um sistema de preços e mercados competitivos. Em uma economia de mercado, a tomada de decisão e o investimento são determinados pelos proprietários dos fatores de produção nos mercados financeiros e de capitais, enquanto os preços e a distribuição de bens são principalmente determinados pela concorrência no mercado. Economistas, economistas políticos, sociólogos e historiadores adotaram diferentes perspectivas em suas análises do capitalismo e reconheceram várias formas dele na prática. Estas incluem o capitalismo de livre-mercado ou laissez-faire, capitalismo de bem-estar social e capitalismo de Estado. Diferentes formas de capitalismo apresentam diferentes graus de mercados livres, propriedade pública,[8] obstáculos à livre concorrência e políticas sociais sancionadas pelo Estado. O grau de concorrência nos mercados, o papel da intervenção e da regulamentação e o alcance da propriedade do Estado variam nos diferentes modelos de capitalismo.[9] A maioria das economias capitalistas existentes são economias mistas, que combinam elementos de mercados livres com intervenção estatal e, em alguns casos, planejamento econômico.

As economias de mercado existiram sob muitas formas de governo, em diferentes momentos históricos, lugares e culturas. No entanto, o desenvolvimento das sociedades capitalistas marcado por uma universalização das relações sociais baseadas no dinheiro, uma classe de trabalhadores assalariados consistentemente abrangente e uma classe que domina o controle da riqueza e do poder político desenvolveu-se na Europa Ocidental em um processo que levou à Revolução Industrial. Os sistemas capitalistas com diferentes graus de intervenção direta do governo tornaram-se dominantes no mundo ocidental e continuam a se espalhar.

O capitalismo foi criticado por estabelecer o poder nas mãos de uma classe minoritária que existe através da exploração de uma classe trabalhadora majoritária; por priorizar o lucro sobre o bem social, os recursos naturais e o meio ambiente; e por ser um motor de desigualdades e instabilidades econômicas. Os defensores argumentam que o sistema proporciona melhores produtos através da concorrência, cria um forte crescimento econômico, produz produtividade e prosperidade que beneficia grandemente a sociedade, além de ser o sistema mais eficiente conhecido para alocação de recursos.

Socialismo refere-se a qualquer uma das várias teorias de organização econômica que advogam a administração e propriedade pública ou coletiva dos meios de produção e distribuição de bens, propondo-se a construir uma sociedade caracterizada pela igualdade de oportunidades e meios para todos os indivíduos, com um método isonômico de compensação. O socialismo moderno surgiu no final do século XVIII, tendo origem na classe intelectual e nos movimentos políticos da classe trabalhadora, que criticavam os efeitos da industrialização e da propriedade privada sobre a sociedade. Karl Marx afirmava que a luta de classes era responsável pela realidade social, e que este conflito inevitavelmente resultaria no socialismo através de uma revolução do proletariado, tornando-se uma fase de transição do capitalismo para um novo modelo de sociedade que não seria dividido em classes sociais hierárquicas, num modelo essencialmente comunista.

A maioria dos socialistas possui a opinião de que o capitalismo concentra injustamente a riqueza e o poder nas mãos de um pequeno segmento da sociedade - denominado por Marx de Burguesia - que controla o capital e deriva a sua riqueza da exploração de outras classes sociais, criando uma sociedade desigual, que não oferece oportunidades iguais de maximização de suas potencialidades a todos.

Uma **economia mista** é uma forma de economia que combina dois ou mais modelos econômicos distintos. Como sistemas econômicos são complexos e geralmente híbridos, utiliza-se critérios de avaliação de sistemas econômicos ou modos de produção "ideais", como o feudalismo, capitalismo, socialismo. Na maior parte dos casos, trata-se de padrões ou modelos mais específicos, híbridos de variações de um sistema, intermediários entre padrões distintos como o capitalismo de mercado liberal e o capitalismo politicamente orientado. Mesmo assim a renda per capita continua evoluindo para com a destreza dos humanos perante o mundo que está lá fora. Mesmo não sabendo lidar com isso os chineses sempre se comprometeram, por ter uma economia mista, que é o capitalismo econômico e o socialismo.

Como exemplo em períodos históricos anteriores, pode-se classificar o modelo econômico da Europa durante o período que vai do Renascimento até as vésperas da Revolução Industrial como um período intermediário entre uma economia feudal e outra

tipicamente capitalista. Em algumas regiões da Europa já existiam características do capitalismo (acumulação de capital, propriedade privada, "financeirização" da economia), em outras o sistema econômico continuava tipicamente feudal.

Na atualidade, o conceito de "economia mista" é muito usado como sinônimo de modelos mistos entre economia de mercado e economia orientada, planejada, ou ainda economia planificada. Como modelos ideais puros nunca existiram, teoricamente todo sistema econômico poderia ser considerado misto em algum grau. Muitas vezes o conceito de economia mista também é usado também como sinônimo de modelo híbrido entre grandes sistemas socioeconômicos como o capitalismo e o socialismo, embora existam diferentes modelos de regulação econômica nestes dois sistemas. Algumas fontes preferem o uso do termo "economia dirigida" em vez de "socialismo" na definição da economia mista.

Nos anos 1990 dois padrões diferentes de modelos mistos se consolidaram, o da chamada terceira via, que se propôs a criar um modelo misto entre o capitalismo orientado do "welfare state" (estado de bem-estar social) e uma reinterpretação do liberalismo clássico, voltado apenas para o plano econômico. Este modelo foi popularizado como neoliberalismo. O outro modelo de economia híbrida consolidado no mesmo período é o chinês, na época chamado de socialismo de mercado, que compõe características tanto de regulação do mercado típicos do capitalismo politicamente orientado quanto da economia planificada que vinha sendo modificada desde os anos 1960, já como um modelo distinto daquele de planificação adotado na ex-União Soviética.

O modelo de classificação abstrato, neste caso, parte da avaliação da presença de características teoricamente típicas de um modelo ou do outro: características de capitalismo de mercado (livre comércio, livre mercado, desregulamentação de preços e salários, propriedade privada dos meios de produção) ou de planejamento econômico centralizado (planejamento econômico, planejamento da produção, preços e salários, regulação da economia, propriedade estatal dos meios de produção).

Geralmente os sistemas mistos pretendem encontrar um equilíbrio entre as características positivas de um modelo e de outro. Por exemplo, a "economia mista"

produzida pelo "welfare state" pretende manter um balanço entre o crescimento econômico, baixa inflação, níveis de desemprego reduzido, boas condições de trabalho, assistência social e bons serviços públicos, através da intervenção do Estado na economia.

A maioria dos países do mundo atualmente, incluindo países com regimes políticos considerados democráticos, como na Europa ou nos EUA, têm uma economia mista. No caso dos países economicamente desenvolvidos nota-se com maior clareza a ocorrência de longos períodos de economia mais liberal ou de desregulamentação pró-mercado (do início do século XX até o início dos anos 1920 e dos anos 1970 aos 1990) e outros períodos de maior regulação ou intervenção do Estado na economia (entre 1924 e a II Guerra Mundial; entre os anos 1950 e 1960; e alguns anos antes das crises econômicas de 2000 e de 2007–2008)

A incerteza e as inseguranças que dela decorrem são marcas predominantes do mundo nestes nossos tempos. Tempos líquidos – como os denominava o sociólogo polonês Zygmunt Bauman, recentemente falecido – têm, como característica o processo de fragmentação civilizatória e da vida humana, que distancia as pessoas e os países. Os sentimentos fraternos e universais se fragilizam, à medida que crescem a desconfiança, o individualismo e o egocentrismo. A sensação vigente é de profunda dúvida sobre nossos destinos individuais e coletivos, o que provoca ansiedade e angústia, frustração dos cidadãos com a política e sérias tensões no âmbito das nações. Cenários sombrios ocam retorno do nacionalismo, impulsos protecionistas e intolerância ao diverso e ao contraditório, além de riscos de sérios retrocessos nos temas ambientais e nos rumos de um desenvolvimento saudável e inclusivo. Uma das questões que geram incerteza globalmente é a extrema desigualdade social, dentro dos países e entre eles, um dado alarmante para todos nós. Diante desse quadro, faz-se necessário buscarmos, no humanismo e no respeito ao próximo, as luzes de nossos fundamentos, de nossas origens. Verdades básicas, como a consciência de que todos fazemos parte da cadeia da vida no planeta, devem alimentar nossos pensamentos e nossa disposição, e orientar nossas ações na luta por novos avanços para a humanidade. Continuamos convictos de que, unicamente por meio do sentir e do pensar sistêmicos, seremos capazes de nos comprometer com todas as dimensões da vida, por amor e respeito a ela. E é essa

natureza de compromisso que nos faz visualizar a beleza na incerteza. Ela oferece oportunidades de inovações de toda ordem, inclusive e especialmente de ordem social.

Ela, a incerteza, tem também um poder convocatório: demanda que todos e cada um de nós – indivíduos e lideranças políticas, sociais, empresariais, acadêmicas e culturais – façamos nossa parte. Que participemos da vida pública e da discussão sobre o futuro que queremos construir. Que sejamos a mudança que desejamos ver acontecer, como diria Mahatma Gandhi ou, mais recentemente, Barack Obama. As empresas, por sua vez, em defesa também de seus próprios interesses, têm possibilidade e responsabilidade de assumir o papel de agentes de transformação social e conservação ambiental. Devem entender esses dois compromissos como oportunidade de inovações disruptivas. Como discutido no último Fórum Econômico Mundial, em Davos, é necessário pensar na contribuição que o capitalismo pode dar para reduzir as dores provocadas pela desigualdade social. Fazemos parte desse movimento que busca, a partir de novos paradigmas, criar desenvolvimento e prosperidade para todos, principalmente para aqueles deixados para trás.

A NATURA Nutridos por nossa experiência, nossas crenças e nossos saberes, temos consciência da dimensão dos desafios que estão à nossa frente. Mas conhecemos nossa vocação, nossas competências e qualidades, que nos permitiram construir uma empresa que vem, ao longo do tempo, exercendo papel social relevante na transformação de centenas de milhares de vidas. Principalmente por meio de nossa rede de Venda por Relações

O desempenho econômico da Natura em 2016 foi influenciado pela queda de receita no Brasil, especialmente no terceiro trimestre, e as oscilações cambiais na América Latina, que acabaram por reduzir o impacto positivo do crescimento de nossas Operações Internacionais. Apesar do ambiente econômico ainda desafiador, com retração da renda, que levou as consumidoras a buscar opções de produtos com menor preço, obtivemos uma melhora no quarto trimestre, impulsionada por nossa estratégia de Natal. Assim, a Receita Líquida consolidada de 2016 foi de R\$ 7,9 bilhões, ficando estável em relação ao ano anterior. O Ebitda consolidado retraiu 10%, somando 1,3 bilhão, embora tenha crescido 46% na América Latina e 28% na Aesop. Mesmo diante

desse cenário que exige grande disciplina na gestão de investimentos, capital de giro e despesas, a Natura continuou a gerar valor para toda a sua rede de relações. A geração de riqueza (pagamentos destinados) para colaboradores (R\$ 1,3 bilhão), fornecedores (R\$ 6,5 bilhões) e consultoras (R\$ 4,4 bilhões) foi superior aos de 2015. Apenas houve redução no montante destinado ao governo (R\$ 2 bilhões) e, em geral, pagamento de impostos, e a acionistas (R\$ 119 milhões) por distribuição de lucros. Os impactos sociais de nossa atuação também se beneficiam das vendas da linha de produtos Crer para Ver, cujo lucro é destinado para a melhoria da educação por meio do Instituto Natura. Passaram de R\$ 30 milhões em 2015 para 38,2 milhões em 2016, considerando Brasil e América Latina (fora do Brasil, os recursos são gerenciados por instituições locais, que realizam ações em parceria com o Instituto). Esses recursos viabilizam ações como o estudo sobre educação integral no Brasil, ampliação das escolas que participam do projeto Comunidades de Aprendizagem na Argentina, Chile, Colômbia, Peru e México. Nossa decisão estratégica de apoiar o desenvolvimento da região Pan Amazônica, por meio do Programa Amazônia, traz impactos integrados econômicos, sociais e ambientais. Destinamos mais de R\$ 220 milhões em 2016, principalmente para a compra de insumos da biodiversidade (64%), e estamos próximos de cumprir antecipadamente com a meta de movimentar R\$ 1 bilhão em negócios na região entre 2012 e 2020 – já somamos R\$ 973 milhões até 2016. O volume de insumos adquiridos da região já representa quase 20% de todas as matérias-primas utilizadas pela Natura e beneficiam 2.358 famílias que pertencem às comunidades fornecedoras.

O desenvolvimento da economia local a partir de atividades produtivas que respeitam a natureza permite que se propague o entendimento de que a floresta em pé gera riqueza. Em contrapartida, esses parceiros nos fornecem alguns dos principais ativos de nossa base tecnológica. Ainda do ponto de vista ambiental, a redução de volume produzido não afetou a performance de nossas emissões relativas de CO₂, que permaneceu praticamente estável em 3,17 kg CO₂ e por quilo de produto faturado. Esse resultado foi obtido principalmente por evoluções logísticas, como o maior uso de cabotagem no transporte de produtos na região Norte e Nordeste. A escolha do portfólio de produtos também contribuiu para o resultado, com o aumento do uso de materiais de menor impacto ambiental, como os produtos de perfumaria com vidro reciclado e a

linha Ekos com 100% PET reciclado. A participação de material reciclado em nossas embalagens subiu de 2,90% em 2015 para 4,27% no ano passado. A redução no volume de produtos vendidos afetou, no entanto, nosso consumo relativo de água por unidade produzida, que teve um aumento de 8%. Considerando-se, porém, o consumo absoluto, ou seja, o total que utilizamos, houve uma redução de 5% do volume de água captado em todas as nossas operações em relação a 2015. (Relatório anual Natura 2017)

3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS

Até meados da década de 90, a paisagem da zona rural de Abaetetuba, no nordeste do Pará, era tomada por pastagens degradadas. O cenário resultava das queimadas entre as safras de cana-de-açúcar e outras lavouras de ciclo curto que dominaram a região por anos. Nos últimos cinco anos, porém, nenhum foco de incêndio foi registrado nessa região. O fortalecimento da demanda por alimentos feitos com açaí tornou o desmatamento um mau negócio na última década. Mas não só. Espécies como a andiroba, o murumuru e a ucuuba — até então cortadas para a venda de madeira — também passaram a ter um valor de mercado inédito para os produtores locais. A razão: os óleos e as manteigas extraídos dos frutos e das sementes dessas árvores. Para ganhar dinheiro, foi preciso conservar o que estava de pé — e começar a reflorestar o que havia sido derrubado.

Boa parte da matéria-prima extraída ali vai para as linhas de produção da fabricante de cosméticos Natura, que havia quase uma década estudava as características dessas espécies em busca de fragrâncias e ativos hidratantes para a pele e para os cabelos. Centenas de famílias de fruticultores de Abaetetuba são fornecedoras da companhia desde 2006. “Entrar nesse mercado nos deu mais segurança financeira e profissionalizou nossa gestão”, afirma Raimundo Brito, presidente da Coperfruta, cooperativa parceira da Natura no Pará. Para algumas dessas famílias, a renda anual mais que dobrou — de 12.000 para 28.000 reais.

Hoje, a Cooperfruta tem uma usina própria de beneficiamento de óleos e manteigas, resultado de um investimento direto da Natura em 2008. A estrutura viabilizou uma produção diária de 300 quilos, capacidade de processamento quase quatro vezes maior do que a registrada quando esses agricultores viviam somente da produção de açaí. O salto de produtividade, alcançado no ano passado, mira atender uma demanda nova, posta também pela Natura: o óleo de patauá, fruto do patauá zero, palmeira amazônica que chega a 25 metros de altura e demora até 15 anos para frutificar por completo.

Mais conhecido como azeite amazônico, o ingrediente é tradicionalmente usado para cozinhar e está espalhado por várias partes do bioma, das margens do Rio Tocantins às imediações da Reserva Extrativista Chico Mendes, no sul do Acre. Foi lá que, em 2007, com base em depoimentos de mulheres que usavam o óleo para tratar os cabelos, que os pesquisadores da Natura começaram a investigar as propriedades da substância. Em setembro deste ano, ele foi incorporado ao portfólio de produtos para cabelos. O sucesso da linha superou a expectativa — e a safra deste ano não dará conta da demanda.

Tal descompasso entre o ritmo de lançamento de produtos e o volume necessário para atender clientes seria motivo de preocupação para muitas empresas. Não é assim no caso da Natura. A companhia define regras claras de exploração para seus fornecedores. Elas levam em conta os diferentes ciclos da biodiversidade — e, com base neles, limites são estabelecidos para garantir a disponibilidade da matéria-prima no longo prazo. É o caso da colheita da ucuuba, árvore sob risco de extinção. Só 60% das sementes podem ser recolhidas. O restante é deixado para que os animais espalhem naturalmente. “Quando todo mundo falava em just in time, partimos para o season in time”, afirma Pedro Passos, um dos três sócios-fundadores da Natura, em referência à complexidade do modelo de negócios, dependente da sazonalidade da matéria-prima (veja entrevista na pág. 198).

A inserção na floresta amazônica começou nos anos 2000 com o lançamento da linha Ekos. Na época, a compra de óleos e manteigas de castanha e andiroba de quatro comunidades extrativistas era indireta. Por meio de compradores intermediários, a

empresa acabava se blindando da desorganização das cooperativas. A dificuldade dos ribeirinhos de produzir em ciclos bem delimitados e de cumprir contratos era agravada pela rotina de desmatamento ilegal, que na época atingiu seu ápice histórico no bioma.

A definição do preço das matérias-primas também era um impasse, já que não havia padrões claros para o uso industrial daquelas substâncias — nem para estabelecer um preço para o acesso das empresas ao conhecimento tradicional dessas comunidades, comumente carentes de serviços básicos. “Percebemos que era preciso ter um canal direto com essas pessoas para entender melhor a floresta, profissionalizar as cadeias produtivas e ter impacto social positivo”, afirma João Paulo Ferreira, presidente da Natura.

A ECONOMIA DA FLORESTA EM PÉ

Os números da trajetória da Natura na Amazônia, onde desenvolve o manejo de espécies nativas, como a ucuuba e o patauá, com as comunidades da região desde 2000

Comunidades fornecedoras

(em unidades)



Área de atuação (em número de municípios onde as cooperativas e associações estão sediadas)



Famílias impactadas

(em unidades)



Matérias-primas beneficiadas

(em tipos)



Contratos de repartição de benefícios com comunidades

(em unidades)

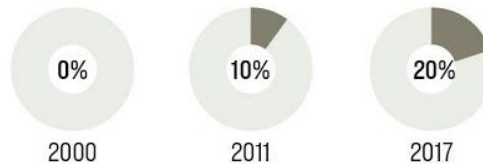


Volume de negócios gerados na região

(em reais)



Insumos provenientes do bioma (em % do total das matérias-primas compradas pela empresa)



A Natura já incorporou 18 ativos vegetais da região amazônica a seus produtos — e, desde 2011, organizou sua atuação na Amazônia em quatro territórios (marcados no mapa abaixo). Veja alguns dos ativos:

PRIPRIOCA

As raízes dessa erva, comum no estado do Pará, liberam fragrâncias que compõem perfumes e águas de banho da Natura



PATAUÁ

Fruto do patauazeiro, palmeira amazônica que pode chegar a 25 metros de altura, o patauá contém um tipo de óleo com propriedades fortificantes e de crescimento para os cabelos

Acre-Purus

Juruá

Baixo Tocantins

Xingu-Tapajós



UCUUBA

A manteiga extraída das sementes da ucuubeira — árvore ameaçada de extinção por causa da exploração madeireira na Amazônia — dá origem a produtos de hidratação profunda para pele e cabelos

(1) A estratégia de relacionamento começou a ser estruturada a partir de 2002, com um plano de relacionamento e investimentos. Antes disso, os valores não eram significativos. O Programa Amazônia surgiu em 2011 e nasceu com a ambição de aumentar o volume de negócios na região — e assim alavancar o modelo econômico dos polos da sociobiodiversidade

A opção pelo relacionamento estreito dá mais trabalho, sem dúvidas. Mas também compensa. Nos últimos seis anos, desde que iniciou a empreitada de formar fornecedores locais, a Natura movimentou 1,1 bilhão de reais na região amazônica, um dos fatores decisivos para que fosse apontada como A Empresa Sustentável do Ano pelo Guia EXAME de Sustentabilidade 2017. É inédito, nos dez anos em que o guia escolhe a melhor entre as melhores, que uma companhia leve o prêmio pela segunda vez. No caso da Natura, a soma de investimentos na Amazônia inclui a ampliação da capacidade produtiva das comunidades, pesquisas sobre a biodiversidade local, a reforma de escolas rurais, a compra das matérias-primas e a construção de uma fábrica no Pará, a primeira fora de São Paulo.

Hoje, 375 pessoas dedicam-se diretamente ao tema nas áreas de sustentabilidade, suprimentos, inovação e produção industrial, sobretudo na gerência de relacionamento e abastecimento da sociobiodiversidade, constituída especialmente para isso em 2012. A partir de uma pequena rede de quatro comunidades, a Natura ampliou seu alcance para 28 municípios — um total de 2.841 famílias e mais de 8.000 pessoas nos estados de Amazonas, Amapá, Rondônia, Pará e Maranhão (veja quadro ao lado). Boa parte da matéria-prima é processada no Ecoparque, área de 173 hectares construída em 2014 às margens da rodovia PA-391, no município de Benevides, para funcionar como um condomínio de empresas que, em simbiose, poderão aproveitar resíduos industriais entre si, num ciclo fechado.

Até agora, apenas a Natura e a alemã Symrise, fabricante de fragrâncias, estão instaladas, ainda que a região seja fornecedora de 25 empresas que processam ingredientes naturais. Nos últimos três anos, a Natura transferiu para Benevides 80% de sua produção de sabonetes e 98% da mão de obra empregada é local. “Desfizemos a ideia de que a floresta é apenas fonte de recursos e de que a riqueza deve ser processada fora dela”, diz Luciana Villa Nova, gerente de sustentabilidade da Natura. Hoje, 20% de todos os insumos comprados pela Natura vêm da Amazônia. A meta é chegar a 2020 com uma fatia de 30% a partir da produção de 10.000 famílias. “A Natura não vai mudar a economia da Amazônia sozinha, mas está mostrando um caminho”, afirma Carlos Nobre, climatologista e conselheiro independente da Natura para a região. Parte relevante dos avanços da Natura na seara da sustentabilidade ocorreu nos últimos dois

anos — período nada fácil para o país. Nem, claro, para a empresa. O mercado de cosméticos encolheu pela primeira vez em 2016. Nesse período, a anglo-holandesa Unilever assumiu a liderança do setor. A Natura precisou repensar o modelo de negócios, até pouco tempo exclusivamente baseado na venda direta. Hoje existe também uma rede de lojas físicas e houve um incentivo às vendas online. Os resultados começam a aparecer. A receita líquida da Natura registrou alta de 10,6% no terceiro trimestre, em comparação com o mesmo período do ano passado. O lucro líquido foi 136,8% maior do que no terceiro trimestre de 2016, chegando a 166,7 milhões de reais.

A compra da britânica The Body Shop, em julho deste ano, por 1 bilhão de euros, reforçou o objetivo de ampliar os canais de venda, além de avançar na presença global. A aquisição também tem um aspecto quase filosófico. Assim como a Natura, a The Body Shop sempre investiu na sustentabilidade como parte indissociável de seu negócio. “É nisso que acreditamos, é nossa razão de ser”, afirma Luiz Seabra, fundador e copresidente do conselho de administração da Natura.

Ao mesmo tempo em que acelerou novas frentes de negócios, a companhia deu força para seus indicadores de sustentabilidade. Um dos exemplos é o esforço para medir seu impacto para além do fluxo de renda das comunidades fornecedoras. Faltava à empresa métricas que revelassem se isso estava, de fato, promovendo transformações sociais nos territórios em que atuava. Para dar conta disso, em 2015 a Natura escolheu um conjunto de famílias moradoras da região do médio Juruá, às margens do Rio Juruá, no Amazonas, para fazer uma medição.

A companhia aplicou ali, com base em pesquisas de campo, o Índice de Progresso Social, metodologia criada pelo economista americano Michael Porter como alternativa aos indicadores exclusivamente baseados em dinheiro, como o PIB. O levantamento revelou que apenas 5% das casas da área tinham banheiro conectado à rede de água e esgoto — e que só um terço dos moradores com mais de 18 anos havia completado o ensino fundamental. De lá para cá, a rede de saneamento básico foi concluída e uma escola de ensino médio e técnico foi erguida. A meta é estender o levantamento às demais áreas em que atua.

A compra de insumos para suas fábricas não é a única preocupação da Natura em relação à sustentabilidade. É algo que está presente nas decisões mais corriqueiras, como a escolha dos móveis de madeira 100% certificada que decoram a nova sede da companhia em São Paulo, inaugurada há dois meses. E em outros dilemas do negócio. Todos os perfumes da companhia levam álcool orgânico. O descarte das embalagens também se tornou outra preocupação constante. A empresa foi pioneira no setor de cosméticos ao colocar no mercado refis de seus produtos ainda nos anos 80. Em 2010, começou a substituir o polietileno convencional, substância presente na maioria dos plásticos, por polietileno verde, feito com cana-de-açúcar, fonte renovável e menos danosa ao meio ambiente.

Em 2013, lançou a linha Sou para cabelos e pele com embalagens flexíveis e 70% menos volume de plástico — ainda que seja confeccionada por um conjunto de materiais de difícil separação. O objetivo é que a quantidade de matéria reciclada nas embalagens chegue a 10% nos próximos três anos. Em 2017, os produtos Ekos foram envasados e embalados com base no reaproveitamento de 6 milhões de garrafas PET e 48 toneladas de papel. “Não existe embalagem com impacto positivo para o meio ambiente, mas há como minimizá-lo”, afirma Keyvan Macedo, gerente de sustentabilidade da Natura.

Apesar de ter muito a fazer, os executivos da Natura sabem o impacto que teriam gerado se não tivessem trilhado esse caminho. E sabem mesmo, na ponta do lápis. Ao longo de 2014 e 2015, a empresa mapeou mais de 900 processos desde a extração de matérias-primas até a produção e a distribuição de mais de 2 500 produtos, com base no ano de 2013. Foi possível contabilizar o impacto provocado pela geração de resíduos sólidos, uso da terra, consumo de água e poluição do ar, entre outros aspectos. O resultado: suas operações custaram à sociedade 132 milhões de reais naquele período. A maior parcela de danos diz respeito às emissões de gases de efeito estufa. Se a Natura não tivesse implementado programas voltados para a redução da pegada de carbono, como a adoção do plástico verde e o uso do álcool orgânico nas fórmulas, o estrago teria sido 24% maior. A Natura foi a primeira companhia a publicar dados desse tipo na América Latina — e a única de seu setor.

Bem antes de ter esses números à disposição, a Natura já mapeouk suas oportunidades de corte de emissões. E uma diretriz foi estabelecida no combate à mudança climática há 20 anos: o que não pudesse ser reduzido deveria ser compensado. Foi a partir daí que a empresa, em 2007, neutralizou suas emissões de carbono. Tudo o que a companhia despeja na atmosfera é completamente neutralizado pela conservação ou pela recuperação de áreas de floresta das quais compra créditos de carbono. De lá para cá, a empresa ajudou a manter de pé 257 000 hectares de floresta em todo o país e diminuiu suas emissões em 33%. Para 2020, a meta é reduzir uma fatia semelhante. E mais do que poluir menos o planeta, a meta também significa dinheiro no bolso. Neste ano, o indicador de carbono terá um peso de 7% na parcela variável da remuneração dos funcionários. No ano passado, o bônus não foi pago integralmente. “Nossa obsessão é por este tipo de cultura: a cultura da sustentabilidade”, afirma João Paulo Ferreira.”Revista exame, a empresa mais sustentável do ano-Natura”

3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO

As transformações pelas quais o mundo do trabalho vem passando são de extrema importância e junto com essas mudanças vêm as preocupações dos sociólogos dessa área. Desde o escravismo antigo até os dias atuais houve muitas mudanças no que entendemos por trabalho, pois existe uma vastidão de formas de trabalho e com as transformações que teve os estudos dos sociólogos também sofreram mudanças.

O estudo científico da sociedade resultou de fato no advento da Sociologia, e assim sendo, vemos que a Sociologia do Trabalho é um campo de estudos e observações inerente ao próprio pensamento social, já que ambos foram originados a partir das mesmas preocupações.

Uma das grandes críticas da Sociologia do Trabalho referente ao modo capitalista é que, muitas vezes, o trabalhador é visto como alguém que está ali apenas

para gerar lucro a empresa, sendo que o mesmo muitas vezes não reconhece a sua atividade como um todo e não tem da organização a remuneração de acordo com o que produziu.

Diante disso a Sociologia do Trabalho defende a tese de que no capitalismo existe uma diferença enorme entre empresa e empregador, pois enquanto um detém o poder aquisitivo que advém do capitalismo o outro muitas vezes passa por situações degradantes. E a Sociologia do Trabalho por sua vez faz pesquisas para melhorar essa situação a longo prazo e deixar o ambiente de trabalho satisfatório para todos.

4. CONCLUSÃO

Na elaboração deste trabalho concluímos que empurrada pelos rápidos avanços tecnológicos, a sociedade atual se encontra num processo de intensa mudança. Portanto, a nova maneira de encarar as questões ambientais estão inseridas no contexto histórico em que se vive. Diante desta nova proposta de conscientização, a educação ambiental objetiva a formação de indivíduos capazes de compreender o mundo e agir nele de forma consciente. Os empresários neste novo papel, tornam-se cada vez mais aptos a compreender e participar das mudanças estruturais na relação de forças nas áreas ambiental, econômica e social, pois a demanda por produtos cultivados ou fabricados de forma ambientalmente compatíveis cresce mundialmente.

A organização deve estabelecer e manter um procedimento para identificar e ter acesso a legislação e outros requisitos por ela apoiados, ou aplicáveis aos aspectos ambientais de suas atividades, produtos ou serviços.

A gestão sócio-ambiental é o caminho para as organizações que decidiram assumir responsabilidade social e adotar as melhores práticas para tornar mais sustentáveis seus processos.

REFERÊNCIAS

ISSO 1401 dados em: <http://engemasp.submissao.com.br/19/anais/arquivos/370.pdf>
[Acesso dia 04-04-2020](#) 12:44hrs

Sistema de gestão Ambiental dados
em:<http://engemasp.submissao.com.br/19/anais/arquivos/370.pdf> Acesso dia
05-04-2020 18 hrs

<https://www.licenciamentoambiental.eng.br/beneficios-da-implantacao-de-sistemas-de-gestao-ambiental>

<https://www.certificacaoiso.com.br/iso-14001/>

<https://www.natura.com.br/blog/mais-natura/>

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

https://pt.wikipedia.org/wiki/Sistema_econ%C3%B3mico

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

[Relatório Anual Natura 2016](#)

<https://exame.abril.com.br/revista-exame/a-empresa-mais-sustentavel-do-ano-natura/>

<https://brasilecola.uol.com.br/geografia/capitalismo-financeiro.htm>

ANEXOS