



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**MARKETING**

**PROJETO INTEGRADO**

SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL E SEUS  
IMPACTOS SOCIAIS

**NATURA**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**MARKETING**

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

**NATURA**

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

ESTUDANTE:

GLEICY KELLY POSSIDONIO MARQUES, RA 1012020100710

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>6</b>
3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL	6
3.1.2 NORMA ISO 14.001	7
3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	8
3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS	9
3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO	11
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>13</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>14</b>

# 1. INTRODUÇÃO

A crescente preocupação da sociedade com o meio ambiente tem gerado certa pressão sobre a comunidade empresarial, fazendo com que suas estratégias comerciais tenham que ser repensadas, e assim, busquem cada vez mais integrar componentes ambientais em seus planejamentos.

As empresas que oferecem mais informações sobre seu desempenho ambiental tendem a melhorar seu relacionamento com acionistas, fornecedores e consumidores, e isso representa uma vantagem no mercado.

Implantar um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) não beneficia as companhias apenas financeiramente, por conta da economia de matéria-prima, menores gastos com resíduos, aumento na eficiência na produção e vantagens de mercado, mas também diminuindo os riscos de não gerenciar adequadamente seus aspectos ambientais, como acidentes e multas por descumprimento da legislação ambiental.

Empresas que desejam implantar ou aprimorar o SGA devem utilizar a norma ISO 14001 como guia.

A Natura, empresa com sede em Cajamar, São Paulo, é um excelente exemplo de empresa na qual a Norma ISO 14001 aplica-se, já que boa parte de seus investimentos estão ligados ao desenvolvimento de “tecnologias verdes”. A sustentabilidade faz parte do dia a dia, onde há metas a serem alcançadas dentro dos três pilares que norteiam suas atividades: Marcas e Produto, Nossa Rede (todos os públicos com os quais se relacionam) e Gestão e Organização.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

CNPJ: 00.190.373/0001-72

Razão Social: Indústria e Comércio de Cosméticos Natura LTDA

Nome Fantasia: Natura

Data de Abertura: 05/09/1994

Tipo: MATRIZ

Situação: ATIVA

Natureza Jurídica: 206-2 - Sociedade Empresarial Limitada

Capital Social: 526154869.00

Atividade Primária: Fabricação de Cosméticos, Produtos de Perfumaria e de Higiene Pessoal

Localização: Cajamar/SP

Endereço: Rodovia Anhanguera, S/N KM 30,5

CEP: 77500-00

Fundada em 1969 por Antônio Luiz Seabra, nasceu a empresa brasileira Natura, quando o mesmo teve a ideia após abrir uma loja e uma pequena fábrica no bairro da Vila Mariana em São Paulo.

Em 1974 a empresa deixou de oferecer seus produtos em lojas e passou a vendê-los em no modelo venda direta.

Até hoje a Natura atua no setor de cosméticos, produtos de tratamento para rosto, corpo, sabonetes, barba, desodorantes, óleos corporais, maquiagem, perfumaria, cabelos, proteção solar e infantil.

Desde sua expansão na América Latina iniciada em 1994, a empresa passou a estar presente na Argentina, Chile e Peru. Hoje ela também encontra-se na Colômbia, México, Venezuela, França e Estados Unidos, além de outros 63 países indiretamente.

Em 22 de julho de 2020, a Natura assumirá o posto de maior empresa de venda direta do mundo por conta da fusão com a Avon, anunciada em 22 de maio de 2019.

A empresa não realiza testes em animais desde dezembro de 2006 e segue as mais rigorosas normas de segurança internacional.

90% das fórmulas da Natura são feitas com produtos naturais, e portanto, renováveis.

Um lema da empresa é que natureza, beleza e tecnologia podem e devem caminhar juntas.

A Natura pretende até 2050 coletar e destinar para reciclagem uma quantidade de material maior do que aquele descartado após o consumo de seus produtos.

### **3. PROJETO INTEGRADO**

Neste estudo de caso serão abordadas as influências e consequências da implantação do Sistema de Gestão Ambiental no cenário organizacional da empresa Natura.

#### **3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL**

A Natura foi a primeira empresa da América Latina que contabilizou o impacto de seus negócios no meio ambiente e na sociedade. Neste estudo foram avaliados o uso e a poluição da água, a emissão de gases de efeito estufa, a geração de resíduos sólidos, a emissão de poluentes no ar e o uso da terra. Além disso, seu planejamento tem buscado seguir um modelo de gestão, que não só promova o crescimento econômico e a perpetuação da empresa, também tenha conhecimento dos impactos ambientais e sociais que suas atividades causam.

Em 2004, a Natura conquistou a certificação por estar de acordo com as normas da ISO 14001.

##### **3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL**

Por ser uma empresa diretamente ligada à natureza, a Natura, possui muitos produtos que têm como matéria-prima recursos naturais, fazendo assim com que ela assuma a responsabilidade de sempre gerenciar o impacto de seus processos sobre o meio ambiente, e também inclui a sua preocupação à respeito da questão ambiental em sua estrutura organizacional e no seu planejamento estratégico.

Um exemplo que pode ser citado ao se tratar da implantação do Sistema de Gestão Ambiental pela Natura, é seu projeto social desenvolvido com ribeirinhos da Amazônia através de embalagens sustentáveis.

A Natura desde meados dos anos 2000, já sendo uma das principais indústrias de cosméticos do Brasil, vem intensificando sua aproximação com fornecedores na Amazônia para o desenvolvimento de essências exclusivas.

Na época que a empresa havia lançado uma linha específica de produtos feitos a partir de ativos da floresta e vinha contatando associações de moradores, igrejas, sindicatos e cooperativas em busca de produtores.

Neste período, o agricultor Domingos da Silva Barata, havia acabado de negociar um empréstimo junto ao Banco da Amazônia para plantar açaí em sua propriedade em Moju. Por pouco ele não derrubou a mata.

Neste ponto entra o trabalho da Natura nesta região junto com os moradores, algo que já vinha sendo feito em outras regiões amazônicas, que tinha justamente o intuito de convencê-los a explorar ao máximo recursos florestais, sem prejuízos ao bioma.

Domingos que antes de plantar açaí, plantava manga, banana e pupunha para a alimentação, passou a entregar ucuuba, andiroba e murumuru exclusivamente para a Natura.

Também foi por conta do conceito de aproveitamento da biodiversidade com estímulo à economia local que a Natura fundou o ecoparque em Benevides, no Pará, dedicado exclusivamente à produção de sabonetes vegetais produzidos com produtos da Amazônia .

### **3.1.2 NORMA ISO 14.001**

ISO é a sigla em inglês para Organização Internacional de Normalização. Ela é formada por 162 organismos de normalização de diversos países que se reúnem para discutir e desenvolver padrões internacionais.



Na década de 90, com o aumento da preocupação com o meio ambiente no mundo todo, surgiu a necessidade de uma norma que abrangesse negócios, performance ambiental e sustentabilidade.

A ISO 14001, também é conhecida como uma metodologia de busca, servindo como base para empresas que almejam implantar, manter ou aprimorar o Sistema de Gestão Ambiental, tendo como guia os seguintes pontos:

- Preservar o meio ambiente através do controle dos impactos ambientais;
- Controlar custos;
- Reduzir riscos;
- Melhorar o desenvolvimento sustentável nas empresas através do SGA;
- Fomentar auditorias ambientais;
- Criar setores de comunicação ambiental nas empresas.

A Natura, com o intuito de reduzir os riscos materiais e suas atividades potencialmente agressivas, mantém um sistema de gerência ambiental com base na ISO 14001, através da redução de resíduos e reciclagem de seus produtos.

### **3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

Desde sempre a sociedade se desenvolveu a partir da exploração de recursos naturais, ocasionando assim o que vemos hoje, um tipo de digladição entre o capitalismo e o meio ambiente. A degradação ambiental gerada por esse sistema econômico é um atentado a natureza, tendo graves consequências como: destruição de ecossistemas, exploração excessiva dos recursos naturais, geração dos resíduos de toda espécie, descarte de matérias nos esgotos e também pela massiva emissão de gases poluentes.

O capitalismo como citado acima tem uma grande responsabilidade sobre a situação degradante na qual o meio ambiente se encontra, por conta da sua colaboração aos danos e destruições gerados através de seus processos de alta produtividade.

Felizmente nos últimos anos a preocupação com as questões ambientais ganhou força e notoriedade, fazendo com que muitas empresas e companhias busquem meios de amenizar os danos gerados a natureza por conta de suas atividades. Isso é um grande passo em uma caminhada onde ainda há muito a percorrer.

### **3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS**

Em novembro de 2017 a Natura foi eleita A EMPRESA MAIS SUSTENTÁVEL DO ANO pelo *GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE DE 2017*.

A sustentabilidade sempre foi um dos maiores princípios da Natura. Eles levam em conta diferentes ciclos da biodiversidade, e, com base neles, limites são estabelecidos para garantir a disponibilidade de matéria-prima no longo prazo.

Um exemplo é a colheita de ucuuba, árvore que está sob risco de extinção.

“ 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 2000 teve início a inserção na floresta, por conta do lançamento da linha Ekos.

Nesta época, a compra de óleos e manteiga de castanha e andiroba de quatro comunidades extrativistas era de forma indireta. Nesse período a rotina de desmatamento ilegal atingiu seu ápice histórico no bioma foi agravada por conta da dificuldade dos ribeirinhos de produzir ciclos bem delineados e de cumprir contratos.

Definir o preço das matérias-primas também foi um agravante, 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 das 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)



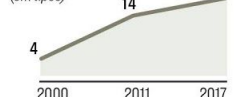
#### Área de atuação (em número de municípios onde as cooperativas e associações estão sediadas)



#### Famílias impactadas (em unidades)



#### Matérias-primas beneficiadas (em tipos)



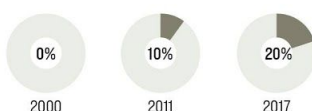
#### Contratos de repartição de benefícios com comunidades (em unidades)



#### 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 na mapa abaixo). Veja alguns dos ativos:

#### PRIPIROCA

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



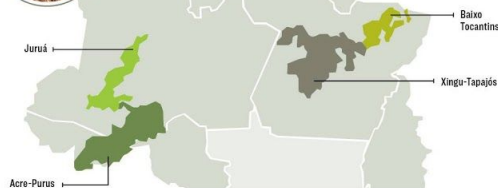
#### PATAUÁ

Fruto do patauzeiro, 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



#### UCUIUBA

A manteiga extraída das sementes da ucuuba — 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 exige mais trabalho, sem dúvida, mas também é compensador.

Um dos fatores decisivos para que a Natura fosse apontada como A Empresa Sustentável do Ano, foi que desde que a empresa iniciou a empreitada, em 2011, de formar fornecedores locais, foram movimentados 1,1 bilhão de reais na região amazônica nos decorrentes seis anos. Foi um feito inédito, que nos dez anos que o *Guia*

elege a melhor entre as melhores, uma companhia leve o prêmio pela segunda vez. No caso da Natura, a soma de investimento na Amazônia inclui a ampliação da capacidade produtiva das comunidades, pesquisas sobre biodiversidade local, a reforma de escolas rurais, a compra de matérias-primas e a construção de uma fábrica no Pará, a primeira fora de São Paulo.

No período de 2016, quando o mercado de cosméticos encolheu pela primeira vez, a empresa anglo-holandesa Unilever assumiu a liderança do setor. Por conta disso, a Natura precisou repensar seu modelo de negócios, que até pouco tempo era exclusivamente baseado na venda direta. Os resultados começaram a aparecer após a existência de uma rede de lojas físicas e ocorreu o incentivo nas vendas online.

Ao mesmo tempo em que a empresa investiu em novas fontes de negócios, a companhia também reforçou seus indicadores de sustentabilidade. Por exemplo, o esforço para medir seu impacto para além do fluxo de renda das comunidades fornecedoras. Faltava a empresa métricas que revelassem se isso estava, de fato, promovendo transformações sociais no território que atuava.

### **3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO**

Algum tempo atrás as empresas tinham pouco interesse nas questões ambientais, e em grande parte apenas se preocupavam em atender a legislação. Mas o cenário modificou, e desde os últimos anos a gestão ambiental vem causando transformações nas organizações

Com a implantação do Sistema de Gestão Ambiental pode haver a redução do número de infrações e aumento da eficiência operacional, redução de desperdícios e resíduos, prevenção da poluição e geração de economia de custo através da reciclagem .

A Natura em busca de alcançar “impacto positivo” até o ano de 2050 criou um plano de sustentabilidade para ajudar a tornar o meio ambiente e a sociedade melhores, para isso a empresa vem intensificando sua atuação junto com pequenas cooperativas de reciclagem, onde os materiais descartados pelos consumidores sejam coletados e destinados corretamente para seu reaproveitamento.

Esse trabalho em conjunto com cooperativas além de importante, também beneficia não só a empresa mas também essas organizações, contribuindo para melhorar seus fluxos de produção, ajudando a estabelecer planos de investimento e a profissionalizar a comercialização dos produtos, o que auxilia na prestação de serviços de terceiros, por exemplo, hospitais e companhias da região.

Os funcionários da Natura, também chamados de “colaboradores”, atingiu em 2013 um total de 7 mil e de consultoras estima-se em 1,5 milhão. Após sua junção com a britânica *The Body Shop* em 2017 e adquirir o grupo americano Avon em 2019, o grupo passou a ter 40 mil funcionários.

A empresa pode muito bem se enquadrar no grupo de companhias que geram empregos por conta de sua economia verde.

## 4. CONCLUSÃO

Contudo pode-se concluir que a questão ambiental vem sendo bastante visada por empresa preocupadas com o impacto de suas atividades no meio ambiente. Não é uma caminhada fácil mas os primeiros já vem sendo dados, sejam implantando o Sistema de Gestão Ambiental ou buscando alternativas menos agressivas ao explorarem recursos naturais.

A geração de empregos ligados a famosa “economia verde” também é um ponto importante pois, sejam através de cooperativas, projetos de incentivo juntamente com moradores de determinadas áreas onde há fontes de recursos naturais ou até mesmo por conta de práticas mais sustentáveis, ambos os lados saem ganhando, a economia e o meio ambiente.

A Natura é um excelente exemplo de empresa de sustentabilidade, desde seus primeiros anos de investimento em produtos quase totalmente provindos de fontes naturais até seus projetos de longo prazo com objetivo de devolver a natureza mais do que retira.

Portanto seria ideal se todas as companhias sejam de pequeno ou grande porte, busca se abordar a questão ambiental com mais afinco e tratar o tema com mais frequência , isso não só as beneficiaria financeiramente mas também melhoraria seu relacionamento com toda a comunidade à sua volta.

## REFERÊNCIAS

Natura desenvolve projeto social com ribeirinhos da Amazônia e embalagens sustentáveis. Celulose Online, 21 de fevereiro de 2015. Disponível em: < <https://www.celuloseonline.com.br> >. Acesso em: 6 de abril de 2020.

VIEIRA, Renata. Natura é a empresa mais sustentável do ano. Revista Exame, publicado em 16 de novembro de 2017. Disponível em: < <https://exame.abril.com.br> >. Acesso em: 6 de abril de 2020.