

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

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
Administração

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:

Bruna dos Santos Gruli, RA 1012019100005

Cintia Fernanda Pinaffi, RA: 1012018200379

Cristiane de Souza, RA: 1012020100470

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	4
3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL	4
3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL	5
3.1.2 NORMA ISO 14.001	6
3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	7
3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS	7
3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO	8
4. CONCLUSÃO	9
REFERÊNCIAS	10
ANEXOS	11

1. INTRODUÇÃO

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 sua causa são as escolhas que fazem para deixar o mundo mais bonito: Amazônia Viva; Mais Beleza, Menos Lixo e Cada Pessoa Importa. Para defendê-las, criaram uma série de compromissos, definidos no documento Visão de Sustentabilidade 2050.

Foi realizado um investimento em um modelo de desenvolvimento que valoriza o manejo da Floresta Amazônica e práticas agrícolas sustentáveis, combatendo o desmatamento. É por isso, entre outras razões, que fazem parte do movimento B-Corp – grupo mundial de empresas que unem lucro com benefícios socioambientais

A marca Ekos tem o selo UEBT (Union for Ethical Biotrader), que reconhece que é usado ingredientes de origem sustentável e mantém uma relação ética com comunidades fornecedoras.

Todos os ingredientes são de 90% de nossas fórmulas com produtos naturais e, portanto, renováveis. Unindo assim os ativos mais eficazes da biodiversidade brasileira com as substâncias mais potentes da ciência mundial. Também não é testado em animais desde 2006. Para a Natura, natureza, beleza e tecnologia podem e devem caminhar juntas.

Mais do que um discurso bem-intencionado, a sustentabilidade está no dia a dia da sua atividade.

Por isso, foi reunido no documento Visão de Sustentabilidade 2050 metas a serem alcançadas dentro dos três pilares que norteiam a sua atividade: Marcas e Produtos, sua Rede (todos os públicos com os que se relaciona) e Gestão e Organização.

Com isso as ações que tomam com o empreendedorismo para a sustentabilidade é muito mais que um discurso bonito.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Natura foi criada em agosto de 1969 por Antônio Luiz Seabra 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 no modelo de venda-direta.

Inscrita no CNPJ: 71.673.990.0001/77; sua atividade principal é o Comércio Atacadista de Comércio e Produtos de Perfumaria, com a classificação setorial de consumo não cíclico; produtos de uso pessoal e de limpeza.

Com a missão de promover o bem-estar-bem, relações harmoniosas do indivíduo consigo mesmo e com os outros e com a natureza.

A empresa trabalha com o modelo da venda direta. É por meio das consultoras e consultores Natura que os produtos chegam às mãos dos clientes.

A Natura tem procurado diversificar seus canais e pontos de venda com o objetivo de expandir e explorar novos mercados. Assim se transformou a marca especializada em venda direta através de catálogos e consultoras de venda, à varejista de peso no mercado de cosméticos, inclusive no mercado internacional. A marca conta com seis lojas no exterior, em países como França e Estados Unidos. Em 2016, a marca abriu a sua primeira loja física no shopping Morumbi, em São Paulo com o objetivo de atingir um público mais amplo e diversificado. Em 2017, a nova estratégia da marca propôs a abertura de franquias para as consultoras mais antigas e de maior sucesso da marca. Assim, a empresa tornou oficiais os pontos de venda informais que já existem no mercado.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL

A responsabilidade empresarial frente ao meio ambiente é centrada na análise de como as empresas interagem com o meio em que habitam e praticam suas atividades, dessa forma, uma empresa que possua um modelo de Gestão Ambiental já está correlacionada à responsabilidade social. Tais eventos irão, de certa forma, interagir com as tomadas de decisões da empresa, tendo total importância na estratégia empresarial. Assim, a Gestão Ambiental e a Responsabilidade Social são atualmente condicionadas pela pressão de regulamentações e pela busca de melhor reputação perante a sociedade.

Com a implantação do ISO 14001, as empresa puderam ter a possibilidade de se especializar mais para os benefícios da indústria; sobre a importância a preservação do meio ambiente, da sustentabilidade, reciclagem, educação ambiental dentre outros termos ligados a gestão ambiental.

Devendo estar atentas também em todas as fases relacionadas aos serviços e produtos, incluindo a destinação final destes produtos, de forma a não poluir o ambiente quando forem descartados.

Tendo como base esse pensamento ambiental, as indústrias deverão planejar adequadamente essas ações visando a prevenção e controle dos impactos ambientais e da produtividade. Outro aspecto importante a ser observado é a avaliação e monitoramento das conformidades visando o atendimento aos requisitos legais aplicáveis à organização.

3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL

Os efeitos das ações humanas no meio-ambiente vêm sendo observados e sentidos em todo planeta. Diversos segmentos da sociedade estão buscando encontrar uma forma minimizar tais efeitos para interromper esse processo de degradação ambiental. As organizações estão cada vez mais preocupadas em ter um bom desempenho ambiental, controlando seus processos e diminuindo a possibilidade de impactos ambientais. Elas estão sendo cobradas para que adotem políticas ambientais e alinhem seus objetivos organizacionais com objetivos ambientais, seja pela legislação, por suas partes interessadas e principalmente pelo mercado, que exige cada vez mais transparência e ações relacionadas às questões ambientais e ao desenvolvimento sustentável.

A empresa brasileira Natura, a maior fabricante de cosméticos do país foi escolhida em 2008 pela revista EXAME a empresa sustentável do ano. A empresa pratica a responsabilidade socioambiental, quando se aplica na sua estratégia tanto os aspectos ligados às condições sociais e as relações com os consumidores, colaboradores, fornecedores, parceiros e demais interessados. Desde a sua fundação em 1969, que a Natura vem se preocupando com a sustentabilidade, lançando seus primeiros cosméticos produzidos com ativos naturais.

A estratégia ambiental da Natura, vem por meio da conscientização das revendedoras e consultoras, do cumprimento de metas sociais e ambientais, através de implantação de um sistema de gestão da responsabilidade corporativa em todas as suas áreas. As chamadas “metas verdes”, como a “vegetalização dos produtos”, substituindo a base dos sabonetes, de gordura animal, por uma de origem vegetal. A adoção de refis, em 1983, coloca a empresa como a pioneira entre os fabricantes brasileiros de cosméticos a venda refis para alguns de seus produtos.

Em 2008, cerca de 30% da linha de mais de 800 produtos da Natura tem refil, em média, para produzir essas embalagens, gasta 20% menos recursos naturais. A empresa também substituiu o combustível da frota de veículos para distribuição de produtos por gás natural (GNV), menos nocivo ao meio ambiente. Os rótulos dos produtos passam a conter uma tabela ambiental informando o percentual de material reciclado e de fontes renováveis usado, entre outros dados.

Surge a substituição do álcool comum pelo orgânico nas linhas de perfumaria, e a utilização do PET reciclado na produção de embalagens da linha “EKOS”

A estratégia de desenvolvimento socioambiental da Natura serve como incentivo as outras empresa para desenvolver políticas relacionadas a produção do meio ambiente.

3.1.2 NORMA ISO 14.001

De acordo com a NBR ISO 14001, o Sistema de Gestão Ambiental é a parte de um sistema de gestão da organização voltada para desenvolver e implementar sua Política Ambiental e gerenciar seus aspectos ambientais. Esse sistema deve ser bem estruturado e integrado com os objetivos da organização, e deve ter o comprometimento de todos os níveis e funções da organização.

O objetivo principal da ISO 14001 é possibilitar que as organizações atendam às suas necessidades socioeconômicas em equilíbrio com a proteção do meio ambiente com os objetivos listados abaixo:

- Proteção do meio ambiente pela prevenção ou mitigação dos impactos ambientais adversos.
- Mitigação de potenciais efetivos adversos das condições ambientais na organização.
- Auxílio a organização no atendimento aos requisitos legais e outros requisitos
- Aumento do desempenho ambiental
- Controle ou influência no modo que os produtos e serviços da organização são projetados, fabricados, distribuídos, consumidos e descartados, utilizando uma perspectiva de ciclo de vida que possa prevenir o deslocamento involuntário dos impactos ambientais dentro do ciclo de vida.
- Alcance dos benefícios financeiros e operacionais que podem resultar da implementação de alternativas ambientais que reforçam a posição da organização no mercado.
- Comunicação de informações ambientais para as partes interessadas pertinentes.

Em 2006 a Natura obteve a recertificação segundo a NBR ISO 14001, com base na qual ela mantém o Sistema de Gestão Ambiental Natura. Através desse sistema a empresa estabelece o acompanhamento dos seus riscos ambientais, minimizando suas atividades potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando para outras empresas as práticas e conhecimentos adquiridos na experiência da gestão ambiental.

3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

O Capitalismo é um sistema econômico que visa ao lucro e a acumulação das riquezas e está baseado na propriedade privada dos meios de produção. Os meios de produção podem ser máquinas, terras, ou instalações industriais, por exemplo, e eles têm a função de gerar renda por meio do trabalho. O capitalismo defende a propriedade social dos meios de produção; não a propriedade privada.

No Capitalismo, a comercialização dos produtos é realizada em um mercado livre, com pouca ou nenhuma interferência do estado.

Para o funcionamento do capitalismo, é necessário que o estado garanta a propriedade privada; com a propriedade privada garantida, os capitalistas detentores de terras, maquinários ou qualquer outro meio de produção, são livres para utilizá-la de forma como desejam, afinal, são os donos desses recursos.

3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS

A economia capitalista baseada no acúmulo de riquezas e extração de recursos naturais de forma predatória, moldou e transformou a relação homem-natureza, rompendo com a harmonia que outrora existia nesta relação. O modo de produção baseado no consumo generalizado de produtos industrializados e demandante de matérias-primas, marca a trajetória de mudanças econômicas, sociais e ambientais estabelecidas pelo sistema produtivo. Associado a isso, a ideia de crescimento econômico, ganhou força e estabeleceu as bases para o desenvolvimento econômico.

A Natura tem procurado realizar seus negócios baseada em um modelo de gestão que, ao mesmo tempo em que promova o crescimento econômico e perpetuação da empresa, reconheça o impacto ambiental e social que causa. Isto significa levar em

conta nas decisões cotidianas estratégias e práticas que atendam as necessidades do negócio do ser humano e das comunidades sem comprometer o meio ambiente e as necessidades das gerações futuras.

3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO

A Sociologia do trabalho é um ramo da Sociologia voltado ao estudo das relações sociais no mundo do trabalho - a princípio, incluindo basicamente empresas e sindicatos e às implicações sociais da relação entre trabalho e técnica.

Os processos de mudanças organizacionais são imprescindíveis para sustentar o crescimento do negócio e fazer todas as alterações que a empresa precisa para melhorar seu desempenho.

A final, se o mercado hoje muda tão rápido, simplesmente não faz sentido permanecer sempre com os mesmos processos. “Embora a estrutura que estava em vigor antes desse crescimento possa ter sido suficiente para manter as operações em andamento, o crescimento pode forçar uma empresa a fazer mudanças estruturais para acomodar a nova carga de trabalho”.

A mudança é importante para qualquer organização porque, sem ela, as empresas provavelmente perderam sua vantagem competitiva e não atenderem às necessidades do que a maioria espera ser uma base crescente de clientes fiéis”.

Independentemente de qual é o objetivo da empresa, são os processos que conduzem a mudança e ajudam a ultrapassar todas as dificuldades que ela impõe.

4. CONCLUSÃO

Diante da análise dos temas abordados neste PI, observamos a grande importância das empresas pensarem em amenizar seus impactos ambientais causados pela produção de seus serviços e produto. A Natura é uma empresa que se preocupa com o Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social, procurando equilibrar os seus ganhos financeiros com a amenização de impactos ambientais, reduzindo seus resíduos e procurando reciclar seus produtos. Seu o empreendedorismo para a sustentabilidade é muito mais que um discurso bonito.

A Natura tem procurado realizar seus negócios baseada em um modelo de gestão que, ao mesmo tempo em que promova o crescimento econômico e perpetuação da empresa, levando em conta as decisões cotidianas estratégias e práticas que atendam as necessidades do negócio do ser humano e das comunidades sem comprometer o meio ambiente e as necessidades das gerações futuras.

REFERÊNCIAS

Wikipédia, a enciclopédia livre

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

https://pt.wikipedia.org/wiki/Sociologia_Do_Trabalho

<https://www.natura.com.br/>

SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL : NATURA COSMÉTICOS S/A 31 de Julho a 02 de Agosto de 2008.

<http://www.inovarse.org/filebrowser/download/8823>

Responsabilidade social e ambiental da empresa,29/05/2008,*Cecilia de Assis Garnier*

<https://cenedcursos.com.br/meio-ambiente/responsabilidade-social-e-ambiental-da-empresa>

Mudanças organizacionais: o que são, exemplos e como implementar. Escrito por SBCCoaching 3 de maio de 2019.

<https://www.sbcoaching.com.br/blog/mudancas-organizacionais/>

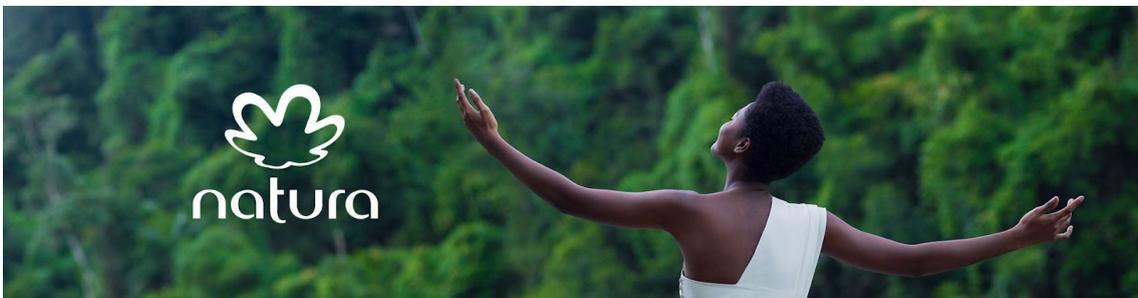
Capitalismo e a questão ambiental, acredita em uma gestão empresarial socioambiental responsável; Edilene de Jesus santos 25/08/2017

<https://administradores.com.br/noticias/natura>

A gestão da Responsabilidade Socioambiental Empresarial,Rosival Fagundes; 30/05/2013.

<https://administradores.com.br/artigos>.

ANEXOS





NOSSO JEITO DE FAZER

Mais do que um discurso bem-intencionado, a sustentabilidade está no dia a dia da nossa atividade.

B Corp: certificação comprova que natura alia crescimento e promoção do bem-estar social e ambiental. A empresa integra grupo global que quer aliar crescimento econômico com promoção de riqueza para a sociedade

Publicado em 18 Abr 2019, 11:04. Desde 2014, temos o certificado B Corp, o que significa que integramos uma rede global de empresas que associam crescimento econômico à promoção do bem-estar social e ambiental. A certificação, que foi renovada em maio de 2017, é um dos símbolos do nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável. As empresas B CORP buscam ser as melhores PARA o mundo e não DO mundo.

