



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**Administração**

**Gestão Comercial**

**Gestão Financeira**

**Marketing**

**PROJETO INTEGRADO**

SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL E SEUS  
IMPACTOS SOCIAIS

**EMPRESA: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**

**Gestão Comercial**

**Gestão Financeira**

**Marketing**

**PROJETO INTEGRADO**

SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL E SEUS IMPACTOS  
SOCIAIS

**EMPRESA: 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:

Débora da Luz Costa - RA 1012020100659

Luis H. dos Reis Oliveira - RA 1012020100844

Marcia Libanio de Souza - RA 1012019200448

Maria Rosilane Silva - RA 1012020100439

Ricardo Costa Souza - RA 1012020100670

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 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL	6
<b>3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL</b>	<b>10</b>
3.1.2 NORMA ISO 14.001	12
<b>3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA</b>	<b>14</b>
3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS	19
<b>3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO</b>	<b>22</b>
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>25</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>26</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>29</b>

# 1. INTRODUÇÃO

Este projeto tem como objetivo abordar os sistemas de Gestão Ambiental e seus possíveis impactos sociais. Será feita a análise da empresa Natura Cosméticos S/A, abordando como foi a sua experiência com a implantação de um SGA(Sistema de Gestão Ambiental), e os impactos causados na sociedade pela utilização desse sistema.

A Natura é a maior multinacional do ramo de cosméticos do Brasil e umas das maiores do mundo. Internacionalmente falando, hoje ela está na 4º posição devido à compra de outra grande empresa, a Avon; segundo uma matéria do site Folha de São Paulo do dia 22 de maio de 2019. É uma empresa comprometida com a geração de impacto sócio econômico-ambiental positivo em todos os negócios, marcas e geografias em que atua.

A empresa não visa somente o bem de seus milhares de clientes, como também já se preocupava com o meio ambiente em épocas que a palavra sustentabilidade ainda era algo desconhecido para parte da população e em 1983 foi a primeira marca de cosméticos a comercializar refil, dessa maneira, muitas embalagens deixaram de ser descartadas. Já a partir dos anos 2000, a empresa adota várias ações em defesa da natureza, tais como: a banição de teste em animais, a criação do Programa Carbono Neutro em 2011, com o intuito de reduzir a emissão de gases de efeito estufa e em 2013 reduziu para um terço as emissões desses gases. Nesse mesmo ano, lançaram produtos no qual conseguiram reduzir 70% de plástico, gerando um impacto positivo para o meio ambiente. Essas ações foram algumas das várias ações da Natura, já que hoje a sustentabilidade tornou algo inseparável para os negócios da empresa.

Nossa escolha neste Projeto Integrado, teve como principal argumento a grande visibilidade da Natura Cosméticos S/A na mídia neste últimos tempos. Empresa que se destaca a bastante tempo na preocupação do reflorestamento e a valorização dos produtores locais. Trazendo um acentuado aumento de renda à população ribeirinha, aumento da diversidade na descoberta de novas fragâncias e de novos ativos hidratantes para pele e cabelo.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

Inicialmente foi inaugurada por Luiz Seabra em 1969, mas ainda designada como Indústria de Comércio de Cosméticos Berjeaut e meses depois, a empresa passa a chamar: Natura.

A primeira loja foi inaugurada em 1970 na Rua Oscar Freire, em São Paulo, com atendimento pessoal aos clientes e em 1974, a venda direta foi adotada como modelo de negócio, uma aposta na força das relações. E a loja da Oscar Freire é fechada.

Hoje, a Natura S/A, fica situada na Avenida Alexandre Colares, nº 1188, Parque Anhanguera, no município de São Paulo. Está inscrita sob o Cnpj 71.673.990/0001 - 77 e Inscrição Estadual 142.484.958.110. Possui uma sede na cidade de Cajamar - SP, o mais avançado centro integrado de pesquisa, produção e logística.

Sua atividade econômica é direcionada ao Comércio Atacadista de Cosméticos e Produtos de Perfumaria e atua no mercado, como a maior empresa do Brasil no setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. Também atua no seguimento da venda direta, tendo forte presença na América Latina, Argentina, Chile, Peru, Colômbia e França.

Seus produtos são direcionado a tratamento para o rosto, corpo, sabonetes, barba, desodorantes, óleos corporais, maquiagem, perfumaria, cabelos, proteção solar, e infantil.

Desde 2004, a Natura é uma empresa de capital aberto, foi pioneira no mercado acionário que não era muito convidativo naquela época. Além disso, a Natura foi direto para o Novo Mercado, destinado a listar empresas com práticas diferenciadas de boa governança corporativa, que na ocasião contava apenas com duas companhias.

Hoje, a Natura conta com mais de 865 milhões de ações ordinárias na composição do seu Capital Social. ( Figura 1). Como afirma o site o Relatório Anual da Natura (2017).

Trabalhamos com uma rede de parceiros para promover inovação e atuamos em meio a toda a nossa cadeia para reduzir o impacto de nossos produtos, investindo no uso de materiais reciclados e na vegetalização de nossas fórmulas, taxa que alcança o patamar de 81%. Sempre que possível, acrescentamos ao que há de melhor na ciência cosmética o conhecimento tradicional de comunidades envolvidas na cadeia de ativos da sociobiodiversidade brasileira e temos aumentado progressivamente o número de famílias fornecedoras de insumos para nossos produtos. Também somos uma empresa carbono neutro desde 2007 – ou seja, compensamos todas as emissões de gases de efeito estufa (GEE) não apenas da Natura, mas de toda a nossa cadeia produtiva – e investimos em ações contínuas para a redução do volume de emissões.

### **3. PROJETO INTEGRADO**

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

A proteção do Meio Ambiente é cada vez mais importante dentro das organizações. Os SGA (Sistemas de Gestão Ambiental) são sistemas de administração que buscam a composição entre o desenvolvimento e a qualidade ambiental.

As empresas têm responsabilidades tanto na geração de lucro, como na proteção do Meio Ambiente, pelo qual deverão adotar práticas de gestão ambiental que permita que tenham um conhecimento claro dos impactos que venham ser provocados, assim como a disponibilização de meios, técnicos que garantam a sua minimização e controle. Só uma organização que integre a gestão ambiental proporcionará uma vantagem competitiva em relação às outras empresas, pois as questões ambientais deixarão de ser um custo, passando a ser uma inovação tecnológica e um motor de crescimento econômico.

Com o passar dos anos, a Natura vem se dedicando cada vez mais em relação às questões ambientais, e é claro, que com os recursos atuais fica mais fácil para que a empresa possa atingir de maneira positiva os seus consumidores, para que os mesmos possam ter uma visão consciente do meio sustentável. As informações podem ser através dos veículos de comunicação, educação e até mesmo na hora da escolha de seus produtos. A intenção é que todos os produtos da Natura tenha uma mensagem de

questão ambiental e social divulgada, dessa forma a empresa pode transmitir o seu compromisso.

Um exemplo é a marca EKOS lançada no ano de 2000, o intuito da mensagem era a valorização da sociobiodiversidade. Essa linha foi a primeira a implementar um modelo de negócio que incluiu comunidades que exploram a agricultura e cultivos de árvores frutíferas e repartir os benefícios para acesso ao patrimônio genético e conhecimento tradicional associado. O resultado de tudo isso é a fomentação de uma nova economia baseada na conservação da biodiversidade, com os produtos Natura e a valorização da população local.

Já a marca SOU a mensagem é: Consumo consciente, lançada em 2013. O processo de inovação foi baseado no princípio de ecoeficiência, ou seja, quando o desenvolvimento sustentável é alcançado por meio de produtos e serviços que satisfaçam as necessidades humanas e promovem qualidade de vida e que reduz os impactos ambientais negativos e ecodesign. Que nada mais é, a abordagem do desenvolvimento do produto, com o objetivo de minimizar os impactos ambientais gerados ao longo do seu ciclo da vida. O exemplo são as embalagens trocadas por refil, ao invés do consumidor descartar a embalagem, ele acaba utilizando o refil várias vezes.

### NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL

Além de promover um crescimento econômico, a empresa tem procurado realizar seus negócios em uma gestão onde a sociedade reconheça o impacto ambiental e social positivo que ela produz. O intuito da empresa é atender não só o seu negócio, mas as necessidades do ser humano e das comunidades de maneira que não comprometa o meio ambiente e as futuras gerações. A Natura possui um sistema produtivo cíclico e sistemático como mostra a figura 2, o que produz e se regenera. O compromisso é gerar valor e desenvolver tecnologias que se inspiram no movimento de regeneração da

natureza, isso significa não apenas compensar os efeitos da cadeia produtiva, mas entregar valor para toda a rede de relações por meio de produtos, serviços e canais de comercialização.

Um grande exemplo de responsabilidade ambiental que a Natura demonstrou nos últimos anos que impactou não somente seus negócios como também uma comunidade, foi a de uma terra totalmente devastada no nordeste do Pará, mais precisamente na cidade de Abaetetuba, a mesma era usada para queimadas da cana de açúcar e entre outras lavouras durante muito tempo nos anos 90. Devido à grande procura por alimentos feitos com açaí, substituíram a lavoura de açúcar, que tornou-se um mau negócio e nos últimos anos não houve mais queimadas. A Natura passou a reflorestar o que estava queimado e conservar o que ainda tinha restado daquela área, dessa forma o pensamento de seus gestores eram de que precisavam dessa reformulação para poder ganhar dinheiro de matérias que saíam dessa área. Algumas espécies que antes eram cortadas para a venda de madeiras como: andiroba, murumuru e ucuuba, passaram a ter um valor de mercado que até então antes não tinha para os produtores locais, a razão de tudo isso é que a Natura passou a extrair óleos e manteigas dos frutos e das sementes das árvores dessa área de conservação para transformá-las em matéria-prima. (Figura 3). Como afirma Raimundo Brito, presidente da Cooperfrutas, cooperativa parceira da Natura no Pará (site exame, 16 de novembro de 2017)

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. Para algumas dessas famílias, a renda anual mais que dobrou — de 12.000 para 28.000 reais.

A Cooperfrutas hoje, conta com uma usina própria, fruto de um investimento da Natura, onde são produzidos 300 quilos de óleos e manteigas diários. A usina conta com uma demanda quatro vezes maior do que antes, quando ainda os agricultores produziam o açaí.

Nesta proposta, ao lançar um produto, a Natura consegue alinhar o sistema de produção com o atendimento aos seus clientes através de uma definição de regras com seus fornecedores em relação às explorações. Os diferentes ciclos da biodiversidade é levado em conta, com limites estabelecidos, para que possa haver um longo prazo de matéria prima, como por exemplo a colheita de ucuuba (uma árvore com risco de extinção) onde é estabelecido o uso de somente 60% das sementes a serem colhidas, o restante fica por conta da natureza.

Estamos vivendo em uma época onde o meio ambiente tem trazido muita preocupação, pois muitas empresas não aderiram a estas políticas e ainda promovem a destruição. A Natura se destaca porque além de prevenção de danos a natureza, ela ainda fornece recursos para que muitos possam consentir em favor do meio ambiente. Este engajamento é feito através da mídia, trabalhos sociais e outras formas de comunicação.

## **RESPEITO AOS ANIMAIS**

A Natura foi a primeira empresa no Brasil a eliminar completamente a realização de testes em animais em nossos produtos, decisão baseada em suas crenças e valores. Desde 2008, integra também a lista do Projeto Esperança Animal (PEA) que, anualmente, publica a relação das companhias brasileiras que não realizam testes em animais.

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

Nota-se que desde década de 60 nos países mais desenvolvidos surgiu a busca pela proteção ao meio ambiente, desde então, as empresas começaram a implementar programas que trabalham e buscam melhorias para este tema. Podemos usar como exemplo, o SGA (Sistema de Gestão Ambiental); que é planejar as atividades que podem minimizar e eliminar os impactos ambientais. O sistema é uma ferramenta muito importante para as empresas alinharem a importância do produto com o meio ambiente.

É de suma importância o uso do SGA (Sistema de Gestão Ambiental) nas empresas, pois faz a análise, a implementação e utiliza os 4 Rs (reduzir, reutilizar, reciclar e recuperar). Este conceito está sendo muito aplicado, pois os cuidados em preservar o meio ambiente e tentar melhorar a consciência da sociedade traz muitos benefícios às empresas que os praticam.

Entre as principais vantagens de se obter um SGA, é que melhora a imagem da empresa no mercado, promove a melhoria organizacional, reduz custos e minimiza os riscos. Cada vez mais, clientes impõem aos seus fornecedores requisitos de índole ambiental, para satisfazer as relações comerciais esperadas.

Segundo o site Wikipédia, “um sistema de Gestão Ambiental (SGA) é uma estrutura organizacional que permite avaliar e controlar os impactos ambientais de suas atividades, produtos ou serviços.

São seis elementos importantes de um SGA:

1. Política ambiental, na qual a empresa estabelece suas metas e compromissos com seu desempenho ambiental;
2. Planejamento, no qual a empresa analisa o impacto ambiental de suas atividades;
3. Implementação e operação, que são o desenvolvimento e a execução de ações para atingir as metas e os objetivos ambientais estabelecidos na política ambiental.
4. Monitoramento e correção das ações, que implica o monitoramento e a utilização de indicadores que asseguram que as metas e os objetivos estão sendo atingidos;
5. Revisão gerencial, na qual o SGA é revisado pela alta administração da empresa, a fim de assegurar sua probabilidade, adequação e efetividade;
6. Melhoria contínua

Natura:

Por ser uma empresa considerada líder no seu ramo aqui no Brasil e que utiliza produtos naturais diretamente da flora brasileira, a Natura, com o intuito de reduzir os riscos ambientais e suas atividades potencialmente agressivas, mantém um sistema de gerência ambiental com base na ISO 14001, através de redução de resíduos e reciclagem de seus produtos.

A Gestão Ambiental da organização dita as intenções e princípios em relação ao desempenho ambiental conforme a norma, fornecendo estrutura na definição de seus objetivos e metas ambientais que devem ser compreendidos por toda a equipe. Nesta

empresa a Gestão Ambiental é de suma importância; devido à sua ligação direta com a natureza, gerenciando os impactos ao meio ambiente e capacitando os colaboradores; estando assim, em conformidade com o item A.3.1 da ISO 14001. Tal gestão, assume a responsabilidade para que esse processo ocorra de forma satisfatória. Os principais resultados desta gestão são: redução do uso do Alumínio, controle do consumo de água e resíduos.

Desde o ano de 2017 a Natura vem tendo um avanço significativo na adoção de embalagens ecoeficientes (com menos da metade do peso de uma embalagem similar ou com 50% de material renovável não celulósico). E este, a natura já utiliza 40% destas embalagens no seu portfólio no Brasil.

### **3.1.2 NORMA ISO 14.001**

A ABNT **ISO 14001** (International Organization for Standardization) é umas das normas mais requeridas no mercado internacional. Essa implementação serve para as empresas que desejam estabelecer ou aprimorar um Sistema de Gestão Ambiental, estar seguras sobre políticas ambientais e demonstrar que está de acordo com as práticas sustentáveis a clientes e organizações externas.

O que se sabe sobre a ISO 14001 relacionado a Natura é que em 2004, a empresa recebeu o certificado e já no ano de 2006 o certificado foi mantido. Mas seguindo o pensamento sobre a ISO 14001 da Comissão de Brundtland (1987), que define desenvolvimento sustentável como processo que:

Satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades". Podemos então citar

alguns exemplos do comportamento da empresa para com o meio ambiente no momento atual e o que ela faz para continuar preservando para as gerações futuras que se enquadram dentro do Sistema de Gestão Ambiental.

Uma iniciativa muito interessante que podemos enquadrar dentro da ISO 14.001 é o Programa Carbono Neutro, criado em 2007, foi o primeiro compromisso público da Natura, que estabeleceu a redução de um terço de suas emissões até 2013, o que representou 480 mil toneladas de CO<sub>2</sub>e que deixaram de ser emitidas na atmosfera. O volume evitado equivaleria às emissões decorrentes de 83 mil voltas de carro ao redor da Terra. Como parte da sua Visão de Sustentabilidade 2050, a Natura assumiu o compromisso de reduzir outros 33% das emissões relativas de GEE (Gás de Efeito Estufa) até 2020, segundo o ano-base 2012.

A Natura estruturou o programa em três frentes – mensuração, redução e compensação. A primeira faz parte de um monitoramento anual de todas as emissões por meio de inventário auditado por empresa independente. O diferencial está justamente no alvo do inventário, que abrange não apenas os indicadores de emissão próprios da Natura, mas também os de toda a cadeia produtiva, incluindo as emissões de transportadoras e de matérias-primas, e materiais de embalagens fabricados por terceiros.

Em 2017, houve aumento de 0,8% nas emissões relativas de GEE e de 2% nas emissões absolutas, em comparação a 2016. Isso se deve, principalmente, pelo aumento do faturamento de itens com maior emissão relativa, além do crescimento das Operações Internacionais, com aumento do impacto das exportações e de transporte de produtos às consultoras. No comparativo com 2012 (ano base do compromisso), a redução acumulada é de 0,5% nas emissões relativas.

Sabemos que temos que mudar os padrões de consumo para que o planeta sobreviva, sendo que o Brasil é campeão em desmatamento e está entre os cinco maiores emissores de gases de efeito estufa. Por isso, além de suavizar seus impactos ambientais, a Natureza também fomenta ações do desenvolvimento sustentável, como o fortalecimento de economias locais e a proteção da biodiversidade e dos recursos hídricos.

Para Talia Bonfete, ( 2017) coordenadora da área de Sustentabilidade "uma economia de baixo carbono traz benefícios socioambientais que são bons para as pessoas, para as empresas e para o planeta.

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

Existem dois sistemas econômicos que são predominantes nos dias atuais, são eles, o Capitalismo e o Socialismo.

O Capitalismo é conhecido por ser um sistema econômico onde os meios de produção estão na maior parte, nas mãos de instituições privadas. Os sistemas capitalistas variam no grau em que o Governo regulamenta a propriedade privada e a atividade econômica.

Já o Socialismo, é um sistema econômico onde os meios de produção e a distribuição de renda de uma sociedade é de propriedade coletiva e não privada. O objetivo básico desse sistema é atender às necessidades e não maximizar os lucros.

A seguir iremos apresentar parte de uma matéria da revista virtual *Época*, escrita por Edson Caldas (2017) onde a empresa Natura expõe de forma clara a relação do trabalho com os impactos sociais e o capitalismo através de sua diretora de sustentabilidade Renata Puchala.

Renata diz ter aprendido nos tempos de faculdade algo que hoje não faz o menor sentido: empresas são criadas única e exclusivamente para gerar lucro. Ela discorda. "O propósito da empresa tem de ser servir a sociedade", afirma. "Óbvio que também tem de gerar lucro, mas pensar só nisso é tão pequeno."

Segundo a executiva, as pessoas devem se perguntar qual a lógica de mundo que queremos que dê certo. "Como podemos viver num mundo desses e ficar alheios? Cada vez mais as empresas têm um papel fundamental de mudar a nossa realidade", diz Renata. E para ela, essa questão não é só coisa de empresa pequena. A executiva usa a Natura como exemplo. "É possível, sim, abrir capital, ser uma empresa de R\$ 10 bilhões, ser uma empresa mundial e, ainda assim, fazer negócios que gerem impacto positivo." O caminho, de acordo com Renata, deve ser usar desafios ambientais e sociais como negócio, e não fazer só como algo paralelo.

Ela cita a linha Natura Ekos, que envolve o trabalho de 2 mil famílias, principalmente na Amazônia, e também garante a preservação da floresta. Em vez de comercializar a madeira, as famílias percebem que vender produtos extraídos das árvores para a indústria cosmética dá mais dinheiro. "A gente provou que a floresta em pé vale mais do que derrubada. E isso é um modelo de negócios, não um modelo de filantropia separado."

"Temos de pensar a sustentabilidade como modelo de negócios, que quanto mais cresço, mais causou impacto", diz Renata. As empresas têm de se perguntar, diz a executiva, se quando crescem o impacto é positivo ou negativo na sociedade. Se for negativo, devemos inverter essa lógica.

"Esse é o princípio das empresas do sistema B (certificado de companhias que se guiam pelo capitalismo consciente). O novo capitalismo é o capitalismo do futuro. Garanto que não é romântico, é visionário", afirma a executiva. "Esse capitalismo é real, já está acontecendo."

### O SISTEMA B

As empresas brasileiras no geral tem se preocupado em retribuir para a sociedade os seus ganhos ao invés de preocupar somente com os lucros. Por isso cada vez mais as companhias vêm entrando para o ranking das empresas mais bem avaliadas pelo sistema B (movimento global que preza pela integração do resultado financeiro à geração de resultado socioambiental).

(Site Mercado e Consumo, 5 de setembro de 2019) O Sistema B lançou a lista Best for the World, com as empresas que tiveram as melhores pontuações na Avaliação de Impacto B, metodologia de análise de impacto socioambiental utilizada para certificar as empresas que fazem parte do Sistema B. Aproximadamente mil empresas fazem parte do ranking, das quais 53 desta edição são brasileiras, contra 38 em 2018. Para conseguir classificação, a candidata precisa ter pontuação entre as 10% melhores.

As empresas privadas vêm procurando seguir, cada vez mais, o conceito de negócio socialmente responsável. O Brasil é o país que hoje tem o maior número de

companhias em processo de certificação, no mundo, somando 4.400. As que já foram certificadas somam 156, incluindo a Natura, que foi a primeira empresa de capital aberto a entrar na lista em 2014.

“Vemos um fluxo crescente de empresas nacionais buscando a certificação ou utilizando o nosso modelo de avaliação como uma forma de melhorar a gestão”, disse Marcel Fukayama, co-fundador e diretor-executivo do Sistema B no Brasil.

O ranking Best for the World é dividido em seis categorias, sendo elas: trabalhadores, comunidade, clientes, governança, meio ambiente e pontuação geral. Há ainda uma categoria especial, as das “changemakers” (agentes de mudança), que geram impactos positivos em seus campos de atuação. Nesta edição, as brasileiras Vox Capital, Recicladora Urbana, Baluarte Cultura, Decah, Geekie, Via Gutenberg e Natura receberam esta classificação.

No mundo, mais de 80 mil empresas são aprovadas no processo. A menor pontuação necessária para conseguir é 80, de 200. Sendo assim, apenas uma a cada dez empresas conseguem a certificação. A avaliação deve ser refeita a cada dois ou três anos, a depender da companhia.

### PRODUÇÃO DE ACORDO COM O SISTEMA B

A natura vêm procurando seguir o conceito de negócio socialmente responsável e investe em design para diminuir impacto ambiental de suas embalagens.

Ao lançar um produto, a Natura trata com a mesma importância o desenvolvimento da fórmula e o design da embalagem. Isso porque a forma como um

cosmético é embalado pode ser determinante para que, ao ser descartado, cause mais ou menos impacto no meio ambiente.

Em 1983, tornou-se a primeira empresa brasileira de cosméticos a oferecer refis de seus produtos. Em 2017, a venda de refis evitou que 4.480 toneladas de gases de efeito estufa e 1,6 milhão de toneladas de lixo não orgânico fossem despejados no meio ambiente.

Lançada em 2013, a linha Sou é outra iniciativa para racionalizar o uso de materiais. As embalagens dos produtos da marca têm 70% menos plástico na composição.

O site ([natu.infoinvest.com.br](http://natu.infoinvest.com.br) 2014) diz

Na nossa Visão de Sustentabilidade 2050 , documento que reúne nossas causas e nossos compromissos para um desenvolvimento sustentável , estabelecemos uma meta ambiciosa relacionada a esse princípio: ter, até 2020, 10% de materiais reciclados pós-consumo nas nossas embalagens (em 2017, esse número estava em 4,3%). Um esforço nesse sentido é a crescente utilização de vidro e PET reciclados.

O primeiro material começou a ser usado em 2015 nos frascos de fragrâncias de algumas marcas, como Ekos, Kaiak, Humor e Essencial. Três anos depois, já contavam com, pelo menos, 20% de vidro reciclado em todos os seus produtos de Perfumaria.

Em 2017, começou a utilizar PET 100% reciclado nos produtos da linha Ekos. Dois anos depois, o mesmo movimento aconteceu com Sève. Além das marcas citadas, a matéria-prima é usada em Tododia, Plant e Tez. O resultado da escolha? O reaproveitamento de 249 toneladas de resíduos por ano, o que significa não jogar no lixo o equivalente a 5 milhões de garrafas PET. Dentro desse princípio, o uso de plástico verde feito a partir da cana-de-açúcar, um recurso renovável é um destaque.

O material começou a ser utilizado em 2010, em substituição do plástico convencional em itens regulares e refis das linhas Ekos, Tododia, Plant, Mamãe e Bebê e Tez, entre outros. O uso do plástico verde na Natura evita a emissão de quase 5 mil toneladas de carbono em um ano, o que equivale à emissão de gases de efeito estufa produzidos em 800 viagens de carro em volta da Terra.

Para colocar em prática esse princípio, ao fazerem o design de uma embalagem, a Natura procura viabilizar a desmontagem do maior número de componentes dela. Este cuidado facilita o processo de reciclagem. Outro cuidado é evitar a utilização de colas que não sejam à base de água, pensando também em favorecer o processo de reciclagem.

Quanto a criação de uma nova embalagem, os designers se debruçam sobre o estudo da matéria prima a ser utilizada e há materiais que são descartados logo de cara, como o PVC (plástico comum).

Outro exemplo são os materiais oxibiodegradáveis. Como não atendem às normas nacionais e internacionais de biodegradação, não é considerado pela marca uma tecnologia ambiental correta.

Essa é umas das formas que a Natura trabalha para cuidar tanto do meio ambiente como da sociedade, sem que ambas saiam prejudicadas e que de certa forma não afete seus lucros e negócios.

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

As grandes indústrias visam somente otimizar seus lucros, com vários investimentos, sem levarem em conta a questão do meio ambiente, prejudicando, dessa forma, os ecossistemas que são de extrema importância para manter uma boa qualidade de vida às gerações futuras.

O Site cuturamix ( 2012) diz. Se os empresários, em sua grande maioria, tivessem uma visão mais ampla do que é lucratividade, apostariam com certeza na manutenção do meio ambiente, contribuindo com causas ambientais que poderiam no futuro, favorecer suas próprias empresas. Eles economizariam com os gastos em assistência médica para os seus funcionários, por exemplo, pois com o ambiente preservado teriam uma melhor qualidade de vida. Cabe ao próprio ser humano contribuir de uma maneira definitiva para que o meio ambiente não sofra os desmandos da obtenção de lucro a qualquer preço.

Com base nesse artigo, colocamos um exemplo da Natureza em relação ao preservar uma matéria prima, na qual não somente ela, mas várias outras indústrias utilizam dessa matéria para a produção alimentícia e higiene e beleza. Trata-se do óleo de Palma.

O óleo de Palma é o insumo mais utilizado no mundo em questões de óleos vegetais, em questões de sustentabilidade o óleo está longe de ser unanimidade. A cadeia produtiva do óleo quando separada dos cuidados ambientais e sociais necessários, pode induzir ao desmatamento, à perda de biodiversidade, ao aumento dos gases de efeito estufa e à exploração de trabalhadores. Nos países como Indonésia e Malásia, que detém 85% da produção global, esses riscos citados estiveram presente na

história recente da expansão do cultivo no mundo. Desde o ano de 2007, a principal resposta das indústrias a esses riscos tem sido comprar de fornecedores certificados pela Mesa redonda da Palma Sustentável, o RSPO (Figura 5).

Segundo a (Revista Exame, novembro de 2019) A Natura, além de exigir a certificação em todas as compras do insumo, vem trabalhando para consolidar um modelo de produção alternativo à monocultura. No sistema agroflorestal, a palma compartilha o terreno com o cacau, açaí, andiroba, mandioca e pimenta.

São muitas as vantagens do modelo afirma (Keyvan Macedo, gerente de sustentabilidade da Natura, 2017)

As espécies arbóreas ajudam na regulação do clima e no regime de chuvas e estabelecem corredores ecológicos. Além disso, os cultivos de ciclos mais curtos geram renda ao produtor antes mesmo de a palma começar a produzir, algo que acontece entre o terceiro e o quarto ano.

Implantado em caráter piloto em uma área de 38 hectares no Pará, o modelo passou também no teste de produtividade, com índices por hectare semelhantes aos da monocultura ou até maiores.

O próximo passo é dar escala comercial ao modelo com sua expansão para outros produtores, prioritariamente agricultores familiares. O trabalho integra uma série de iniciativas da Natura na região amazônica, considerada estratégica para a empresa. Para (João Paulo Ferreira, presidente da Natura, 2017).

A floresta é uma fonte inestimável de recursos da bioeconomia, com imenso potencial para a inovação em diversas dimensões, nossa operação na Amazônia tem provado na prática que é possível conciliar conservação ambiental e desenvolvimento econômico.

Além das iniciativas localizadas de negócio, como o impulso aos produtores de insumos locais, a Natura fortalece os laços com a região e suas comunidades por meio da realização de diversos projetos que estimulam a geração de renda e o manejo sustentável dos ativos da biodiversidade local.

### **3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO**

De acordo com Émile Durkheim (1858 - 1917) que integra o grupo de cientistas sociais considerados como fundadores da sociologia e em sua tese de doutorado em 1893, intitulada *De la Division du Travail Social*, aborda a interação social dos indivíduos que integram uma coletividade maior: a sociedade. Segundo ele, as sociedades complexas, são como grandes organismos vivos que são diferentes entre si (que neste caso, corresponde à divisão de trabalho), mas todos dependem um do outro para o bom funcionamento do ser vivo.

Neste quesito, a Natura é representativa como empresa, gerando negócios, trabalhos, mas respeita o conhecimento tradicional das comunidades. Houve dificuldade para se estabelecer valores das matérias-primas e na definição de processos para o uso industrial das substâncias, mas a Natura teve a percepção geral destas comunidades e no potencial dos produtos a serem fabricados para o consumo das pessoas. “Percebemos que era preciso ter um canal direto com essas pessoas para entender melhor a floresta, profissionalizar a cadeia produtiva e ter impacto social positivo”, afirma João Paulo Ferreira, presidente da Natura (16 de nov. 2017)

Esta opção de relacionamento estreito, com certeza exigiu certo trabalho, mas a Natura nesta empreitada, formou fornecedores locais e movimentou mais de 1 bilhão de reais na região da amazônica em 2017, dando a ela, pela segunda vez, o prêmio *A Empresa Sustentável do Ano* pelo Guia *EXAME de Sustentabilidade de 2017*. A meta

em 2017, era chegar a este ano, 2020, a uma fatia de 30% de insumos comprados da Amazônia a partir da produção de 10.000 famílias. ( Figura 4)

Outro fato interessante da Natura a ser exposto de acordo com o contexto sociológico é o desejo da empresa em incluir seus colaboradores na sociedade não somente como revendedoras por exemplo, mas dando lhes oportunidades para um futuro melhor, dessa forma acredita-se que a educação, um dos fatores proporcionado, é capaz de trazer uma socialização saudável não somente no ambiente de trabalho mas também perante a comunidade.

Seguindo este exemplo, a Natura inspirada pelo anseio de fazer a diferença na vida de suas consultoras, mantém, um programa focado no auto desenvolvimento dessas profissionais, que beneficia também os seus familiares, viabilizado a partir do acompanhamento do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) das consultoras.

Mantemos a crença de que nossa dedicação para assegurar a perenidade e a sustentação do negócio ao longo do tempo deve considerar o propósito de gerar impacto positivo a todos aqueles que interagem com a Natura e ajudam a construir nossa companhia – colaboradores, consultoras, fornecedores e membros das comunidades fornecedoras, consumidores e, de forma ampla, toda a sociedade. (Natura Cosméticos)

Conscientes que os temas estão interligados, a Natura foca na atuação no estímulo à educação de qualidade, ao empreendedorismo e ao desenvolvimento profissional, à inclusão socioeconômica, à evolução consistente da renda per capita e de sua melhor distribuição, à diversidade e ao fortalecimento de organizações da sociedade civil.

A Natura tem o desejo de fazer a diferença na vida de suas Consultoras de Beleza Natura através do desenvolvimento não apenas nos aspectos profissional e

financeiro, mas oferecendo a elas uma oportunidade de carreira cada vez mais consistente, com recursos e instrumentos capazes de impactar positivamente suas trajetórias de vida e as de seus familiares. No de 2014, a empresa conseguiu conhecer de forma mais aprofundada as condições de vida de suas consultoras e suas demandas por meio do acompanhamento do Índice de Desenvolvimento Humano das consultoras (IDH), metodologia específica desenvolvida pela Natura inspirada no indicador de mesmo nome do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). O índice consolidado considera três dimensões, que são saúde, conhecimento e trabalho.

Segundo Relatório Anual da Natura (2017) Já no ano de 2016, a partir dos primeiros resultados do IDH, que evidenciaram o anseio de muitas consultoras em retomar os estudos, a Natura estruturou um programa de educação, em parceria com o Instituto Natura. Como um segundo passo, em 2017 começaram a atuar na frente da saúde. Foi realizado um projeto-piloto nas cidades de São Paulo e Porto Alegre, que passou a disponibilizar serviços de saúde para a consultora e um membro de sua família. Após a etapa de testes, o programa foi ampliado para todo o Brasil, já no mês de dezembro. Os benefícios de saúde incluem descontos de até 60% em consultas médicas, exames e medicamentos (estes últimos disponíveis em uma rede composta de 8 mil drogarias no país). Com a iniciativa, a Natura facilitou o acesso de suas consultoras e de seus beneficiários a serviços de saúde privados, muitos dos quais anteriormente elas não tinham condições de adquirir.

Segundo a Natura, estar bem é a relação empática, bem sucedida, prazerosa do indivíduo com o outro, com a natureza da qual faz parte com o todo

## 4. CONCLUSÃO

Durante a realização deste Projeto Integrado, vimos o quanto é importante o papel de uma empresa não somente para nos vender produtos de qualidade, mas também o trabalho sustentável e social que a mesma tem com a sociedade. E a Natura é uma dessas empresas que se preocupa com o planeta.

Vimos que a Natura é uma empresa muito rica, não somente no financeiro, é uma empresa que preserva o meio ambiente, evita que algo aconteça e transforma o que poderia ser um impacto negativo em positivo, os refis são um exemplo disso.

Já com a comunidade a Natura desenvolve um trabalho eficaz, beneficiando todos ao seu redor como funcionários, parentes dos funcionários e as famílias de seus fornecedores, dando-lhes oportunidade e dignidade através da educação e trabalho.

Embora tivemos muitas dessas informações, a questão da ISO 14.001 referente a Natura não foi muito abrangente como as outras, devida as poucas matérias sobre este assunto, porém o que encontramos nos ajudou a associar alguma atividade da Natura que se enquadra dentro da norma.

Diante de tudo o que buscamos e aprendemos, podemos concluir que a Natura tem muito conteúdo para pesquisarmos durante o curso, não é simplesmente uma empresa de cosméticos, é também uma empresa de conceito que tem o poder de fazer com que as pessoas mudem de opinião para o lado positivo, conscientizando-as e mostrando que é possível cuidar do meio ambiente e do próximo sem deixar de se cuidar também. Além disso, são muitos os sites, matérias em revistas, materiais disponíveis no site da própria empresa que nos enriquece e nos deixa por dentro do mundo dos negócios, do sustentável e do social.

## REFERÊNCIAS

ABERJ. Associação Brasileira de Comunicação Empresarial. Natura é reconhecida como principal prêmio da ONU. Disponível em: <<https://aberje.com.br/natura-e-reconhecida-com-principal-premio-ambiental-da-onu-7/>> Acesso em: 23 mar. 2020

ALVES. Raphaelly Antunes. MARTINS. Romário Carlos. PAULISTA. Paulo Henrique. Estudo de caso da empresa Natura: Planejamento e Diagnóstico Estratégico. Disponível em: < <https://pt.scribd.com/document/393907826/RE-0942-0643-01-pdf>> Acesso em 06 abr. 2020

CALDAS. Edson . O capitalismo consciente é o capitalismo do futuro. REVISTA ÉPOCA NEGÓCIOS. São Paulo. Ed Abril. 02 de out de 2017. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2017/10/o-capitalismo-consciente-e-o-capitalismo-do-futuro-diz-diretora-da-natura.html>> Acesso em 11/04/2020

CULTURA MIX. Meio Ambiente.R7.com. Rádio e Televisão Record S.A. Sustentabilidade Nas Empresas. Disponível em <<https://meioambiente.culturamix.com/>> Acesso em 06 abr. 2020

IBOVESPA. Índice da Bolsa de Valores de São Paulo. São Paulo. Disponível em: <<https://bvmf.bmfbovespa.com.br/cias-listadas/empresas-listadas/ResumoEmpresaPrincipal.aspx?codigoCvm=19550&idioma=pt-br>> Acesso em 03 abr. 2020

INOVARSE. Sistemas Tecnologia e Inovação. IV Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Niterói, RJ. 31 jul. a 01 ago. 2008. Disponível em: <<http://www.inovarse.org/filebrowser/download/8823>> Acesso em 23 mar. 2020

MERCADO & CONSUMO. Imprensa Mercado & Consumo. Natura está no Ranking Sistema B de empresas com responsabilidade socioambiental. Grupo GS & Gouvêa

de Souza, 05 set. 2019. Disponível em:  
<<https://www.mercadoeconsumo.com.br/2019/09/05/natura-esta-no-ranking-sistema-b-de-empresas-com-responsabilidade-socioambiental/>> Acesso em 23 mar. 2020

MOTA. Judith. Um caminho sustentável para explorar os ativos da floresta. EXAME. São Paulo: Ed. Abril, 07 nov. 2019. Disponível em:  
<<https://exame.abril.com.br/revista-exame/um-caminho-sustentavel-para-explorar-os-ativos-da-floresta/>> Acesso em 05 abr. 2020

NATURA CAMPUS. Redação Natura. Blog. Natura faz a Contabilidade Ambiental de suas operações. Disponível em:  
<<http://www.naturacampus.com.br/cs/naturacampus/post/2016-08/natura-contabilidade-ambiental>> Acesso em 23 mar. 2020

NATURA COSMÉTICOS S/A. Sustentabilidade e Certificações. Disponível em:  
<<https://www.natura.com.br/sustentabilidade/certificacoes>> Acesso em 23 mar. 2020

NATURA COSMÉTICOS S/A. Natura investe em design para diminuir impacto ambiental de suas embalagens. Disponível em:  
<<https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/natura-investe-em-design-para-diminuir-impacto-ambiental-de-suas-embalagens>> Acesso em 23 mar. 2020

NATURA está no ranking Sistema B de empresas com responsabilidade socioambiental. [S. l.], 5 set. 2019. Disponível em:  
<<https://www.mercadoeconsumo.com.br/2019/09/05/natura-esta-no-ranking-sistema-b-de-empresas-com-responsabilidade-socioambiental/>> Acesso em: 23 mar. 2020

NATURA é reconhecida com principal prêmio ambiental da ONU. [S. l.], 15 set. 2015. Disponível em:  
<http://www.aberje.com.br/natura-e-reconhecida-com-principal-premio-ambiental-da-onu-7/>. Acesso em: 23 mar. 2020.

NATURA faz a contabilidade ambiental de suas operações. [S. l.], 2016. Disponível em:<http://www.naturacampus.com.br/cs/naturacampus/post/2016-08/natura-contabilidade-ambiental>. Acesso em: 23 mar. 2020.

NATURA INVESTE EM DESIGN PARA DIMINUIR IMPACTO AMBIENTAL DE SUAS EMBALAGENS: AO PENSAR COMO EMBALAR CADA PRODUTO, CADA VEZ MAIS QUEREMOS USAR MENOS MATERIAIS E APROVEITAR O QUE IRIA PARA O LIXO. [S. l.], 20 jul. 2018. Disponível em: <https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/natura-investe-em-design-para-diminuir-impacto-ambiental-de-suas-embalagens>. Acesso em: 23 mar. 2020.

RODRIGUES, Lucas de Oliveira. As relações de trabalho e a sociedade. Brasil Escola. Rede Omnia. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/o-trabalho-futuro.htm> Acesso em 23 mar. 2020

STOCKLER, Ingrid; WERNECK, Tatyane. O que é a ISO 14001? Encontre aqui tudo o que você precisa saber. [S. l.], 7 fev. 2019. Disponível em: <https://iusnatura.com.br/tudo-sobre-iso-14001/>. Acesso em: 23 mar. 2020

TRABALHOS FEITOS, A sociologia de durkheim. Disponível em: <https://www.trabalhosfeitos.com/categoria/sociologia-de-durkheim/1966808/2.htm> Acesso em 20 mar 2020

VIEIRA. Renata. Natura é a empresa mais sustentável do ano. EXAME. São Paulo: Ed. Abril, 16 nov. 2017. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/revista-exame/a-empresa-mais-sustentavel-do-ano-natura/> Acesso em 03 abr. 2020

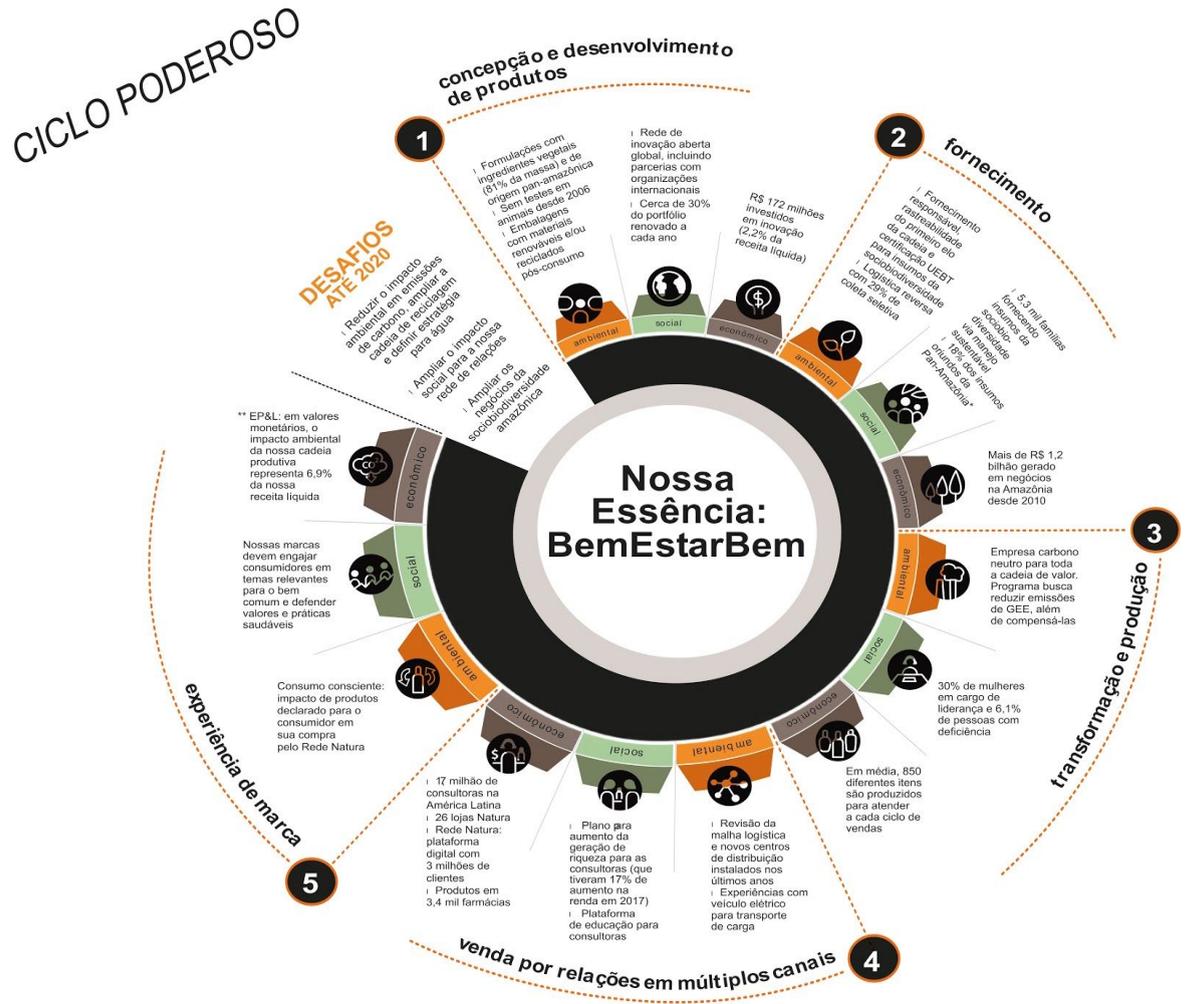
WIKIPÉDIA. Fundação Wikipédia. Enciclopédia livre. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/Roundtable\\_on\\_Sustainable\\_Palm\\_Oil](https://en.wikipedia.org/wiki/Roundtable_on_Sustainable_Palm_Oil) Acesso em 06 abr. 2020

# ANEXOS

Figura 1

Empresa:	NATURA
Segmento :	BOLSA
Código:	NATU
Lote Padrão Negociação:	100
Cotação Unitária desde:	26/05/2004
Capital Social:	<a href="#">1.721.911.070,18</a>
Total Ações:	865.818.140
Qtde Ações Ordinárias:	865.818.140
Forma das Ações Ordinárias:	Escritural - ITAU CORRETORA ACOES
Qtde Ações Preferenciais:	0
Forma das Ações Preferenciais:	-

Figura 2



\* Em valor de vendas. \*\* O EP&L (Environmental Prot and Loss) converte em valores monetários os impactos ambientais.

Figura 3



**SEMENTE DE UCUUBA, DA AMAZÔNIA, USADA PELA NATURA PARA FABRICAR HIDRATANTES**



**ESTA É A UCUUBEIRA, ÁRVORE DA UCUUBA, QUE VIRA HIDRATANTES**



**SEMENTES DE MURUMURU E XAMPU FEITO COM O INGREDIENTE**



**MORADORES DO PARÁ USAM BARCOS PARA LEVAR SUA COLHEITA DE SEMENTES E FRUTOS**



**HOMEM SOBE EM ÁRVORE PARA COLHEITA DE AÇAÍ EM ABAETETUBA (PA)**



**SEMENTES DE MURUMURU SECAM EM ESTUFA; ELAS VALEM 7 VEZES MAIS APÓS INDUSTRIALIZAÇÃO**

Figura 4

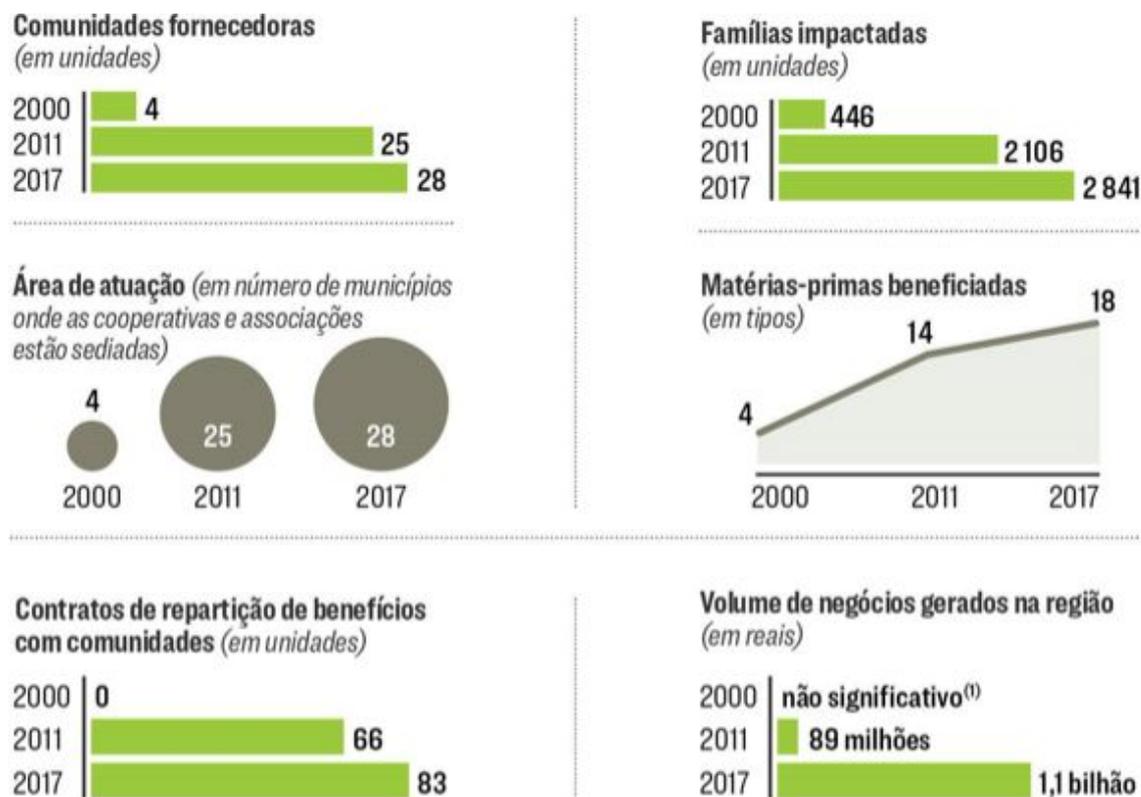


Figura 5

A MESA REDONDA SOBRE ÓLEO DE PALMA SUSTENTÁVEL ( RSPO ) FOI CRIADA EM 2004 COM O OBJETIVO DE PROMOVER O CRESCIMENTO E O USO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS DE DENDÊ POR MEIO DE PADRÕES GLOBAIS CREDÍVEIS E GOVERNANÇA MULTISSETORIAL . A SEDE DA ASSOCIAÇÃO FICA EM ZURIQUE , NA SUÍÇA, ENQUANTO O SECRETARIADO ESTÁ ATUALMENTE EM KUALA LUMPUR , COM UM ESCRITÓRIO SATÉLITE EM JACARTA . ATUALMENTE, A RSPO POSSUI 3.659 MEMBROS DE 92 PAÍSES.

**Mesa Redonda sobre Óleo de  
Palma Sustentável**

 Roundtable on Sustainable Palm Oil	
<b>Abreviação</b>	RSPO
<b>Formação</b>	Abril de 2004
<b>Tipo</b>	Não Governamentais
<b>Quartel general</b>	<a href="#">Genebra</a> e <a href="#">Kuala Lumpur</a>
<b>secretário geral</b>	<a href="#">Datuk Darrel Webber</a>
<b>Receita (EF 2014)</b>	RM 27,1 milhões <sup>[1]</sup>
<b>Local na rede Internet</b>	<a href="http://www.rspo.org">www.rspo.org</a>