



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS,
LOGÍSTICA,**

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

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:

ESTUDANTE, Douglas José da Luz RA

1012020100215

ESTUDANTE, Juliana Munhoz Zucherato RA

1012018200426

ESTUDANTE, Giovanni Battistin RA 1012020100149

ESTUDANTE, Letícia B Araújo RA 1012018200405

ESTUDANTE, Weslen F Santos RA 1012018200028

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	7
3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL	7
3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL	8
3.1.2 NORMA ISO 14.001	12
3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	13
3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS	14
3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO	16
4. CONCLUSÃO	17
REFERÊNCIAS	19
ANEXOS	20

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é apresentar um modelo de gestão ambiental (SGA) baseado na norma ISO 14000\96 e aplicado à Natura. A empresa, que nos últimos quatro anos, aumentou sua participação no mercado de cosméticos brasileiro de 12% para cerca de 23%, tem investido fortemente no desenvolvimento de “tecnologias verdes” e no fortalecimento de sua marca através de políticas socialmente responsáveis.

Tal fato motivou a elaboração do referido estudo, que apresentará em linha gerais alguns dos principais componentes do SGA da Natura.

É notável que a responsabilidade socioambiental vem influenciando cada vez mais no desempenho econômico de qualquer empresa atualmente e que este fato pode ser evidenciado pela criação dos índices financeiros “Índice Bovespa de Sustentabilidade e Dow Jones.Sustainability Index”. Assim, a realização de uma gestão ambiental correta e sustentável, mais do que condição *Sine Qua Non* para manutenção das organizações no mercado, torna-se um importante diferencial competitivo para as mesmas.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa Natura atua no mercado de cosméticos vendendo produtos inovadores essencialmente produzidos com elementos naturais tipicamente encontrados na flora brasileira. A companhia possui capital aberto desde 2014 com ações listadas no novo mercado da bolsa de valores de São Paulo (Bovespa) e possui ações altamente valorizadas devido à sua imagem positiva e ao alto desempenho financeiro apresentado.

Nos últimos quatro anos, a empresa aumentou significativamente e seu Market Share e hoje é líder no seu ramo de atuação no Brasil. Com sede em Cajamar, no estado de São Paulo, a empresa possui “Instalações verdes”, ou seja construídas, levando em consideração práticas ambientalmente corretas, que abrigam um moderno centro integrado de pesquisa, produção, e logística.

A Indústria e Comércio de Cosméticos G. Berjeaut Ltda, com o CNPJ nº 71.673.990/001-77, foi fundada em 1969 por Jean-Pierre Berjeaut e pelo atual presidente da Natura, Antônio Luís da Cunha Seabra, com o objetivo de vender produtos e cuidados pessoais que fossem produzidos com fórmulas naturais, de alta qualidade e a preços competitivos. Em 1970, a empresa passou a ser nomeada Industrial e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. Nesta mesma década, a Natura optou pela venda direta como alternativa que fez viabilizar o crescimento da empresa apoiada na força das relações pessoais.

Nascia a consultora Natura, com vendas porta-a-porta que garantia contato direto e personalizado com as suas clientes. A primeira loja foi na Oscar Freire em São Paulo, dentre seus principais objetivos ela busca cada vez mais inovação, para uma sustentabilidade, ela foi a primeira empresa a introduzir refis do setor de cosméticos brasileiros, 2007 passou a fornecer aos seus consumidores produtos de carbono neutro. Graças ao seu programa carbono neutro, destinado a reduzir e compensar as emissões de gases geradores do efeito estufa, desde a atividade de extração de matéria prima até a disposição final do produto no meio ambiente.

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

A estratégia de expansão, a Natura tem procurado diversificar seus canais e pontos de vendas com o objetivo de expandir e explorar novos mercados, a marca transformou de marca especializada em vendas diretas através de catálogos.

Em 2011, a sede da Natura no Brasil encontra-se localizada em Cajamar, estado de São Paulo, em complexo que abriga quatro fábricas, unidades de armazenagem centro de pesquisa, área logística e de administração. Além da sede, a empresa conta com escritórios comerciais, em Salvador (BA), Campinas (SP), Alphaville (SP), Taguatinga (DF), Rio de Janeiro (RJ), e Porto Alegre (RS), fábrica e centro de pesquisa e tecnologia em Paris.

Centro de distribuição localizada em Jundiaí (SP), Itapeçerica da Serra (SP), Canoas (RS), Mathias Barbosa (MG), Simões Filho (BA), Jaboatão dos Guararapes (PE), e em Castanhal (PA), e um centro de treinamento em São João do Meriti (RJ).

A empresa tinha operações próprias no Brasil, França, Argentina, Chile, Colômbia, México e Peru e atuava por meio de distribuidores locais na Bolívia e Guatemala.

3. PROJETO INTEGRADO

Este trabalho apresenta um estudo de caso sobre a empresa Natura Cosméticos S/A, tendo em vista aspectos relacionados à sua gestão ambiental e ao seu modelo de sustentabilidade. A empresa pode ser considerada modelo de cidadania corporativa e de responsabilidade sócio ambiental, fato que, aliado ao seu crescente desempenho econômico financeiro, faz dela uma das companhias mais lembradas no Brasil e eleva significativamente a valor de suas ações na bolsa. Neste contexto e feito uma simulação do sistema de gestão ambiental dessa empresa de cosméticos, considerando seu ramo de atuação e os impactos que suas atividades podem trazer ao meio ambiente.

Dentre as principais ferramentas utilizadas, pode-se destacar a Análise Preliminar de Riscos (APR) e Análise SWOT, e o modelo de sustentabilidade Triple TBL.

3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL

Essa unidade de estudo será responsável por abordar os sistemas de gestão ambiental (SGA) por meio de um conjunto de rotinas e procedimentos que caracterizam o gerenciamento ambiental, para, então, obter um resultado eficaz para a operação da empresa e em concordância com a preservação do meio ambiente; suas principais características, como: a) fornecer ferramentas para alcançar metas ambientais e melhoria contínua de desempenho de uma empresa; b) buscar a qualidade ambiental; c) avaliar a estratégia da empresa; d) adotar medidas de prevenção da poluição; e as vantagens obtidas pela sua utilização, dentre elas merece destaque o “diferencial competitivo” frente ao mercado.

Também serão abordadas as principais características da norma ISO 14.001, que tem como objetivo equilibrar a proteção ambiental e a prevenção da poluição com as necessidades socioeconômicas. A norma ISO 14001 contém requisitos de sistema de gestão baseados no processo dinâmico e cíclico de planejar, executar, verificar e agir, ou o chamado PDCA.

3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL

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 também possuem responsabilidade de peso nesse contexto, sendo, aliás, cobradas por sua 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.

O termo “gestão” está diretamente vinculado à “administração”, mas na verdade gestão é um conjunto de atividades da função gerencial que determina a política ambiental, seus objetivos e responsabilidades e os coloca em prática por meio do sistema ambiental, incluindo planejamento, controle e melhoria do gerenciamento ambiental.

Nesse contexto, as empresas possuem papel-chave devido ao grande impacto de suas atividades na sociedade e no meio ambiente em geral. Dessa forma, foram criados os chamados “sistemas de gestão” para que as empresas se comprometam com maior foco com a satisfação dos clientes externos e internos, com a qualidade dos produtos, com a proteção do meio ambiente e com os aspectos sociais.

O panorama atual de mercados em unificação e a globalização da competição, facilitada pela queda de barreiras alfandegárias, forçam as empresas a adotar uma nova visão quanto à amplitude de competidores em seu mercado. A atuação das empresas pode ser restrita, mas a competição é globalizada, porque, potencialmente, qualquer competidor é capaz de atender ao mercado em que uma ou outra empresa atua. Juntamente com esse panorama, a preocupação com os aspectos ambientais da produção, por parte dos governos e pela sociedade civil organizada, gerou uma nova demanda às empresas.

O “Sistema de Gestão Ambiental” (SGA) surge nesse cenário como uma estrutura desenvolvida para auxiliar as organizações, independentemente de seu tipo ou porte, a

planejar consistentemente ações, prevenir e controlar impactos significativos sobre o meio ambiente, gerenciar riscos e melhorar continuamente o desempenho ambiental e a produtividade.

E a série de normas ISO 14000 vem ao encontro das necessidades das empresas de adotarem práticas gerenciais adequadas às exigências de mercado, universalizando os princípios e os procedimentos que permitirão uma expressão consistente de qualidade ambiental. Um sistema de gestão ambiental deve determinar a estrutura organizacional, estabelecendo tarefas, delegando autoridades e definindo responsabilidades para implementar as ações necessárias em busca da tão almejada sustentabilidade da organização e seus produtos ou serviços.

Com isso, as empresas ou organizações podem constatar as vantagens da sua utilização no ambiente interno e externo.

Hoje, uma vantagem que merece destaque é o “diferencial competitivo”, ou seja, a melhora da imagem da empresa ante a sociedade; outra vantagem é a “melhora na organização”, ter uma gestão ambiental sistematizada integrando a qualidade ambiental e a gestão dos negócios permite que a empresa tenha melhora organizacional muito importante; outra, “minimização de custos”, já que um dos objetivos é eliminar desperdícios, reutilizar resíduos que até agora simplesmente se jogava fora; e também, “minimização dos riscos”, ou seja, aquelas possibilidades de existência de acidentes, de impactos, de modo a destacar a segurança da informação para minimização de acidentes de trabalho etc.

Para algumas empresas, o custo da implantação de um sistema de gestão ambiental (SGA) pode até assustar no começo; no entanto, as vantagens vêm a longo prazo. O gestor ambiental é o profissional certo para apontar os benefícios da implantação do SGA, tais como: controle de impactos ambientais, redução de custos, aumento da produtividade, desenvolvimento de cultura preventiva, padronização de procedimentos, relações com as partes envolvidas, atuação responsável, imagem da organização.

Neste projeto integrado será utilizada a experiência da empresa de cosméticos, tão conhecida e conceituada “**NATURA COSMÉTICOS S/A**”, CNPJ nº 71.673.990/0001-77, com relação à implantação do sistema de gestão ambiental em suas atividades organizacionais.

A trajetória da maior multinacional brasileira de cosméticos – *Natura* – começou em 1969, quando Luiz Seabra inaugurou uma pequena fábrica em São Paulo; desde então, construíram um negócio voltado à construção do ***Bem Estar Bem*** – que se manifesta nas relações harmoniosas que um indivíduo estabelece consigo mesmo, com os outros e com a natureza.

Tanto é certo que a empresa adota o lema “*Só é inovação se gera impacto positivo*”, ou seja, para a empresa de cosméticos NATURA, inovação é gerar impacto positivo na sociedade e no planeta por meio dos novos produtos, experiências e serviços criados para promover o bem estar bem em toda sua rede de relações.

Dentre os destaques alcançados pela empresa NATURA, podemos citar:

- Em 10/12/2019, a Natura ganha o **prêmio** mais importante de **mudanças climáticas do mundo, conferido pela ONU** (Organização das Nações Unidas), ao reconhecer os esforços de indivíduos, empresas e governos que estão obtendo resultados reais na transição para a neutralidade climática.
- Em 21/05/2019, com o **selo UEBT**, sigla em inglês da “União para o BioComércio Ético”, associação internacional sem fins lucrativos, a linha “Ekos” da Natura torna visível seu respeito pela biodiversidade. Esse selo confirma que todos os ingredientes vegetais da formulação dos produtos Ekos passaram por um sistema que avalia os princípios de biocomércio ético da UEBT, como a existência de práticas que garantam a manutenção dos ecossistemas, repartição justa dos benefícios pelo uso da biodiversidade e do conhecimento tradicional associado, respeito pelas condições de trabalho, entre outros pontos.
- Em 12/11/2018, a Natura assina o **Compromisso Global por uma Nova Economia do Plástico**, documento que tem como objetivo erradicar o desperdício e a poluição causados por esse material, visando diminuir o uso do plástico. A Natura foi a empresa pioneira em lançar refis no mercado brasileiro para intensificar o combate à poluição plástica. Os signatários deste acordo são responsáveis por 20% de todas as embalagens plásticas no mundo. O Compromisso Global estabelece metas que serão revisadas a cada 18 meses. As empresas que assinaram o documento publicarão, anualmente, dados indicativos da evolução do seu processo para gerar impulso e garantir a transparência. As metas incluem eliminar embalagens plásticas problemáticas ou desnecessárias e migrar de modelos de uso único para os de reúso; inovar para garantir que 100%

das embalagens plásticas possam ser reutilizadas, recicladas ou compostadas com facilidade e segurança até 2025, e circular o plástico produzido, aumentando consideravelmente a quantidade de plásticos reutilizados ou reciclados e transformados em novas embalagens ou produtos.

- Em 04/07/2018, a Natura inovou ao transformar seus produtos em **carbono neutro**. Isso significa que todas as emissões de gases efeito estufa que não conseguiram reduzir são compensadas por meio de apoio a mais de 30 projetos socioambientais em todos os países que a empresa tem operação na América Latina. O Programa Natura Carbono Neutro, criado em 2007, é baseado em três pilares: inventário de gases de efeito estufa (GEE) – que mede e registra todas as emissões, desde a extração da matéria-prima até o descarte do produto pelo consumidor; compensação das emissões não evitadas por meio da compra de créditos de carbono de projetos certificados, e redução, que abrange as ações e processos para diminuí-las. Em 2013, a empresa reduziu as emissões relativas de GEE 33% em comparação ao ano de 2007 e tem como meta seguir inovando para a redução chegar a zero em 2030, afinal, ou a empresa muda sua mentalidade, ou o clima vai mudar.

Com essas escolhas é possível afirmar que a empresa NATURA trabalha de forma consciente para deixar o mundo mais bonito através de programas como: Amazônia Viva; Mais Beleza, Menos Lixo e Cada Pessoa Importa. Para defendê-los, criaram uma série de compromissos, definidos no documento Visão de Sustentabilidade 2050.

Porém, hoje 90% de suas fórmulas são feitas com ingredientes naturais e, portanto, renováveis, de modo a unir os ativos mais eficazes da biodiversidade brasileira com as substâncias mais potentes da ciência mundial. Também seus produtos não são testados em animais desde 2006.

E em época de “Coronavírus”, a NATURA lança um programa de conscientização de seus clientes e de colaboração com a sociedade como um todo ao promover saúde e bem-estar a todos por meio de iniciativas como:

- a) Doações de sabonetes e álcool em gel para o combate à pandemia;

- b) Flexibilização das regras para ajudar suas consultoras de beleza, ações que têm por objetivo zelar a rede de relações durante a pandemia do CODIV-19.

Assim, para a empresa de cosméticos NATURA “*natureza, beleza e tecnologia podem e devem caminhar juntas*”.

3.1.2 NORMA ISO 14.001

A norma ABNT ISO 14001 tem como objetivo principal especificar os requisitos para a implementação de um sistema de gestão ambiental possibilitando que todas as empresas, independente do seu porte, recursos, localizações, mercado e segmentos, desenvolvam práticas sustentáveis em seus negócios: produtos e serviços. Possibilitando que as organizações atendam às suas necessidades socioeconômicas em equilíbrio com a proteção do meio ambiente. Além disso, quando uma empresa implementa um sistema de gestão ambiental, ela demonstra ter uma mentalidade sustentável, e com isso conseguirão melhorar seu desempenho ambiental, evitando multas desnecessárias pelos órgãos fiscalizadores ambientais, melhoram a sua imagem perante o mercado e consumidores e conciliar a preservação com produtividade, pois alcançarão benefícios financeiros e operacionais resultantes da utilização de alternativas ambientais.

A norma ISO 14.001 de 2015 engloba a chamada “mentalidade de riscos e oportunidades”. Analisam-se os riscos que aquele serviço ou produto poderá trazer para os consumidores e meio ambiente, incluindo formas seguras de se realizar o seu descarte. Analisam-se as oportunidades quando o ciclo de vida deste produto é fechado também chamado de logística reversa, ou seja, em sua destinação final os resíduos gerados retornam como matéria prima secundária em novos produtos.

Quanto aos procedimentos internos, a **Natura** conquistou, em 2004, a certificação de acordo com as normas **ISO 14001**.

3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Os sistemas econômicos são um ramo da economia que estuda os métodos e instituições pelas quais sociedades determinam a propriedade, direção e alocação dos recursos econômicos e as suas perspectivas trajetórias de desenvolvimento econômico.

- **Economia mista**

É um sistema econômico no qual participam tanto o setor privado como o setor público. A economia mista existe em muitos países capitalistas, nomeadamente nos de regime social-democrata. Na economia mista, o Estado além de orientar a economia, detém a propriedade de importantes empresas em setores estratégicos.

A maioria dos países, incluindo países com regimes políticos considerados democráticos, têm uma economia mista, capitalismo econômico e o socialismo vividos na China colocam o país como um exemplo de economia mista.

- **Socialismo**

É o sistema político e econômico que teve ascensão entre o fim do século XVIII e a primeira parte do século XIX e que tem como essência o **princípio da igualdade**, é contra modos de produção privados, a obtenção de lucro, as propriedades privadas e a competição de mercado.

- **O sistema capitalista financeiro**

Também conhecido como capitalismo monopolista é caracterizado pelo crescimento da especulação financeira em torno de ações das organizações, juros, títulos de dívidas e outras formas de crédito que se transformaram em mercadorias, sendo comercializadas como tais.

O marco para a consolidação do Capitalismo Financeiro foi o gradativo processo de transformação das empresas em ações, ou seja, a fragmentação dos títulos dessas empresas em várias ações que são comercializadas livremente.

Infelizmente a relação capital versus trabalho, a devastação da natureza, o aumento das desigualdades sociais e a perda de valores são pontos negativos do capitalismo, o sistema não tem sido capaz de assegurar uma convivência harmônica entre os seres humanos e a natureza.

3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS

Para garantir o futuro da empresa escolhida e também o desenvolvimento da sociedade, já desenvolveram ações para minimizar os impactos ambientais causados pela produção de seus produtos. Porém, alguns aspectos ambientais ainda precisam ser controlados e monitorados para que os danos causados ao meio ambiente não sejam graves.

Diante dessa necessidade de controlar os aspectos ambientais mais críticos, a empresa elaborou um Programa de Gestão Específico para que suas ações sejam implementadas no controle da gestão de água e resíduos, principalmente.

Programa de Gestão Específico - Gestão da Qualidade da Água	
Ações a serem implementada	Tratamento de água do rio que passa pela empresa
	Minimizar o consumo de água
	Administrar o uso consciente de água
	Reutilizar a água em jardins e sanitários e nas reservas combate ao incêndio
	Melhorar as condições de tratamento dos efluentes

Programa Gestão Específico -Gestão dos Resíduos

Ações a Serem Implementadas	Aumentar o uso do refil (embalagens)
	Gerenciamento de resíduos em todo o espaço da Natura
	Controle na escolha de matéria-prima usadas nas embalagens
	Proposição de projeto para redução dos impactos ambientais.

Diante da análise dos temas abordados nesse texto, observa-se a grande importância das empresas pensarem em amenizar seus impactos ambientais causados pela produção de seus serviços e produtos. A Natura está há mais de 20 anos na Amazônia.

Aprendemos nessa jornada que a sustentabilidade da floresta é uma responsabilidade compartilhada. Do destino da Amazônia dependemos todos. Atuando na região, contribuí para a conservação de 1,8 milhão de hectares, equivalente à metade da Holanda. A 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 as embalagens de seus produtos.

3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO

Ações para melhorar o clima organizacional estão sendo implementadas na empresa escolhida, aumentando o valor investido em educação e treinamento para os seus colaboradores. Ampliação das instalações de Itapecerica da Serra e inaugurado um novo prédio em Alphaville para melhorar o ambiente da empresa.

Os princípios de relacionamento foram divulgados e a Ouvidoria Natura foi implementada para melhorar a participação dos colaboradores. A empresa tem procurado diversificar seus canais e pontos de venda com o objetivo de expandir e explorar novos mercados.

Transformou-se na 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 empresa Natura 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 empresa propõe a abertura de franquias para as consultoras mais antigas e de maior sucesso da marca. Assim, a empresa torna oficiais os pontos de venda informais que já existem no mercado.

A empresa Natura também tem como princípio a inclusão social, sabendo dar importância a todos, sem discriminação de cor, crença e opção sexual; por isso criaram para os consultores e consultoras de beleza um modelo comercial de prosperidade, pertencimento e propósito, para que cada um possa, no seu tempo e ritmo, encontrar um caminho de autonomia.

Essa empresa é referência internacional em inclusão de pessoas com deficiência. Hoje tem 6,5% de colaboradores com algum tipo de deficiência. Acima da cota prevista em lei que é 5%. O Centro de Distribuição em São Paulo tem 15% de colaboradores PCDs (Pessoas com Deficiência), o que mostra que produtividade combina com inclusão social. Também tem o benefício da licença maternidade e paternidade para casais homoafetivos.

Em suas campanhas, a empresa espalha sua crença da beleza livre de estereótipos, incluindo corpos de todos os tipos, jeitos e idades, mas ainda tem muito a fazer. Por exemplo, aumentar a representatividade de negros em suas equipes, e trazer mais mulheres para cargos de liderança, além de ter programas focados em mudar essa realidade.

4. CONCLUSÃO

Foram pesquisados bibliografia Nacionais e Internacionais sobre os temas relacionados aos Princípios e Sustentabilidade, Gestão ambiental, Impactos Ambientais, Sustentabilidade Corporativa e Desempenho Ambiental buscando analisar a existência de relação entre eles.

Apesar de o capitalismo não ter uma boa relação perante o meio ambiente, os fatos apresentados mostraram a competência da empresa Natura em relação aos impactos ambientais, adotando os sistemas de gestão ambientais, a empresa conseguiu ter um

equilíbrio entre o homem e a indústria, é uma empresa que se preocupa com o desenvolvimento sustentável e responsabilidade social, procurando equilibrar seus ganhos financeiros com amenização de impactos ambientais, reduzindo seus resíduos e reciclando os seus materiais através da logística reversa.

A diversidade é uma causa bonita porque ela é plural, é de todos nós, então a Natura convida a pensar em ideias e projetos relacionados à diversidade. Assim, a empresa se tornou um exemplo para sustentabilidade e inclusão social, sempre explorando a riqueza da natureza sem machucá-la e melhorando os processos para todos.

REFERÊNCIAS

SCHWANKE, Meio Ambiente e Sustentabilidade, ano 2013, p. 229.

<http://www.natura.com.br>, site oficial da Natura, aba “Sobre a Natura” e “Sustentabilidade” e “Iniciativas. Acesso em 05 mar. 2020.

Vídeo institucional da Natura, acesso pelo link: <https://youtu.be/H1XkDAZGrNI>

<http://www.b3.bovespa.com.br> Assuntos sobre gestão ambiental

ANJOS, E. A Natura e o meio ambiente. 2004.

Dias, J. “Desenvolvimento Sustentável e a Gestão Sustentável Empresarial: Uma Contribuição da Academia”, Projeto de Iniciação Científica. Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007.

ANEXOS

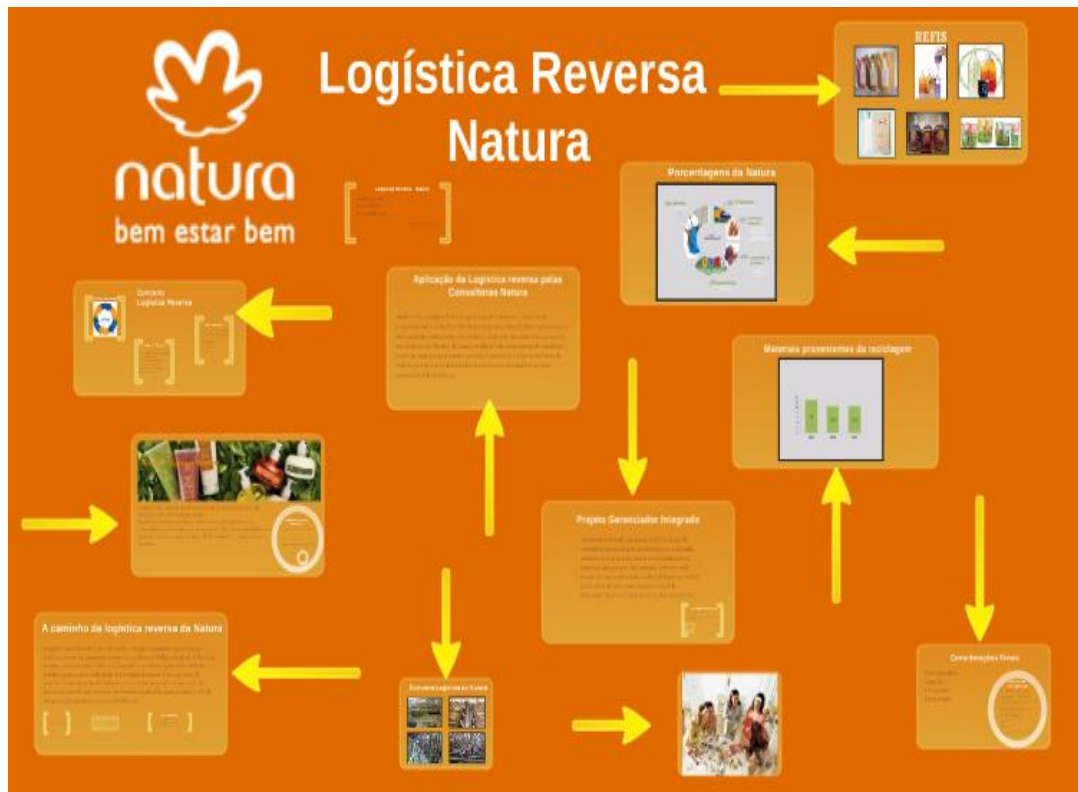
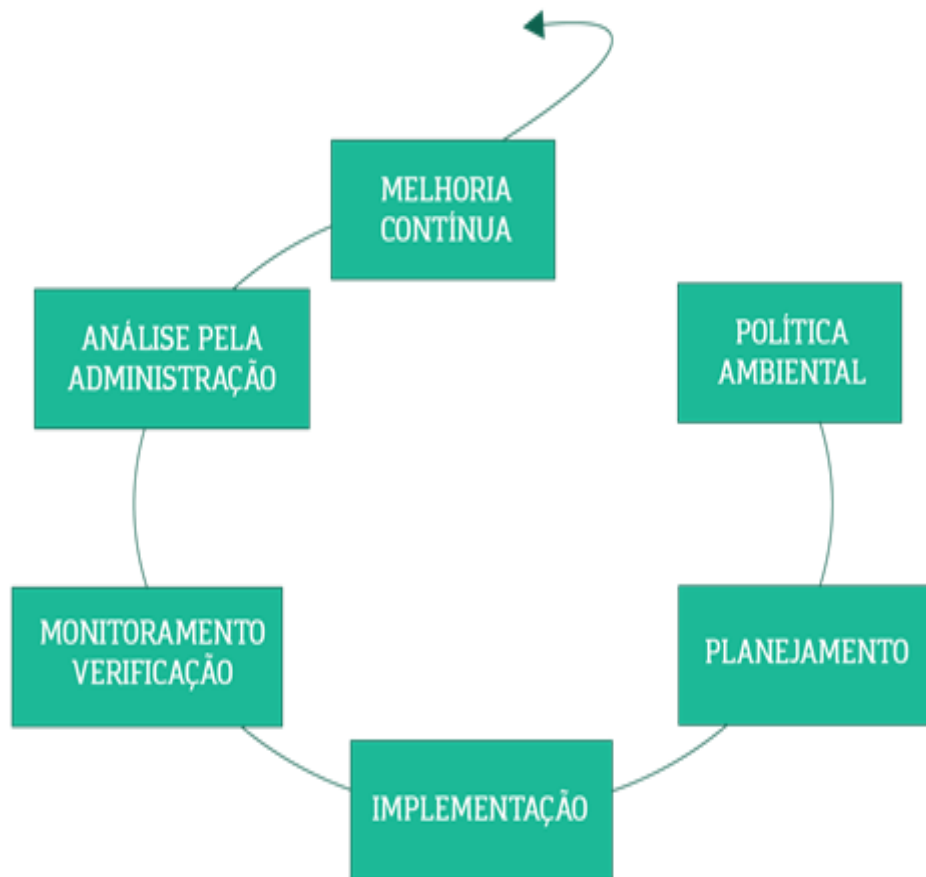


Gráfico que representa as vantagens internas do SGA para as empresas.



Representação gráfica da ISO 14001:2004 referente ao Sistema de Gestão Ambiental.

Gráfico que representa as vantagens internas do SGA para as empresas.

