



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

GESTÃO FINANCEIRA

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
GESTÃO FINANCEIRA

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:

ANNA BELLE A. TAURIN, RA 1012019100263

SANDRA R.M. MAZETTO, RA 1012019100453

RITA DE C. M.PEDRO , RA 1012020100282

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL	5
3.1.2 NORMA ISO 14.001	8
3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	9
3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS	11
3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO	12
REFERÊNCIAS	14
ANEXOS	15

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste estudo é mostrar a efetividade que o sistema ambiental trouxe e ajuda uma das maiores empresas de cosméticos, mostrando que utilizam a contabilidade como maior ferramenta para desenvolver um SGA.

Muitas empresas estão se conscientizando para produzir, vender e consumir sem agredir a natureza, mas para conseguir isso, é preciso adotar um SGA .

O Sistema de Gestão Ambiental (SGA) segundo Maimom (1996) é o princípio fundamental em uma organização para englobar a estrutura de atividades de planejamento ao processos de desenvolvimento, programação, análise e amparo a política sustentável da entidade. Ferreira (1995) acrescenta que gestão ambiental vai além da sustentabilidade, envolve custos econômicos e sociais, e com isso as empresas se tornam o foco, pois são as que mais contribuem para a degradação do meio ambiente.

Ao implantar o SGA numa empresa, além de proporcionar para a organização agir dentro das Normas ISO, também agrega a ela uma boa imagem no mercado.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Natura é uma empresa de cosméticos, fragrâncias e higiene pessoal reconhecida por manter um modelo de negócios pela venda direta, que busca a criação de valor sustentável por meio da construção de relações de qualidade com a sociedade. Além do Brasil, também está presente na França e em outros sete países da América Latina: Argentina, Chile, Colômbia, Peru, Venezuela e México, além da Bolívia, onde atua via distribuidora local. A sede, em Cajamar (SP), abriga um centro integrado de pesquisa, produção e logística. Possui uma fábrica e um laboratório para desenvolver óleos de palmeiras oleaginosas nativas, em Benevides (PA), e centros de distribuição, em Itapecerica da Serra (SP), Matias Barbosa (MG), Jaboatão dos Guararapes (PE) e Canoas (RS). Para apoiar nossa permanente busca pela inovação, contam com um Centro Avançado de Tecnologia em Paris, na França.

Os produtos promovem o bem estar, por meio deles, desejamos despertar sentidos e ampliar nossa própria consciência sobre as relações que estabelecem o proporcionando melhor ligação do indivíduo consigo, com o outro e com o mundo. Partindo dessa visão, querem combater os estereótipos de beleza e valorizar a identidade de cada um e, ao mesmo tempo, despertar a consciência de que fazemos parte de uma imensa cadeia da vida.

3. PROJETO INTEGRADO

Nesta etapa do PI são apresentados os conteúdos específicos de cada unidade de estudo e como são aplicados no respectivo estudo de caso, utilizando para isso, uma empresa real.

3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL

A empresa Natura sempre está buscando aprimoramento no desempenho ambiental. Um deles é o projeto de carbono neutro, responsável por reduzir as emissões de gases do efeito estufa (GGEs) . Também iniciaram a compensação de carbono por meio do apoio a cinco projetos de reflorestamento e de uso de energia renovável. Priorizaram, como parte da gestão sustentável de resíduos, os processos de reciclagem, incluindo a pós-consumo, e ainda implantaram novas políticas de redução do consumo de água e energia em suas unidades de fabricação.

As crises decorrentes das mudanças climáticas exigem uma mudança nos padrões de consumo e produção. Em 2007 implantaram o Projeto Carbono Neutro, destinado a reduzir e compensar a emissão de gases de efeito estufa em todas as etapas da nossa cadeia produtiva – desde a extração de matérias-primas e de materiais para embalagens, passando por processos internos e o transporte de produtos, até o seu descarte.

A grande inovação do projeto reside no fato de que a Natura se comprometeu com um plano completo, com três frentes de atuação (inventário, redução e compensação), que envolve toda sua cadeia produtiva. Um de dos seus principais vetores de inovação é o uso sustentável da biodiversidade. Traduzem esse conceito com a criação e o desenvolvimento de novos produtos utilizando espécies nativas e exóticas, com o uso de modelos ecológicos de produção vegetal, com o programa de certificação de insumos e em parcerias com fornecedores rurais, como comunidades tradicionais e agricultores familiares que podem contribuir para a conservação da biodiversidade.

Trabalhamos no sentido de estabelecer um novo marco regulatório de acesso à biodiversidade brasileira para proteger o patrimônio genético nacional e garantir condições favoráveis de pesquisa e desenvolvimento.

Depois de meses de estudos, elaboraram e aprovaram, no final de 2008, a Política de Uso Sustentável da Biodiversidade e do Conhecimento Tradicional. A política procura atender aos preceitos da Convenção sobre Diversidade Biológica, assinada pelo Brasil durante a ECO-92.

O documento estabelece o uso da biodiversidade como vetor de desenvolvimento sustentável, a valorização das relações éticas e transparentes com os diversos públicos, a aplicação do princípio do consentimento prévio fundamentado, a complementaridade entre o saber tradicional e o rigor científico no desenvolvimento de produtos, o envolvimento dos stakeholders, a formação de redes, a valorização do patrimônio cultural e dos conhecimentos tradicionais como elementos da sustentabilidade socioambiental local e global, a minimização de impactos, o manejo sustentável, a certificação e, por fim, a repartição de benefícios, a valorização do trabalho e o preço justo com base na análise das cadeias de valor.

Para garantir que os insumos utilizados como matéria-prima na formulação de seus produtos sejam extraídos de maneira sustentável e favoreçam socialmente as comunidades extrativistas, elaboram o Programa de Certificação de Matérias-Primas Vegetais, em 2008. O objetivo é promover o cultivo e o manejo sustentável por meio da certificação das áreas de plantações e florestas nativas.

O programa é um importante instrumento de construção da cidadania, pois incorpora grupos de agricultores familiares e de comunidades tradicionais na cadeia de negócios da Natura, gerando renda e estimulando a organização local. Conforme as particularidades de cada região e da área produtiva, adota três modelos diferentes de certificação: orgânica, florestal e de agricultura sustentável, obedecendo, respectivamente, aos critérios do Instituto Biodinâmico, do Forest Stewardship Council e da Sustainable Agriculture Network.

3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL

Com o aumento da população no planeta e a expansão dos processos produtivos tornou-se evidente que os recursos naturais são limitados, e que seu esgotamento pode trazer ameaças para o bem estar de gerações futuras.

Diversos segmentos da sociedade estão buscando encontrar uma forma de minimizar tais efeitos para interromper esse processo de degradação ambiental.

Em 2006, a Natura obteve a recertificação segundo a NBR ISO1401, com base na qual ela mantém o sistema de gestão ambiental. Através desse sistema a empresa estabelece o acompanhamento dos seus riscos ambientais minimizando fatores de riscos ao meio ambiente.

Um sistema eficaz de gestão ambiental que atrele os interesses da empresa com a preocupação e preservação do meio ambiente tem sido fundamental numa organização, as corporações perceberam que não adiantava ter apenas conscientização de preservação, tinham que incorporar uma educação ambiental dentro do gerenciamento de suas empresas. Foi a partir daí que as organizações passaram a enxergar os sistemas de gestão ambiental como princípio essencial no gerenciamento de negócio. Segundo Zhaikevitch a gestão e o controle ambiental trazem muitos benefícios para a entidade como a redução dos custos na própria produção relacionados com o consumo de energia elétrica, o consumo e reaproveitamento da água e também as multas decorrentes das fiscalizações ambientais, aumentando a relação de confiança com seus consumidores e órgãos governamentais.

A preocupação com a natureza é crescente no mercado, como mostra o Programa Sebrae de Gestão Ambiental, para muitas empresas além de fornecer produtos que contribuam com o meio ambiente buscam também fornecedores capazes de atender suas necessidades de maneira que exerçam cuidados ambientais. Esses requisitos garantem que os produtos fornecidos cumpram as exigências impostas pelos clientes e ao mesmo tempo estejam em conformidade com a legislação. Com a parceria feita entre comprador, fornecedor e consumidor, o SGA se torna objeto de marketing ambiental

para atrair o público, aumentando assim os resultados de uma empresa e a satisfação daqueles que adquirem o produto. Ruiz (2006) acrescenta que as organizações não são obrigadas a certificar-se no sistema de gestão ambiental, porém tem o dever de exercer seus processos de acordo com as normas ambientais instituídas em leis, decretos, portarias, entre outros, estabelecendo uma política ambiental em uma organização que busca a preservação e segurança tanto da natureza quanto do homem. Por ser uma opção indispensável numa organização, a implantação do SGA desempenha resultados positivos tanto econômicos e financeiros quanto ambientais, partindo dessa premissa, altos padrões estão sendo exigidos quando o assunto é a natureza. Os olhos de consumidores, empresas e até mesmo do fisco estão voltados para as corporações quando o assunto é o cumprimento de uma gestão ambiental de qualidade nos produtos e em seu processo de produção.

3.1.2 NORMA ISO 14.001

Conforme informações no site da ABNT (2016), a norma ISO 14001, é indispensável para ajudar no desempenho ambiental das empresas, além de funcionar para gestão sistemática e contribuir para a sustentabilidade, buscando resultados numa organização que vai de encontro com a política ambiental, que se aplica a qualquer tipo, tamanho e natureza de uma empresa.

A ISO 14001 é única capaz de fornecer às organizações certificações que comprovem que a empresa segue a risca os processos de gestão ambiental aconselhados pela organização ambiental. Ela é aceita internacionalmente e define as condições para vigorar um sistema de gestão ambiental numa empresa, é também adequada a todo tipo de empresa, seja ela pequena, média ou grande porte.

Atualmente, alcançar essa certificação, significa que a corporação prioriza o meio ambiente e a sociedade, deixando transparecer uma conduta positiva frente à população.

Em 2004, a empresa Natura Cosméticos S.A. mostra a preocupação que a empresa possui referente às questões ambientais, conseguiu a certificação ISO 14001.

Durante o processo foi analisado e monitorado os riscos ambientais e com a certificação obtida a empresa passou a adotar o Sistema de Gestão Ambiental Natura - SIGAN, sendo executado tendo como base a NBR ISO 14001, cujo principal objetivo é identificar itens imperfeitos na produção, desde o consumo de água e energia até o reaproveitamento desses recursos.

3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

O **Capitalismo Financeiro** – também conhecido como **Capitalismo Monopolista** – é a fase do sistema capitalista caracterizada pelo crescimento da especulação financeira em torno de ações de empresas, juros, títulos de dívidas e outras formas de crédito que se transformaram em mercadorias, sendo comercializadas como tais. Diz-se que sua origem foi gradativa e ocorreu ao longo do final do século XIX e início do século XX, estendendo-se até os dias atuais.

Podemos compreender que 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. Os detentores da maior parte desses documentos, os sócios majoritários, são os que tomam as principais decisões, bem como aqueles que acumulam a maior parte do lucro dessas empresas.

Outro fator importante referente à expansão do mercado financeiro foi a maior participação dos bancos, que se tornaram os maiores financiadores das empresas por meio de empréstimos ou investimentos diretos. Assim, o sistema bancário tornou-se muito próximo do industrial, constituindo uma complexa relação de complementaridade.

Assim, podemos considerar que um marco desse fenômeno no processo econômico foi a bolsa de valores, que se tornou o principal símbolo do Capitalismo Financeiro. É na bolsa de valores que são negociadas as ações e os investimentos em

empresas e por empresa, envolvendo negócios que envolvem a especulação de possíveis lucros futuros em relação a investimentos imediatos, o que é um fator de risco.

Não por acaso, a maior crise da história do capitalismo foi marcada justamente pela quebra de uma bolsa de valores, no caso a de Nova Iorque, no ano de 1929, quando o sistema liberal entrou em colapso. Ainda hoje, quando as bolsas de valores de várias partes do mundo apresentam sucessivas quedas, a economia torna-se o centro das preocupações por parte da população e dos governos.

O fato de essa fase do capitalismo também ser chamada de “monopolista” refere-se ao processo de concentração de capitais e de mercado nas mãos de poucas empresas. Afinal, a comercialização de direitos e ações sobre indústrias e instituições provoca a compra de uma marca pela outra, que passa a controlar parte do mercado. Assim, quando um grupo econômico passa a controlar várias empresas que, não necessariamente, atuam no mesmo segmento, diz-se que esse grupo formou uma *holding*.

O SGA determina como as organizações deverão realizar a gestão de meio ambiente, os indicadores que precisam ser monitorados, a forma como os processos afetarão o meio ambiente, entre outros.

A série de normas ISO 14000 estabelece requisitos para as organizações que desejam obter um SGA e que buscam uma certificação, e com isso reduzirem os danos que suas atividades causam no meio ambiente.

A ISO 14001 é uma norma internacional e responsável por regulamentar o SGA. Ela estabelece requisitos de implementação e operação. Engana-se quem pensa que um SGA só é aplicável em grandes organizações, pelo contrário, qualquer empresa pode implantar o seu sistema de Gestão Ambiental e obter uma certificação.

O SGA promove revisões do processo produtivo e sua relação com o meio ambiente, social e econômico, identificando as atividades poluidoras, desperdício de matéria-prima e energia e organiza uma sistemática de monitoramento do Sistema.

A implantação do SGA é o primeiro passo das empresas em busca do desenvolvimento sustentável, convergindo seus interesses técnicos, econômicos e

comerciais à redução dos impactos ambientais causados por suas atividades. Alcançando, assim, seu principal objetivo que é promover o equilíbrio entre a proteção ambiental e as necessidades socioeconômicas.

3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS

A Natura é a primeira empresa da América Latina a contabilizar o impacto de seus negócios no meio ambiente e na sociedade, por meio da metodologia internacional de contabilidade ambiental (conhecida em inglês como “EP&L”, Ganhos e Perdas Ambientais,). O estudo é uma análise profunda de todas as etapas de vida dos produtos da companhia, desde a extração da matéria-prima, passando por fabricação, transporte, uso e descarte dos materiais. A análise foi elaborada com consultoria técnica dos escritórios da PwC em Londres e em São Paulo, com base nos dados consolidados da Natura do ano de 2013

Foram contabilizados 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. Para calcular os efeitos ambientais da atividade da Natura, a metodologia considera os tipos de insumos, o portfólio de produtos e as regiões onde eles são vendidos. Os impactos são mensurados a partir de cálculos com mais de 18 mil coeficientes.

O levantamento confirmou o impacto positivo de iniciativas adotadas pela Natura ao longo de sua trajetória, como a opção pelo uso de álcool orgânico na perfumaria e de ativos da biodiversidade amazônica em seus produtos. O programa “Natura Carbono Neutro”, implementado de forma inédita pela empresa em 2007 para diminuir suas emissões de gases do efeito estufa e compensar o que não for possível reduzir, também contabilizou positivamente.

O estudo é uma ferramenta de gestão pioneira que irá balizar as decisões estratégicas da Natura, para uma avaliação mais efetiva do Triple Bottom Line. O EP&L passa a ser o principal indicador para medir o impacto ambiental positivo da empresa em todos os elos da cadeia produtiva. “Com esse estudo, buscamos conhecer e

detalhar os impactos ambientais gerados por nossas operações e definir estratégias para neutralizá-los”, diz José Roberto Lettiere, Vice-presidente Financeiro da empresa. “O conhecimento desses números é fundamental para alcançarmos nossa ambição de gerar impacto positivo nos âmbitos ambiental, social e econômico até 2050”.

3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO

A gestão ambiental abrange todos os setores na organização necessários ao planejamento, execução, revisão e desenvolvimento da política ambiental da organização.

Além das empresas obterem melhores oportunidades de negócios ao adotar um SGA, outros benefícios podem ser destacados como:

- Melhoria na imagem da empresa;
- Redução de riscos e acidentes ambientais;
- Melhoria na administração de recursos energéticos e materiais;
- Redução de gastos desnecessários;
- Cumprimento da legislação ambiental;
- Competitividade internacional;
- Possibilidade de obter melhores financiamentos.

4. CONCLUSÃO

Diante da análise dos temas abordados nesse texto, observamos a grande importância das empresas pensarem em amenizar seus impactos ambientais causados pela produção de seus serviços e produto.

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.

REFERÊNCIAS

<http://www2.fct.unesp.br/docentes/plan/crisrizk/Gestao%20Ambiental/Sistema%20de%20Gest%E3o%20Ambiental%20Natura.pdf>

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

<http://engemausp.submissao.com.br/19/anais/arquivos/370.pdf>

<http://arquivo.ambiente.sp.gov.br/cea/2011/12/ElianeAnjos-natura.pdf>

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

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482003000200006

<https://meuresiduo.com/categoria-1/a-importancia-do-sistema-de-gestao-ambiental-nas-empresas-2/>

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

<http://www.naturacampus.com.br/cs/naturacampus/post/2016-08/natura-contabilidade-ambiental>

ANEXOS

SIGAN

