



UNIFEOB

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS**

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

GESTÃO COMERCIAL

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

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

GESTÃO COMERCIAL

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:

LUIZ CARLO A. B. JUNIOR, RA 1012019200423

REINALDO RAFAEL MATIAS, RA 1012020100366

SAMUEL A. E. MACHADO, RA 1012020100322

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	3
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL	5
3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL	5
3.1.2 NORMA ISO 14.001	6
3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	7
3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS	8
3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO	9
4. CONCLUSÃO	10
REFERÊNCIAS	11
ANEXOS	14

1. INTRODUÇÃO

A responsabilidade Social e Socioambiental empresarial é um tema muito crescente e atual em nossa sociedade, na qual o homem pode se afetar e ser afetado pelos resultados alcançados.

Este trabalho tem o objetivo de examinar e expor as práticas de responsabilidade social e ambiental da Empresa Natura, empresa de capital aberto, com atuação responsável na área de cosméticos e saúde, sendo a maior multinacional brasileira de cosméticos e pioneiros em produção sustentável.

Mais do que uma empresa que atua no ramo de cosméticos a Natura tem um discurso bem intencionado na qual a sustentabilidade está no dia a dia de sua atividade. Foi escolhida como empresa a ser analisada a Natura Cosméticos S.A. empresa que atua com o desenvolvimento, a industrialização e a comercialização, na sua maioria através de vendas diretas realizadas por suas Consultoras, de cosméticos, fragrâncias em geral e produtos de higiene pessoal. Os dados utilizados para análise referem-se aos anos de 2018 e 2019 e foram retirados do site da BOVESPA.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Natura é uma empresa brasileira que atua no setor de produtos de tratamento e de produtos cosméticos.

Fundada em 1969 por Antônio Luiz Seabra, hoje está no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, México, Peru, Venezuela, França e

Estados Unidos, além de outros 63 países indiretamente.

Antônio Luiz Seabra, após abrir uma loja e uma pequena fábrica no bairro da Vila Mariana em São Paulo. Em 1974 a empresa deixou de oferecer seus produtos em lojas e passou a vendê-los no modelo de venda-direta.

A Natura é uma empresa que atua no mercado de cosméticos, vendendo produtos inovadores essencialmente produzidos com elementos naturais tipicamente encontrados na flora brasileira. A companhia possui capital aberto desde 2004, 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 o seu marketshare 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. Além disso, existem pólos operacionais, administrativos e comerciais em Minas Gerais, Pará, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, São Paulo e Distrito Federal. Além do Brasil, a empresa está presente também na Argentina, no Chile, no México, no Peru, na Venezuela e na França. A distribuição dos produtos é realizada por meio da venda direta, com o envolvimento de mais de 617 mil Consultoras e Consultores. Considerando a presença em todos os mercados em que atua, a empresa possui atualmente mais de 5 mil colaboradores envolvidos diretamente com sua produção. As atividades da empresa são guiadas por uma forte cultura organizacional e por uma política sócio-ambiental bem consolidada, que prima pelo desenvolvimento sustentável e pela manutenção de um bom relacionamento com a sociedade. Como os seus produtos são fabricados com matérias-primas naturais extraídas em grande escala, a Natura possui inúmeros programas, que têm como objetivo a minimização dos impactos negativos causados à Natureza, dentre os quais destaca-se a manutenção de uma grande área de reflorestamento da qual boa parte de seus insumos são retirados.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL

A implantação de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) permite que a empresa atinja seus objetivos de desempenho ambiental determinados por ela e que promova uma melhoria contínua no decorrer do tempo.

O sistema consiste em um planejamento das atividades da empresa, visando à minimização dos impactos ao meio ambiente, através de ações preventivas.

O objetivo deste trabalho consiste em um planejamento do SGA, utilizando como base o sistema ISO 14001, na qual sua implantação ajuda não somente na parte ambiental, preservando recursos naturais como também na redução de gastos desnecessários e fazendo com que a produção da empresa seja mais eficaz, consistente e autossustentável.

3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL

As ações humanas têm causado grande efeito no meio-ambiente e vêm sendo observadas e principalmente sentidas em todo o planeta.

Diversos segmentos da sociedade vêm buscando encontrar formas para ajudar a minimizar estes impactos, e vem sendo cobrados para que adotem políticas ambientais e alinhem seus objetivos organizacionais com os objetivos ambientais.

As questões ambientais são de toda a atenção da Natura, seja nos processos produtivos internos, seja na obtenção de insumos de fornecedores.

A Natura possui uma área ambiental desde 1997, na qual o departamento foi criado para implantar ações ambientais e acompanhar alguns indicadores como consumo de água, energia, geração de resíduos e programa de coleta seletiva.

Em 2008 a empresa Natura foi escolhida pela revista EXAME, a empresa sustentável do ano. A Natura é uma empresa que desde sua fundação em 1969 se preocupa com a sustentabilidade, lançando seus primeiros cosméticos com ativos naturais.

Outro exemplo do quanto à natura se preocupa com o meio ambiente e o reaproveitamento de produtos que podem ser reciclados e reutilizados, foi em ser a primeira empresa brasileira no ramo de cosméticos a oferecer embalagens com refil, visando à redução dos impactos ambientais, por minimizar a emissão de gases de efeito estufa na atmosfera e a geração de resíduos no planeta.

Com informações do site Natura em 2016 consumidores de refis contribuíram para evitar o descarte de 1,5 mil toneladas de lixo, quantidade equivalente ao que 3 milhões de pessoas produzem diariamente.

3.1.2 NORMA ISO 14.001

De acordo com o NBR ISO 14001, o Sistema de Gestão Ambiental é a parte de um sistema de gestão da organização voltada para desenvolver e implementar sua Política Ambiental e gerenciar seus aspectos ambientais, com uma metodologia que busca preservar o meio ambiente através dos impactos ambientais, controlar custos, reduzir riscos, melhorar o desenvolvimento sustentável nas empresa através do SGA (Sistema de Gestão Ambiental), fomentar auditorias ambientais e criar setores de comunicação ambiental das empresas.

A empresa que detém as certificações NBR ISO 14001 estabelece o acompanhamento dos seus riscos ambientais, minimizando suas atividades potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando para outras empresas as práticas e conhecimentos adquiridos na experiência da gestão ambiental.

Em 2006 a Natura obteve a reavaliação segundo o NBR ISO 14001 com base na qual ela mantém o sistema de gestão ambiental Natura.

3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

O capitalismo é um sistema econômico que visa o lucro e a acumulação das riquezas e está baseado na propriedade dos meios de produção.

A comercialização dos produtos no capitalismo é em mercado livre, com pouca ou nenhuma interferência do Estado, as empresas vendem seus produtos conforme a quantidade produzida, e que estão em estoque e também de acordo com a lei de oferta e procura.

Dentro do sistema capitalista destacam-se as seguintes vantagens:

- O aumento da competição/concorrência que reduz o valor dos bens de consumo.
- Eficiência das empresas, que também está ligada a concorrência, pois força as mesmas a se reinventarem, quanto à produção, atendimento e melhores preços.
- Inovação, busca constante dos empreendedores em desenvolver novos produtos e serviços para obter maior lucro a partir deles.
- Escolha livre pelos consumidores, apesar da grande diversidade de produtos e de oferta, o consumidor tem a liberdade de escolha.

Apesar de inúmeros benefícios o capitalismo, também apresenta algumas desvantagens:

- Promove a desigualdade social, pelo fato de haver concorrência, e a busca pelo aumento das vendas é necessário baixar os custos de produção e os salários estão diretamente ligados ao custo.
- Crise econômica em alguns momentos se produz e se vende muito e há muita oferta de emprego, e em outros momentos ocorre o inverso.
- Concentração do poder econômico na busca constante por acumulação de capital, algumas empresas se tornam tão poderosas economicamente que passam a controlar e dominar o mercado.

A questão ambiental para uma empresa capitalista é um desafio, tendo em vista que a preservação ambiental está diretamente ligada ao seu crescimento, uma vez que sua matéria prima é extraída dos meios naturais e a não preservação desses meio resultará em grandes danos sociais, ambientais e econômicos no futuro.

3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS

Em um mundo globalizado, dominado pelo capitalismo, o consumo está diretamente interligado ao desenvolvimento da sociedade, ou seja, quanto maior o consumo da população, maior é o desenvolvimento e a estabilidade econômica de cada empresa e conseqüentemente de cada região.

De acordo com estudos o consumo é sinônimo de felicidade, de bem estar. Mas o problema é que a uma relação muito forte entre o consumismo e o meio ambiente.

Para que possa atender a demanda da produção é necessário retirar matérias primas da natureza, e quando ela é retirada de uma maneira indevida causa um desequilíbrio no ecossistema.

Grandes fabricantes como a Natura colocam em seu dia a dia ações que visam a sustentabilidade e a redução de gastos e emissões.

Em uma parceria com o instituto ETHOS com a proposta de reduzir os impactos ambientais a Natura tem investido em várias práticas que vão desde a disseminação de conhecimento sobre a importância da redução do aquecimento global para sua cadeia de valor, até a adoção de carros elétricos e bicicletas para a realização da entrega de produtos.

A empresa demonstra que é possível adotar inovações que gerem benefícios ambientais e sociais.

3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO

As mudanças estruturais na organização do trabalho vêm sofrendo profundas transformações na últimas décadas.

A globalização confere novos significados ao cenário mundial, principalmente no que diz respeito às questões ambientais, que retém uma preocupação e atenção muito grande.

Em virtude dos efeitos de desequilíbrio provocado pelo homem. Desde a Revolução Industrial as empresas exercem o papel central, no quesito causa e efeito, para reduzir estes danos.

É muito importante que as empresas atuem diretamente em relação às questões ambientais, pensando assim a Natura investe em um modelo de desenvolvimento que valoriza o manejo da Floresta Amazônica e práticas agrícolas sustentáveis, ajudando assim a combater o desmatamento.

A empresa faz parte do movimento B-Corp, ou seja, é um grupo mundial de empresas que unem lucro com benefícios socioambiental.

As fórmulas da Natura são feitas com 90% de ingredientes naturais, portanto renováveis, e não realizam testes em animais desde 2006.

Para a empresa, beleza e tecnologia podem e devem caminhar juntas.

4. CONCLUSÃO

De acordo com todo o estudo realizado em relação à empresa Natura, pode ser observado a eficácia e a responsabilidade da empresa com o sistema econômico, ao trabalho na sociedade e a gestão ambiental. Sendo uma das melhores empresas do mundo para o meio ambiente.

A Natura é uma empresa que se preocupa com o Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social, procurando equilibrar os seus ganhos financeiros com a amenização de impactos na natureza, reduzindo seus resíduos e procurando reciclar seus produtos.

Uma marca de beleza que ajuda a mudar o mundo, deixando-o mais bonito.

REFERÊNCIAS

A IMPORTÂNCIA DA SUSTENTABILIDADE PARA SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS. Fatece, 05 de março 2016. Disponível em: <http://fatece.edu.br/arquivos/arquivos%20revistas/empreendedorismo/volume5/5.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2020.

COMO O CONSUMO DESENFREADO PREJUDICA O MEIO AMBIENTE. Pensamentoverde, 22 de março de 2014. Disponível em: <https://www.pensamentoverde.com.br/meio-ambiente/como-o-consumo-desenfreado-prejudica-o-meio-ambiente/>. Acesso em: 10 abr. 2020.

NATURA ACREDITA NUMA GESTÃO EMPRESARIAL SOCIOAMBIENTALMENTE RESPONSÁVEL. Administradores, 08 de abr de 2006. Disponível em: <https://administradores.com.br/noticias/natura-acredita-uma-gestao-empresarial-socioambientalmente-responsavel>. Acesso em: 09 abr. 2020.

NATURA COMPRA OPERAÇÃO DA AVON E SERÁ A 4ª MAIOR DO MUNDO. Exame, 22 de maio de 2019. Disponível em : <https://exame.abril.com.br/negocios/natura-compra-operacao-da-avon-e-sera-a-quarta-maior-do-mundo/> Acesso em: 12 abr. 2020.

NATURA. Wikipedia, 13 de abril de 2020. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Natura> Acesso em: 10 abr. 2020.

NOVO PROJETO DA NATURA TRAZ INCENTIVO PARA CONSERVAÇÃO DA FLORESTA. A Crítica, 18 julho de 2018. Disponível em: <http://www.acritica.net/noticias/novo-projeto-da-natura-traz-incentivo-para-conservacao-da-floresta/311094/>. Acesso em: 10 abr. 2020.

OS BENEFÍCIOS DA IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL E APLICAÇÃO NA UNIVERSIDADE. Engema, 2014. Disponível em: <http://www.engema.org.br/XVIENGEMA/103.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2020.

O QUE É O CAPITALISMO?. Politize, 31 de dezembro de 2018. Disponível em: <https://www.politize.com.br/capitalismo-o-que-e-o/>. Acesso em: 09 abr. 2020.

PARA NATURA O CAMINHO DA SUSTENTABILIDADE É “LONGO E DURO”. Exame, 15 de novembro de 2017. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/revista-exame/para-a-natura-o-caminho-da-sustentabilidade-e-longo-e-dificil/> Acesso em: 10 abr. 2020.

REFIL DESODORANTE E HIDRATANTE CORPORAL. Pinterest, 2020. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/320388960988671685/> Acesso em: 09 abr. 2020.

REFIL INTELIGENTE. Natura, 2019. Disponível em: <https://sites.natura.com.br/sustentabilidade/refil-inteligente-old> Acesso em: 10 abr. 2020.

ROMANO, Rejane. Natura investe em práticas diversas para reduzir emissão de gases de efeito estufa. Ethos, 25 de março de 2017. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/cedoc/natura-investe-em-praticas-diversas-para-reduzir-emissoes-de-gases-de-efeito-estufa/>. Acesso em: 29 mar. 2020.

SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL. FCT, 2008. Disponível em: <http://www2.fct.unesp.br/docentes/plan/crisrizk/Gestao%20Ambiental/Sistema%20de%20Gest%E3o%20Ambiental%20Natura.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2020.

SUSTENTABILIDADE. Natura, 2019. Disponível em: <https://www.natura.com.br/sustentabilidade> Acesso em: 12 abr. 2020.

TUCCORI, Sonia. Open Inoveition. Slideshare, 2008. Disponível em >
<https://pt.slideshare.net/Allagi/open-innovation-seminar-2008-mesa-1-snia-tuccori-natura>. Acesso em: 12 abr. 2020.

ANEXOS

Nome de Pregão:	natura
Códigos de Negociação	Mais Códigos NATU3
CNPJ:	71.673.990/0001-77
Atividade Principal:	Comércio Atacadista de Comércio E Produtos de Perfumaria
Classificação Setorial:	Consumo não Cíclico / Produtos de Uso Pessoal e de Limpeza / Produtos de Uso Pessoal
Site:	www.natura.net (http://www.natura.net)
Endereço:	NATURA COSMÉTICOS S/A, com sede na Av. Alexandre Colares, 1188, Vila Jaguara, São Paulo/SP, CEP 05106-000
Contato:	0800 11 55 66









tabela ambiental

Tabela do Óleo Trifásico de Maracujá Natura EKO5

informações ambientais*		
produto	origem vegetal renovável	53,5%
	vegetal natural	42,2%
	com certificação de origem	0%
embalagem	material reciclado	25%
	material reciclável	86,7%
	número recomendado de refilagens	3

* porcentagens calculadas em base seca

Ingredientes vegetais não-modificados na incorporação ao produto

O percentual de ingredientes cujas fontes são renováveis, ou seja, não se esgotam

O que podemos garantir que a extração foi realizada dentro dos padrões sustentáveis

Aqui você fica sabendo quanto de material reciclado foi adicionado à embalagem

Recomendamos aqui quantas vezes você pode trocar o refil na mesma embalagem original

Aqui, quanto por cento da embalagem vai dar para reciclar e reutilizar

Refis frescores

- ↓
-72%
 emissões de GEE
- ↓
-20%
 na compra do refil dos frescores
- ↓
100%
 reciclado pós-consumo









