



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

NATURA S/A

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

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

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

NATURA

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO – PROF^a RENATA
ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES

ESTUDANTES:

Flávia Cristina Gonçalves RA1012020200043

Gabriela Riso Diogo, RA 1012020200150

Leticia Aparecida Panherotti RA:1012020200100

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	5
3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)	6
3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO	12
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	13
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	15
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	15
4. CONCLUSÃO	17
REFERÊNCIAS	18
ANEXOS	19

1. INTRODUÇÃO

O objetivo do Projeto Integrado (PI), é analisar os fatores ligados à economia e a sua influência da empresa escolhida Natura S/A, em relação aos princípios da Economia e o que eles colaboram ou será prejudicados no crescimento da empresa como positivo e também informaremos sobre o PIB (Produto Interno Bruto).

No presente trabalho buscamos analisar também o ambiente organizacional da empresa com intuito de aceitar desafios do mercado externo, benefícios e impactos causados no negócio.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Empresa: Natura

CNPJ: 71.673.990/0001-77

Atividade Principal: Comércio Atacadista de Comércio E Produtos de Perfumaria

Site: www.natura.net

O nosso Projeto Integrado será trabalhado com a empresa multinacional Brasileira Natura.

Em 1968 inaugura -se uma pequena fábrica de cosméticos na cidade de São Paulo advinda através do Sr. Antonio Luiz Seabra.

A Natura é uma empresa que atua no setor de produtos cosméticos. Atualmente a empresa possui mais de 100 mil consumidores por meio de diversos canais e o principal deles é a venda direta que atualmente ultrapassa a casa de 1 milhão de consultoras no Brasil, na Argentina, no Chile, na Colômbia, no México e no Peru.

Em 2016, comprou a empresa Australiana Emeis Holdings Pty Ltd. Em 2017, realizou a compra da rede *The Body Shop* da [L'Oréal](http://www.lorealparis.com), aumentando significamente sua presença internacional e faturamento global.

Em maio de 2017, a empresa anunciou a compra da concorrente norte-americana Avon, criando o quarto maior grupo de beleza do mundo, e após essa fusão de empresas, a Natura tornou -se a maior empresa de venda direta do mundo.

A empresa possui um processo de preservação ambiental, no qual foi destinado a reduzir e compensar as emissões de gases geradores do [efeito estufa](http://www.natura.com.br/efeito-estufa) (GEEs).

Em setembro de 2015, a Natura recebeu um prêmio internacional Champions of the Earth, na categoria Visão Empreendedora, concedido pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA).

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

Cenário atual da economia do Brasil

A economia brasileira manteve, ao longo do terceiro trimestre, a trajetória de recuperação após o choque da pandemia da Covid-19 de março-abril

Além da gradual flexibilização das restrições à mobilidade de pessoas, a extensão do auxílio emergencial, a ampliação do crédito a micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) com garantia do Tesouro e a política monetária expansionista ajudam a explicar a retomada observada a partir de maio. Os dados de atividade econômica divulgados desde junho têm basicamente confirmado o cenário discutido anteriormente nesta Carta de Conjuntura, segundo o qual, com a continuidade do processo de flexibilização das restrições à mobilidade e ao funcionamento das atividades econômicas iniciado em junho, a economia voltaria a crescer no terceiro e quarto trimestres de 2020, recuperando parte das perdas do segundo trimestre e encerrando o ano com uma queda de 6%. Contudo, o desempenho observado de parte dos indicadores de atividade econômica nos primeiros meses do terceiro trimestre permite uma expectativa mais otimista acerca do ritmo de recuperação ao longo do restante do ano. Com isso, a queda projetada para o PIB no ano foi revisada de 6% para 5%, enquanto, para 2021, o crescimento projetado foi mantido em 3,6%

No curto prazo, a intensidade da recuperação ainda depende da evolução da pandemia, em especial da continuidade da trajetória de redução do número de novos casos e mortes. O efetivo controle da disseminação da Covid-19 é particularmente importante para o setor de serviços, que vem apresentando desempenho inferior aos demais devido às restrições ainda em vigor e ao comportamento cauteloso por parte de consumidores.

As perspectivas para a economia dependem também, ou principalmente, da redução das incertezas quanto à política fiscal diante do forte aumento do déficit e da dívida pública resultante das medidas de combate aos efeitos da pandemia, bem como das pressões que vêm se acumulando pelo aumento de gastos. Embora a deterioração fiscal de 2020 seja predominantemente transitória, e seu impacto sobre a dívida pública venha sendo em parte compensado pelas baixas taxas de juros vigentes, aumentou-se a necessidade de implementar medidas estruturais que garantam uma trajetória sustentável para a relação dívida/PIB.

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

O PIB (Produto Interno Bruto) é o conjunto de riquezas gerado em um país. Trata-se de um índice econômico que engloba praticamente toda a cadeia produtiva brasileira.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) calcula trimestralmente o que o país produz num período, na agropecuária, indústria e serviços.

Comparando o PIB atual com o dos anos anteriores, podemos saber se a atividade econômica está crescendo ou diminuindo. O índice também permite comparar o desempenho da nossa economia em relação ao desempenho de outros países.

O Banco Central e o governo federal utilizam o PIB para tomar diversas decisões que influenciam diretamente a sua vida.

Além disso, as empresas e os investidores estudam o PIB antes de tomar decisões de investimento, antes de contratar ou demitir, antes de ampliar ou retrain suas atividades.

O primeiro cálculo de produção nacional foi publicado em 1953 nas Nações Unidas. Ele foi baseado em um documento do economista Richard Stone, que recebeu o Prêmio Nobel de Economia em 1984.

Como é feito o cálculo do PIB?

Existem duas formas mais usadas para calcular o PIB e ambas chegam ao mesmo resultado. A primeira é contar tudo que se produz, na chamada “ótica da oferta”.

Nessa conta, entram os resultados da agropecuária, da indústria e dos serviços. Aqui estão produtos finais, que é tudo aquilo que é vendido ao consumidor, como pães, carros e brinquedos.

Também estão nessa conta os serviços, como o salão de beleza e os gastos com empregados domésticos. A segunda forma de calcular é somando o que se gastou no país. Esse método considera a visão da demanda.

Entram nessa conta o consumo das famílias, os gastos do governo e os investimentos das empresas e do governo. De maneira simplificada o PIB é calculado através da fórmula:

$$\text{PIB} = C + I + G + (X - M)$$

Onde:

C = Gastos das empresas do setor privado

I = Investimentos

G = Gastos dos governos e empresas públicas

X = Exportações

M = Importações

Uma dúvida que muitas pessoas possuem é como os dados do PIB interferem na economia do Brasil. Para você entender melhor vamos a um exemplo: quando o PIB sobe muito acontece um superávit.

Isso acontece quando o país está produzindo muito mais do que o esperado, arrecadando mais recursos do que gastando. E o mesmo ocorre quando o PIB cai, podendo levar ao déficit, que é quando o país gasta mais do que está produzindo.

E com esses dados também é possível realizar uma comparação do cenário econômico do Brasil com o de outros países. Dessa forma, pode-se traçar soluções para estimular o desenvolvimento do país como um todo.

Projeção do BC para queda do PIB passa de 6,4% para 5%**Estimativa de crescimento da economia em 2021 é 3,9%**

O Banco Central (BC) reduziu a projeção de queda da economia brasileira este ano. A estimativa de recuo do Produto Interno Bruto (PIB), a soma de todos os bens e serviços produzidos no país, passou de 6,4%, previstos em junho, para 5%. A estimativa está no Relatório de Inflação, divulgado trimestralmente pelo BC.

No relatório, o BC lembra que o PIB recuou 9,7% no segundo trimestre de 2020, “repercutindo a magnitude da retração da atividade em março e, principalmente, em abril”. Segundo o Banco Central, há “perspectivas mais favoráveis para o terceiro trimestre, em linha com os indicadores domésticos disponíveis, as informações mais recentes sobre a pandemia e a evolução esperada da economia internacional”.

Para 2021, “ainda com incerteza acima da usual”, a projeção de crescimento é de 3,9%. “Ressalte-se que essa perspectiva depende da continuidade do processo de reformas e ajustes necessários na economia brasileira, condição essencial para permitir a recuperação sustentável da economia”, finaliza o Banco Central.

Estimativas para 2020

O crescimento esperado para a agropecuária ficou praticamente igual ao apresentado no último Relatório de Inflação (1,3%, ante 1,2%), “com ligeira melhora na previsão para a agricultura, em face do aumento nas previsões mais recentes do Levantamento Sistemático da Produção Agrícola (LSPA), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), compensada por expectativa de resultado menos favorável para a pecuária”.

A previsão para a evolução da atividade industrial no ano foi revisada de -8,5% para -4,7%. “A projeção para o crescimento da indústria extrativa foi alterada em virtude de impactos iniciais da pandemia da covid-19 sobre a demanda por petróleo e minério de ferro menos intensos do que os previstos anteriormente. A rápida recuperação de indicadores da indústria de transformação e da construção civil após recuo agudo no início do período de distanciamento social motivou as revisões no desempenho desses segmentos”, destacou o Banco Central.

A previsão para o setor de serviços passou de -5,3% no Relatório de Inflação anterior para -5,2%. “Destacam-se a melhora na previsão para o comércio, setor bastante relacionado à atividade industrial e ao consumo de bens pelas famílias e, em sentido oposto, os recuos esperados para outros serviços e, em especial, para administração, saúde e educação públicas”.

O BC acrescenta que o segmento “outros serviços” engloba atividades que continuam bastante afetadas pelo distanciamento social, como alojamento, alimentação fora de casa e atividades artísticas, enquanto o setor de administração, saúde e educação pública foi impactado pela redução na prestação de serviços de saúde e, principalmente, pelo fechamento de creches e interrupção parcial do ensino em escolas e universidades públicas.

A estimativa para a variação do consumo das famílias passou de -7,4% para -4,6%. A previsão para a formação bruta de capital fixo (FBCF - investimentos) foi revista de -13,8% para -6,6%, “refletindo desempenho melhor do que o esperado na construção civil e na produção de bens de capital”.

Em sentido contrário, acrescenta o BC, espera-se pior desempenho no consumo do governo (-4,2% ante 0,2%), “em decorrência das reduções em serviços de educação e saúde públicas”. O Banco Central explica que os serviços de saúde ficaram mais focados no combate à covid-19, com redução de outros serviços, como consultas, exames e procedimentos cirúrgicos.

As exportações e as importações de bens e serviços, em 2020, devem variar, respectivamente, -1,8% e -11,1%, ante projeções respectivas de -8,1% e -11,1% apresentadas no Relatório de Inflação anterior.

“A melhora esperada no desempenho das exportações resulta, sobretudo, do bom desempenho das vendas de produtos básicos. Já a manutenção da estimativa para as importações, a despeito da melhora nas previsões para indústria de transformação, consumo das famílias e formação bruta de capital fixo, reflete resultados ocorridos mais negativos do que os esperados, incluindo os dados parciais observados do início do terceiro trimestre”, diz o BC.

Estimativas para 2021

As atividades da agropecuária, da indústria e de serviços devem avançar 3,4%, 4,5% e 3,7%. “A projeção para a agropecuária repercute prognósticos favoráveis para a safra 2020/2021 e recuperação da produção de carne, em especial de bovinos”, diz o relatório.

Para o setor industrial e de construção, o BC espera por “recuperação disseminada, com a produção voltando ao longo do ano aos patamares do período pré-pandemia, em linha com a gradual recuperação do mercado de trabalho e aumento das demandas interna e externa”.

Para o setor de serviços, o BC diz que “as atividades mais severamente impactadas pelo distanciamento social - como comércio, transporte, armazenagem, correio, outros serviços, e administração, saúde e educação públicas - devem ter as maiores altas devido, em parte, às bases de comparação deprimidas de 2020”.

As taxas de crescimento esperadas para consumo das famílias, consumo do governo e FBCF são 5,1%, 3,8% e 3,9%, respectivamente.

“Apesar da redução das transferências governamentais esperada para 2021, o consumo das famílias deve ser favorecido pelas expectativas de recuperação progressiva do mercado de trabalho, aumento da mobilidade, maior acesso a serviços com oferta limitada durante a pandemia, e volta da taxa de poupança das famílias [fração da renda disponível bruta das famílias não destinada ao consumo de bens e serviços] para níveis pré-crise”, afirma o Banco Central.

Já o consumo do governo deve crescer em 2021 devido ao “gradual retorno dos serviços de saúde e educação públicas à normalidade, enquanto a FBCF deve apresentar crescimento em linha com a expectativa de recuperação da indústria de transformação e da construção civil”.

As exportações e importações de bens e serviços devem crescer 4,9% e 0,2%, respectivamente. “O desempenho das exportações, em linha com a melhora da demanda global, deve ser influenciado pelas vendas das indústrias de transformação e extrativa. Já a modesta recuperação das importações, em cenário de elevação da atividade econômica, é explicada principalmente por dois fatores, além da taxa de câmbio real mais elevada do que a vigente no período pré-pandemia”, diz o BC.

O primeiro fator citado pelo relatório é a expectativa de menor importação de equipamentos para a indústria de óleo e gás, em grande parte no âmbito do Regime Aduaneiro Especial para Bens destinados às Atividades de Pesquisa e de Lavra das Jazidas de Petróleo e de Gás Natural (Repetro).

A Lei nº 13.586/2017 instituiu alterações no tratamento tributário para os investimentos no setor de óleo e gás, o que tem produzido impactos nas transferências de propriedade de bens entre empresas no Brasil e no exterior. O segundo fator é a retomada mais tardia das importações em 2020.

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

Para pensar-se em um Estado de bem-estar social em pleno funcionamento, é necessário que se tenha políticas públicas eficazes. Nesse sentido, é o governo que deve tomar frente para que haja a manutenção dos direitos da população. No entanto, políticas de governo são passageiras e tendem a desfazer-se, em muitos casos, quando há a transição de um governo para o outro.

As políticas que permanecem e não são alteradas, por serem frutos de uma “vontade geral” da nação, são as chamadas políticas de Estado. Elas permanecem junto ao Estado Nacional por mais tempo. No tópico a seguir, exemplificaremos como as políticas de governo e de Estado estão ligadas ao Estado de bem-estar social, tomando como exemplo o caso brasileiro.

Estado de bem-estar social no Brasil atualmente

O Brasil não é uma forte referência ao falar-se em políticas públicas, tomando por base a vivência empírica dos brasileiros. Entretanto, no âmbito mundial, temos políticas públicas valiosas e muito alinhadas à ideia de Estado de bem-estar social.

Uma dessas políticas, que se tornou uma política de Estado sancionada pela Constituição Federal de 1988, é a criação do Sistema Único de Saúde, o SUS. Apesar da falta de verba, da falta de profissionais e da deficiente estrutura, o SUS é um dos poucos sistemas de saúde totalmente gratuito e que se propõe a atender qualquer cidadão no mundo.

Para o SUS, não importa a nacionalidade, a condição socioeconômica, a moradia (ou a ausência dela), enfim, independentemente de qualquer fator, a pessoa tem direito ao atendimento de saúde por esse sistema. Essa é uma política pública brasileira que

coaduna com a ideia de Estado de bem-estar social, pois utiliza de recursos públicos para oferecer tratamento de saúde a todos os cidadãos que habitam o território brasileiro.

Outro exemplo de política pública que está embasada na ideia de bem-estar social é a política de educação brasileira. O Brasil oferece, gratuitamente, a educação básica e superior a qualquer cidadão brasileiro e estrangeiro naturalizado ou com visto.

A educação básica (educação infantil, ensino fundamental e ensino médio) deve ser garantida a todas as crianças e adolescentes, além de haver políticas públicas para jovens e adultos que pretendam concluir suas etapas. O Estado deve garantir que todas essas pessoas estejam inseridas no quadro discente de escolas públicas.

No caso do ensino superior público, não há uma garantia de que haja vaga para todas as pessoas que queiram ingressar nele, mas há a oferta de vagas totalmente gratuitas. Podemos, portanto, perceber que há uma relação íntima entre a educação brasileira e a ideia de Estado de bem-estar social.

Outra política pública que se aproxima da ideia de Estado de bem-estar social é o Programa Bolsa Família. O mecanismo criado, em 2003, e convertido em lei, em 2004, (Lei Federal n. 10.836/04), durante o governo do ex-presidente Luíz Inácio Lula da Silva, trouxe um sistema de transferência de renda do Governo Federal para as famílias de baixa renda terem acesso à alimentação e a uma vida mais digna.

Bem Estar Natura

A Natura oferece a suas consultoras (e) uma forma fácil e prática para realizar suas vendas. Tendo em vista sempre o bem estar dos mesmos, proporcionado a elas sempre bons produtos, boas condições de trabalho, trazendo com isso flexibilidade de estar em casa, realizar suas tarefas diárias, cuidar dos filhos e ainda sim ter um meio de trabalho para ajudar na renda da família.

Com isso a Natura gera oportunidades dando apoio e incentivo a mulheres e homens que fazem parte dessa equipe.

Assim como o governo oferece bem estar para todos a Natura se destaca trazendo benefícios que vão além da renda, alguns que podem ser citados é o Natura Saúde que dá acesso a consultas, exames e descontos em medicamentos de farmácias conveniadas. Na área de educação, o objetivo é incentivar as consultoras de voltar a sala de aula com descontos exclusivos para facilitar o acesso a cursos de idioma, técnicos e superiores.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

A sincronia entre propósito, cultura e atitudes

Um comportamento empresarial como o da Natura consegue, em considerável medida, articular as três dimensões definidas pelas pesquisadoras. Primeiro, ao alinhar constantemente o propósito junto ao público interno por meio de capacitações e comunicações frequentes acerca dos conteúdos da marca – e, inclusive, por dedicar uma área destinada a sua gestão. Em segundo lugar, a preocupação em disseminar os significados fundantes da marca junto aos públicos exterior por meio dos seus produtos, canais e postura institucional ilustram a prioridade existente de criar uma comunidade mais ampla em torno do seu conteúdo filosófico. Nesta dimensão, as atitudes cumprem papel fundamental ao trazerem os conteúdos da marca para a prática em diversos pontos de contato.

Inovação garante receita e otimiza processos

A inovação é outra das marcas que sustentam as ações e projetos da Natura. Além das questões voltadas à sustentabilidade, ela está “enraizada” nos processos internos e na aposta da empresa na tecnologia como ferramenta para otimizar e garantir a qualidade, a segurança e a eficácia dos produtos, além da frequência de lançamentos.

Só em 2018, a Natura apresentou ao mercado brasileiro 233 novos produtos. Mais do que a ampliação e atualização do portfólio aos clientes, eles têm um papel fundamental sobre os resultados da companhia: 59,9% da receita bruta total da Natura naquele ano decorreu da venda de produtos lançados no período que compreendeu os 24 meses anteriores.

Para dar conta da necessidade de tamanha inovação, a empresa tem investido pesado nos últimos dois anos na área da tecnologia digital, como conta Daniel Gonzaga, diretor de Inovação e Desenvolvimento de Produtos da Natura. “Passamos a um nível elevado de digitalização dos processos e modernização dos laboratórios e da nossa área de informática”, destaca.

Entre eles pode-se citar a parceria que a companhia firmou com o Google Cloud Platform, serviço de nuvem do Google, com o objetivo de acelerar o processo de inovação de seus produtos. Isso porque, além de armazenar dados técnicos de testes que a empresa já realizou, o sistema é capaz de cruzá-los para avaliar a efetividade dos ativos e simular seus benefícios para a pele e cabelos, por exemplo, o que contribuiu para reduzir em cerca de 30% o tempo de processamento dos testes.

“Na área de formulação, também passamos por uma grande revolução. Na linha Mamãe e Bebê, por exemplo, o índice de naturalidade de formulação está acima de 95%. Então, todas estas plataformas contribuem para nossa estratégia macro de inovação e de produtos”, pontua Gonzaga.

Dentro deste tema, os desafios que a Natura ainda tem para vencer seguem na linha da otimização cada vez mais expressiva dos resíduos e das ações voltadas à economia circular, além da disponibilização de ferramentas que auxiliem as consultoras na oferta dos produtos. “A região amazônica ainda tem uma enormidade de potenciais a serem descobertos [em ativos cosméticos] e temos outro desafio importante: o de desenvolver produtos cada vez mais customizados de acordo com as necessidades dos nossos clientes”, aponta o diretor.

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

A análise do ambiente externo e seu relacionamento com as empresas surgiu através dos estudos dos autores Daniel Katz, Robert Kahn e James Thompson, na década de 60. Esses autores acreditavam que as empresas partiam de sistemas abertos e fechados e isso se transformava em um processo de relacionamento com ambiente externo.

O sistema aberto por sua vez retira insumos e matéria prima do ambiente externo para produzir e devolve como produtos ou serviços para o consumidor final, mas tem como ameaça todas as oscilações que o ambiente pode oferecer.

O sistema fechado é um sistema mais contido, pois não se abala com o que acontece no ambiente externo, empresas que utilizam o sistema fechado acabam não se relacionando com o ambiente externo e não comprando insumos, sendo assim, entram em entropia, perdem o controle se dissolvem e fecham.

A empresa estudada Natura, pode ser classificada como uma empresa de sistema aberto, pois vem atuando no ambiente externo, recolhendo insumos e matéria prima do ambiente em questão, transformando em produtos o seu consumidor final.

Dessa forma Natura traça estratégias e se adapta ao mercado externo transformando ameaças em crescimento, trazendo sinergia para empresa.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

A Natura começou a se internacionalizar em 1982, exportando para o Chile, Bolívia, Argentina e Peru, por meios de distribuidores locais. Em 1983 testou o mercado americano para uma curta experiência em Miami com a marca Numina. Em 1994 estabeleceu operações próprias de comercialização com montagens de centro de distribuição e a formalização de consultoras de vendas na Argentina, Chile, Peru e Portugal.

Iniciou em 2005 no México, 2006 na Venezuela, 2007 Colômbia em 2008 havia operações comerciais em sete países por meio de consultoras. Em alguns países foram instaladas lojas, As Casas Natura. Em 2017 aproveitou para acelerar a expansão de sua marca própria, a empresa abriu 5 (cinco) lojas físicas no exterior.

No Brasil, a empresa tem 19 (dezenove) lojas próprias sendo 14 (quatorze) inauguradas em 2017.

A proximidade física e especialmente a compatibilidade cultural foi decisiva para priorizar os primeiros passos na América Latina e em Portugal. Mas Natura sempre reconheceu a importância das diferenças culturais e faz adaptações aos diferentes mercados sem destruir o padrão Natura.

Com isso a empresa tem crescido significativamente no mercado externo e se estabilizando nos países em que está implantada.

4. CONCLUSÃO

Em 1968 inaugura se uma pequena fábrica de cosméticos na cidade de São Paulo através do Sr. Antônio Luiz Seabra, a multinacional Natura.

Atualmente a empresa possui mais de 100 mil consumidores por meio de diversos canais e o principal deles é a venda direta que atualmente ultrapassa a casa de 1 milhão de consultoras no Brasil e exterior.

A empresa possui um processo de preservação ambiental no qual foi destinado a reduzir e compensar as emissões de gases gerado do efeito estufa (GEEs).

Em setembro de 2015 a empresa recebeu um prêmio internacional Champions of the Earth, na categoria Visão Empreendedora, concedida pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA).

Natura é uma empresa que desempenha um papel importante no crescimento e desenvolvimento do Brasil, importância está, tanto para área econômica quanto social, por estar entre um dos maiores setores que geram renda e empregos tanto direto quanto indireto.

Atualmente a economia brasileira manteve ao longo do terceiro trimestre, a trajetória de recuperação após o choque da pandemia da Covid-19 de março e abril. Com as atividades econômicas iniciado em junho, a economia voltaria a crescer no terceiro e quarto trimestre de 2020, recuperando parte das perdas do segundo trimestre e encerrando o ano com uma queda de 6%.

O desempenho observado de parte dos indicadores de atividade econômica nos primeiros meses do terceiro trimestre permite uma expectativa mais otimista do ritmo de recuperação ao restante do ano. Com isso a queda projetada para o Pib (Produto Interno Bruto) no ano foi revisada de 6% para 5% enquanto 2021 o crescimento projetado foi mantido.

O Pib é o conjunto de riquezas gerado em um país. Trata-se de um índice econômico que engloba praticamente toda a cadeia produtiva brasileira.

A cada mudança que ocorre no mercado, a empresa Natura sempre busca inovar seus produtos, sempre reconheceu a importância das diferenças culturais e faz adaptações aos diferentes mercados sem destruir o padrão Natura.

Conclui -se que a empresa estudada, obteve um crescimento em todos os seus produtos , até mesmo no mercado externo, mesmo durante as crises econômicas e grandes desafios que o mercado trouxe.

REFERÊNCIAS

www.b3.com.br

<https://www.colab.re/conteudo/bem-estar-social>

<https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/marca/20442/o-jeito-natura-de-pensar-agir-e-engajar.html>

<https://www.natura.com.br/blog/mais-natura/natura-oferece-possibilidades-de-empreender-para-suas-consultoras>

www.scielo.mec.pt

ANEXOS

