



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

<CIÊNCIAS CONTÁBEIS>

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

NATURA COSMÉTICOS S.A

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2022

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

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

NATURA COSMÉTICOS S.A

MÓDULO ECONOMIA E NEGÓCIOS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

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

ESTUDANTES:

Ana Luiza Cunha Pavanni, RA 1012021200323
Laura Elen Moreira Candido, RA 1012022200381
Isabel Cristina de Souza, RA 1012021200324
Rubia C. C. Marcovecchio, RA 1012022100164

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2022

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)	13
3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO	17
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	18
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	25
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	28
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	30
3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	30
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	34
4. CONCLUSÃO	35
REFERÊNCIAS	35
ANEXOS	38

1. INTRODUÇÃO

O presente projeto tem o objetivo de demonstrar uma breve análise econômica e administrativa de uma conceituada empresa brasileira, fundada em 1969 do ramo de cosméticos, produtos de higiene e beleza que exerce atividade no Brasil e em outros países.

Observando o cenário econômico que vivenciamos nos últimos dois anos, escolhemos essa empresa por estar sempre inovando e criando projetos para crescimento de sua marca e também de sua equipe de colaboradores.

Através de leituras, documentários e relatórios fornecidos anualmente pela empresa, juntamos aqui dados importantíssimos que fizeram a diferença nesses dois últimos anos dos quais a economia sofreu em relação à pandemia enfrentada pelo mundo.

O projeto está organizado conforme os tópicos, trazendo-nos conhecimentos que ampliaram nossa visão e que serão úteis em nosso aprendizado diário.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

NATURA COSMÉTICOS S/A, com sede na Avenida Alexandre Colares, 1.188, Vila Jaguara, na cidade de São Paulo-SP, inscrita no CNPJ sob o nº 71.673.990/0001-77 e IE 142.484.958.110 é uma sociedade por ações de capital aberto.

Fundada em 1969 por Luiz Seabra, recebeu o nome de Indústria e Comércio de Cosméticos Berjeaut, e meses depois passou a se chamar NATURA.

Em 1970 abre a primeira loja na Rua Oscar Freire, onde os clientes eram atendidos pessoalmente por Luiz Seabra.

A empresa passou a adotar o modelo de venda direta (vendedores e compradores fora de um estabelecimento comercial fixo), com o objetivo não apenas comercial, mas

de proporcionar às suas consultoras e consultores desenvolvimento e transformação pessoal, familiar e comunitária, acreditando no poder das relações. Atualmente soma 1,7 milhão de pessoas.

Em 1982 é inserida no mercado internacional, exportando seus produtos para o Chile, e em 1994 inicia suas operações no Peru, Bolívia e Argentina.

A rede avançou em desenvolvimento sustentável e no uso da biodiversidade brasileira como instrumento de inovação no ramo de cosmética, com a criação na década de 90 de uma linha de produtos não cosméticos, Crer Para Ver, cujo lucro é revertido para ações de melhoria da educação pelo Instituto Natura.

Nos anos de 2000 a Natura inaugura o Centro Integrado de Pesquisa e Produção de Cosméticos, o mais avançado da América do Sul, localizado em Cajamar-SP.

Está envolvida em diversos projetos socioambientais e culturais como: Programa Amazônia, Programa Carbono Neutro, Casa Natura Musical, além de ter abolido os testes de produtos e de ingredientes em animais.

Natura & Co é o quarto maior grupo do mundo no segmento de beleza com a aquisição da Avon, The Body Shop e Aesop.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

O Brasil é um país de tamanho continental, recheado de heterogeneidades regionais.

A diferença salarial entre as grandes regiões é uma grande realidade. As desigualdades no nível escolar, acesso à tecnologia, estrutura na área econômica e custo

de vida são fatores que ajudam a explicar a diferença nos rendimentos em diversas localidades.

De acordo com o ministro Paulo Guedes, o Brasil está crescendo, com resultados que superam várias projeções..

“Estamos retomando o crescimento sustentável, nossa própria dinâmica de crescimento. As estimativas de crescimento têm sido revistas para cima o tempo todo”, disse o ministro.

O Brasil avança com índices favoráveis em diversas atividades, como os bons resultados na geração de empregos com carteira assinada e, além do desempenho positivo e dos recordes nas exportações, no agronegócio e na arrecadação federal.

O agronegócio também apresentou resultados significativos nesse ano de 2022.

A recuperação do emprego no país vem ocorrendo de forma contínua, o que contribui para a recuperação da economia brasileira, e, com isso, o país se recupera das perdas ocorridas em 2020, início das restrições causadas pela Covid-19..

Assim, com os bons indicativos na área econômica, com destaque para o setor de serviços, que teve revisão para cima na previsão de crescimento. De acordo com o Ipea, a recuperação do setor deverá sustentar o bom desempenho dos indicadores de emprego, gerando um efeito positivo na procura por serviços no país.

A avaliação do Ipea é que no ano de 2023, será mais estável por conta do fim dos efeitos da guerra na Ucrânia e da redução significativa dos efeitos da Covid-19.

O cenário mundial tem piorado com a alta da inflação. Adicionalmente, destacam-se o prolongamento da guerra na Ucrânia e seus problemas econômicos, reflexo da própria guerra; na China, os *lockdowns* por conta da Covid 19 e a grave crise no mercado imobiliário.. Em consequência, as projeções de crescimento no mundo têm se reduzido de forma substancial.

A desaceleração externa deverá afetar negativamente o Brasil, mas a situação do país é diferente da observada na maioria dos países desenvolvidos e em muitos

emergentes. O ciclo de aperto monetário parece já ter chegado ao fim e a discussão passa a se concentrar em quando o BCB poderá iniciar a redução da Selic. A inflação está em queda, bem como suas previsões; o nível de atividade vem surpreendendo positivamente e as projeções de crescimento vêm sendo revistas para cima.

. No entanto, o Copom apresenta um cenário inflacionário benigno, isso porque, o colegiado divulgou números compatíveis com a faixa da meta estabelecida para 2023 e abaixo do centro da meta em 2024.

Na transição dos governos federais, o Brasil está cauteloso quanto a sua economia, pois haverá algumas mudanças consideráveis no nosso país.

Apesar das perspectivas pouco favoráveis, “os brasileiros têm grande expectativas com a retomada do crescimento econômico e que aumente a renda pessoal, que o país tenha um cenário político sem rupturas e redução da carga tributária”.

Grandes desafios causados pela pandemia, pelo cenário internacional e pelo desbalanço entre os poderes da república aguardam o próximo presidente. Em um ano em que a campanha presidencial ficou marcada pela superficialidade nos debates e ausência de propostas, é difícil saber quais serão as soluções mais prováveis, mas já se conhece bem as questões mais urgentes: equilíbrio entre Legislativo e Judiciário; a crise inflacionária, energética e de alimentos.

O Brasil ainda responde com baixas expectativas para 2023. Entretanto, Sérgio Duarte afirma: “Obviamente não será um ano excelente, mas com políticas adequadas, pode ser melhor do que o que está se prevendo agora (crescimento de 0,5%) e pode ser um ano que nos prepare para plena recuperação a partir de 2024.”

Infelizmente o país não crescia desde antes da pandemia,mas reagiu, pois a injeção de dinheiro via Auxilio Brasil provocou um aquecimento da economia perceptível.

O ministro foi questionado sobre a fonte de recursos para reajuste salarial já em 2023, e explicou que o projeto orçamentário já apresentado traz uma margem para ganho real.

“Os serviços pesam 70% da economia, então têm um impacto maior no crescimento do país, a indústria se deve aos desempenhos positivos

- Consumo das famílias:

O consumo das famílias cresceu no segundo trimestre, a maior alta desde o quarto trimestre de 2020. A alta se explica devido ao crescimento dos serviços prestados às famílias que estavam com a demanda represada em razão da Covid-19.

“Também houve o crescimento do comércio, tanto do atacado quanto do varejo, o último ligado ao consumo das famílias.

Elencaria três conquistas muito importantes no atual governo. A primeira foi a independência do Banco Central e suas iniciativas na linha de digitalização do sistema financeiro, como a implementação do Pix, o open banking, open finance, entre outros. A segunda foi a diminuição da máquina pública. Tivemos a contratação do quadro de servidores e da reforma da previdência. A terceira foi a postura do BNDES atuando como banco de fomento e desenvolvimento e não como banco de benefícios, com foco maior em médias empresas, saindo da lógica da construção de campeãs nacionais.

O Brasil ganhou três posições no índice global de inovação, passando da 57ª para a 54ª posição na edição de 2022 do Global Innovation Index (GII), divulgado quinta-feira (29/09).

O resultado do estudo reflete as medidas positivas que o Brasil vem tomando para melhorar seu ambiente de inovação, enquanto mostra os desafios que ainda estão pela frente.

Todos estamos otimistas a respeito do crescimento do nosso país. Mesmo com a transição do governo, o que acreditamos é que temos força para sermos um grande país.

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

Sempre se ouve falar no PIB e no quanto ele é importante para a economia de todos os países do mundo. Mas o que ele realmente é e como ele impacta nos investimentos econômicos?

O PIB significa produto interno bruto, ele é a soma de tudo que é produzido em um lugar. Sendo assim, o PIB se torna um "termômetro" da economia. Acompanhar este

indicador ajuda a entender quanto e como as pessoas e as empresas estão gastando, se a eficiência do país está crescendo e comparar o desenvolvimento das nações.

Em resumo, ele é um fluxo geral de bens e serviços finais que são produzidos em um país em determinado período de tempo (um mês, um semestre, um ano, etc.).

Existem algumas formas de se calcular o PIB: pela ótica da oferta, da demanda ou do rendimento. Mas vale lembrar que todos os cálculos utilizados devem obter o mesmo resultado.

- Ótica da oferta: é a soma das riquezas produzidas dentro de um país, incluindo empresas nacionais e estrangeiras que estão localizadas dentro desse país. Aqui entram os resultados das três esferas de produção econômica que são: as indústrias, a agropecuária e serviços. Sua fórmula é calculada da seguinte maneira:

$$\text{PIB} = \sum \text{VAB} + (\text{Impostos} - \text{Subsídios})$$

Onde:

$\sum \text{VABI}$ = Soma do VAB de cada uma das empresas da economia.

- Ótica da demanda: outra maneira que se consegue entender o PIB, do ponto de vista daqueles que consomem o que é produzido. Nesse cálculo entram o consumo das famílias, o consumo do governo, os investimentos públicos e privados e as exportações líquidas (diferença entre as importações e as exportações). Sua fórmula é a seguinte:

$$\text{PIB} = \text{C} + \text{G} + \text{O} + \text{Q} - \text{M}$$

Onde:

C = Consumo privado;

G = Consumo público;

O = Investimento = **FBCF** + **VEST**;

Q = Exportação;

M = Importação.

- Ótica do rendimento: será a soma de todos os trabalhos mais o fator produtivo.

Sua fórmula é:

PIB = Remunerações do trabalho + Excedente Bruto de Exploração

E para aprofundar melhor nesse assunto, é muito importante falar sobre o PIB *per capita*, que nada mais é do que o número do PIB dividido pelo número de habitantes em um determinado período.

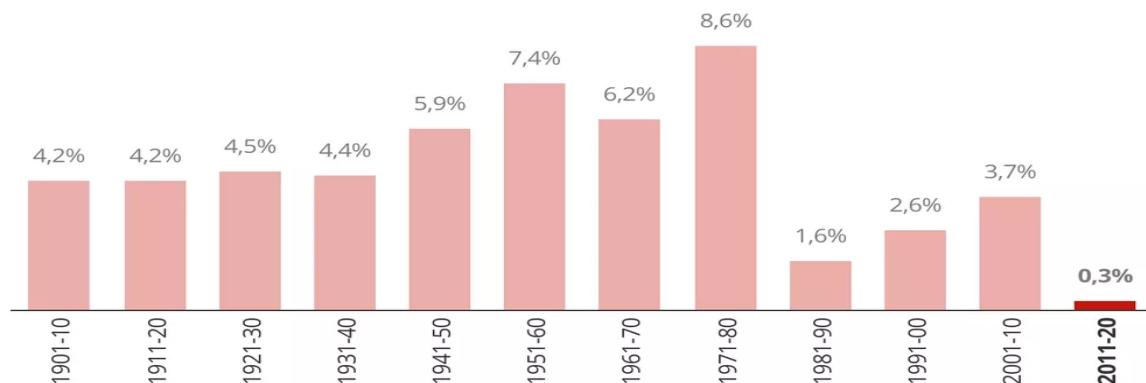
Sendo assim, qualquer um poderia pegar uma calculadora e fazer essas contas? Em teoria sim, porém é muito difícil achar números e informações tão precisas a ponto de esse cálculo se torne perfeito. O IBGE apenas apura o PIB de um ano, no ano seguinte, ou seja, o PIB do ano de 2022 apenas será publicado em 2023.

Mas para se ter uma ideia, abaixo será mostrado o PIB do Brasil antes, durante e depois da pandemia do COVID-19:

- Antes e durante:

Nova década perdida

Variação anual média do PIB, em %



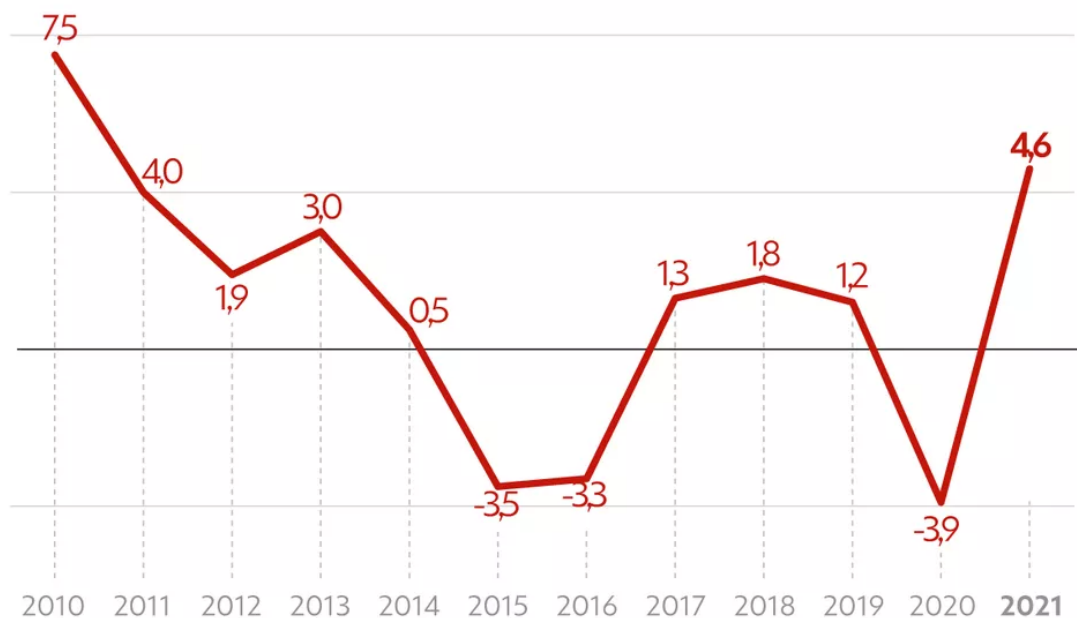
Fonte: Ibre-FGV, a partir de dados do Ipea, IBGE e Monitor do PIB da FGV

Com recessões e pandemia, PIB do Brasil tem pior década em 120 anos - é como é descrita a matéria no site do G1 - isso se dá pois durante a pandemia, no Brasil, muitas pessoas fecharam seus negócios ou perderam seus empregos e deixaram de comprar ou vender algo, assim o PIB caiu drasticamente.

- Depois:

Evolução do PIB

Ano a ano, em %



g1

Fonte: FGV e IBGE
Infográfico elaborado em: 04/03/2022

Com a chegada de 2021, o Brasil conseguiu se recuperar muito bem comparado a outros países. “O desempenho do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro em 2021 ocupa o 21º lugar dentro de um ranking com 34 países, segundo levantamento elaborado pela agência de classificação de risco Austing Rating.” - como aponta a reportagem.

Como pode se ver, o PIB é um grande espelho da economia do mundo, e com ele se pode saber como uma nação está crescendo economicamente.

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

Os programas e ações do governo, que atende várias necessidades da sociedade, precisam ser organizados de forma detalhada.

São muitas áreas que abrangem essas ações, como por exemplo, a área da Saúde, Inclusão Social e Produtiva rural, Ciência sem fronteiras, Brasil protege, e muitas outras. Dentre os principais programas de benefícios ao cidadão oferecidos pelo Governo Federal, estão: Auxílio Brasil, Auxílio Emergencial, Bolsa Família (substituído), Benefício de Prestação Continuada (BPC), Programa de Erradicação do Trabalho Infantil (PETI), Garantia-Safra e Seguro-Defeso (ou Pescador Artesanal), etc.

São recursos financeiros transferidos diretamente da União para o cidadão que participa de programas sociais específicos. Assim, as pessoas inscritas nesses programas recebem periodicamente os benefícios implantados.

Cada iniciativa possui regras específicas que precisam ser atendidas.

Pela ótica da produção, o crescimento no ano deve ser liderado pelos serviços e pela indústria, ao passo que a agropecuária deve apresentar recuo por conta de dados aquém do esperado e revisões de safras. Pela ótica da despesa, o consumo das famílias deve se expandir, as exportações e o consumo do governo também. Enquanto o investimento e as importações devem registrar relativa estabilidade (variações de 0,1% e 0,2%).(IPEA 2022).

Ainda segundo o IPEA, existem dados mais recentes de atividade que mostram alguma desaceleração na margem. Para o final de 2022 e início de 2023, espera-se alguma desaceleração em função do aperto monetário doméstico e da piora do cenário externo, mas indicadores robustos de mercado de trabalho, as medidas governamentais de apoio à renda e redução de impostos, e o investimento já observado ou contratado, além de um possível efeito continuado das reformas implementadas nos últimos anos, devem evitar uma queda muito expressiva do crescimento.

A Natura foi reconhecida como uma das empresas mais sustentáveis do mundo e a primeira do setor de cosméticos.

A empresa tem vários projetos sociais, como os que apoiam a música brasileira, o Instituto Natura, que trabalha com a área da educação, o movimento Natura que está engajado com a preservação do meio ambiente, e muitos outros projetos sociais.

A empresa não se preocupa somente com a beleza, mas com a parte social do ser humano.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

Por seu comportamento empresarial, a Natura, pela qualidade das relações que estabelece e por seus produtos e serviços, será uma marca de expressão mundial, identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro, com a natureza da qual fazem parte, com o todo.

Mais diverso, multicultural e com maior número de integrantes, o Conselho de Administração acompanha a consolidação do grupo Natura & Co e a integração de quatro marcas icônicas de beleza, com 35 mil colaboradores e associados, 8 milhões de consultoras e revendedoras e presença em 110 países.

Natura & Co Holding reúne as marcas do grupo, com ações listadas na B3 (sob o código NTCO3), no segmento do Novo Mercado, e ADRs (Recibos de Depósito Americano) negociados na Bolsa de Valores de Nova York. A Natura Cosméticos S.A. segue como empresa aberta e agora é subsidiária integral do grupo, sem ações listadas em bolsa. GRI 102-5 Principal órgão de decisão, o Conselho de Administração de Natura & Co encerrou 2020 com 12 conselheiros, sendo 66% independentes. Três mulheres integram nosso board e aproximadamente 40% dos integrantes são estrangeiros. Três novos conselheiros, advindos do Conselho da Avon, reforçam a expertise na liderança de empresas multinacionais, finanças e auditoria. Dessa forma, mantém um balanço de competências e culturas para capturar os ganhos da estrutura e

ampliar a geração de valor para a companhia, para os acionistas e públicos com os quais se relacionam diretamente e para toda a sociedade.

No início de 2021, foi eleita para o Conselho Georgia Garinois-Melenikiotou. Originária da Grécia, a nova conselheira independente tem grande experiência em companhias multinacionais de cosméticos e cuidados pessoais, nas áreas de marketing e transformação digital. Ela substituiu Silvia Lagnado, que deixou o Conselho em 2020 para assumir uma posição executiva no grupo, como Líder de Crescimento Sustentável, ou Sustainable Growth Officer (leia mais sobre a nova posição na página 126).

A liderança do Conselho é exercida pelos co-presidentes Luiz Seabra, Guilherme Leal e Pedro Passos, que não possuem função executiva na empresa. O Conselho conta ainda com um presidente executivo, Roberto Marques, que também atua como principal executivo do grupo. Estrutura executiva de apoio ao Conselho, o Comitê de Operações do Grupo (GOC, na sigla em inglês) reúne principais lideranças do grupo: os CEOs das unidades de negócio: Angela Cretu, da Avon; João Paulo Ferreira, de Natura & Co América Latina (responsável pela marca Natura e pelas operações das quatro empresas do grupo nos países latino-americanos); David Boynton, da The Body Shop; e Michael O’Keeffe, da Aesop. Também fazem parte do GOC representantes de áreas-chave, como finanças, operações e compliance.

O Conselho Fiscal de Natura & Co também foi instalado em 30 de abril. Pauta da liderança Em 2020, o Conselho manteve uma atuação próxima do negócio, liderando a construção da estratégia global do grupo, o desenho organizacional, a integração da recém-chegada Avon e iniciativas de gerenciamento no contexto da pandemia da Covid-19. A aprovação do planejamento estratégico e a definição das nossas ambições em sustentabilidade, parte do Compromisso com a Vida, lançado em junho pelo grupo, também contaram com a participação dos conselheiros. Outros assuntos da pauta no ano foram remuneração, definição de cargos e seleção de novas lideranças do GOC e aprovação dos resultados econômicos, sociais e ambientais. Ao todo, foram realizadas 26 reuniões em 2020, que desde março passaram a ser realizadas exclusivamente no formato on-line para proteger todos os envolvidos. O meio digital já era utilizado para incluir os conselheiros que residem em diferentes regiões do mundo. Um encontro em Nova York, em janeiro, serviu para dar as boas-vindas à Avon e para a integração dos

novos conselheiros do grupo. Os conselheiros participam de todas as reuniões, bem como dos comitês de apoio em que atuam, exceto em caso de doenças e imprevistos pessoais. Nessas situações, podem ser substituídos por outro conselheiro munido de procuração, conforme regimento interno do Conselho de Administração. Se for representante dos independentes, só poderá ser substituído por outro também independente.

- Comitês de apoio: Comitês de apoio Cinco comitês assessoram o Conselho de Administração, entre eles o Comitê de Operações do Grupo (GOC, na sigla em inglês). Criado em 2017, é composto por um time de executivos de Natura & Co que auxilia na definição e na implementação da estratégia global e serve como fórum de discussão e recomendações sobre estruturas administrativas e operacionais. Ele é liderado pelo presidente-executivo do Conselho e Principal Executivo do Grupo, Roberto Marques, e reúne ainda os CEOs das unidades de negócios e representantes de áreas-chave. Os outros quatro comitês assessoram o Conselho de Administração em temas específicos: Estratégico; Pessoas e Desenvolvimento Organizacional; Governança Corporativa; e Auditoria, Gestão de Riscos e de Finanças. Para reunir mais conhecimento ou estreitar o acompanhamento do Conselho em alguns assuntos, também são definidos grupos temáticos. No início de 2021 foi criado um subcomitê dedicado à Ásia no Comitê Estratégico, somando-se ao já existente subcomitê de Finanças, no Comitê de Auditoria, Gestão de Riscos e de Finanças.

- Autoavaliação GRI 102-28: O processo de autoavaliação do Conselho é periódico e liderado pelo Comitê de Governança Corporativa e inclui entrevistas individuais com os conselheiros. Entre os processos que são tratados nessa análise estão a estrutura do Conselho, seu porte, sua composição, dinâmicas das reuniões, conteúdo levado para a análise e votação do órgão, formato de trabalho dos comitês de apoio, entre outros pontos. O processo tem tido como resultado melhorias, especialmente nesse momento da companhia, de aquisições e estruturação da holding. Soluções como o subcomitê de Finanças dentro do Comitê de Auditoria, Gestão de Riscos e de Finanças originaram-se de indicações dos processos de autoavaliação (leia mais a seguir). Outras ações envolvem aperfeiçoamento no formato de apresentação dos temas do Comitê Estratégico para se tornar mais transversal e não apenas por empresa, por exemplo.

Desde o final de 2017, os conselheiros contam com o auxílio de um portal de governança na web, demanda que também surgiu de avaliações de anos anteriores. Todos os resultados das autoavaliações são apresentados ao Conselho. Conforme a Política de Indicação de Administradores, disponível aqui, a definição dos conselheiros considera qualificações, complementaridade de vivências executivas, identificação com os princípios de atuação empresarial da Natura e ausência de conflitos de interesse. O mandato é de dois anos, com reeleição permitida ao final do mandato. Adicionalmente, o processo deve buscar que o Conselho de Administração seja composto de modo a considerar a disponibilidade de tempo de seus membros para o exercício de suas funções e a diversidade de conhecimentos, experiências, comportamentos, aspectos culturais, faixa etária e gênero. Atenta às boas práticas, o grupo Natura & Co também busca manter a formação do Conselho com maioria de membros externos e, no mínimo, um terço de membros independentes. A proposta de reeleição dos conselheiros deve considerar também os resultados do processo de autoavaliação periódica do Conselho de Administração, bem como as conclusões quanto à adequação ou necessidade de ajustes em sua composição. GRI 102-24

- Análise econômica: social e ambiental GRI 102-26, 102-27, 102-29, 102-31 É função do Conselho de Administração determinar e acompanhar a implementação da estratégia da companhia e avaliar a atuação Sumário Nossa Essência Apresentação Quem Somos Gestão por Causas Amazônia Viva Mais Beleza, Menos Lixo Cada Pessoa Importa Informações corporativas Divulgações complementares Sobre o relatório RELATÓRIO ANUAL 2020 126 do principal executivo do grupo e das principais lideranças de forma periódica. Entre as informações, passam pela análise dos conselheiros a avaliação de desempenho trimestral e o Relatório Anual de Administração de Natura & Co, que incluem os principais indicadores socioambientais considerados relevantes para a empresa, os projetos de expansão e os programas de investimento, a gestão de riscos e a definição do valor da participação nos lucros dos colaboradores de Natura & Co. Também faz parte da dinâmica do Conselho de Administração avaliar e aprovar a atuação estratégica de Natura & Co e o desempenho nos temas socioambientais, contando ainda com ações de engajamento e apresentações sobre seu processo de coleta e evolução.

- Crescimento sustentável: A nova posição de Líder de Crescimento Sustentável (ou SGO – Sustainable Growth Officer) assegura o foco na expansão de longo prazo do grupo alinhado à nossa Essência e ao nosso compromisso com a geração de valor para a companhia, nossos públicos e para a sociedade. Presente no GOC e com reporte ao presidente executivo do grupo, Silvia Lagnado assumiu a função e está trabalhando de forma colaborativa com as quatro marcas, mantendo o olhar estratégico e integrado para temas de portfólio, sustentabilidade e comunicação. Plataforma digital, TI e inovação também integram a agenda. Essa abordagem foi desenhada para garantir a conexão de temas transversais na companhia que afetam as relações, interações com clientes e consumidores finais, captura de tendências e oportunidades e o compromisso com o impacto positivo que move o grupo. Somados ao SGO, as Redes de Excelência (NEx, na sigla em inglês) foram criadas para alavancar o conhecimento e a colaboração do grupo em todo o mundo por meio de redes e centros internos. Atualmente, existem quatro redes em funcionamento, com base em áreas estratégicas, que coletam e discutem insights, compartilham conhecimentos e melhores práticas em Varejo, Inovação, Digital e Sustentabilidade, com alguns de seus representantes totalmente dedicados a esta tarefa. Uma quinta NEx, para colaboração em Vendas Diretas, está sem formação. No NEx de Sustentabilidade, por exemplo, foi construído o Compromisso com a Vida (Visão 2030 de Natura & Co), e também são discutidas a gestão e a execução dos projetos relacionados. Desse compartilhamento de experiência, atuação colaborativa e trabalho coordenado, esperamos alcançar as metas desafiadoras em que nos comprometemos avançar na próxima década.

- Natura &Co América Latina: Com o encerramento da negociação com a Avon e a troca de ações em janeiro de 2020, a Natura & Co Holding passou a ser controladora de Avon e da Natura Cosméticos S.A. que, por sua vez, controla The Body Shop e Aesop. A companhia definiu seu desenho organizacional em quatro unidades de negócios: Natura & Co América Latina (que reúne a gestão das quatro marcas na região) Avon Internacional, The Body Shop e Aesop. Esse modelo buscou trazer avanços ao processo de integração e garantir as prioridades estratégicas na América Latina, especialmente por conta das sinergias e potencialidades de Natura e Avon nos países dessa região. Essa composição busca acelerar o crescimento das operações no Brasil e na América Hispânica e cumprir os objetivos definidos em nosso planejamento

estratégico. Liderada por João Paulo Ferreira, como CEO, a configuração da organização é apoiada por um time de executivos de atuação transversal nas vice-presidências de Pessoas, Cultura e Organização; Plataforma Digital; Jurídico; Mídia, Conteúdo e Comunicação; Operações, Logística e Suprimentos; Varejo e Finanças. Para alavancar a relevância das marcas, a lealdade das consultoras e representantes, e maximizar os resultados em diferentes canais e regiões, também foram definidas as estruturas de Negócios Natura Brasil, Natura América Hispânica, Avon Brasil e Avon América Hispânica. A vice-presidência de Marketing, Inovação, Internacionalização e Sustentabilidade, por sua vez, lidera esses processos estratégicos para a marca Natura não apenas na região da América Latina, mas em todas as geografias.

- Gestão de riscos GRI 102-30, 102-31: Por meio da nossa Política de Gerenciamento de Riscos, disponível no site, estabelecemos as diretrizes, princípios, papéis e responsabilidades no gerenciamento de riscos corporativos bem como orientações aos negócios na identificação, análise, avaliação, tratamento, monitoramento e comunicação dos riscos e oportunidades. Com a estrutura já incorporada a Natura &Co, a gestão de riscos tem como um de seus princípios a corresponsabilidade de todos os profissionais em conhecer os riscos da sua área e geri-los de acordo com os conceitos e diretrizes que obedecem ao modelo de três linhas de defesa: a primeira é formada pelas áreas de negócio, a segunda pelas estruturas de controle e a terceira, a auditoria interna, responsável pelo olhar independente para verificar a eficácia do modelo. A governança do gerenciamento de riscos contempla uma diretoria de riscos e controles internos de Natura & Co, diretores para Natura & Co América Latina, responsáveis pelas quatro marcas na região, e executivos para Avon, TBS e Aesop internacionais. Em 2020, aperfeiçoamos o vínculo entre os cenários de risco e as iniciativas que suportam as escolhas estratégicas, para garantir que tudo que é relevante está sendo endereçado na estratégia, orçamento e nos fóruns de negócios. Um dos focos do trabalho é o acompanhamento da integração entre Natura e Avon, que envolve riscos específicos para garantir as entregas e ganhos previstos.

A análise inclui os processos e pilares da integração liderados pelo Escritório de Transformação, um time exclusivo que se reporta ao Chief Transformation Officer de

Natura & Co. Entre os desafios relacionados, estão sinergias operacionais, modernização de sistemas, gestão de pessoas, como desenvolvimento de novas competências, mapa de sucessão para cargos-chave, e a expansão para novas geografias, por exemplo.

O mapa de riscos da organização foi revisado com essa visão de grupo e da aderência ao planejamento estratégico, maior complexidade do modelo de negócios e internacionalização da Natura. Todo o processo de gestão de riscos é acompanhado pelo Comitê Executivo (Comex) e pelo Conselho de Administração.

O Comitê de Auditoria, Gestão de Riscos e de Finanças, que se reporta diretamente ao Conselho, tem como missão supervisionar a operacionalização dos processos de auditoria interna e externa, dos mecanismos e controles relacionados ao gerenciamento de riscos e a coerência das políticas financeiras e o perfil de riscos do negócio.

Riscos emergentes Nossa agenda estratégica e os compromissos que assumimos nos ajudam a endereçar riscos emergentes, formados por temas que possam gerar impactos no longo prazo, sempre com um olhar integrado para os nossos negócios e os aspectos sociais e ambientais. Os efeitos das mudanças climáticas e a perda de sociobiodiversidade fazem parte do conjunto de riscos que podem dificultar o alcance dos objetivos de negócio, para os quais a Natura já previa cenários e monitoramento da gestão (leia mais a seguir). A Visão 2050 da Natura e a Visão 2030 do grupo Natura & Co abordam e endereçam temas que estão cada vez mais presentes na pauta da sociedade. Isso inclui aspectos como promoção da diversidade e inclusão, geração de salário e renda digna (living wage/income) e respeito aos direitos humanos na cadeia de suprimentos (leia mais a partir da página 29). Nosso avanço nesses temas vai nos ajudar a mitigar riscos associados, além de ampliar nossa geração de valor.

A maioria dessas questões são complexas e exigem respostas coletivas da sociedade. Por isso, para além de monitoramento, programas próprios e transparência no desempenho nesses aspectos, a adoção da gestão por causas pela Natura busca também ações de mobilização e advocacia para engajar nossos públicos de relacionamento e gerar consciência.

Também pretende promover a cooperação entre os setores público, privado e sociedade civil (leia mais na página 55). Essas questões estão correntes com os principais desafios e prioridades globais sinalizados pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e pelo Fórum Econômico Mundial.

Segundo o relatório de riscos do principal organismo econômico global, lançado em janeiro de 2021, as principais ameaças para os negócios nos próximos anos estão relacionadas aos eixos de meio ambiente, tecnologia e sociedade.

Eventos climáticos extremos, falha nas ações de mitigação do clima, danos ambientais causados por atividades humanas e a perda da biodiversidade são quatro dos cinco riscos de maior probabilidade, sendo essa lista completada por doenças infecciosas. Em um ano em que o mundo foi mergulhado em um contexto de pandemia (Covid-19), mesmo antes das medidas de isolamento serem implementadas, Natura &Co tomou iniciativas para proteger a saúde e a segurança de nossos funcionários, consultoras, representantes e fornecedores (leia mais sobre nossas ações na página 18).

Ainda é difícil prever toda a extensão dos impactos da pandemia nos negócios ou na sociedade. Mas esse momento reforça a importância de uma abordagem holística e integrada de riscos, que contemple os desafios sociais e ambientais e seus reflexos em nossa cadeia de valor. Seguimos monitorando de perto a evolução da pandemia da Covid-19 pelo mundo, incluindo as fases e ondas de lockdown nas diferentes regiões.

Criamos um Comitê de Crise com a participação de pessoas-chave na organização que trabalham em diversas frentes de monitoramento, análises e ações para minimizar impactos, garantir a continuidade das operações e promover a saúde e segurança de todos.

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Entender como funciona uma empresa é fundamental para enfrentar os desafios e dificuldades que poderão surgir ao longo do tempo. É uma das maneiras de

estabelecer como vai trabalhar essa empresa é compreender seu ambiente organizacional.

O ambiente organizacional nada mais é do que um conjunto de condições variadas, tanto externas quanto internas e saber o quanto essas circunstâncias podem afetar no desenvolvimento de uma companhia. E saber do que são compostos esses ambientes também é fundamental para encarar esses desafios.

O ambiente interno envolve todos os requisitos que são necessários para a prestação de serviço de uma organização, como representados abaixo:

- Os proprietários: são todas as pessoas que investiram na empresa, sócios e donos, podendo ser um grupo ou apenas um indivíduo.

- Conselho administrativo: é a direção da empresa eleita pelos acionistas, que têm a responsabilidade de supervisionar a administração da incorporação, como o gerente geral.

- Funcionários: são os colaboradores de uma empresa, um elemento muito importante, que executam as tarefas da administração.

Já o ambiente externo é composto de tudo aquilo que influencia na atividade da empresa. Porém, a organização não tem controle sobre como os elementos do ambiente externo serão configurados e eles podem ser subdivididos em duas camadas: o ambiente geral e o ambiente de tarefas.

O ambiente geral consiste em fatores que podem ter um efeito direto imediato nas operações, mas influencia as atividades da empresa. As dimensões do ambiente geral são amplas e não específicas, enquanto as dimensões do ambiente de tarefas são compostas por uma organização específica.

Outro ponto importante a se destacar é que o relacionamento que se deve ter com esse tipo de ambiente é necessário para o funcionamento de uma organização. Os elementos que compõem o ambiente geral e como influenciam na organização são:

- Dimensão econômica: é um status geral do sistema econômico na qual a organização opera, que compõe alguns fatores importantes como a inflação, a taxa de juros e o desemprego. Ela influencia quando há juros muito altos e acaba afastando as pessoas de se tornarem clientes.

- Dimensão tecnológica: é o método de converter os produtos em serviços, mas é muito importante saber se os clientes estão adaptados com ela.

- Dimensão sociocultural: saber o que o cliente de uma empresa precisa e quais as condições financeiras é essencial para o conhecimento da organização.

- Concorrentes: o cliente sempre terá opções disponíveis, por isso conhecer a concorrência e tentar sempre oferecer um produto ou serviço melhor é importante para o crescimento da companhia.

- Clientes: um dos pontos mais importantes para a evolução e crescimento de uma empresa. Conhecer o que é preciso para atrair cada vez mais clientes, e oferecer o melhor serviço e produto, ouvir sugestões e sempre buscar alternativas que facilitem o acesso são essenciais para que o cliente sempre escolha a mesma empresa.

- Fornecedores: um bom relacionamento com aquele que oferece o produto para a empresa é importante para o gerenciamento.

- Parceiros estratégicos: Eles são a organização e os indivíduos com quem a organização tem um acordo ou entendimento em benefício a ambas. Esses parceiros estratégicos influenciam de alguma forma as atividades da organização de várias maneiras.

Portanto, a maneira que a empresa decidir lidar com todos esses elementos, influenciará como será o crescimento e o desenvolvimento da companhia.

A Natura, empresa multinacional brasileira de cosméticos, por exemplo, lida muito bem com o seu ambiente externo, buscando sempre por um atendimento personalizado e inovador. Com seu sistema aberto (que é a interação da organização com o ambiente, ou seja, cada vez que o ambiente externo muda, a empresa para

sobreviver adapta seus produtos, técnicas e estruturas para acompanhar estas mudanças), procura trazer o melhor para seus clientes e seus colaboradores, buscando a evolução e desenvolvimento como marca, procura sempre satisfazer os desejos das pessoas ao seu redor. “Uma marca de beleza pode criar produtos que tem a ética como ingrediente principal e uma rede de pessoas unidas em um só propósito: deixar o mundo mais bonito.” como diz em seu próprio site.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

Fundada em 1969, a Natura é uma empresa multinacional brasileira de cosméticos, produtos de higiene e beleza. Líder no setor da venda direta no Brasil, a Natura alcançou um volume de negócios líquido de 7,4 mil milhões de reais (ou seja, 2,3 mil milhões de euros) em 2014, e conta com 7000 colaboradores, bem como 1,7 milhões de conselheiros(as).

Para além do Brasil, a empresa está também implantada em países como a Argentina, Bolívia, Chile, México, Peru, Colômbia, Estados- Unidos e França. Possui fábricas em Cajamar (estado de São Paulo), Benevides (estado do Pará) e centros de pesquisa e tecnologia em São Paulo, Manaus (estado do Amazonas) e em Nova Iorque (Estados Unidos).

Graças ao seu empenho em prol da sustentabilidade e ao seu objetivo até 2020 de produzir um impacto ambiental, social e econômico positivos, tornou-se também a maior empresa com certificação B Corp no mundo e a primeira empresa cotada em bolsa a receber esta certificação em dezembro de 2014. Detém 65% do fabricante australiano de cosméticos Aesop, com lojas em vários continentes, nomeadamente Oceania, Ásia, Europa e América do Norte.

A Natura recebeu o reconhecimento internacional como Best For The World 2021 (ou, Melhor empresa para o mundo, em português) na categoria Meio Ambiente.

Esse resultado é o reflexo da atuação com impacto positivo na cadeia ambiental, social e econômica, além de fruto do bom desempenho que alcançaram na certificação de Empresa B – a qual conquistou pela terceira vez consecutiva em 2020. Um dos

principais diferenciais das Empresas B, é que essas buscam ser as melhores PARA o mundo e não DO mundo.

- Pontuação e resultados:

Para obter essa certificação é necessário alcançar, no mínimo, 80 pontos em uma auditoria extensa, cuja pontuação máxima é 200. Todas as empresas são avaliadas a partir de critérios como Governança, Transparência, Colaboradores, Comunidades de Fornecedores, Meio Ambiente e Clientes.

Em 2014, quando conquistaram a certificação pela primeira vez, alcançaram 108,4 pontos e se tornaram a primeira empresa de capital aberto da América Latina a ter esse selo.

Em 2017, chegaram aos 123.8 pontos e, em 2020, alcançaram a marca de 153 pontos.

De 2017 para 2020 alcançaram o aumento de 24% nessa pontuação.

A certificação é entregue pelo B Lab, uma instituição independente e sem fins lucrativos que integra o Movimento B – comunidade global que deseja transformar a economia através de negócios mais inclusivos, equitativos e regenerativos.

- Iniciativas:

Atualmente, a Natura é uma das poucas empresas no mundo a pontuar em seis modelos de negócio de impacto que refletem o DNA das companhias.

São eles: Desenvolvimento de Funcionários, Conservação do Solo e Vida Silvestre, Processos de Fabricação Ecológicos e Inovadores, Mitigação da Pobreza

Para a Natura é muito importante a busca constante por impactos positivos, por meio das três causas. Com a “**Amazônia Viva**”, por exemplo, contribuem para a conservação de 2 milhões de hectares da Amazônia, aliando um comércio justo ao manejo sustentável, juntamente da repartição de benefícios.

Já com a iniciativa “**Mais Beleza, Menos Lixo**”, apoiam o desenvolvimento de ações sustentáveis para a gestão de resíduos. Inclusive, é a primeira marca brasileira de cosméticos a adotar refis em produtos, ainda em 1983, evitando assim o descarte diário de lixo que equivale a uma quantidade produzida por 5,5 milhões de pessoas.

Por fim, com a causa “**Cada Pessoa Importa**”, buscam promover diversidade e inclusão, além de garantir para a rede de relações o acesso a uma renda justa e que assegure que necessidades primordiais - como alimentação, moradia, educação, assistência médica e transporte - sejam atendidas.

Principais destaques como Empresa B:

Em 2020, os principais destaques de pontuação foram:

- O modelo de negócios de impacto positivo com a rede de Consultoras de Beleza, como proposta para geração de renda e uma resposta rápida à pandemia, com a criação do Fundo de Emergência e ações contra violência doméstica.

- Na esfera ambiental, o destaque foi o Programa Natura Carbono Neutro, com inovações em embalagens sustentáveis e calculadora ambiental de produtos.

- No cuidado à biodiversidade, se destacaram pelo fortalecimento de iniciativas no Programa Natura Amazônia, com cadeias da sociobiodiversidade.

- Nas estratégias de diversidade, foram reconhecidos pelo programa de inclusão entre os colaboradores, além de contar com um alto número de lideranças femininas e oferecer salários dignos.

“Esse reconhecimento é de todos aqueles que, diariamente, contribuem para que sigamos operando em um modelo de negócios que reforça que uma marca de beleza pode fazer muito mais pelo mundo, para nossos consumidores, parceiros, colaboradores, Consultoras e Consultores de Beleza e todos aqueles que apoiam empresas com causas sustentáveis”.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE

3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE

- Multiculturalismo e Identidade:

Entende-se por Multiculturalismo a inter-relação de várias culturas em um mesmo ambiente. Alguns países com o Brasil apresentam uma maior multiculturalidade, devido aos diferentes grupos de imigrantes recebidos ao longo dos séculos como holandeses, franceses, espanhóis, italianos, japoneses, alemães, entre outros, e que se integraram e coabitam em harmonia em nosso país.

O Brasil é conhecido por ser um dos países que melhor recebe seus visitantes, apesar de uma forte marca cultural própria, além da notável diferença cultural mesmo entre as diferentes regiões do país como norte, nordeste, centro-oeste e sul, que carregam sua própria diversidade cultural.

Com o acelerado desenvolvimento tecnológico, as distâncias culturais foram encurtadas, e graças ao intenso e fácil contato entre as mais diversas culturas, tornando o mundo muito mais *multi* do que no passado.

A cultura está diretamente ligada a forma como vivemos como indivíduos e inseridos no grupo como sociedade e estão presentes em nosso dia a dia como a arte, música, cinema, televisão, religião, costumes, dança, teatro, culinária, ou seja, cultura é uma forma de se viver, sentir e ser.

A cultura de cada povo é a história é resultado de suas origens, portanto, não existe certo ou errado, superior ou inferior, o diverso ou diferente deve ser respeitado, pois cada cultura tem seus princípios, valor histórico e identidade própria de determinada região ou país.

Somos únicos e diferentes. Não existe no mundo um ser humano igual ao outro, e dentro deste contexto que opiniões, ideias e pensamentos, muitas vezes contrárias devem ser respeitadas, pois a intolerância e censura já não cabem em nosso mundo moderno.

Vivemos em uma democracia, e posso me valer do direito de liberdade de expressão, sem ferir o direito do outro.

Com o intuito de preservar a riqueza da diversidade cultural dos países, a Organização das Nações Unidas para a Educação a Ciência e a Cultura (UNESCO) criou a “Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural”, reconhecendo as múltiplas culturas como uma “herança comum da humanidade”, e é considerada o primeiro

instrumento que protege e promove a diversidade cultural e o diálogo intercultural entre as nações, sendo tão importante e necessária para a humanidade como a biodiversidade para a natureza.

Segundo documento publicado pela Anistia Internacional (Informe 2021/22) “ O Estado dos Direitos Humanos no Mundo”, defensores e defensoras dos direitos humanos foram mortos em vários países como Brasil, Colômbia, Guatemala, Haiti, Honduras, México, Peru e Venezuela. Um relatório da ONG Global Witness descreveu a Colômbia como o país com o maior número de ataques registrados contra os defensores dos direitos humanos no mundo. O Brasil está em quarto lugar, o maior número de assassinatos, e a Venezuela segundo o Centro de Defensores e a Justiça, em 2021 aconteceram 743 ataques a ativistas, um aumento de 145% com relação a 2020.

- Diversidade Cultural e Étnico-raciais

O Brasil é um país de imensa diversidade cultural, devido a miscigenação entre o indígena, o negro escravizado e o imigrante europeu, além de povos de outras nacionalidades, e que trouxeram consigo suas tradições e costumes, contribuindo assim para essa enorme pluralidade cultural.

Porém essa diversidade brasileira veio acompanhada de relações desiguais e hierarquizadas, marcadas por injustiças sociais e violência.

O termo RAÇA refere-se ao âmbito biológico, utilizado para identificar características humanas e suas diferenças. As mais comuns referem-se a cor da pele, tipo de cabelo, formação facial e do crânio, e apesar do termo raça estar muitas vezes associado ao de etnia, eles não são sinônimos.

Raça engloba características fenotípicas, e etnia compreende fatores culturais como religião, tradições, costumes, língua, nacionalidade de um determinado grupo.

Segundo o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, a população brasileira subiu para 212,7 milhões em 2021, alta de 7,6% em comparação com 2012. Deste total, 43% se autodeclararam brancas, 9,1% pretas, e 47% autodeclararam pardas, o que nos dá o posto de país com o maior população negra fora do continente africano.

A cultura afro-brasileira teve seu início no período de escravidão e apesar da Lei da Abolição, mesmo com a libertação, deixou marcas e cicatrizes até os dias atuais, como desigualdade, discriminação e racismo ainda existentes.

É necessário reconhecer todo o sofrimento, esforço e contribuição do povo africano na construção do nosso país, buscando a integração e empoderamento do negro na sociedade, através não só de políticas públicas, mas na conscientização de cada indivíduo, de que essas são nossas raízes culturais, familiares, sociais e de pertencer a essa nação.

- Gênero e Diversidade:

Identidade de gênero, ideologia de gênero, diversidade de gênero, preconceito de gênero, ou seja, termos utilizados para definir diferenças entre homens e mulheres.

Crescemos sendo ensinados que meninos devem vestir azul, brincar de carrinho, lutas, aventuras, gostar de esportes e não devem chorar. Já as meninas devem brincar de boneca, casinha, cozinhar, atividades relacionadas ao lar, vestir rosa e que são frágeis emocionalmente, e o fato é que meninas e meninos são orientados a agir de acordo com padrões de uma sociedade que não evoluiu no decorrer dos anos, e muitas crianças crescem não se encaixando nos conceitos pré estabelecidos.

Desta forma, tratar deste assunto delicado desde a infância, baseado nos direitos humanos e igualdade de gênero é tão importante para o combate ao preconceito racial, de regionalismo, de elitismo, de diversidade sexual e religiosa entre outros, formando adultos conscientes e que respeitam o próximo.

No âmbito profissional, por exemplo, algumas profissões são “classificadas” como masculinas ou femininas, e a luta por igualdade nos dias de hoje não é somente das mulheres, e sim no universo masculino também. É a luta pela liberdade de escolha, de ser quem quiser ser, é a urgente desconstrução de estereótipos entre homens e mulheres em todos os setores da sociedade.

- Cultura religiosa no Brasil:

A palavra religião tem origem do latim e significa “religar”, se conectar com o que é divino, é praticada pelo ser humano desde os tempos mais remotos, e era utilizada para explicar fenômenos da natureza. É um conjunto de crenças que faz as pessoas acreditarem na existência de uma entidade ou ser superior.

O Brasil atualmente é um país que garante liberdade religiosa e de culto a todos cidadãos, conforme art. 5º da CF/88, é um Estado laico, ou seja, o Estado não favorece nenhuma religião específica, criando condições para o convívio harmônico entre as religiões.

Principais religiões praticadas no país:

- Catolicismo - 50%
- Evangelismo - 31%
- Espiritismo - 3%
- Umbanda, Candomblé - 2%
- Sem religião - 10%
- Ateus - 1%
- Outras - 3%

Perseguição, intolerância e incitação ao ódio, são atos inaceitáveis e de discriminação religiosa, no Brasil foi instituído o Dia Nacional de Combate à Intolerância Religiosa - 21 de janeiro, por meio da Lei 11.635 de 27/12/2007, tendo como principal motivo o caso de violência ocorrido contra a yalorixá Gildásia dos Santos, a Mãe Gilda, falecida em 2000 por complicações na saúde, consequentes de perseguição religiosa. A implementação da data no calendário nacional foi o reconhecimento da trajetória e luta da sacerdotisa e líderes religiosas negras com repercussão por todo o Brasil no combate ao racismo, desigualdade e justiça.

Em tempos difíceis como o que estamos vivendo hoje no mundo, a palavra de ordem é EMPATIA, que nada mais é do que ser capaz de compreender o sentimento e reação de outra pessoa, colocando-se nas mesmas circunstâncias que ela emocionalmente.

Devemos praticar esse exercício como cidadãos, ouvir ainda que não concorde, respeitar, sentir e entender as emoções alheias.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Optamos pelo banner, como forma de relatar um tema atual que é a Copa do Mundo 2022.

Violação dos direitos humanos são registradas no país sede da Copa do Mundo 2022, o Qatar no Oriente Médio, conhecido historicamente por seu regime de intolerância com a população LGBT, no país ser homossexual é crime que pode levar a morte, e seu tratamento opressor contra as mulheres, além de registros de trabalho forçado a imigrantes da África e Ásia.

O Qatar foi o país que mais investiu para sediar uma Copa do Mundo, foram US\$ 220 bilhões, e estádios foram erguidos às custas de sacrifício e mortes de milhares de imigrantes escravizados em uma versão moderna do sistema Kafala (palavra de origem árabe, significa patrocínio/monetizar trabalhadores imigrantes).

Músicos de todo o mundo se recusaram a participar do evento de abertura em solidariedade às vítimas de abuso no país anfitrião da Copa.

Uma campanha antidiscriminação foi criada, chamada ONE LOVE, e Capitães de seleções europeias como Inglaterra, França e Alemanha queriam entrar em campo nos jogos oficiais usando braçadeiras com as cores do arco-íris, porém foram proibidos pela organização do Mundial a FIFA.

Sediar eventos como o Mundial de Futebol ou os jogos Olímpicos é uma estratégia adotada por governos ditatoriais para encobrir a sua reputação internacional, ou seja, o espírito esportivo de inclusão, diversidade cultural e orientação de gênero tem data marcada para acabar no país, e é o final da Copa do Mundo, uma triste realidade enfrentada e que merece o olhar mais atento da humanidade.

4. CONCLUSÃO

Para elaboração do nosso trabalho, abordamos assuntos muito importantes e atuais.

Primeiramente escolhemos a empresa que iríamos trabalhar, que no caso é a Natura, empresa de cosméticos, e depois colocamos a “mão na massa”.

Falamos sobre a situação atual do Brasil, os índices de inflação, a economia geral de nosso país no momento atual. Falamos também sobre o PIB e como ele impacta nos investimentos econômicos.

Abordamos também um assunto importantíssimo dentro de uma empresa que é o Ambiente Organizacional. Uma ação que faz toda diferença no crescimento da organização. Dentre vários outros.

Também falamos sobre a Diversidade. Assunto muito atual e pertinente nesse momento de Copa do Mundo.

Citamos vários tópicos como: multiculturalismo, diversidade cultural, problemas raciais, religiosos e de gênero.

Enfim, nós ajudamos, discutimos, trabalhamos e apresentamos nosso trabalho de PI para avaliação dos senhores.

REFERÊNCIAS

<https://www.natura.com.br/blog/mais-natura/natura-50-anos-conheca-os-marcos-da-nossa-historia> - 18/11/2022

<https://www.naturaeco.com/pt-br/grupo/quem-somos/> - 18/11/2022

<https://ri.naturaeco.com/> - 18/11/2022

https://ricconnect.rico.com/vc/analises/pib-o-que-e-e-como-impacta-seus-investimentos?campaignid=316171546&adgroupid=55392294370&feeditemid=&targetid=dsa-19959388920&loc_interest_ms=&loc_physical_ms=9101232&matchtype=&network=g&device=c&devicemodel=&ifmobile=&ifmobile=0&ifsearch=1&ifsearch=&ifcontent=0&ifcontent=&creative=298673772136&keyword=&placement=&target=&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term=&utm_campaign=GGLE_PESO_DSA&hsa_tgt=dsa-19959388920&hsa_net=adwords&hsa_kw=&hsa_grp=55392294370&hsa_acc=7134496929&hsa_ver=3&hsa_ad=298673772136&hsa_cam=316171546&hsa_mt=&hsa_src=g&gclid=CjwKCAiAvK2bBhB8EiwAZUbP1Ev5XyoPkCvrqk6--Py1jcn3ScyP5vTnfca-6Z7lx3onc913OUGQ9BoCZLsQAvD_BwE - 09/11/2022 - 3.1.1

<https://br.advfn.com/indicadores/pib/calculo> - 09/11/2022 - 3.1.1

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/03/04/desempenho-do-pib-do-brasil-em-2021-fica-em-15o-em-ranking-com-25-paises.ghtml> - 23/11/2022 - 3.1.1

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/03/03/com-recessoes-e-pandemia-pib-do-brasil-tem-pior-decada-em-120-anos.ghtml> - 23/11/2022 - 3.1.1

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/03/03/com-recessoes-e-pandemia-pib-do-brasil-tem-pior-decada-em-120-anos.ghtml>

<https://www.significados.com.br/diversidade-cultural> - 25/11/2022

<https://www.amnesty.org/en/documents/pol10/4870/2022/bp> - 25/11/2022

<https://brasil500anos.ibge.gov.br/en/territorio-brasileiro-e-povoamento/negros/a-heranca-cultural-negra-e-racismo.html> - 18/11/2022

<https://religioepoder.org.br/artigo/a-influencia-das-religoes-no-brasil> - 26/11/2022

https://pt.wikipedia.org/wiki/Intoler%C3%A2ncia_religiosa - 26/11/2022

<https://www.natura.com.br/relatorio-anual> - 28/11/2022 - 3.2

www.natura.com.br/blog - 28/11/2022 - 3.2.2

<https://www.tomanini.com.br/ambiente-organizacional/> - 27/11/2022 - 3.2.1

<https://www.natura.com.br/mundo-mais-bonito-com-voce> - 27/11/2022 - 3.2.1

ANEXOS

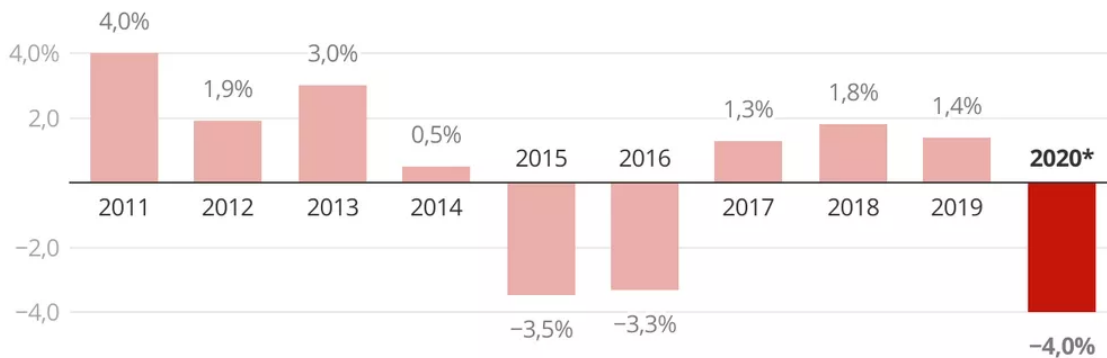
Figura 1:



Figura 2:

Evolução do PIB na década

Crescimento da economia em relação ao ano anterior



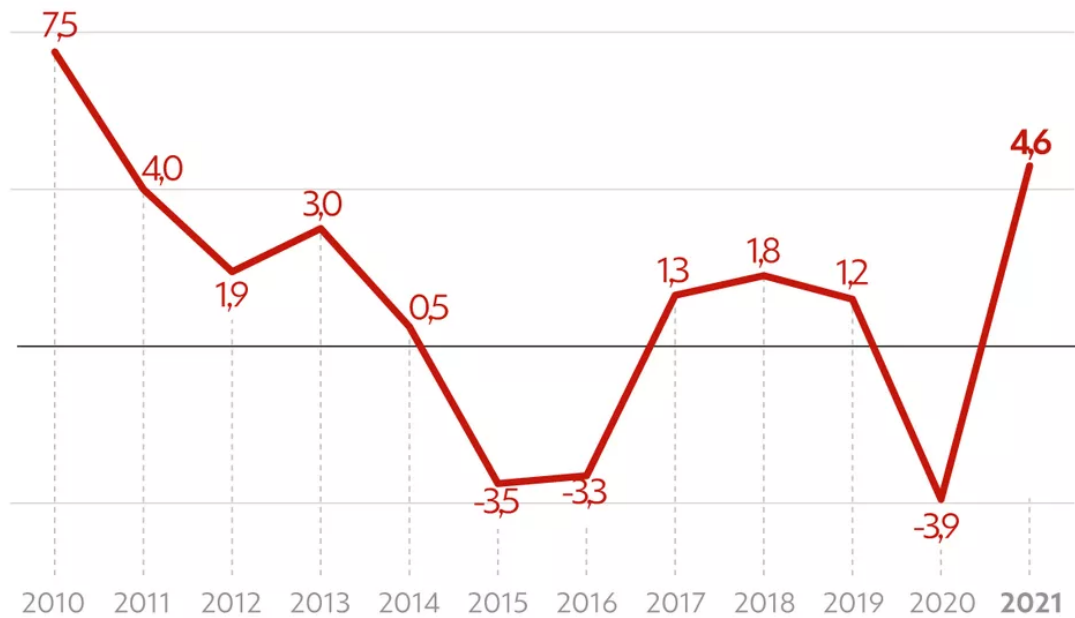
Fonte: IBGE

*Estimativa Monitor do PIB da FGV

Figura 3:

Evolução do PIB

Ano a ano, em %



g1

Fonte: FGV e IBGE
Infográfico elaborado em: 04/03/2022

Figura 4:

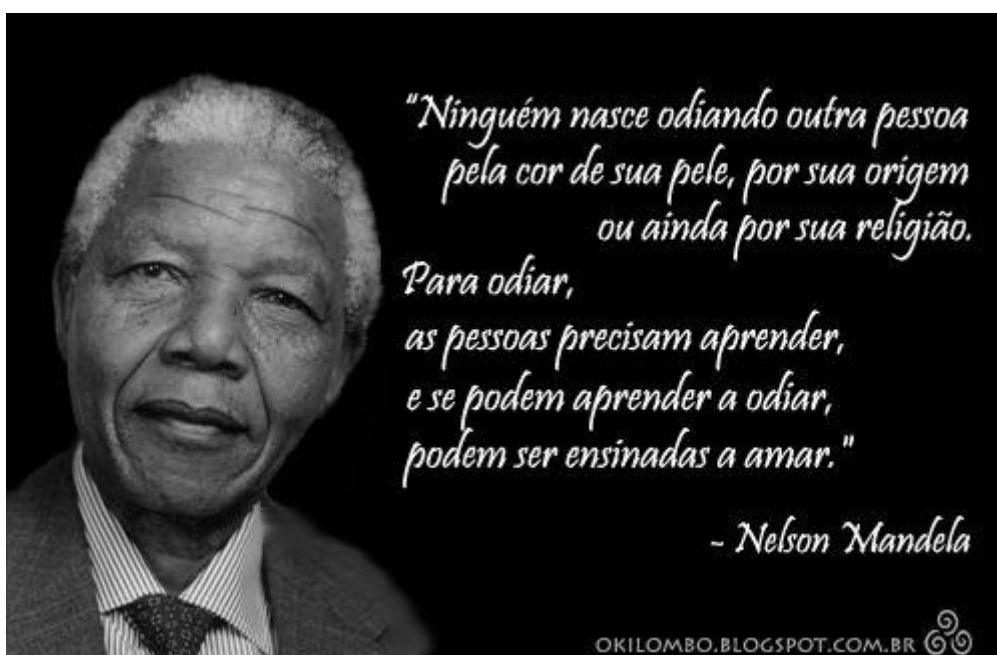


Figura 5:

