



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
Universidade Federal de Ouro Preto  
Escola de Minas – Colegiado de Engenharia Ambiental  
Curso de Graduação em Engenharia Ambiental

---

**Isabela Medeiros Teles**

**ANÁLISE, EM RETROSPECTIVA, DA IMPLANTAÇÃO DE  
PROGRAMAS DE GESTÃO AMBIENTAL EM UMA INDÚSTRIA DE  
COSMÉTICOS, FRAGRÂNCIA E PRODUTOS DE HIGIENE PESSOAL**

Ouro Preto

2022

Análise do Sistema de Gestão Ambiental aplicado em uma indústria de cosméticos –

Estudo de caso: Natura Cosméticos S.A.

Isabela Medeiros Teles

Monografia de conclusão de curso para obtenção do grau de Engenheira Ambiental na Universidade Federal de Ouro Preto como parte dos requisitos para a obtenção do Grau de Engenheira Ambiental.

Área de concentração: Sistema de Gestão Ambiental

Orientador: Prof. Dr. Hubert Mathias Peter Roeser - UFOP

Ouro Preto

2022

## SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

T269a Teles, Isabela Medeiros.

Análise do Sistema de Gestão Ambiental aplicado em uma indústria de cosméticos - Estudo de caso [manuscrito]: Natura Cosméticos S.A.. / Isabela Medeiros Teles. - 2022.

71 f.: il.: color., gráf., tab.. + Quadro.

Orientador: Prof. Dr. Hubert Mathias Peter Roeser.

Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola de Minas. Graduação em Engenharia Ambiental .

1. Higiene Pessoal. 2. Sistema de Gestão Ambiental (SGA). 3. Meio ambiente - Indicadores Ambientais. I. Roeser, Hubert Mathias Peter. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

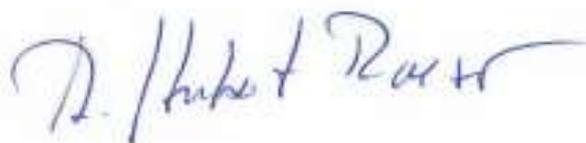
CDU 504:502

Bibliotecário(a) Responsável: Maristela Sanches Lima Mesquita - CRB-1716

Análise do Sistema de Gestão Ambiental aplicado em uma indústria de cosméticos –  
Estudo de caso: Natura Cosméticos S.A.

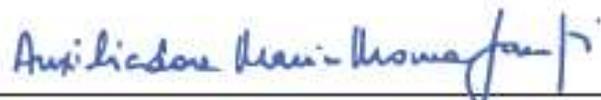
Isabela Medeiros Teles

Monografia de conclusão de curso para  
obtenção do grau de Engenheira  
Ambiental na Universidade Federal de  
Ouro Preto, defendida e aprovada em 11  
de abril de 2022, como parte dos  
requisitos para a obtenção do Grau de  
Engenheira Ambiental. Banca  
examinadora:



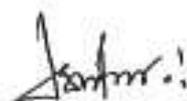
---

Orientador: Prof. Dr. Hubert Mathias Peter Roeser – UFOP



---

Membro: Prof. Dra. Auxiliadora Maria Moura Santi



---

Membro: Prof. Dr. Danton Heleno Gameiro – UFOP

*Dedico esta pesquisa à minha família, meus pais e meu irmão.*

*Pela união e torcida de sempre.*

*Esta conquista é minha para vocês!*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à Ele, ao universo, aos guias e astros, pelas oportunidades e conquistas da vida.

Aos meus pais, Geovani e Terezinha, por todo amor e carinho.

Ao meu irmão, Bernardo, pela amizade e apoio de sempre.

Às experiências profissionais das quais pude participar, Crea-Minas Jr, Renovar Consultoria Jr, Nacional da Grafite LTDA, Fundação Gorceix, RGL Engenharia e, por último, Archer Daniels Midland Company.

À Ouro Preto, pela intensidade de cada minuto aqui vivido.

À UFOP, Escola de Minas e Deamb, pelo ensino gratuito e de qualidade.

À Profª Auxiliadora, por acompanhar o início do projeto.

Ao Profº Hubert, pela dedicação e assistência na execução deste trabalho.

Por fim, à minha amada República Relicário, por ser família durante esses anos.

## **RESUMO**

A Natura Cosméticos S.A., escolhida como objeto de estudo, tem sua postura, iniciativas e ações ambientalmente corretas sendo considerada uma das maiores indústrias no setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos do mundo, a Natura&CO.

A análise histórica da evolução dos indicadores ambientais da Natura foi feita por meio de uma pesquisa exploratória a partir da investigação documental em seus Relatórios Anuais disponibilizados na Rede Mundial de Computadores.

A empresa acompanha a evolução dos indicadores ambientais desde os anos 2000. E após implantar o Sistema de Gestão Ambiental, em 2004, continuou a acompanhar os indicadores e apresentou quais foram as iniciativas e ações ambientalmente corretas tomadas por ela no período compreendido entre 2004 e 2019.

Os indicadores ambientais analisados foram: consumo de água, gerenciamento de resíduos sólidos, emissão gases de efeito estufa e consumo energético. Compreendidos pelo período de 2008 a 2019, e selecionados assim, devido à constância das unidades de medida utilizadas nesse tempo. A metodologia adotada pela empresa permitiu a comparação dos picos, máximo e mínimo, dos indicadores ambientais e a influência do Sistema de Gestão Ambiental nos resultados do meio econômico, social, e principalmente, ambiental.

Palavras-chaves: Higiene Pessoal, Sistema de Gestão Ambiental, Indicadores Ambientais.

## **ABSTRACT**

Natura Cosméticos S.A., chosen as the object of study, has its stance, initiatives and actions environmentally correct, being considered one of the largest industries in the sector of personal hygiene, perfumery and cosmetics in the world, Natura&CO.

The historical analysis of the evolution of Natura's environmental indicators was done through an exploratory research based on documentary research in its Annual Reports available on the World Wide Web.

The company has been following the evolution of environmental indicators since the 2000s. And after implanting the Environmental Management System, in 2004, it continued to follow the indicators and presented which were the initiatives and environmentally correct actions taken by it in the period between 2004 and 2019.

The environmental indicators analyzed were: water consumption, solid waste management, greenhouse gas emissions, and energy consumption. Comprised by the period from 2008 to 2019, and thus selected due to the constancy of the measurement units used in this time. The methodology adopted by the company allowed the comparison of the peaks, maximum and minimum, of the environmental indicators and the influence of the Environmental Management System in the economic, social, and especially, environmental results.

Keywords: Personal Hygiene, Environmental Management System, Environmental Indicator.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Instalações Natura da unidade Cajamar/São Paulo. ....	16
<b>Figura 2:</b> Produtos fabricados pela Natura e suas respectivas linhas. ....	17
<b>Figura 3:</b> Primeiras linhas com refil das embalagens. ....	19
<b>Figura 4:</b> As três dimensões do Programa Carbono Neutro. ....	20

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Consumo de água dado em litros por unidade produzida por ano. ....	33
<b>Gráfico 2:</b> Resíduos sólidos gerados em gramas por unidade produzida por ano. ....	36
<b>Gráfico 3:</b> Emissão de gases de efeito estufa dado em quilo de CO <sub>2</sub> equivalente por quilo de produto faturado por ano. ....	40

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1:</b> Evolução histórica da Natura ao longo da sua trajetória.....	47
<b>Quadro 2:</b> Alguns dos produtos fabricados pela Natura Cosméticos S.A.....	50
<b>Quadro 3:</b> Resultado de uma Análise SWOT.....	25
<b>Quadro 4:</b> Resultado de uma Análise Triple Botton Line – TBL.....	26
<b>Quadro 5:</b> Iniciativas ambientais propostas pela Natura que influenciou os resultados do indicador <i>consumo de água</i> .....	53
<b>Quadro 6:</b> Iniciativas ambientais propostas pela Natura que influenciou os resultados do indicador <i>gerenciamento de resíduos sólidos</i> .....	54
<b>Quadro 7:</b> Iniciativas ambientais propostas pela Natura que influenciou os resultados do indicador <i>emissão de gases de efeito estufa</i> .....	55

## **LISTA DE TABELA**

<b>Tabela 1:</b> Evolução dos indicadores ambientais da Natura.....	522
---	-----

## LISTA DE SIGLAS

ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmético

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

ACV – Análise do Ciclo de Vida

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária

APR – Análise Preliminar de Risco

BM&F BOVESPA – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo

CN's – Consultoras Natura

CNUMAD – Comissão das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento

CO<sub>2</sub> – Dióxido de Carbono

CO<sub>2e</sub> – Dióxido de Carbono Equivalente

CONAMA – Conselho Nacional de Meio Ambiente

COP – Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas

EP&L – Environmental Profit and Loss

ETE – Estação de Tratamento de Efluente

GEE – Gases de Efeito Estufa

GHG Protocol – Greenhouse Gas Protocol Initiative

GLP – Gás Liquefeito de Petróleo

GRI – Global Reporting Iniciativa

HPPC – Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmético

ITEHPEC – Instituto de Tecnologia e Estudos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial

ISO – International Standardization Organization

kg – quilograma

MMA – Ministério do Meio Ambiente

MWh – Megawatt-hora

NBR – Normas Brasileiras

NINA – Núcleo de Inovação Natura Amazônia

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

ONU – Organização das Nações Unidas

P+L – Produção Mais Limpa

PDCA – Plan-Do-Check-Act

PNMA – Política Nacional do Meio Ambiente

PNUMA – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente

RDC – Resolução da Diretoria Colegiada

SGA – Sistema de Gestão Ambiental

SWOT – Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats

TBL – Triple Bottom Line

WWF – World Wildlife Fund

## SUMÁRIO

Agradecimentos.....	II
Resumo.....	I
Abstract .....	II
Lista de Figuras .....	III
Lista de Gráficos .....	IV
Lista de Quadros.....	V
Lista de Tabela .....	VI
Lista de Siglas .....	VII
Sumário .....	IX
1 INTRODUÇÃO.....	1
2 OBJETIVO .....	5
2.1 Objetivos Específicos .....	5
3 REVISÃO DA LITERATURA .....	6
3.1 Panorama do setor .....	10
3.2 Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos - ABIHPEC .....	11
3.3 Natura da ABIHPEC .....	12
4 METODOLOGIA.....	14
5 RESULTADOS E DISCUSSÕES – ESTUDO DE CASO .....	16
5.1 Natura Cosméticos.....	16

5.2	Natura e a Gestão Ambiental.....	18
5.2.1	Política Ambiental da Natura .....	23
5.3	Indicadores Ambientais .....	28
5.3.1	Consumo de Água .....	28
5.3.2	Gerenciamento de Resíduos sólidos.....	28
5.3.3	Emissão de Gases de Efeito Estufa .....	30
5.3.4	Consumo Energético .....	31
5.4	Coleta de dados.....	32
5.5	Resultados quantitativos .....	32
5.5.1	Consumo de Água .....	32
5.5.2	Gerenciamento de Resíduos Sólidos .....	36
5.5.3	Emissão de Gases de Efeito Estufa .....	40
5.5.4	Consumo Energético .....	43
6	CONCLUSÃO .....	44
	REFERÊNCIAS .....	45
	APÊNDICE A .....	47
	APÊNDICE B.....	50
	APÊNDICE C.....	52
	APÊNDICE D .....	53

# 1 INTRODUÇÃO

A higiene pessoal é todo e qualquer cuidado com o corpo, pode ser representado pelo asseio, limpeza e saúde. É a prática por hábitos básicos do dia a dia, como: escovar os dentes, lavar as mãos, tomar banho.

Desde a antiguidade, doenças contagiosas são documentadas historicamente devido à falta de higiene. Mesmo que em muitos casos os patógenos, bactérias e vírus, ainda não fossem conhecidos, os antigos romanos já tinham um nível relativamente alto de higiene pessoal e comunitário. Por exemplo, o esgoto em Roma foi drenado através da *Cloaca máxima* para o rio Tibre e removido da cidade. Na Idade Média e até certo ponto nos tempos modernos, esses padrões de higiene caíram drasticamente. Isso levou às conhecidas epidemias de peste, mas também à cólera e ao tifo.

No Brasil, um dos fatores relevantes em relação a higiene é o cultural. Por ser um país principalmente de clima tropical, os nossos hábitos de cuidados corporais diários foram herdados e influenciados, principalmente, dos índios brasileiros. A longo prazo percebeu-se a importância desses hábitos de higiene e como afetava a saúde da população no geral.

Com o passar do tempo, agregou-se mais conhecimento, aprofundando o assunto por meio de pesquisas científicas, artigos publicados, notícias divulgadas. Nos últimos cem anos, a higiene pessoal foi acompanhada por um aumento no uso de cosméticos. Dado um aumento exponencial. Alguns itens de cosméticos já eram usados em tempos antigos, por exemplo na Egípcia, mas nada comparado aos dias de hoje.

Assim, em tempos mais recentes que ocorreu o gatilho para que grandes empresas de cosméticos fossem criadas e posteriormente, fundadas grandes fábricas. Isso, considerando que, a visão de higiene pessoal viesse a ser apontada como necessidade humana. Mas também, para aperfeiçoar a higiene pessoal, além de certas necessidades já citadas. Foi assim que surgiram empresas do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos.

Neste contexto e analisando a necessidade humana sobre a higiene pessoal, a *Natura Cosméticos* se viu diante de uma oportunidade de um empreendimento que fosse capaz de suprir a demanda que começara a aparecer.

A *Natura Cosméticos* está a mais de 50 anos no mercado, desde sua fundação em 1969, em Cajamar/São Paulo por Antônio Luiz Seabra. Sua principal atividade é o setor de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos para tratamento de pele e fios capilar, atendendo o público feminino, masculino e infantil. Após a fusão com outras empresas, a *Natura*, tornou-se uma das maiores empresas do setor Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos – HPPC, do mundo, a *Natura&CO*.

Ao longo dos anos com industrialização do setor, e levando em conta as recentes políticas e padrões socioambientais nasceu a necessidade de um melhor acompanhamento ambiental sobre os empreendimentos e suas atividades potencialmente poluidoras. As empresas passaram a disputar uma conquista de mercado e a necessidade do pioneirismo ambiental, o que ocasionou a importância da criação órgãos que gerenciasse as leis ambientais.

Os avanços na gestão ambiental pública ocorridos no Brasil à partir da publicação da Lei Nacional do Meio Ambiente – Lei Federal Nº 6.938, em 1981, induziram a inserção de práticas de gerenciamento ambiental com foco direto no desenvolvimento ambiental.

A preservação da qualidade ambiental e manutenção do equilíbrio ecológico, ressaltaram a relevância do fator ambiental para o setor industrial.

Na década de 90, iniciou-se um movimento de conscientização ambiental no mundo corporativo devido ao aumento de preocupação da sociedade em geral com a natureza, a sua proteção, os padrões climáticos e a poluição dos ecossistemas. Com essa ideia foi criado um comitê na International Standardization Organization – ISO, para a discussão dos padrões ambientais a serem adotados pelas empresas para que houvesse rigidez na conformidade ambiental dos processos. A empresa que adquirisse esse certificado já seria reconhecida como organização em conformidade ambiental, automaticamente.

O certificado de conformidade ambiental advém das normas estabelecidas no Sistema de Gestão Ambiental – SGA, apresentado pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. A primeira versão da norma foi disponibilizada no ano de 1996 e adaptada em 2004.

Em cumprimento à ABNT NBR ISO 14.001:2004 e com intuito de capacitar as empresas a operarem sob um regime mais sustentável do ponto de vista ambiental, “*é uma norma aceita internacionalmente que define requisitos para colocar um sistema de gestão ambiental em vigor*”. O Sistema de Gestão Ambiental, é um conjunto de diretrizes adotadas para a

implementação de uma política ambiental que permite o empreendimento, independentemente de seu porte, definir, mensurar, analisar, melhorar e controlar os impactos ambientais recorrente de suas atividades.

Há uma versão mais recente, a ABNT NBR ISO 14.001:2015, considerada mais completa e rigorosa.

Para atender as questões ambientais dentro do setor produtivo, a Natura propôs metodologias de gestão ambiental, como: Análise Preliminar de Risco – APR, Programa de Gestão Específico, Análise SWOT, Triple Bottom Line – TBL, Global Reporting Initiative – GRI, Análise do Ciclo de Vida – ACV, Produção Mais Limpa – P+L e Ciclo PDCA. Essas ações possibilitaram a otimização da produção, apresentando indicadores positivos, tanto ambientais quanto econômicos de diversos empreendimentos em vários setores.

Dessas posturas ambientais internas do empreendimento seguiu uma nova lógica com o acompanhamento de um Sistema de Gestão Ambiental implementado na *Natura Cosméticos S.A.*, no ano de 2004.

O presente trabalho ressalta a importância do desenvolvimento do programa de gestão ambiental dentro de uma indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, aplicado ao seu processo produtivo e em toda a cadeia de suprimentos e distribuição de produtos, com o objetivo de preservar os recursos naturais e a qualidade ambiental.

Esta pesquisa apresenta uma análise exploratória com uma investigação documental sobre o Sistema de Gestão Ambiental da Natura em que foram apresentados os resultados em seus relatórios anuais disponibilizados pela Rede Mundial de Computadores.

Os indicadores ambientais analisados foram: consumo de água, gerenciamento de resíduo sólidos, emissão de gases de efeito estufa e consumo energético para o período entre os anos de 2008 a 2019.

O indicador ambiental que trata sobre o consumo de energia apontou uma problemática, e dessa forma a análise da sua evolução histórica considerou o período dos anos de 2015 a 2019.

A *Natura* é uma empresa modelo quando analisada sua postura para com o meio ambiente devido as suas iniciativas ambientais desenvolvidas em torno das suas atividades e do porte de seu empreendimento. As metodologias foram aplicadas em cada indicador analisado permitindo

suas comparações com anos anteriores, e fazendo uma previsão futura; além de avaliar seu desempenho ambiental, econômico e social.

Ao final desta pesquisa pôde-se perceber que a implantação da metodologia do sistema de gestão ambiental apresentou resultados positivos, tanto no âmbito ambiental, econômico e social. A empresa não perde por investir no desenvolvimento ambiental. Porém, é notável que em alguns momentos a *Natura* adaptou novas iniciativas ambientais para melhoria dos resultados futuros.

## 2 OBJETIVO

Apresentar uma análise, em perspectiva histórica, das *ações de gestão ambiental* desenvolvidas pela Natura, empresa brasileira do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, voltadas à promoção do Desenvolvimento Sustentável e aos compromissos sócio-ambientais por ela assumidos, a partir dos dados e informações constantes em seus relatórios anuais;

### 2.1 Objetivos Específicos

- i. Avaliar a *evolução do pensamento estratégico* da empresa, retratados nos projetos e programas que ela vem desenvolvendo, desde os anos 2000;
- ii. Analisar se essas *práticas contribuíram para reduzir os impactos ambientais negativos* associados à cadeia de fabricação de cosméticos, fragrâncias e produtos de higiene pessoal da Natura.
- iii. Apresentar as séries históricas referentes aos indicadores ambientais – consumo de água, gerenciamento de resíduos sólidos, emissão de gases de efeito estufa e consumo energético;
- iv. Identificar possíveis correlações entre a implantação dos programas de gestão ambiental e os resultados obtidos para os indicadores ambientais selecionados.

### 3 REVISÃO DA LITERATURA

Os impactos ambientais passaram a ter relevância em 1960 com os movimentos ambientalistas que surgiram à época, como consequência da percepção da poluição e da degradação ambiental decorrentes do intenso processo de industrialização, do crescimento populacional e do processo de urbanização ocorridos após o término da Segunda Guerra Mundial e da necessidade de adotar medidas e propor ações que mitigassem os danos ambientais e garantissem condições ambientais para o desenvolvimento da vida.

Esses movimentos culminaram na realização de duas grandes conferências mundiais: a primeira, a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, em Estocolmo, em 1972, que propôs princípios e políticas de proteção ambiental, resultando na criação de instituições públicas e leis ambientais; e a segunda, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, realizada na cidade do Rio de Janeiro, em 1992, quando foi apresentada a proposta de um novo modelo de desenvolvimento econômico a que se denominou “Desenvolvimento Sustentável”, com base nos resultados dos estudos realizados pela Comissão das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), publicados no relatório “Nosso Futuro Comum”, em 1987 (CNUMAD):

*"desenvolvimento sustentável como sendo aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer as gerações futuras de atender suas próprias necessidades".*

De acordo com o Relatório Brundtland, o desenvolvimento sustentável deve ser entendido como (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1988, p. 49):

*(...) um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender as necessidades e aspirações humanas.*

Desde então, o termo sustentabilidade vem tornando-se de grande importância e, aos poucos, foi sendo incorporado na gestão estratégica do setor industrial, fazendo com que as empresas buscassem, inclusive, investimentos em iniciativas ambientais.

Esses eventos abriram caminho na política ambiental, retratando que as questões ambientais devem ser analisadas para além dos aspectos de origem natural, ou seja, considerando, em sua essência, as atividades desenvolvidas pelo homem.

Em 31 agosto de 1981, com a publicação da Lei Federal Nº 6.938, foram estabelecidos os princípios, os objetivos e os instrumentos da Política Nacional do Meio Ambiente – PNMA, que, visa:

*“à preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental propícia à vida, visando assegurar, no País, condições ao desenvolvimento sócio-econômico, aos interesses da segurança nacional e à proteção da dignidade da vida humana”.*

A Constituição da República, promulgada em 05 de outubro de 1988, contém um capítulo dedicado ao Meio Ambiente, do qual se destaca o Artigo 225, e estabelece que:

*“todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações”.*

Na década de 1970, o licenciamento ambiental já era realizado em alguns estados brasileiros, com base em suas autarquias estaduais, de forma pontual. Após a publicação da Lei Federal Nº 6.938/1981, o licenciamento ambiental consolidou-se como ferramenta da política ambiental brasileira e tornou-se obrigatório para todos os tipos de empreendimentos, sendo avaliado seu desenvolvimento baseado no porte e no potencial poluidor dos empreendimentos, cujas atividades passaram a ser regulamentadas e acompanhadas nas fases de planejamento, de implantação e de operação.

Com a promulgação da Constituição Federal de 1988, de acordo com o §1º do artigo 225, passou-se a exigir o Estudo Prévio de Impacto Ambiental dos empreendimentos que podem causar significativo impacto ambiental. A competência para fixação de normas e de padrões para o licenciamento foi conferida ao Conselho Nacional de Meio Ambiente – CONAMA, e às empresas coube a responsabilização pelas ações executadas.

Verifica-se, como consequência da institucionalização da questão ambiental na esfera pública, e de mecanismos voltados para a fiscalização e o controle ambiental, uma resposta crescente do setor produtivo. Ou seja, com todas essas iniciativas voltadas para a preservação do meio ambiente, pode-se perceber que houve um maior interesse na incorporação da gestão ambiental no planejamento estratégico das empresas, ocasionando desenvolvimento e amadurecimento para sistemas de gestão ambiental normatizados.

A gestão ambiental é vista além da sustentabilidade, envolvendo o custo econômico e social. As empresas passam a se tornar foco, pois são as que mais contribuem para os impactos ambientais negativos.

Ao implantar o SGA, a empresa passa a atuar em conformidade com as Normas ABNT ISO, agregando uma boa imagem no mercado, garantia de desempenho ambiental, além do controle dos custos possibilitando mais valor aos negócios. Como resultado dessa ação, o reconhecimento, a certificação ambiental de suas atividades, produtos e serviços.

É partir daí, que as empresas buscam por um sistema de gestão ambiental para o acompanhamento do desenvolvimento organizacional voltado para o meio ambiente sadio, e poder apresentar os dados obtidos em seus relatórios. Por fim, elevar o nível das decisões ambientais tomadas pelo empreendimento.

Vale ressaltar, que as empresas não são obrigadas a certificar-se no SGA, porém, devem aplicar no seu processo produtivo as normas ambientais instituídas por leis, decretos, portarias, entre outros, visando aderir uma política ambiental na organização na busca por reduzir os impactos negativos ao meio ambiente.

O termo *Contabilidade Ambiental* surge para dar apoio aos usuários com informações necessárias para ajudar a solucionar as dificuldades encontradas na gestão ambiental da organização, podendo ser aplicada como preventiva, corretiva, de remediação e proativa.

A certificação ISO 14.001, premissa da norma ISO 14.000, não depende somente das ações que a empresa propõe. É necessário um órgão credenciado para auditar se as melhorias feitas estão em acordo com os requisitos mínimos para obtenção do título.

A norma ABNT ISO 14.001 é importante quando se trata da geração de novos empregos, das pesquisas científicas e do aquecimento da economia por meio da prestação de serviços e

fornecimento de bens. Após obter essa certificação as organizações tem maior visibilidade no mercado, conquistando clientes, ganhando respeito dos fornecedores e acima de tudo lealdade de seus funcionários.

Como forma de adaptação, as empresas foram aderindo aos poucos a iniciativa ambiental para o cumprimento de requisitos legais.

Para cumprir as exigências legais impostas pelos órgãos ambientais e atender as necessidades particulares, o setor industrial passou a implantar programas de gestão ambiental que dessem esse tipo de suporte: Produção Mais Limpa, Sistema de Gestão Ambiental, Análise do Ciclo de Vida, Global Reporting Initiative, Ciclo PDCA.

Dessa forma, o setor produtivo posicionou-se no sentido de melhorar suas práticas produtivas, visando atender aos regulamentos ambientais e contou com o apoio de organismos como o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente – PNUMA, e a própria *International Organization for Standardization* – ISO, que desenvolveu uma série de normas voltadas à gestão ambiental, publicadas na série ISO 14.000.

A norma ABNT NBR ISO 14.001 estabelece os critérios e metodologia para o desenvolvimento de um sistema de gestão ambiental e para a certificação das instalações de um dado empreendimento, fortalecendo ações visando melhorar sua performance ambiental.

Para melhorar a relação do crescimento econômico com a sustentabilidade, o acompanhamento dos resultados das iniciativas ambientais é feito a partir da evolução de indicadores ambientais, pré-determinados pela empresa em acordo com seu grau de prioridade e demanda, juntamente com o padrão estabelecido na ISO 14.001.

Essa gestão baseada em indicadores que é apresentada em dados estatísticos permite a tomada de decisão baseada em dados reais, demonstrando para as partes interessadas a eficiência do processo e os impactos ambientais provocados.

Os indicadores ambientais foi a base de dados para acompanhar a evolução do Sistema de Gestão Ambiental da Natura Cosméticos.

Os indicadores ambientais têm por objetivo monitorar as ações de melhoria e/ou corretivas aplicadas no processo industrial. Outras funcionalidades dos indicadores, é a definição de um objetivo, da unidade utilizada, da meta estabelecida, a frequência da coleta de dados, o responsável pela gestão, apresentação de um feedback e, por fim, a ação executada.

O método de escolha de quais indicadores utilizar deve-se basear no grau de prioridade e demanda da empresa. Criar uma hierarquização de qual indicador influencia mais nos impactos ambientais negativos para os de menores impactos, associando-os ao Sistema de Gestão Ambiental implantado na empresa.

Sistema este que faz a gestão dos indicadores ambientais avalia as características da organização, o processo industrial, perfil cultural e educacional da empresa e dos gestores, além do acompanhamento com a legislação ambiental vigente.

### 3.1 Panorama do setor

É notável a preocupação ambiental das empresas e o reflexo nos seus indicadores econômicos, e isso nas empresas brasileiras já se tornou evidente. Reflete diretamente nos planos de ação industrial, a redução dos impactos ambientais negativos e melhoria das diretrizes ambientais. Um dos setores que apresenta interesse nesse ramo é o de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos.

A indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos é um segmento da indústria que corresponde aproximadamente 12% da indústria química mundial, seguido pela indústria farmacêutica, de alimentos e de bebidas. Essa indústria pode ser dividida por setores de produção, como a seguir:

- **Higiene Pessoal:** sabonetes, desodorantes, produtos de higiene bucal, etc.
- **Perfumaria:** colônia, produtos pós barba, etc.
- **Cosméticos:** produtos para tratamento de fios capilar, maquiagens, hidratantes corporais, etc.

A Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos – ABIHPEC, é uma associação com iniciativas voltadas para a saúde, bem-estar e responsabilidade social e pública, publica, anualmente, um anuário. O relatório, referente ao ano de 2019, juntamente com o Panorama do Setor, atualizado para 2020 e 2021, foram a base das informações e dados para apresentar, a seguir, o perfil desse setor no Brasil.

### **3.2 Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos - ABIHPEC**

Criada em 1995, sob a presidência de João Carlos Basílio, a ABIHPEC é uma “*entidade privada que representa a indústria brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos*” (Panorama do Setor Atualizado, 2020).

*“Atua na defesa dos interesses do setor nas diversas esferas públicas e privadas, apoia ações focadas no progresso da indústria por meio do desenvolvimento de projetos e programas que fomentam inovação, sustentabilidade, regulamentação, internacionalização, projeção setorial e uma atuação empresarial socialmente responsável”* (Panorama do Setor Atualizado, 2020).

*“O Brasil possui grande representatividade no mercado global de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos e essa posição de destaque faz com que o país continue entre as principais nações que definem e direcionam os rumos dos requisitos técnicos e regulatórios para o setor”* (ANUÁRIO, 2019). Associação vinculada à Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA que tem por objetivo alinhar o avanço da indústria com o cenário internacional, fazendo a ponte das informações, desenvolvimento e o setor de produtos HPPC.

Além disso, a vigilância sanitária fica responsável por atestar a qualidade dos produtos e interferir em casos de não-conformidade, para reduzir riscos à saúde do cliente.

O Instituto de Tecnologia e Estudos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos – ITEHPEC, foi criado em 2006 como apoio à ABIHPEC. O objetivo era “*estimular, fomentar e promover atividades de inovação, pesquisa e desenvolvimento tecnológicos para os produtos de HPPC em qualquer região do território nacional e internacional*” (Panorama do Setor Atualizado, 2015).

Em 2010, sancionada a Lei Nº 12.305, que:

*“Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos”*

Responsabilidade Pós-Consumo, “*desde 2006 o Programa Dê a Mão para o Futuro tem atividades voltadas à destinação adequada de embalagens pós-consumo, proporcionando geração de trabalho, melhoria de renda e inclusão social*” (Panorama do Setor Atualizado, 2020). Dados do ano de 2016 aponta ser um programa de referência em logística reversa.

A ABIHPEC aplica sete dos dezessete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS, baseando-se na Agenda 2030 da ONU. Incluindo, o Crescimento Econômico, Indústria e Inovação, além de Produção e Consumo Sustentáveis.

Segundo o Panorama do Setor Atualizado (2021) o Brasil é o quarto maior mercado do setor de HPPC. E, com um crescimento de 20% desde o último ano, explicado pela “*essencialidade dos produtos do setor no combate COVID-19*”.

O setor HPPC é o segundo setor mais tributado no país, perdendo apenas para os cigarros. Se sobressai no mercado em casos de crise econômica. Esse fenômeno pode ser explicado pelo *Efeito Batom*, onde a população prioriza a auto estima, a estética, a beleza e o bem-estar. E não em bens materiais, como exemplo, os eletrodomésticos.

Porém, com a atual crise sanitária mundial, o resultado desse fenômeno não foi dos melhores. Segundo o Anuário (2019), “*com o fim do efeito batom, as companhias estão trabalhando em alternativas, como promoções, produtos com menores embalagens e até mesmo com formulações mais simples, mas sempre buscando a mesma eficácia. Assim, desmonstrados claramente, que o mito da resiliência ao preço deixou de existir com a crise econômica*”.

A Natura, considerada umas das maiores empresas do setor cosméticos, viu a necessidade e posicionou-se a favor de melhorias. Então, como forma de manter o interesse dos consumidores na indústria de HPPC, passa a propor a otimização do processo produtivo e origem da matéria prima, aproveitando da diversidade que o Brasil oferece nas suas janelas de oportunidades de inovação tecnológica e insumos.

### **3.3 Natura da ABIHPEC**

Por exigência da ABIHPEC, as empresas associadas devem atuar baseando no regimento do Manual de *Boas Práticas de Fabricação*, que se inicia na verificação da documental legal, passa pelo processo e produto em direção a gestão de controle da qualidade.

Em 2015, lançou um Manual Boas Práticas de Fabricação – versão comentada – Resolução RDC 48/13, “*objetivando um contínuo aprimoramento de seus produtos e processos, a atualização dos critérios mínimos indispensáveis relativos às Boas Práticas de Fabricação, sustenta a vocação do setor em incrementar e ampliar seu mercado de consumo, alcançando*

*todas as classes sociais com produtos efetivos e seguros para o cuidado e bem-estar de seus consumidores”.*

A Natura é uma empresa de setor de HPPC associada na ABIHPEC. Portanto, são empresas do setor de cosméticos que cumprem os pré-requisitos e mantêm nível elevado na qualidade dos produtos por ela ofertados.

## 4 METODOLOGIA

Este Trabalho de Conclusão de Curso se baseia em pesquisa exploratória, realizada com a finalidade avaliar os resultados obtidos com a implementação do Sistema de Gestão Ambiental em uma indústria brasileira de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, a Natura Cosméticos S.A.

A pesquisa exploratória tem por objetivo propiciar maior familiaridade com o assunto a ser analisado de modo a torná-lo o mais claro possível. Assim sendo, a pesquisa exploratória possibilita identificar manifestações registradas de aspectos do desenvolvimento de atividades sociais, econômicas, políticas, ambientais, entre outras de determinado grupo de atores de uma sociedade.

A pesquisa exploratória sustenta, portanto, a pertinência do levantamento de dados e informações, em contexto histórico, nos relatórios anuais publicados pela empresa e disponibilizados na Rede Mundial de Computadores e aborda variados aspectos e temas, dentre os quais se destaca: gerenciamento e desempenho ambiental, impactos ambientais, ciclo de vida, indicadores sócio-ambientais, além de dados de monitoramento dos parâmetros selecionados para esta investigação, quais sejam: consumo de água, gerenciamento de resíduos sólidos, emissão de gases de efeito estufa e consumo energético.

Uma vez que foi prevista a análise de séries históricas de dados de monitoramento de parâmetros ambientais, ou seja, que foram incluídas variáveis quantificáveis, como destacado, pode-se considerar que a metodologia utilizada no desenvolvimento deste trabalho, se baseou, também, em pesquisa qualitativa. A compilação e a análise das informações e dados obtidos complementam a metodologia adotada.

Para cumprir com os objetivos propostos, definiu-se uma sequência lógica dos fatos na investigação, tomado como referência o período de onze anos, compreendido entre os anos de 2008 a 2019, envolvendo a análise de doze relatórios.

O desenvolvimento do trabalho ocorreu de acordo com as seguintes etapas:

1ª Etapa: Revisão bibliográfica, baseada em livros, artigos técnico-científicos, teses e dissertações que abordam gestão ambiental empresarial e sustentabilidade ambiental e a relação entre eles;

2ª Etapa: Levantamento de informações sobre a empresa Natura: perfil econômico, plantas industriais, produtos, mercado;

3ª Etapa: Identificação dos programas de gestão ambiental desenvolvidos pela Natura Cosméticos;

4ª Etapa: Identificação dos indicadores ambientais adotados pela Natura, para avaliar o desempenho ambiental de suas atividades, e construção de séries históricas, para cada indicador selecionado, para o período 2008 a 2019;

5ª Etapa: Análise das séries históricas de indicadores ambientais, estabelecendo de correlações entre a implantação dos programas de gestão ambiental, que se deu ao longo do período em pauta, e os resultados obtidos.

A Natura foi escolhida como objeto de estudo de caso, por ser uma empresa que vem demonstrando compromisso com a adoção de práticas favoráveis à preservação ambiental e se empenhando em divulgar, sistematicamente, relatórios anuais, disponibilizando na Rede Mundial de Computadores informações sobre seu processo produtivo, sua linha de produtos, seu balanço financeiro e ambiental e os programas sociais por ela desenvolvidos.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÕES – ESTUDO DE CASO

### 5.1 Natura Cosméticos

A empresa Natura Cosméticos S.A., fundada no ano de 1969, por Antônio Luiz Seabra, no bairro Vila Mariana, sendo que as instalações industriais, atualidade, estão no município de Cajamar (Figura 1), no estado de São Paulo.

No APÊNDICE A, há o Quadro 1 apresentando a Natura e sua evolução história, desde o ano da sua fundação até o ano de 2020.

**Figura 1:** Instalações Natura da unidade Cajamar/São Paulo.



**Fonte:** Adaptado pela autora de Google Earth, 2022.

Inicialmente nomeada de *Indústria e Comércio de Cosméticos Berjeaut*, em seguida, passa-se a chamar Natura. “O nome inspirado nos ativos vegetais usados na composição dos produtos” (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2019).

Atualmente, após a compra da Aèosop em 2012, uma rede de cosméticos australiana; fusão com a rede The Body Shop da L’Oréal, uma empresa britânica do mesmo setor no ano de 2017. E outra fusão, com o grupo americano Avon em 2019, é considerada uma das maiores empresas de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos do mundo, conhecida como Natura&CO.

O relatório anual da Natura de 2019, apresenta a Natura com 6820 colaboradores, sendo que, desses, 5 mil estão lotados no Brasil. E também, apresenta a Natura&CO em números, com um

total de mais de 40 mil colaboradores, mais de 200 milhões de consumidores ao redor do mundo e a receita bruta anual de 10 bilhões de dólares.

A empresa distribui seus produtos por meio da venda direta e conta com mais de 1,6 milhão de Consultoras Natura (CN's) e revendedoras. Há poucos anos, lojas físicas da Natura começaram a ser inauguradas no país, sendo lojas próprias e franqueadas.

A Figura 2 apresenta alguns produtos fabricados pela Natura.

**Figura 2:** Produtos fabricados pela Natura e suas respectivas linhas.



**Fonte:** Website Natura Cosméticos.

No APÊNDICE B, há o Quadro 2 que apresenta alguns dos produtos Natura, linha pertencente e sua especificação.

A Natura, em *Nossa História*, apresenta os novos rumos tomados em 1995, criando uma “*única linha de produtos não cosméticos, Crer Para Ver cujo lucro é revertido para ações de melhora da educação*”.

A planta industrial está localizada em Cajamar/São Paulo e há uma unidade em Benevides, no Pará. Conta com escritório administrativo em São Paulo. Sendo que o comercial e operacional encontram-se no Distrito Federal e nos estados de Minas Gerais, Pará, Pernambuco, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul.

A Natura tornou-se uma empresa internacional nos anos 80, quando passou a atuar nos países vizinhos, como Argentina, Chile e Peru. Hoje, a empresa atua também na Colômbia, Estados Unidos, França, Malásia, México, Venezuela e Bolívia (que tem acesso aos produtos através de

consultores sediados no país). Hoje, conta com produção terceirizada nos países: Argentina, Brasil, Colômbia e México.

Em 2004, integrou o grupo de empresas de capital aberto, sendo assim, passou a fazer parte do Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE. Índice desenvolvido pela união da Bovespa, Ministério do Meio Ambiente – MMA, e outras instituições, com o propósito de guiar os investimentos econômicos com o equilíbrio ambiental.

## **5.2 Natura e a Gestão Ambiental**

A escolha da empresa Natura Cosméticos S.A. como objeto de estudo foi em função do reconhecimento de seu compromisso com a sustentabilidade, conforme constatado em seus relatórios divulgados anualmente e disponibilizados na Rede Mundial de Computadores. Neles é possível identificar informações sobre seus processos produtivos, linha de produtos, balanço financeiro, programas ambientais e programas sociais apoiados e desenvolvidos por ela.

Em 1983, foi pioneira no mercado brasileiro ao lançar refil das embalagens (Figura 3) de alguns produtos.

Desde então, mais de 110 itens, em linhas como *Sève*, *Ekos*, *Tododia* e *Plant*, já contam com refis, o que contribui para retirar do meio ambiente 1,6 mil toneladas de plástico anualmente. Esse total equivale ao volume de lixo gerado por 3 milhões de pessoas em um único dia. (NATURA, 2018). Cada linha Natura é destinada a um uso específico, vide APÊNDICE B.

Atualmente, mais linhas da Natura possuem seu refil de embalagem disponível para compra.

**Figura 3:** Primeiras linhas com refil das embalagens.



**Fonte:** Website Natura Cosméticos.

Nos anos de 1990, “incorporou com força o tema do desenvolvimento sustentável e do uso da biodiversidade brasileira como instrumento de inovação em cosmética e de consciência sobre a Amazônia”. Ainda na década de 90, “materializou o sonho de ser possível contribuir para melhorar a educação com uma linha de produtos não cosméticos cujos lucros são revertidos em projetos coletivos”. (NATURA, 2019).

Em seguida, nos anos 2000, inaugurou o Espaço Natura, a sede localizada no município de Cajamar em São Paulo, juntamente com o lançamento da Linha *Ekos*, “*valorização da cultura, da tradição, e da biodiversidade brasileiras*”. (NATURA, 2000).

Observa-se que, paralelamente ao lançamento de produtos a partir de ativos da biodiversidade brasileira, a Natura preocupa-se em realizar ações de impacto social e ambiental, baseando em um modelo de negócio sustentável.

A Natura afirma conhecer a questão climática como sendo um desafio global tão relevante quanto uma crise econômica. Neste sentido, preza por seus princípios e sempre procura otimizar seu processo produtivo por meio de ações que a torna uma empresa “selo verde”, um tipo de certificação que as empresas podem adquirir adotando práticas sustentáveis ao longo de seu processo produtivo.

Dentre essas ações, destaca-se a análise do impacto ambiental que a emissão de GEE, emitidos em seus processos produtivos, causavam ao meio ambiente. Como resultado, em 2007, lançaram o Programa *Carbono Neutro*, o que nas palavras de seu presidente, “isso significa

que todas as emissões de gases de efeito estufa que geramos na produção de nossos produtos, incluindo toda a cadeia de valor, são compensadas por meio do investimento em programas de reflorestamento, eficiência energética e substituição de combustíveis”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2011).

Esse programa atua em três dimensões, são elas: inventário de GEE, redução e compensação, apresentados na Figura 4.

**Figura 4:** As três dimensões do Programa Carbono Neutro.



**Fonte:** Website Natura Cosméticos, 2018.

Naquele mesmo ano, a Natura foi a primeira empresa a disponibilizar a Tabela Ambiental aos seus clientes. Trata-se de um quadro informativo impresso nas embalagens “apresentando informações que são transparência sobre a origem e impacto de nossas fórmulas e embalagens, incentivando assim o consumo consciente”. (NATURA, 2007).

Além de que, “calcula o impacto causado pela produção de cada item”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2019).

No ano de 2010, foi lançado o Programa *Menos Carbono e Mais Produtividade*, com base no engajamento dos colaboradores da empresa, novos projetos e melhoria na qualidade dos

processos. Sendo o responsável por novos projetos na redução das emissões de GEE e algumas diretrizes para produção de novos produtos.

O reconhecimento da importância da Amazônia para o país e sua intensa atuação nessa região, levou a Natura a elaborar propostas de desenvolvimento sustentável, que acolha seus habitantes e conserve a floresta. Lançado em 2011, o Programa Amazônia amplia e reforça esse compromisso e pretende ser indutor de novos negócios sustentáveis a partir da ciência, inovação, cadeias produtivas e empreendedorismo local. Essas iniciativas devem ter foco na sociobiodiversidade e na valorização do conhecimento tradicional e da cultura da região. (NATURA, 2011).

Além disso, a Natura criou o *Núcleo de Inovação Natura Amazônia – NINA*, em 2012, com sua sede em Manaus, ele faz parte da frente de Ciência, Tecnologia e Inovação do Programa Amazônia realizando projetos para contribuir com a inovação e desenvolvimento sustentável da floresta.

Em 2013, com a criação da Linha *Sou*, que promove uma reflexão sobre o consumo consciente, reduziram as emissões de GEE, em um terço do total anual. Tal redução já era esperada desde o ano de 2007, com o Programa Carbono Neutro. Sendo assim, com essa nova linha, a Natura registrou um crescimento nos investimentos e ações de sustentabilidade, influenciado diretamente pelas pesquisas em tecnologias sustentáveis. Ainda em 2013, a empresa apresentou como meta de seu desenvolvimento sustentável a entrega permanente de resultados superiores e valor relevante das dimensões econômicas, social e ambiental.

Todas as iniciativas e projetos desenvolvidos pela Natura e seus respectivos dados são apresentados em relatórios anuais disponibilizados pela empresa, seus valores estão direcionados para a sociedade nas dimensões sociais, econômicas e ambientais. A missão da Natura volta-se para o *bem estar bem* de seus clientes, colaboradores e fornecedores.

A partir da busca pela mudança positiva das pessoas e do meio ambiente, em 2014, a “*Natura publica sua Visão de Sustentabilidade 2050, com metas ambientais e sociais de longo prazo, e se torna a primeira companhia de capital aberto a ser certificada como BCorp*”. (NATURA, 2014).

A *BCorp* é uma certificação que mede o impacto social e ambiental de um empreendimento. É designada às empresas que atendem os altos níveis de desempenho relacionado ao desenvolvimento sustentável. Para obter essa certificação, as empresas devem se enquadrar em alguns pré requisitos: possuir uma pontuação acima de 80% para ser aprovada na análise de risco; prestar contas aos interessados (acionistas, investidores, colaboradores, consumidores...); e, serem transparente, disponibilizando informações de desempenho ao consumidor.

Com essa certificação adquirida, a *BCorp*, a Natura passa a integrar um grupo mundial de empresas que unem lucro com benefícios socioambientais devido a prática de ações sustentáveis.

Na empresa há quatro anos, a metodologia Environmental Profit and Loss – EP&L, “*é uma metodologia que mensura em valores monetários os impactos ambientais positivos e negativos de todas as fases de produção, comercialização e destinação final dos produtos de uma, organização*”. (NATURA, 2017).

Desde 2018, a empresa apostou em uma nova metodologia para elaborar seus relatórios anuais de sustentabilidade, utilizando do GRI Standards. Esse modelo, durante a elaboração dos relatórios, ajudou a identificar os impactos das operações da organização sobre o meio ambiente, economia e sociedade civil. Num todo, apontam informações confiáveis, relevantes e padronizadas para as empresas. Esses benefícios somam valores positivos à imagem da empresa, aumentando suas chances de fidelização e análise de dados para comparação de desempenho com outras companhias.

A Natura fabrica produtos voltados para o público feminino e masculino, além do infantil, com objetivo de atender o perfil de seus consumidores e sua cartela de clientes. Está em constante renovação da matéria prima das embalagens e fórmulas de seus produtos para banho, cabelo, maquiagem, pele e também, perfumaria.

Os efeitos das atividades humanas estão cada vez mais frequentes e sendo sentidos em todo o mundo. Com a percepção dos graves problemas ambientais que o processo de industrialização, que ocorreu no Pós-2ª Guerra Mundial, foi proposta a criação de leis e instituições para controle de tais atividades, visando, no primeiro momento, a redução de tais impactos. Com a evolução das discussões e da percepção de que a exploração intensiva dos recursos naturais e a poluição

descartada no meio ambiente estavam exigindo novas estratégias para mitigar os problemas. Sendo assim, foi proposto um novo modelo de desenvolvimento – o desenvolvimento sustentável, que teve sua difusão no mundo a partir da Rio92.

Paralelamente, o setor produtivo posicionou-se no sentido de melhorar suas práticas produtivas, visando atender aos regulamentos ambientais e contou com o apoio de organismos como o PNUMA, e a própria *International Organization for Standardization*, que desenvolveu uma série de normas voltadas à gestão ambiental, publicadas na série ISO 14.000, como já destacado.

A Natura é considerada uma empresa de grande porte e médio risco, devido ao fato de seu processo ser fortemente dependente de recursos naturais. Neste aspecto, assume uma imensa responsabilidade de estar sempre agindo sobre os impactos no meio ambiente causados por seus processos produtivos, identifica riscos, capacita seus funcionários e adota medidas necessárias para otimização dos planos de gestão ambiental.

O desenvolvimento de um SGA, dentro de uma indústria de cosméticos, perfumaria e produtos de higiene pessoal, tem por objetivo equilibrar o crescimento dos negócios com o uso dos recursos naturais e o desenvolvimento de práticas voltadas à preservação ambiental.

Para intuito deste trabalho de monografia, deve-se destacar a *política ambiental* implementada na empresa no ano de 2004. Segundo Natura (2004) o primeiro ano em que o Sistema de Gestão Ambiental e o Sistema de Gestão da Responsabilidade Corporativa foram completamente implantados.

O Sistema de Gestão da Responsabilidade Corporativa, é um processo desenvolvido pela Natura que permite demonstrar os princípios da gestão responsável em ações práticas, baseando-se em quatro pilares: diagnóstico, priorização, planos de ação e indicadores, e também, comunicação da performance.

### **5.2.1 Política Ambiental da Natura**

A política de gestão ambiental desenvolvida pela Natura é baseada nos princípios:

***Filosofia:*** posicionamento da empresa quanto aos impactos ambientais causados;

**Comprometimento corporativo:** o desenvolvimento sustentável nunca deverá ser algo questionável;

**Melhoria Contínua:** a melhoria dos processos deve ser promovida.

**Comunicação com as partes interessadas:** a cultura ambientalmente correta entre a empresa, fornecedores, funcionários e consumidores deve ser sempre divulgada;

**Monitoramento:** os indicadores ambientais devem ser sempre avaliados, e periodicamente, devem ser estabelecidas novas metas de melhoria para tais indicadores;

Para consolidar sua política de gestão ambiental, a Natura propôs algumas metodologias, sendo elas:

**Análise Preliminar de Risco – APR:** é um estudo que acontece na fase final de um projeto e tem por objetivo apresentar dados qualitativos sobre os riscos que podem vir a ocorrer durante o processo produtivo. Esse resultado é utilizado no Plano de Ação, que irá atuar na gestão de melhoria do impacto/aspecto negativo causado.

Para isso, se deve fazer perguntas que vão orientar o planejamento desejado:

**What** (o que): atividade a ser executada, aspecto ambiental, impacto ambiental causado, qual objetivo, e a meta a ser alcançada;

**Why** (por que?): leis pela qual a empresa é responsável e normas internas;

**When** (quando): área de suporte, e prazo para realização do plano;

**Who** (quem): gerente responsável, qual o método a ser usado e custo para a empresa.

**Programa de Gestão Específico:** é usado para ações que ainda exigem controle e monitoramento para reduzir os impactos negativos mais intensos.

**Análise SWOT:** A ferramenta SWOT analisa as situações e atua sob a base de planejamento estratégico, podendo ser moldada e adequada a qualquer momento. A ferramenta utiliza palavras-guia que auxiliam na identificação dos aspectos negativos e positivos da atividade:

**Strengths** (pontos fortes): vantagens internas da empresa em relação às empresas concorrentes;

**Weaknesses** (pontos fracos): desvantagens internas da empresa em relação às empresas concorrentes;

**Opportunities** (oportunidades): aspectos positivos da envolvente com o potencial de fazer crescer a vantagem competitiva da empresa;

**Threats** (ameaças): aspectos negativos da envolvente com o potencial de comprometer a vantagem competitiva da empresa.

O Quadro 3 apresenta um resultado da aplicação da análise SWOT.

**Quadro 3:** Resultado de uma análise SWOT.

	Contribui para empresa	Dificulta para empresa
Ambiente Interno	Strengths – ponto forte	Weaknesses – ponto fraco
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso de insumos vegetais</li> <li>- Uso da lata do perfume Kaiak</li> <li>- Uso de refil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento das emissões de gases</li> <li>- Aumento do consumo da água</li> </ul>
Ambiente Externo	Opportunities – oportunidade	Threats – ameaças
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento do reconhecimento da marca no exterior</li> <li>- Programa estabelecido de Logística Reversa das embalagens</li> <li>- Programas sociais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Certificação ISO14.001</li> <li>- Reflorestamento</li> </ul>

**Fonte:** Adaptado pela autora de Sistema de Gestão Ambiental: Natura Cosméticos S/A, 2008.

*Triple Bottom Line – TBL:* é um modelo que se baseia nos resultados empresariais nos quesitos ambientais, econômicos e sociais. Essa ferramenta é utilizada pela Bovespa no cálculo de Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE, e está relacionado com as questões sociais e ambientais. Um exemplo de análise utilizado o TBL está apresentado no Quadro 4.

**Quadro 4:** Resultado de uma análise Triple Botton Line – TBL.

<b>Gestão Responsável</b>	<b>Meio ambiente</b>	<b>Governança Corporativa</b>
A empresa possui metas voltadas para a aferição de objetivos relacionados a sustentabilidade?	A empresa possui uma política corporativa ambiental?	Estabelece em seu estatuto a arbitragem como solução de conflitos societários?
A política de remuneração soa executivos está vinculada ao desempenho da empresa nas áreas econômica, social e ambiental?	Avalia os aspectos e impactos ambientais potenciais e efetivos de suas atividades, processos, produtos, serviços, e pós-consumo?	Divulga os critérios de remuneração e benefícios atribuídos aos conselheiros e diretores?

**Fonte:** Sistema de Gestão Ambiental: Natura Cosméticos S/A, 2008.

*Global Reporting Initiative – GRI:* suas diretrizes podem ser aplicadas em todas as organizações dando suporte aos conteúdos e princípios para as organizações elaborarem seus relatórios de sustentabilidade. As empresas que adotam este modelo GRI relatam os seus impactos positivos e ou negativos sobre o meio ambiente, sociedade e economia, além dos compromissos assumidos para melhorar sua atuação. A Natura utiliza o GRI em conjunto com o Guia para elaboração de Relatório Anual do Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, para acompanhar os resultados dos programas implantados.

Guia para elaboração de Relatório Anual do Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial – *“foi criado com o objetivo de elevar a qualidade, a consistência e a credibilidade dos relatórios das empresas, adquirindo explicitamente a sua principal característica, que é a de possibilitar que as empresas compreendam os itens relevantes para a elaboração de um balanço social (ou relatório de sustentabilidade) consistente e verifiquem as oportunidades oferecidas pelos modelos existentes para aprimoramento de sua própria gestão”*. (GUIA PARA ELABORAÇÃO DE BALANÇO SOCIAL E RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE, 2007).

*Análise do Ciclo de Vida – ACV:* tem por objetivo um estudo completo e aprofundado dos impactos causados em todo o ciclo de vida de um produto. Esse estudo é feito desde a extração da matéria-prima até sua destinação final, considerando as etapas de produção, distribuição e consumo. Implantado na Natura no ano de 2003, com o objetivo de melhoria na avaliação dos impactos ambientais.

*Produção Mais Limpa – P+L:* é uma metodologia que se baseia em uma estratégia econômica, ambiental e tecnológica interligada ao processo e produto, com o objetivo de melhoria no processo. Essas melhorias são voltadas para eficiência no uso de matérias-primas, uso da água, da energia, redução, reciclagem e minimização dos resíduos sólidos gerados.

*Sistema de Gestão Ambiental:* o SGA tem por objetivo cobrar das empresas e dos empreendimentos a preservação do meio ambiente junto a melhorias dos impactos negativos causados por suas atividades. Na Natura o SGA foi implantado em 2004.

*Ciclo PDCA:* a Norma NBR 14.001:2004, referente ao SGA, é baseada na metodologia PDCA apresentada na Figura 5.

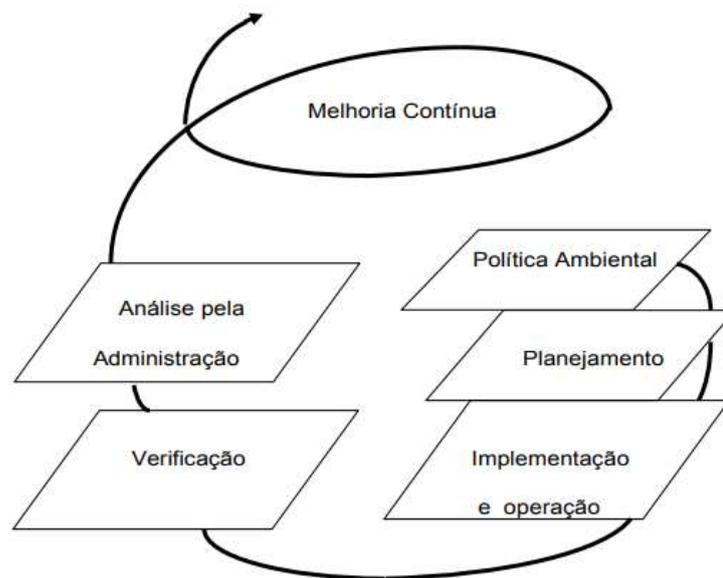
**Plan:** estabelecer objetivos e processos necessários;

**Do:** implantar os objetivos e processos;

**Check:** monitorar, medir, avaliar, os objetivos, metas e/ou requisitos legais;

**Act:** atuar na melhoria do desempenho da gestão ambiental.

**Figura 5:** Ciclo de desenvolvimento da metodologia PDCA.



**Fonte:** ANBT NBR ISO 14.001 Sistema de Gestão Ambiental.

### **5.3 Indicadores Ambientais**

O interesse pelo tema do trabalho se deu a partir da resposta positiva na evolução dos dados obtidos pelos indicadores ambientais, utilizados como parâmetro para alcançar melhores metas, posicionamento empresarial e visibilidade por parte comunidade consumidora.

Esses indicadores foram selecionados pela empresa e sua evolução apresentada nos relatórios anuais. Nesta pesquisa, foram selecionados os indicadores: consumo de água, gerenciamento de resíduos sólidos, emissão de gases de efeito estufa e consumo energético.

#### **5.3.1 Consumo de Água**

O consumo de água na empresa ocorre desde a fabricação dos produtos, na higienização das unidades e dos equipamentos e nas instalações industriais, além de ser utilizadas nos sistemas de aquecimento e refrigeração do sistema produtivo.

O consumo de água das unidades de Cajamar e Itapeçerica da Serra é medido por hidrômetros, sendo essa água proveniente de poços artesianos, uma vez que não há sistema público de abastecimento de água para essas unidades. Em meados de 2009, a Natura obteve a outorga para instalação um segundo poço artesiano.

“A água que usamos é 100% extraída do lençol freático, de onde retiramos no máximo 80% da outorga que nos é permitida para extração, respeitando o tempo de reposição natural do recurso”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2008).

#### **5.3.2 Gerenciamento de Resíduos sólidos**

O conceito de resíduos sólidos é dado pela norma ABNT NBR 10.004/2004, “*esta norma classifica os resíduos sólidos quanto aos seus riscos potenciais ao meio ambiente e a saúde pública, para que estes resíduos possam ter manuseio e destinação adequados*”, além disso apresenta os resíduos sólidos de acordo com sua classificação.

- Resíduos Classe I: perigosos; podem apresentar características de inflamabilidade, corrosividade, reatividade, toxicidade e/ou patogenicidade;

- Resíduos Classe II: não perigosos;
- Resíduos Classe IIA: não inertes; são resíduos que podem apresentar características de biodegradabilidade, combustibilidade e/ou solubilidade em água;
- Resíduos Classe IIB: inertes; quaisquer resíduos que em uma amostra tenham sido submetidos ao contato com água destilada ou ionizada, com a temperatura ambiente, não apresentaram nenhuma alteração em seus constituintes solubilizados a concentrações aos padrões de potabilidade de água;

Para excelência do gerenciamento de resíduos sólidos, é necessária uma classificação qualitativa de quais resíduos são gerados durante a cadeia produtiva, como exemplo:

- Plásticos: embalagens de shampoo, condicionador, creme facial, maquiagem, etc;
- Papelão: caixa individual para embalar o produto, caixa para transportar às consultoras, sacolas de presente, etc;
- Lata: desodorante aerossol, etc;
- Vidro: perfume, maquiagem etc;
- Alumínio: bisnaga, etc.

Quando um resíduo é reciclável, ele pode não ser reutilizável. É necessário que seja feita a destinação correta.

Quando comparado o *peso do plástico x peso do vidro*, o plástico tem um ciclo de vida menor que o vidro. Porém, para alguns itens como perfumes, é necessário oferecer o produto em embalagem de vidro, garantindo qualidade, eficácia e elegância perante o consumidor. Nesse caso, o investimento e retorno econômico prevalece sobre o ambiental.

O gerenciamento de resíduos sólidos da Natura contempla as etapas de segregação, classificação, condicionamento, coleta, transporte e destinação final com o objetivo de reduzir os volumes gerados, ampliar a reciclagem e o cuidado redobrado com os resíduos perigosos de nossas operações. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2010). Todos os resíduos da Natura são direcionados para a destinação correta, seja ela: reciclagem, incineração e aterro.

Lançado no ano de 2002, o princípio do Resíduo Zero, tem por objetivo reduzir, gradativamente, os resíduos gerados no processo de fabricação, promovendo iniciativas para eliminar, reduzir, reutilizar e reciclar os resíduos gerados durante o processo produtivo.

Ressalte-se que é o primeiro ano completo de funcionamento do Comitê de Sustentabilidade, com avanços significativos em uma área particularmente importante para a Natura. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2003).

Segundo o Relatório Anual Natura (2008), “*Formamos, ainda, o Comitê de Resíduos, um grupo multidisciplinar que tem como objetivo desenvolver projetos de redução, reutilização e reciclagem de resíduos e ações de conscientização e treinamento em coleta seletiva e destinação correta de resíduos sólidos*”.

Um dos possíveis resíduos que pode se tornar problema ambiental futuro é o *microplástico*. Nos últimos anos, houve um crescente uso desse material em produção de itens do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos; e encontrado em rios e mares, por serem resíduos industriais, de residências e de transporte marítimo.

Os microplásticos são pequenos fragmentos de plásticos maiores, com tamanho inferior a 5 mm. São considerados tóxicos aos seres vivos, por absorverem compostos de alta toxicidade por metal pesado (mercúrio, cádmio...) e de fácil ingestão por seres vivos marinhos e humanos.

Esses compostos são encontrados em cosméticos: esfoliantes – cosméticos que removem células mortas e impurezas da pele; creme dental; e, perfumaria – perfumes e desodorantes;

Durante esta pesquisa não foram encontrados dados sobre o microplástico sendo utilizado na cadeia produtiva da Natura.

### **5.3.3 Emissão de Gases de Efeito Estufa**

A emissão de Gases de Efeito Estufa – GEE, é também um dos temas prioritários para a Natura, pois são poluentes gerados em quantidade significativa na linha de produção, quando comparado aos impactos ambientais negativos causados pelas atividades da empresa. Para esse aspecto, a Natura desenvolveu um plano de ação completo e direcionado, com três frentes de atuação: inventário de GEE, redução e compensação.

“Colocamos em prática um inventário para quantificar nossas emissões, em todas as fases da cadeia de produção, com base nos padrões da Greenhouse Gas Protocol Initiative (GHG Protocol) e a norma ABNT NBR ISO 14064-1, que estabelece princípios para compensação, desenvolvimento, gestão e elaboração de relatórios das empresas sobre os níveis de GEE”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2008).

Utilizar álcool orgânico nas fórmulas, transporte de produtos por via marítima, mudança na política de reembolso de combustível nas frotas da empresa, melhoria das embalagens e incentivo ao uso de materiais reciclados. Constituíram algumas das melhorias internas.

A Natura ciente de que algumas emissões seriam inviáveis de reduzir, propôs a neutralizá-las apresentando produtos carbono neutro, com base em cinco projetos. A cada biênio é aberto um edital público para a comunidade se candidatar, e por último, resultou em dois projetos em sistemas agroflorestais atuantes em recuperação de áreas degradadas, e mais três projetos de ação para energia renovável. Cada projeto foi aplicado a uma região do Brasil.

A base das ações promovidas pela Natura para mitigação da emissão de GEE são os resultados da Conferência das Partes – COP26, realizada na Escócia, em novembro de 2021. Destaca-se que, a 26ª Conferências das Partes da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudança Climática foi mais uma tentativa em reduzir as emissões de GEE para que o aumento da temperatura do Planeta não ultrapasse 1,5C° (valor considerado uma ambição).

#### **5.3.4 Consumo Energético**

O quarto indicador ambiental que seria discutido criou uma problemática.

Desde o início das iniciativas ambientais propostas pela Natura, o consumo energético foi acompanhado e divulgado seus dados nos relatórios anuais. Porém, a maneira de divulgação dos dados dificultou fazer uma análise de qualidade dos resultados, especialmente, por causa de várias mudanças da unidade de medida utilizadas ao longo dos anos.

Durante o período de análise comum com os outros indicadores, 2008 a 2019, o consumo energético foi apresentado em cinco unidades de medidas distintas. Em 2008, utilizou-se a unidade de kJoule/unidade vendida; de 2008 a 2010, kJoule/unidade faturada; de 2008 a 2012

kJoule/unidade produzida; 2008 e 2009, em matriz energética total  $\times 10^3$  Joule; de 2015 a 2019, a unidade de medida usada foi Megawatt-hora (MWh). Além de que, nos anos de 2013 e 2014, não foi apresentado nenhum resultado.

## **5.4 Coleta de dados**

Para este trabalho de análise da eficácia dos programas de gestão ambiental implantados na Natura, utilizou-se dos dados dos anos de 2008 a 2019, apresentados nos Relatórios Anuais referente a esses respectivos anos.

Ao executar a análise retórica dos Relatórios Anuais, percebeu-se que houve mudança nas unidades de medidas, que foram alteradas para um diagnóstico mais conciso do impacto ambiental causado, além de outros fatores, como a industrialização, a modernização da empresa e ajuste no sistema produtivo.

Portanto, os dados apresentados a seguir são validados dentro do período de tempo no qual não houve mudanças nas unidades de medidas, para melhor entendimento, análise e eficácia dos indicadores ambientais.

O APÊNDICE C, há uma tabela apresentando os dados, valores e unidades, de cada indicador ambiental.

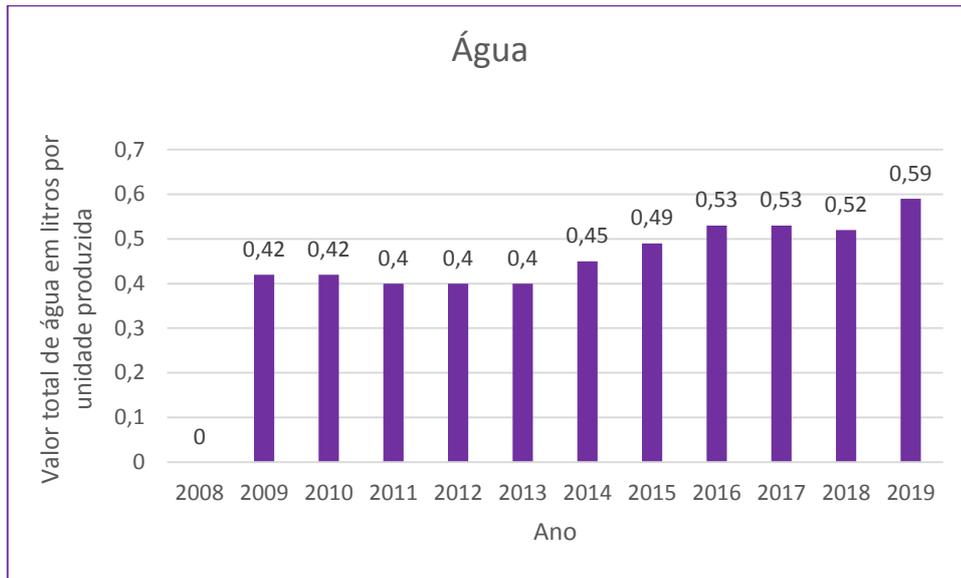
A seguir, apresenta-se qual a influência do Sistema de Gestão Ambiental implantado na Natura Cosméticos e como suas iniciativas e aumento da produção resultaram em pico máximo e mínimo para cada indicador analisado.

## **5.5 Resultados quantitativos**

### **5.5.1 Consumo de Água**

O Gráfico 1 apresenta o valor total do consumo de água no período de 2008 a 2019, apresentado em litros de água por unidade produzida.

**Gráfico 1:** Consumo de água dado em litros por unidade produzida por ano.



**Fonte:** Autoria própria, 2020.

O ano de 2008 foi o primeiro ano de análise desta pesquisa. Nos anos anteriores, apresentavam o consumo de água em litros por unidade faturada, e quando foi feita a troca de unidade para litros por unidade produzida não atualizaram os dados do ano de 2008 para a nova medida, por isso não há valor informado.

Em 2009, a Natura passa a incorporar aos indicadores os dados das empresas terceirizadas com objetivo de obter dados mais precisos sobre os impactos ambientais causados e poder gerenciá-los da melhor forma, resultando em um aumento no consumo da quantidade de água.

“Tendo em vista compreender e adotar práticas cada vez melhores no uso da água, aderimos, em 2009, ao programa holandês *Water Footprint*, que envolve uma série de empresas internacionais e especialistas mundiais na definição de uma metodologia que possa ajudar a calcular a pegada hídrica dos produtos (mede quanto da água disponível no planeta é necessária para suprir a demanda de produção e de consumo de uma determinada empresa ou de um determinado produto). (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2009).

Esse modelo adotado pela empresa considera todo o ciclo de vida do produto, iniciando na extração da matéria-prima indo até a disposição final dos resíduos, tendo por objetivo a promoção de uso sustentável, equitativo e eficiente da água.

Em 2010, a Natura aumentou sua produção e a dos centros de distribuição. Além, de obter ganhos no reuso e reciclagem da água, fechando o ano mantendo mesmo resultado anterior, 0,42 litros de água por unidade produzida.

Em 2011, foi publicado o primeiro inventário sobre água com base na Pegada Hídrica que serviu de base para a nova política de gestão da água, primeiro ano que o indicador apresenta resultados mais satisfatórios, como resultado das ações já implantadas, como: substituição da água potável por água de reuso em subprocessos da Estação de Tratamento de Efluente – ETE, e a identificação de oportunidades de racionalizações por meio dos terceirizados.

A Natura utiliza a metodologia Rentank, que está em constante aperfeiçoamento, e tem como função recuperar uma maior quantidade de para reuso.

A meta estabelecida para o ano de 2012 foi manter o consumo de água em 0,40 litros de água por unidade produzida, representando uma redução de 4,7% nos processos internos e industriais. Meta alcançada. O resultado do ano anterior se repetiu e para o ano seguinte é 0,39 litros de água por unidade produzida.

Aproveitando os resultados positivos, realizou-se melhorias em sanitários, na ETE, na caldeira e no clube Natura (localizado em Cajamar). Além disso, foi implantado em Cajamar, um projeto de monitoramento eletrônico sobre o consumo de água, que teve como resposta identificação de desvios e redução do tempo de resposta na contenção de perdas do recurso.

A Natura incluiu mais algumas fases no tratamento de água, elevando a qualidade e viabilizando seu uso em outros setores, como exemplo, na caldeira (gerando vapor; resfriando ou aquecendo os equipamentos; e no resfriamento do ar condicionado.

O ano de 2013 não apresentou a redução esperada, porém, o consumo de água se manteve em 0,40 litros de água por unidade produzida. Pensando em estratégias a longo prazo, foi necessário “implementar estratégia para a redução e neutralização de impacto, com base na medição de pegada hídrica e considerando toda a cadeia de valor Natura”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2013).

Como resultado do inventário de Pegada Hídrica, constatou-se que 45,9% do consumo de água é encontrado na fase de consumo do produto.

Mesmo com as iniciativas propostas para a redução e a estabilidade apresentada durante os últimos três anos, em 2014, a Natura registrou um aumento de 11% no consumo de água, fechando o ano com gasto de 0,45 litros de água por unidade produzida. Esse aumento foi reflexo do menor volume de produção, da expansão da unidade de Cajamar, da inauguração do Ecoparque em Benevides e das melhorias feitas desde o ano de 2012.

Um aumento de 10%, em 2015, totalizando 0,49 litros de água por unidade produzida foi reflexo do aumento do consumo de água explicado e refletido do ano anterior.

A cada ano que passava, era nítida a preocupação da empresa em propor melhorias e redução dos impactos ambientais, porém, as demandas de um empreendimento em constante crescimento, tende a influenciar no aumento dos impactos ambientais em todos os setores.

Os resultados não foram satisfatórios para a Natura, mesmo implantando medidas econômicas e promovendo a conscientização de todos os envolvidos o consumo de água teve registrou um aumento de quase 10%, fechando o ano de 2016 com 0,53 litros de água por unidade produzida.

Em 2017, o resultado do ano anterior se repetiu. E assim, a empresa passou a utilizar e apresentar seus resultados de acordo com a metodologia: Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS. Na tentativa de reduzir o consumo de água, foi desenvolvida a ODS 6 – “Água potável e saneamento: assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todas e todos”, como forma de apoio às novas demandas.

No ano de 2018, o primeiro a apresentar redução do consumo de água, apresentou 0,52 litros de água por unidade produzida. Pequena redução, porém, de grande impacto. Nesse momento, a Natura contou com mais um objetivo, “Vida na água: conservação e uso sustentável dos oceanos dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável”, ODS 14, mais uma metodologia para repensar o consumo de água.

“Finalizamos estudo da pegada hídrica e incorporamos a avaliação de ecotoxicidade na avaliação da segurança de produtos”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2018).

O ano de 2019, e último analisado neste trabalho, apresentou 0,59 litros de água por unidade produzida. Mais um ano com aumento, devido as mudanças nos processos de limpeza e sendo

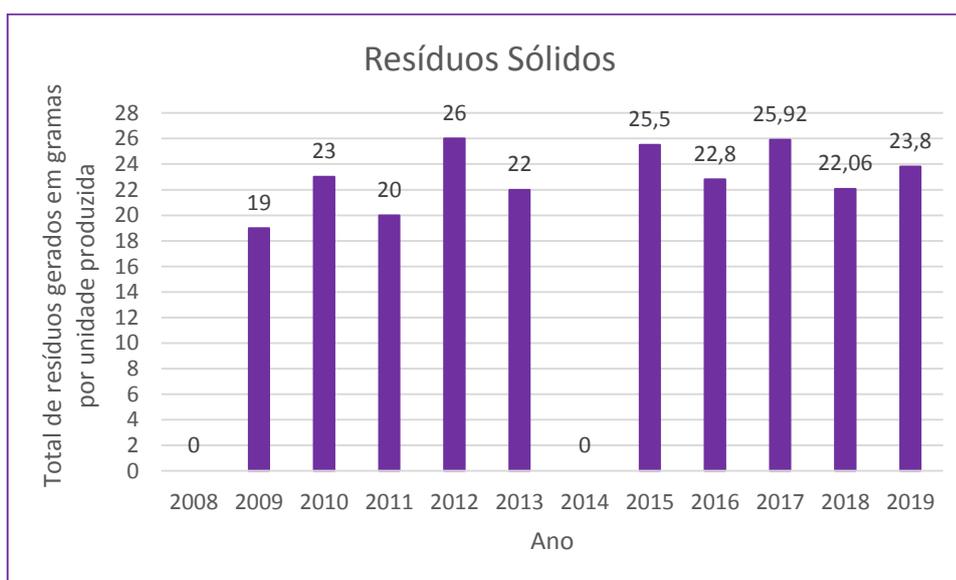
mais uma forma de análise, pois a empresa passou a considerar o consumo total de água em sua cadeia produtiva no Brasil e em todas as operações na América Latina.

Conforme os anos iam passando, a Natura adaptava suas metodologias e iniciativas, cada vez mais abrangente das variáveis de todo o seu processo produtivo.

### 5.5.2 Gerenciamento de Resíduos Sólidos

O Gráfico 2 apresenta o valor total de resíduos sólidos gerados no período do ano de 2008 a 2019. O indicador considera resíduos sólidos gerados por unidade produzida, sendo o somatório do total de resíduos diretos e indiretos da Natura, em gramas, dividido pelo total de unidades produzidas.

**Gráfico 2:** Resíduos sólidos gerados em gramas por unidade produzida por ano.



**Fonte:** Autoria própria, 2020.

O ano de 2008 foi o primeiro ano de análise desta pesquisa. Nos anos anteriores, apresentavam o total de resíduos sólidos gerados em gramas por unidade faturada, e quando feita a troca de unidade para gramas por unidade produzida não atualizaram os dados do ano de 2008 para a nova medida, por isso o valor do indicador não foi apresentado.

Em 2009, o segundo ano de registro, foram totalizadas 19 gramas de resíduos sólidos gerados por unidade produzida. A Natura passa a incorporar aos indicadores os dados das empresas

terceirizadas com objetivo de obter dados mais precisos sobre os impactos causados e poder gerenciá-los da melhor forma. O valor está dentro do esperado devido a priorização do gerenciamento de resíduos sólidos a partir da a gestão sustentável dos impactos ambientais causados.

Em 2010, foi registrado um aumento de quase 20% em relação ao ano anterior, ou seja, 23 gramas de resíduos sólidos gerados por unidade produzida, reflexo da inclusão dos quatro centros de distribuição, das Casas Natura do Brasil. Além disso, houve aumento na produção e destinação correta de produtos obsoletos. Um plano de ação foi proposto para reduzir os impactos ambientais: verificação periódica dos indicadores; revisão dos itens enviados para incineração; itens enviados para aterro com novas alternativas de reciclagem; e, aumento do comprometimento das unidades.

Em 2011, resultados das ações de melhoria começam a aparecer, com a redução de 3%. Registrou-se 20 gramas de resíduos sólidos gerados por unidade produzida.

No ano de 2012, houve um aumento de 6%, subindo para 26 gramas de resíduos sólidos gerados por unidade produzida, justificado pelo “acréscimo na destinação de resíduos perigosos para a reciclagem”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2011). A Natura ainda afirmou que “*isso ocorreu em função de um maior índice de perdas de produtos por descontinuidade, validade vencida ou sucateamento*”.

Ainda nesse ano, estava sendo concluído uma iniciativa chamada de *Movimento Natura*. Nessa iniciativa, as consultoras e os consultores mobilizavam os clientes a recolherem as embalagens usadas, resultou em 12 toneladas de embalagens. No geral, essa ação que está ativa desde o ano de 2009, resultou em 438 toneladas de embalagens. Após esse saldo, a Natura criou novas estratégias de gestão de resíduos sólidos, além de atrelar suas ações à metodologia da Logística Reversa.

Em 2013, a Natura registou uma redução, totalizando 22 gramas de resíduos sólidos gerados por unidade produzida. Além disso, o sistema de Logística Reversa foi planejado para coletar e destinar para a reciclagem 50% da quantidade de resíduos gerados pelas embalagens.

Ainda em 2013, foi elaborado um inventário que quantificou o volume dos resíduos gerados no processo fabril, destruição dos produtos e, uso e descarte de produtos pelos consumidores.

Em 2014, não houve dados quantitativos para nível comparativo à esta pesquisa. Registra-se que, neste ano, a empresa se comprometeu com sua *Visão de Sustentabilidade 2050*, que “*trás um conjunto de diretrizes estratégicas para a construção de impacto positivo até 2050 para todos os negócios da empresa, bem como as ambições e os compromissos que deverão ser alcançados*”.

Com essa nova visão passou-se a considerar seis novos temas prioritários, e para resíduos sólidos, “*desenvolvimento de embalagens de menor impacto ambiental e que promovam o consumo consciente*”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2014).

Em 2015, registrou-se 25,5 gramas de resíduos sólidos gerados por unidade produzida que, somada ao volume de resíduos gerados no Ecoparque, acarretou um aumento na geração de resíduos.

No ano de 2016, foram contabilizadas 22,8 gramas de resíduos sólidos gerados por unidade produzida.

“Desde 2010, contamos com uma etapa do processo de inovação, com a aplicação de uma ferramenta chamada calculadora ambiental. O sistema digital permite inserir informações relativas a embalagens e fórmulas e calcular o impacto ambiental de um produto, ainda na fase de desenvolvimento”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2017). Essa ferramenta, conforme destacado em seu relatório, orienta a empresa para tomar melhores decisões, continuidade ou bloqueio do processo produtivo e, no desenvolvimento de produtos.

No relatório de 2017, o montante gerado foi 25,92 gramas de resíduos sólidos gerados por unidade produzida. Destaca-se que a Natura conta com a metodologia de dois programas de responsabilidade compartilhada.

O Programa *Elos*, um “*programa de responsabilidade compartilhada entre a Natura e seus fornecedores de embalagem, para garantir a rastreabilidade, homologação e logística reversa nas cadeias de fornecimento de materiais reciclados pós-consumo que incorporamos em nossas embalagens*”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2017).

Outra ferramenta é o Programa *Dê a Mão para o Futuro*, um “*programa setorial de logística reversa, iniciativa da Abihpec em conjunto com a Associação Brasileira das Indústrias de*

*Produtos de Limpeza (Abipla) e a Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (Abimapi)*". (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2017).

Nesse ano, a metodologia “Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS”, os dezessete objetivos foram instituídos pela Organização das Nações Unidas, como uma necessidade mundial da qualidade de vida e ao meio ambiente. Serve de apoio para os países conseguirem lidar com os desafios ambientais, políticos e econômicos. Para cumprir os objetivos com eficácia é necessário ter iniciativas individuais e coletivas.

Os ODS internalizados pela Natura, em seu planejamento estratégico são: “Cidades e comunidades sustentáveis: tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis”, ODS 11. E “Consumo e produção responsáveis: assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis”, ODS 12.

No ano de 2018, foram totalizados 22,06 gramas de resíduos sólidos gerados por unidade produzida. Mesmo com um aumento na produção, aquele ano apresentou uma redução de aproximadamente 11% dos resíduos gerados.

Essa redução deu-se com novas iniciativas da empresa que: eliminou o uso de copos plásticos no escritório; reaproveitamento das tampas e caixas de papelão nos centros de distribuição; passou a comercializar os resíduos de óleo e álcool – usados na fabricação de limpeza e biodiesel; aumento na recuperação de resíduos perigosos que são enviados para coprocessamento.

A ideia é oferecer “desenvolvimento de embalagens com menor impacto ambiental e que promovam o consumo consciente”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2018).

Nesse ano, a empresa contou com o apoio de mais outros cinco objetivos da ODS. São eles: “Saúde e bem-estar: assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas e todos, em todas as idades”, ODS 3. “Indústria, inovação e infraestrutura: construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação”, ODS 9. “Ação contra a mudança global do clima: tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos”, ODS 13. “Vida na água: conservação e uso sustentável dos oceanos dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável”, ODS 14. E por fim,

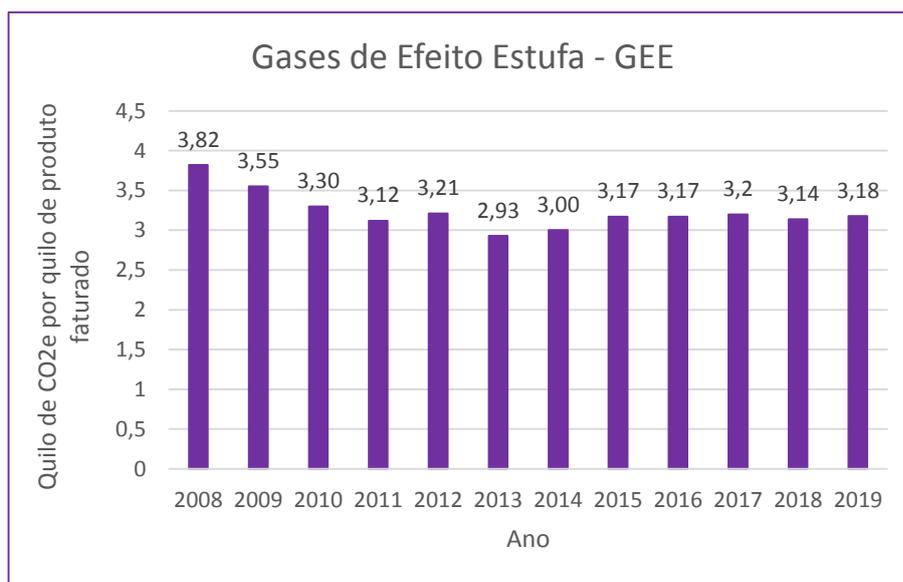
“Vida terrestre: proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade”, ODS 15.

Em 2019, o último ano dessa pesquisa, a geração de resíduos totalizou 23,8 gramas de resíduos sólidos gerados por unidade produzida. Esse aumento foi devido a inclusão dos resíduos gerados nas operações no Brasil e na América Latina no cálculo.

### 5.5.3 Emissão de Gases de Efeito Estufa

O Gráfico 3 apresenta o valor total da emissão de gases de efeito estufa – GEE, no período de 2008 a 2019.

**Gráfico 3:** Emissão de gases de efeito estufa dado em quilo de CO<sub>2</sub>equivalente por quilo de produto faturado por ano.



**Fonte:** Autoria própria, 2020.

O CO<sub>2</sub>equivalente ou CO<sub>2</sub>e – dióxido de carbono equivalente, é uma medida métrica utilizada para comparar gases de efeito estufa e seu potencial de aquecimento global.

Para 2008, o primeiro ano de análise e comparando os resultados dos anos anteriores, apresentou uma redução da emissão de GEE com 3,82 kg de CO<sub>2</sub>e por kg de produto faturado.

Em 2009, os resultados de dois anos de Programa *Carbono Neutro* apresentaram uma nova redução de 5,2% de emissão dos gases, alcançando a meta inicial de 3%, totalizando, no ano 3,55 kg de CO<sub>2e</sub> por kg de produto faturado

“Em 2009, aderimos ao programa Defensores do Clima, do World Wildlife Fund (WWF), por meio do qual assumimos a meta de reduzir em 10% as nossas emissões absolutas de GEE relacionadas aos chamados escopo 1 e 2, no período compreendido entre 2008 e 2012”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2009). Segundo a Natura, ainda em 2009, “o escopo 1 é aquele relacionado às emissões diretas da empresa (fontes fixas e móveis de energia), e o escopo 2 contabiliza as emissões indiretas provenientes da compra de energia. A soma desses dois escopos, em 2009, representou 3% das nossas emissões”.

Iniciativas ambientais propostas pela Natura para a redução das emissões de GEE foram: otimização dos recursos de malha viária e entregas de produto; troca do transporte aéreo para o transporte marítimo no México e Peru.

Para o ano de 2010, com os resultados do Programa *Carbono Neutro*, lançado em 2007, houve redução de apenas 21% da meta de 33% estabelecida em 2006 e prevista para 2011, e por isso, o prazo para cumprimento dessa meta foi adiado para 2013. Nesse ano, a emissão de GEE totalizou 3,30 kg de CO<sub>2e</sub> por kg de produto faturado.

Nesse mesmo ano, a empresa lançou uma embalagem refil de polietileno, que utiliza a cana-de-açúcar como matéria-prima, um tipo de fonte energética renovável. Suas vantagens estão em ser 100% reciclável, além de proporcionar uma redução de 58% emissão dos gases, segundo estudos da Natura.

O programa *Menos Carbono Mais Produtividade*, lançado em 2010, foi uma iniciativa para acelerar a redução de emissões. Consiste em cinco frentes de atuação, sendo elas: “engajamento dos colaboradores, educação e capacitação, identificação de projetos, melhorias nos processos e conexão com o negócio”. (RELATÓRIO ANUAL NATURA, 2010).

Com eficiência no resultado no ano de 2011 obteve-se redução de quase 6%, resultando em 3,12 kg de CO<sub>2e</sub> por kg de produto faturado.

Algumas ações foram colocadas em prática, sendo elas: redução de 6% no tamanho das

revistas; abastecimento dos carros da empresa somente no álcool; troca do gás liquefeito de petróleo – GLP, por álcool na caldeira da unidade de Cajamar; redução no tamanho das caixas de transporte; e, adaptação para reuniões online.

Como iniciativas a longo prazo, foram propostas: melhoria da logística; expansão da produção internacional; embalagens menores; maior eficiência da caldeira movida a biomassa (briquete, frutas e sementes) na unidade de Benevides.

Em 2012, a Natura apresentou a evolução dos resultados que obtiveram desde de 2006, somando um total de 28,4% da meta de 33%. Em contrapartida, um aumento equivalente ao ano anterior, 3,21 kg de CO<sub>2e</sub> por kg de produto faturado. Passou-se a analisar que os impactos causados pelos resíduos sólidos têm grande influência sobre o cálculo da emissão de carbono, com isso, houve a necessidade de novas iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa.

Além disso, houve aumento da participação da geração termelétrica, devido ao baixo nível dos reservatórios das hidrelétricas, o que resulta no aumento da emissão de GEE na cadeia produtiva.

A meta estipulada em 2006, finalmente foi atingida no mês de dezembro de 2013, que fechou em 2,93 kg de CO<sub>2e</sub> por kg de produto faturado, comprovando a eficiência do Programa Carbono Neutro.

Em 2014, registrou-se um aumento de 2,2%, relação ao ano anterior, com 3,00 kg de CO<sub>2e</sub> por kg de produto faturado. Porém, quando comparado ao ano base 2012, ainda se obteve uma redução de 6,7%.

Os anos de 2015 e 2016, os resultados da emissão de GEE foram iguais a 3,17 kg de CO<sub>2e</sub> por kg de produto faturado. Mais um aumento, porém, estável.

No ano de 2017, observa-se outro aumento de 0,5%, totalizando 3,20 kg de CO<sub>2e</sub> por kg de produto faturado, resultantes do mix de vendas anual, inclusão de itens com alta taxa de emissão e o aumento das vendas internacionais (o que causa um aumento do transporte de produtos).

Depois de alguns anos apresentando aumento, a Natura, obteve resposta positiva de suas ações, fechando o ano de 2018 com 3,14 kg de CO<sub>2e</sub> por kg de produto faturado.

Em 2019, fechando o último ano da pesquisa, foi constatado um leve aumento indo para 3,18 kg de CO<sub>2e</sub> por kg de produto faturado. A Natura deixa claro seu empenho em manter níveis de excelência de toda a cadeia produtiva, e passa a agir em função da união ambiental e social, com intuito de gerar crédito de carbono.

#### **5.5.4 Consumo Energético**

Devido à problemática apresentada sobre os dados de consumo energético, não possível gerar um gráfico da série histórica para melhor visualização dos resultados.

O APÊNDICE C, apresenta a tabela com os valores quantitativos encontrados dos indicadores ambientais. Por meio dela, pode-se observar as variações de medida utilizadas ao longo dos anos.

Nos anos de 2013 e 2014, não há dados para serem analisados. Mas, nos últimos cinco anos, o consumo energético foi medido por Megawatt-hora – MWh e permitiu uma avaliação para esse período.

O primeiro, ano de 2015, o consumo anual médio foi de 71,876 MWh. Em 2016, 84,266 MWh. Para 2017, 86,204 MWh. O ano de 2018 finalizou com consumo de 94,374 MWh. E último ano de análise, 2019, o consumo foi de 104,69 MWh. Notável aumento de cerca de 30% (31,3%), no período considerado, que resultou da inclusão, no cálculo, de todas as operações da Natura, desde aquelas da Unidade de Cajamar, de Benevides, os espaços Natura no Brasil e dos terceirizados.

## 6 CONCLUSÃO

O presente trabalho mostrou que o tamanho e porte de um empreendimento não importa quando se pensa ambientalmente correto. É possível exercer atividades potencialmente poluidoras desde que seja, acompanhada por especialistas da área, trazendo soluções para reduzir ou amenizar os impactos ambientais negativos. Com essa pesquisa, pode-se perceber o anseio da empresa em se apresentar como exemplo ambiental, agindo diretamente pelo desenvolvimento sustentável e na prevenção e/ou remediação dos impactos ambientais causados por suas atividades potencialmente poluidoras.

É necessário que a empresa se posicione para propor o melhor aos seus clientes e consumidores criando produtos de qualidade e visualmente atrativos, apresentando uma cadeia produtiva unindo os três pilares: ambiental, econômico e social.

A perspectiva histórica apresentada foi feita por meio de uma pesquisa exploratória com uma investigação documental, realizada a partir das iniciativas ambientais adotadas e posteriormente à adesão ao Sistema de Gestão Ambiental, pela ABNT NBR ISO 14.001.

Por ser uma norma que vincula à qualidade de processos e produtos, ela ajuda a melhorar o desempenho das empresas identificando, gerenciando, monitorando e controlando as questões ambientais por meio da utilização eficiente dos recursos e redução de impactos ambientais negativos. É uma certificação mundial, gratificada às empresas que passam por auditoria externa correspondendo aos pré-requisitos mínimos por ela exigidos.

Os indicadores analisados foram: consumo de água, gerenciamento de resíduos sólidos, emissão de gases de efeito estufa e consumo energético, compreendidos no período de 2008 a 2019, escolhido assim, devido a constância nas unidades de medida.

O que dificultou e reduziu as informações desta pesquisa foi a constante troca de unidade de medida nos quatro indicadores ambientais estudados.

Ao passo que a Natura se preocupava com as questões ambientais, projetos desenvolvidos envolviam todos seus colaboradores. Automaticamente, já promovia mais um, o projeto com a temática de Educação Ambiental.

Já, os resultados insatisfatórios para o padrão de excelência da empresa estão em constante otimização com foco em melhoria contínua.

## REFERÊNCIAS

ABIHPEC. Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. **Instituto de Tecnologia e Estudos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos**. Disponível em: <<https://abihpec.org.br/ipt-e-instituto-de-tecnologia-e-estudos-de-higiene-pessoal-perfumaria-e-cosmeticos-assinam-protocolo-de-intencoes/>> Acesso em: 18 de outubro de 2020.

ABIHPEC. Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. **Anuário ABIHPEC 2019**. Disponível em: <<https://abihpec.org.br/publicacao/anuario-abihpec-2019/>> Acesso em: 18 de outubro de 2020.

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR ISO 6.938/1981 Política Nacional do Meio Ambiente**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L6938.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L6938.htm)> Acesso em: 22 de outubro de 2020.

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR ISO 10.004 Resíduos Sólidos**. Disponível em: <<https://analiticaqmresiduos.paginas.ufsc.br/files/2014/07/Nbr-10004-2004-Classificacao-De-Residuos-Solidos.pdf>> Acesso em: 22 de outubro de 2020.

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR ISO 12.305/2010 Política Nacional de Resíduos Sólidos**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2010/Lei/L12305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12305.htm)> Acesso em: 26 de outubro de 2020.

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR ISO 14.001 Sistema de Gestão Ambiental**. Setembro, 2015. Disponível em: <<http://www.abnt.org.br/publicacoes2/category/146-abnt-nbr-iso-14001>> Acesso em: 17 de novembro de 2018.

**Constituição Federal de 1988** – Artigo 225. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)> Acesso em: 18 de outubro de 2020.

Instituto Ethos. **Guia para elaboração de balanço social e relatório de sustentabilidade, 2007**. Disponível em: <<https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/1Vers%C3%A3o-2007.pdf>> Acesso em: 22 de outubro de 2020.

**Manual Boas Práticas de Fabricação** – versão comentada – Resolução RDC 48/13. Disponível em: <<http://abihpec.org.br/manual-boas-praticas/files/assets/basic-html/page9.html>> Acesso em: 22 de outubro de 2020.

**Natura Cosméticos S.A.** Disponível em: <<https://www.natura.com.br/>> Acesso em: 17 de novembro de 2018.

**Panorama do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.** Resultados 2017. Disponível em: <<http://www.abre.org.br/wp-content/uploads/2016/01/Panorama-do-Setor-de-HPPC-2017.pdf>> Acesso em: 18 de outubro de 2020.

Relatórios Anuais. **Relatório Anual Natura.** Disponível em: <<https://ri.naturaeco.com/resultados-e-apresentacoes/central-de-resultados/>> Acesso em: 17 de novembro de 2018.

Relatório de Brundtland. **Nosso Futuro Comum – versão inglês.** Disponível em: <[file:///C:/Users/Isabela/Downloads/our\\_common\\_futurebrundtlandreport1987.pdf](file:///C:/Users/Isabela/Downloads/our_common_futurebrundtlandreport1987.pdf)> Acesso em: 18 de outubro de 2020.

## APÊNDICE A

**Quadro 1:** Evolução histórica da Natura ao longo da sua trajetória.

Ano	Evento
1969	Luiz Seabra fundou a Natura, em São Paulo. Desde essa época, a produção de cosméticos já contemplava ativos vegetais em sua composição.
1970	Aberta a primeira loja da Natura na rua Oscar Freire em São Paulo, e o atendimento era feito pelo próprio Seabra.
1973	Foi inaugurada a fábrica da Natura em São Paulo. Na época, sete colaboradores produziam mensalmente cerca de 600 unidades de produtos de tratamento para cabelos, rosto e corpo.
1974	A Natura decidiu apostar na consultoria personalizada, e o sistema de venda direta entra em operação.
1979	A Natura entrou no mercado masculino, com o lançamento da linha Sr N. Foi formado o Sistema Natura, com a participação de várias empresas.
1981	Foi criado um serviço telefônico pioneiro gratuito de atendimento aos consumidores.
1982	Início das operações no Chile, primeira iniciativa da empresa no exterior.
1983	Primeira empresa de cosméticos a oferecer refil de produtos.
1984	De forma pioneira, foi lançada a opção de produtos em refil. Nasce a linha Erva Doce, um dos maiores sucessos da Natura.
1986	Chegou ao mercado a linha Chronos, de tratamento antissinais, que reunia os maiores avanços tecnológico a cosmética mundial de então.
1988	A Natura passou a comercializar seus produtos na Bolívia.
1989	Na década de 1980, a Natura cresceu 35 vezes, consolidou a união com quatro empresas do Sistema Natura e despontou como a maior empresa de cosméticos brasileira.
1990	A Natura publicou sua Razão de Ser (compromisso com o bem-estar/estar bem) e suas Crenças (a importância das relações, o compromisso com a verdade, o aperfeiçoamento contínuo, o estímulo à diversidade, a valorização da beleza sem estereótipos e a empresa como promotora do enriquecimento social).
1992	Foi criada o Natura Escola: primeiro projeto social da empresa, desenvolvido em parceria com a Escola Estadual Matilde Maria Cremm, de Itapeverica da Serra. A Natura chegou à Argentina e ao Peru.
1993	Foi lançada a linha Mamãe e Bebê, com a proposta de valor de contribuir para o fortalecimento do vínculo entre mães e filhos.
1994	Início das operações na Argentina e Peru.
1995	Foi criado o Programa Crer para Ver, com o objetivo de contribuir para a melhoria do ensino público no Brasil.
1996	Foi veiculada a primeira campanha do conceito Mulher Bonita de Verdade, da linha Chronos, que expressa a ideia de que a beleza feminina independe da idade. A fragrância Kaiak entra no mercado.
1998	Por meio de análises de impacto ambiental de todos os seus processos, a Natura passou a realizar regularmente o controle e o monitoramento ambiental de suas atividades. É criado o Conselho de Administração da Natura.

1999	Início da relação com comunidades tradicionais para o fornecimento de insumos da sociobiodiversidade.
2000	Foi lançada a linha Natura Ekos, com o uso sustentável de ativos da biodiversidade brasileira. A Natura iniciou o Programa Certificação de Ativos.
2001	Foi inaugurado o Espaço Natura em Cajamar/São Paulo, que abriga fábricas, armazenagem, logística e atividades administrativas em uma construção que atende aos mais avançados requisitos ambientais.
2003	É criada a linha Natura Tododia com o objetivo de tornar a rotina de cuidados com o corpo em um ritual especial.
2004	A Natura abriu seu capital na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). A empresa conquistou a certificação ambiental ISO 14001.
2005	Foi inaugurada a Casa Natura em Paris/França. Entrou em funcionamento a operação do México.
2006	Foi aberta a primeira Casa Natura do Brasil, em Campinas/São Paulo. Fim dos testes em animais em todas as práticas de pesquisa da empresa. Foi firmado o primeiro acordo de repartição de benefícios por acesso ao conhecimento tradicional.
2007	Foi lançado o Programa Carbono Neutro. A Natura comprometeu-se a reduzir ao longo de cinco anos suas emissões de Gases do Efeito Estufa em 33% e a neutralizar por completo as emissões que não podem ser evitadas. Foi aberta a primeira fábrica Natura fora de São Paulo, com a inauguração da Unidade Industrial Benevides, no Pará. Iniciaram-se as operações da Colômbia. Todos os produtos Natura passaram a divulgar uma tabela ambiental. Em suas embalagens.
2008	A Natura iniciou a implantação do Sistema de Gestão Natura, modelo de organização baseado em gestão por processos, que está a serviço das Unidades de Negócios e das Unidades Regionais. Para estreitar o relacionamento com CNs, a Natura ampliou o modelo Consultora Natura Orientadora (CNO) no Brasil.
2009	Ao completar 40 anos, a Natura atingiu a marca histórica de um milhão de consultoras. Foi lançado o Natura Conecta, uma comunidade virtual para aproximar os públicos da Natura.
2010	Foi iniciada a manufatura internacional, por meio de parceiro, na Argentina. Outros países que formam as Operações Internacionais são Chile e Peru. Início da produção na Argentina, Colômbia e México. Foi lançada a primeira embalagem de refil de polietileno produzido a partir da cana-de-açúcar, fonte de energia renovável que, além de ser 100% reciclável, reduz em 58% a emissão de gases causadores de aquecimento global, em relação ao plástico comum.
2011	A Natura tornou-se uma das três marcas preferidas dos consumidores na Argentina e no Peru. Tornou-se a primeira empresa de cosméticos do mundo a adotar o cálculo da pegada hídrica. Lançou o Programa Amazônia, que almeja tornar a região um polo de inovação, tecnologia e sustentabilidade.
2012	A Natura adquire a marca australiana Aesop com trâmites concluídos em 2016. Uma marca de alcance global e melhoria da presença internacional. Inaugurou o Núcleo de Inovação Natura na Amazônia (NINA), em Manaus/Amazonas. Avanço na construção do Ecoparque, em Benevides. Início da operação do Centro de Distribuição São Paulo, mais moderno e tecnológico, adaptado para o trabalho de pessoas com deficiência intelectual, promoção da inclusão social.
2013	Criação da linha Sou, que inova ao promover a reflexão sobre consumo consciente desde a concepção do produto, do processo de produção (reduzindo o impacto ambiental da matéria-prima ao pós-consumo) e da comunicação com os consumidores. Ocasionalmente 70% menos plástico. Redução de 1/3 das emissões de gases de efeito estufa, compromisso assumido em 2007.

2014	Inauguração do Ecoparque em Benevides, um complexo industrial que pretende gerar negócios sustentáveis a partir da sociobiodiversidade amazônica e impulsionar o empreendedorismo local. Primeira companhia de capital aberto se tornando, uma Empresa BCorp.
2015	O Rede Natura, plataforma de vendas on-line alcança todo o território brasileiro e chega ao Chile.
2016	Inaugurada a primeira loja em Nova York.
2017	A Natura adquire a marca britânica The Body Shop.
2018	Criado o grupo Natura&CO, união da Natura, Aesop e The Body Shop. Assinado o documento do Compromisso Global por uma nova Economia do Plástico, que tem por objetivo erradicar o desperdício e a poluição causados.
2019	A Natura é ganhadora do prêmio 2019 UN Global Action Award, concedida pela ONU.
2020	Natura&CO conclui a aquisição da Avon, tornando-se o quarto maior grupo de beleza do mundo.

**Fonte:** Adaptado pela autora de Relatório Anual Natura, 2020.

## APÊNDICE B

**Quadro 2:** Alguns dos produtos fabricados pela Natura Cosméticos S.A.

Produto	Linha de produto	Especificação
	Sève	A linha <i>Natura Sève</i> são óleos desodorante corporais.
	Ekos	A linha <i>Natura Ekos</i> utiliza como matéria prima a biodiversidade brasileira encontrada na Amazônia. Seus produtos são: shampoo, condicionadores, hidratante (para o pé, mão e corpo), além de sabonetes.
	Tododia	A linha <i>Natura Tododia</i> criada para atender a necessidade da hidratação corporal e unhas. Além da limpeza, com sabonetes em barra e líquidos. Encontrada com diversas fragrâncias na embalagem comum e por refil.  Perante a pandemia causada pelo COVID-19, a Natura lançou álcool em gel pelos princípios de cuidado e higienização
	Plant	A linha <i>Natura Plant</i> , tem como foco o cuidado com os fios capilar. Toda a sua linha é pensado para limpeza, hidratação e brilho nos cabelos, sendo cacheados, enrolados e lisos.
	Linha Sou	A linha <i>Sou</i> é sinônimo de cuidado com os cabelos (shampoo, condicionadores, máscara hidratante e creme de pentear), sabonete líquido e creme para o corpo.

		<p>vem com uma pegada ambiental e prática. Embalagem pensada para facilitar ser transportada</p>
	Sr. N	<p>A linha <i>Sr. N</i> é para os homens. Sua fórmula é voltada para o cuidado com cabelos e barba. Pode-se encontrar desde shampoo à gel pós barba.</p>
	Mamãe & bebê	<p>A linha <i>Natura Mamãe &amp; bebê</i> foi lançada em 1993 é dermatologicamente testada e aprovada por médicos pediatras. Sua matéria prima, cores e fragrância foram desenvolvidos para reafirmar vínculo entre mãe e filho.</p>
	Chronos	<p>A linha <i>Chronos</i> é composta por colágeno, elastina e ácido hialurônico proporcionando melhor estrutura da camada da pele.</p>
	Fotoequilíbrio	<p>A linha <i>Fotoequilíbrio</i> oferece proteção solar de acordo com o tipo de pele. Elaborado sob fórmulas não oleosas, com ação antioxidante, resistente a água e vitamina E.</p>
	Crer Para Ver	<p>A linha <i>Crer Para Ver</i>, no mercado há 26 anos. Todo o lucro adquirido desses itens é revertido para a educação pública e desenvolvimento de consultores e seus familiares.</p>

**Fonte:** Autoria própria, 2020.

## APÊNDICE C

**Tabela 1:** Evolução dos indicadores ambientais da Natura.

Evolução dos indicadores ambientais da Natura																						
Indicador	Unidade/Ano	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
ÁGUA	Metro cúbico: m <sup>3</sup>	43,28	130,06	115,74	110,50	116,37	136,68	141,88	146,00	161,33	200,61						198,74	278,95	289,97	336,07	420,94	
	Litros/unidade vendida		1,65	1,22	0,87	0,67	0,63	0,58														
	Litros/unidade faturada							0,53	0,51	0,48	0,52	0,47										
	Litros/unidade produzida									0	0,42	0,42	0,4	0,4	0,4	0,45	0,49	0,53	0,53	0,52	0,59	
RESÍDUO	tonelada	1724,59	2743,72	3181,24	3632,69	4455,04	5975,93	6831,41	6799,90	7348,10							15013,00	13534,00	12011,00			
	grama/unidade vendida		35,5	29,9	29,2	25,6	27,7	25,7	24,1	22,4												
	grama/unidade faturada								34,9	31,0	31,5	25,7										
	grama/unidade produzida									0	19	23	20	26	22	0	25,5	22,8	25,92	22,06	23,8	
GEE	tonelada	5960,00	5425,00	7089,16	8506,99	0,00	107,53	172,76	195,15	201,49	232,83	253,31	265,00	299,00	328,00	332,00	321,27	303,42	308,05	333,18	325,84	
	kg de CO <sub>2</sub> /kg de produto faturado							3,93	4,02	3,82	3,55	3,21	3,12	3,21	2,93	3,00	3,17	3,17	3,20	3,14	3,18	
ENERGIA	10 <sup>3</sup> Joule		7,57	7,54	7,47																	
	(elétrica, GLP, Diesel, Energia solar) kJoule/unidade vendida		1252,1	1025,7	785,2	603,7	551,8	469,5	510,2	424,1												
	(elétrica, GLP, Diesel, Energia solar) kJoule/unidade faturada							469,5	510,2	424,1	447,3	443,8										
	(elétrica, GLP, Diesel, Energia solar) kJoule/unidade produzida									0	422	466	410	436								
	matriz energética total (x10 <sup>12</sup> ) Joule								131,7	171,8	185	171,5										
	MWh																	71.876	84.266	86.204	94.374	104,69

Fonte: Autoria própria, 2020.

## APÊNDICE D

**Quadro 5:** Iniciativas ambientais propostas pela Natura que influenciou os resultados do indicador *consumo de água*.

2008	Houve troca de unidade de medida e não houve atualização para a nova unidade;
2009	Programa <i>Water Footprint</i> : cálculo da Pegada Hídrica que servirá de apoio para a política de gestão de água, além de basear no uso sustentável, equitativo e eficiente;
	Consumo de água dos terceirizados;
2010	Aumento da produção e operação;
	Expansão e reforma nos CD's;
	Ganhos no reúso e reciclagem da água;
2011	RENTANK – tanques móveis: recupera maior quantidade de água de reúso;
	Substituição água potável para água de reúso na ETE;
	Racionalização dos terceiros;
2012	Melhorias em sanitários, ETE, caldeira, clube e monitoramento eletrônico;
	Incluiu mais etapa no tratamento de água e viabilizando para outros fins (caldeira, vaporização, resfriamento/aquecimento, ar condicionado);
2013	Resultado Pegada Hídrica: 45,9% do consumo se encontra na fase de consumo do produto;
2014	Expansão da unidade de Cajamar e inauguração do Ecoparque/PA;
2018	Consumo das unidades relacionadas: CD's, Ecoparque, terceirizados;
2019	Consumo de todas as operações da América Latina e mudanças nos processos de sanitização;

**Fonte:** Autoria própria, 2022.

**Quadro 6:** Iniciativas ambientais propostas pela Natura que influenciou os resultados do indicador *gerenciamento de resíduos sólidos*.

2008	Houve troca de unidade de medida e não houve atualização para a nova unidade;
2009	Resíduos gerados pelos terceirizados;
2010	Incluiu os dados de 4 CD's, das Casas Natura do Brasil, além do aumento da produção;
	Plano de ação para reduzir os impactos ambientais, verificar indicadores, revisão dos itens enviados para incineração ou aterro definindo alternativas de reciclagem;
2012	Aumento na destinação de resíduos perigosos para reciclagem (aumento nas perdas de produto por descontinuidade, validade vencida ou sucateamento);
	Programa de <i>Logística Reversa</i> - Movimento Natura;
2013	Inventário de geração de resíduos: quantifica o volume gerado no processo, distribuição de produtos, uso e descarte de produtos pelos consumidores;
2014	<i>Visão de Sustentabilidade 2050</i> : diretrizes estratégicas;
2015	Adicionado ao cálculo os resíduos gerados no Ecoparque e o efluente não tratado e destinado à incineração;
2017	Programa <i>Elos</i> : responsabilidade compartilhada entre Natura e fornecedores;
	Programa <i>Dê a mão para o Futuro</i> : destinação adequada de embalagens pós-consumo;
2018	Eliminou uso de copos de plástico no escritório, reaproveitamento de caixas e tampas nos CD's, comercialização de resíduos de álcool e óleo para fábricas de produtos de limpeza e biodiesel;
	Aumento na recuperação de resíduos enviados para coprocessamento;
2019	Operações no Brasil e América Latina.

**Fonte:** Autoria própria, 2022.

**Quadro 7:** Iniciativas ambientais propostas pela Natura que influenciou os resultados do indicador *emissão de gases de efeito estufa*.

2008	Programa Carbono Neutro: reduziu 3% de 33% das emissões até 2011 – Adiada para 2013;
2009	Programa <i>World Wildlife Fund</i> : reduzir em 10% pelo escopo 1: fonte fixa e móveis, e escopo 2: compra de energia;
	Otimização dos recursos da malha viária e entregas de produto, transporte marítimo no México e Peru;
2010	Embalagem refil do sabonete <i>Erva Doce</i> – pioneira – cana de açúcar – redução de 58%;
	Programa <i>Menos Carbono Mais Produtividade</i> ;
2011	Redução de 6% no tamanho da revista, abastecimento dos carros empresariais com álcool, troca do GLP por álcool na caldeira de Cajamar, redução no tamanho nas caixas de armazenamento, reuniões online;
	Metas a longo prazo: melhoria da logística, expansão da produção internacional localizada, embalagens menores e a caldeira de biomassa;
2012	Aumento da energia vindo das termelétricas compensando o baixo nível das hidrelétricas;
	Instalação da caldeira movida à biomassa (briquetes, frutos e sementes) em Benevides;
2013	Meta do Programa Carbono Neutro alcançada;
2017	Aumento indo do mix de vendas, aumento das vendas internacionais, inclusão de itens com alta taxa de emissão;
2019	Projetos com viés ambiental e social;
	Utilizar da geração de crédito de carbono.

**Fonte:** Autoria própria, 2022.