

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS E VETERINÁRIAS
CÂMPUS DE JABOTICABAL

**AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL DA
EMPRESA NATURA ENTRE OS ANOS DE 2015 A 2020 E A AGENDA 2030**

GABRIELA DONEDA BALDIM

Jaboticabal – SP

1º Semestre/2022

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS E VETERINÁRIAS
CÂMPUS DE JABOTICABAL

**AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL DA
EMPRESA NATURA ENTRE OS ANOS DE 2015 A 2020 E A AGENDA 2030**

GABRIELA DONEDA BALDIM

Orientadora: Prof^a.Dr^a. Ana Margarida Theodoro Caminhas

Trabalho apresentado à Faculdade de
Ciências Agrárias e Veterinárias, UNESP,
Câmpus de Jaboticabal, para graduação
em Administração.

Jaboticabal – SP

1º Semestre/2022

FICHA CATALOGRÁFICA

B177a	<p>Baldim, Gabriela Doneda</p> <p>As ações de responsabilidade social e ambiental da empresa Natura entre os anos de 2015 a 2020 e a Agenda 2030 / Gabriela Doneda Baldim. -- Jaboticabal, 2022</p> <p>54 p. : tabs.</p> <p>Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Administração) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias, Jaboticabal</p> <p>Orientadora: Ana Margarida Theodoro Caminhas</p> <p>1. Sustentabilidade. 2. Relatórios corporativos. 3. Responsabilidade ambiental. I. Título.</p>
-------	---

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias, Jaboticabal. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

CERTIFICADO DE APROVAÇÃO



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
CÂMPUS DE JABOTICABAL



DEPARTAMENTO: Economia, Administração e Educação

CERTIFICADO DE APROVAÇÃO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

TÍTULO: "As Ações de Responsabilidade Social e Ambiental da Empresa Natura nos Anos de 2015 a 2020 e a Agenda 2030"

ACADÊMICO: Gabriela Doneda Baldim

CURSO: Administração

ORIENTADORA: Profa. Dra. Ana Margarida Theodoro Caminhas

Aprovado e corrigido de acordo com as sugestões da Banca Examinadora

BANCA EXAMINADORA:

Presidente Profa. Dra. Ana Margarida Theodoro Caminhas

Membro Profa. Dra. Cristiane Sonia Arroyo

Membro Prof. Dr. Adriano dos Reis Lucente

Jaboticabal 24 / 06 / 2022

Aprovado em reunião do Conselho do Departamento em: / /

Profa. Dra. Andréia Marize Rodrigues
Chefe do Departamento de Economia,
Administração e Educação

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Carlos e Renata, pelo amor, paciência, apoio, compreensão e por não medir esforços para minha educação.

Dedico.

AGRADECIMENTOS

Agradeço infinitamente a Deus, que me amparou, fortaleceu e iluminou durante esse período tão importante.

Agradeço imensamente aos meus pais, Carlos e Renata, por nunca medirem esforços e sempre me apoiarem.

Agradeço às minhas irmãs, Manuela e Isabela, por estarem presentes em cada momento da minha vida e por sempre me apoiarem. À Manu, agradeço por sempre me animar e por me inspirar com sua inteligência e jeito curioso, e à Isa, com quem eu pude dividir uma fase maravilhosa.

À minha orientadora Ana Margarida, por toda a paciência, suporte, confiança em meu potencial e pela motivação.

À todos os amigos que tive o privilégio de conhecer, conviver e compartilhar tantos momentos e aprendizados. Em especial à Bruna, que esteve comigo em tantos momentos me apoiando e incentivando.

Aos órgãos acadêmicos dos quais fiz parte e que tanto contribuíram para o meu crescimento pessoal e profissional. Projeto Suporte, Diretório Acadêmico, Centro Acadêmico e Workshop de Carreiras.

Obrigada

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. OBJETIVOS	10
2.1 Objetivo Geral	10
2.2 Objetivos Específicos.....	10
3. REVISÃO DE LITERATURA	10
3.1 Responsabilidade Social	10
3.2 Responsabilidade Ambiental	11
3.3 Responsabilidade Socioambiental	14
3.4 A Agenda 2030	15
3.5 Relatório GRI.....	17
4. METODOLOGIA	17
4.1 Coleta e Análise de Dados	
4.2 Autorização da Empresa	19
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO	19
5.1 Caracterização da Empresa Estudada	19
5.2 Ações de Responsabilidade Ambiental da Empresa Natura entre os anos 2015 e 2020	22
5.3 Ações de Responsabilidade Social da Empresa Natura entre os anos 2015 e 2020	27
5.4 Ações de Responsabilidade Socioambiental da Empresa Natura entre os anos 2015 e 2020.....	30

	1
6. CONCLUSÕES	48
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA	50

RESUMO

O objetivo do presente trabalho foi realizar um levantamento das ações de responsabilidade social e ambiental da empresa Natura no período entre 2015 e 2020, e então fazer um comparativo destas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) na Agenda 2030. Para isso, foram coletadas informações da empresa através de seus relatórios GRI (Global Reporting Initiative) divulgados nos anos em questão. Relacionando as ações praticadas pela empresa e os ODS e utilizando como base dissertações e artigos científicos, foi possível desenvolver o tema e atingir os objetivos do presente trabalho. Para tal, todas as ações da empresa citadas nos documentos de sustentabilidade foram caracterizadas com seus ODS correspondentes e então classificadas entre Ações de Responsabilidade Social, Ambiental e Socioambiental. Posteriormente, foram ranqueados em ordem decrescente os ODS mais frequentes em cada tipo de ação. Os resultados possibilitaram a compreensão de que a empresa de cosméticos está com suas práticas alinhadas com as metas e objetivos definidos na Agenda 2030. Nota-se que essa empresa realiza diversas ações de cunho social, ambiental e socioambiental, entre elas práticas voltadas para jovens e crianças em vulnerabilidade social, garantindo a eles um ensino de qualidade, experiências profissionais e maior inclusão social. No âmbito ambiental, a Natura busca diversificar suas fontes de energias renováveis e reduzir emissões de gases poluentes em seus processos produtivos, entre outras práticas. Já no aspecto socioambiental, além de apresentar aos seus consumidores seus posicionamentos relacionados à sustentabilidade, ela incentivou debates na sociedade relacionados ao meio ambiente para promover conscientização.

Palavras-chave: sustentabilidade; 17 ODS; Relatório GRI; Natura

ABSTRACT

The objective of the present work was to carry out a survey of the social and environmental responsibility actions of the company Natura in the period between 2015 and 2020, and then make a comparison of these with the Sustainable Development Goals (SDGs) defined by the United Nations (UN) in the 2030 Agenda. For this, information was collected from the company through its GRI (Global Reporting Initiative) reports released in the years in question. Relating the actions taken by the company and the SDGs and using dissertations and scientific articles as a basis, it was possible to develop the theme and achieve the objectives of this work. To this end, all the company's actions mentioned in the sustainability documents were characterized with their corresponding SDGs and then classified among Social, Environmental and Socio-environmental Responsibility Actions. Subsequently, the most frequent SDGs in each type of action were ranked in descending order. The results made it possible to understand that the cosmetics company's practices are in line with the goals and objectives defined in the 2030 Agenda. It is noted that this company carries out various social, environmental and socio-environmental actions, including practices aimed at young people and children in social vulnerability, guaranteeing them a quality education, professional experiences and greater social inclusion. In the environmental sphere, Natura seeks to diversify its renewable energy sources and reduce polluting gas emissions in its production processes, among other practices. In the socio-environmental aspect, in addition to presenting its sustainability-related positions to its consumers, it encouraged debates in society related to the environment to promote awareness.

Keywords: sustainability; 17 SDGs; GRI Report; Natura

1. INTRODUÇÃO

Segundo Ferrari, Cabral e Salhani (2022), dentro do cenário mundial atual, observa-se cada vez mais a articulação das organizações e instituições públicas para se alinharem e se responsabilizarem pela adoção dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030, uma vez que esse vínculo gera impactos de forma direta nas organizações e sociedades. Inclusive, a empresa estudada já atingiu metas relacionadas aos seguintes Objetivos: Erradicação da pobreza; Saúde e Bem-estar; Educação de qualidade; Igualdade de gênero; Água potável e saneamento; Trabalho decente e crescimento econômico; Redução das desigualdades; Cidades e comunidades sustentáveis; Consumo e produção responsáveis; Ação contra a mudança global do clima; Vida na água; Vida terrestre; Paz, justiça e instituições eficazes; e Parcerias e meios de implementação.

Com as demandas da sociedade e a necessidade de enfrentar o cenário de desigualdade social e econômica por parte das empresas, foram definidos os ODS pela ONU. Eles compõem o plano de ação global que visa conservar o futuro. Assim, as organizações dos três setores podem agir de forma transparente e comprometida com seus valores, e, portanto, atuar como entidades de impacto econômico e social. Considerando esse contexto, onde as pessoas são cada vez mais conscientes e exigentes em relação ao papel das organizações na sociedade, principalmente as dos países que ainda estão em desenvolvimento, a Natura se destaca no seu segmento de mercado, que é significativamente impactado por questões relacionadas ao meio ambiente, por se preocupar com suas ações. Assim, junto a políticas corporativas, ela desenvolve processos de inovação (FERRARI, CABRAL E SALHANI,2022)

De acordo com o Pacto Global (2022), com grande capacidade de transformação no âmbito social e ambiental e poder de influência nas sociedades, as organizações do setor privado possuem grande relevância. E uma das maneiras de se realizar mudanças no meio é a adoção dos ODS nas práticas produtivas empresariais. Além de direcionar as organizações para a execução de práticas responsáveis, aderir à Agenda 2030 e seus Objetivos se

tornou um fator essencial para a sobrevivência organizacional no mercado, pois, além de representarem oportunidades mercadológicas, elas apontam para os obstáculos a serem enfrentados como mudanças climáticas, gestão da água, entre outros (PACTO GLOBAL, 2022).

Muito além de apresentar inúmeros indicadores para as organizações se direcionarem, a Agenda trata de forma sintetizada as diversas questões trazidas em forma de metas, sendo essas geralmente calculáveis, tornando divulgação em massa, acompanhamento, implementação e revisão mais fáceis. Além disso, ela é tem como característica a universalidade, ou seja, pode ser aplicada mundialmente, independentemente do nível de desenvolvimento de cada nação (BARBIERI, 2020).

A Agenda foi desenvolvida pela ONU, no ano de 2015, e foi adotada por todos os países participantes da Assembleia Geral, totalizando 193 nações. Esta recebeu o título de “Transformando nosso mundo: a Agenda para 2030 para o desenvolvimento sustentável”. É composta por 92 parágrafos, onde um deles, mais especificamente o 59, caracteriza os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e as 196 metas com seus 232 indicadores. A Agenda 2030 tem como base quatro princípios: Universalidade, Integração, Direitos humanos e equidade e Inovação. Esses princípios propõem a ideia de que a Agenda é universalmente aplicável, portanto, pode ser aplicada independentemente das políticas e prioridades de cada localidade; a importância de sua aplicação de forma coletiva, ou seja, para as metas serem alcançadas, deve haver práticas e instituições fortalecidas e meios próprios para o alcance dessas metas; na aplicabilidade da Agenda devem ser consideradas as dimensões ambiental, econômica e social e o equilíbrio entre elas; importância da promoção de níveis básicos de bens acessíveis a toda população; distribuição uniforme de recursos e riquezas, tanto no âmbito nacional quanto internacional; capacitação nos diversos níveis sociais; e a relevância do uso de inovações tecnológicas para que os países possam se desenvolver. (CABRAL e GEHRE, 2020; GEHRE e MARTINS, 2021; ONU, 2015).

A Natura faz ações de responsabilidade social, ambiental e socioambiental as quais nos permitiram traçar um paralelo com a Agenda 2030. Para se realizar uma análise de suas diversas ações, foram coletadas informações dos relatórios GRI dos anos 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 e 2020.

O presente trabalho consiste nos tópicos Objetivos, onde são apresentados o seu objetivo geral e os objetivos específicos; Revisão de Literatura, onde são descritos os conceitos de responsabilidade social, responsabilidade ambiental, responsabilidade socioambiental, Agenda 2030 e Relatório GRI; Metodologia, onde é descrito o passo a passo realizado para a coleta e análise de dados e a caracterização da empresa escolhida; Resultados e discussão, onde foram apresentadas e analisadas as ações de responsabilidade ambiental, social e socioambiental da empresa Natura entre os anos 2015 e 2020; Conclusões, onde foram apresentadas conclusões do trabalho, relacionando os resultados, discussão e os objetivos do trabalho; e as Referências Bibliográfica, onde foram citadas todas as fontes para embasamento teórico.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Avaliar como a Natura implantou ações sociais, ambientais e socioambientais relacionadas aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 no período de 2015 a 2020.

2.2 Objetivos Específicos

Realizar um levantamento das ações de responsabilidade social e ambiental através de documentos oficiais publicados pela empresa.

Analisar tais ações dos últimos cinco anos com base em dissertações e artigos científicos.

Comparar tais práticas com os ODS da Agenda 2030.

3. REVISÃO DE LITERATURA

3.1 Responsabilidade Social

Atualmente, é essencial que os empresários considerem como um dos parâmetros da gestão empresarial a Responsabilidade Social. Além disso, ela deve relacionar a obtenção de lucro, preservação ambiental e a busca de uma qualidade de vida melhor. (CAMINHAS; PICCHI, 2019).

O conceito de responsabilidade social nas empresas considera o envolvimento das partes interessadas nos processos de determinação de normas, condutas, ações e demais atividades que não de ser implantadas na companhia. Entretanto, primeiramente devem ser levados em conta uma série de valores relacionados a sociedade como melhorias de comunidades e promoção de direitos humanos e trabalhistas, defesa e preservação do meio ambiente e, por fim, o desenvolvimento da sociedade (RIBAS et al., 2017)

Segundo Machado Filho (2020), com o passar dos anos, a responsabilidade social vem ganhando espaço em debates da sociedade, pois, além de ter o poder

de interferir vínculos entre capital e trabalho, ela atua em ambientes onde convivem organizações e comunidades. Ainda de acordo com o autor, aplicar a responsabilidade social é ter como objetivo uma sociedade com um nível de desigualdade baixo e um nível de qualidade de vida elevado.

Segundo Munck e Souza (2009), por integrarem a estrutura que conduz a sociedade, as organizações apresentam uma considerável responsabilidade sobre essa de forma generalizada. Portanto, elas atuam através de um consentimento público a fim de prover as necessidades da sociedade como um todo. Para suprir tais necessidades e anseios das pessoas, as empresas possuem a responsabilidade social.

Conforme as diretrizes internacionais para a Responsabilidade Social – ISO 26000, vale destacar que as empresas consideram como política o uso de práticas de responsabilidade de cunho social. Portanto, devem priorizar compromissos éticos, promoção da cidadania, cooperação social e solidariedade (CABESTRE; GRAZIADEI; POLESEL FILHO, 2008).

Em determinados mercados as organizações que ganham reconhecimento são as que conseguem, por meio de uma comunicação estratégica, expor suas ações de responsabilidade social como uma forma de estar à frente de suas concorrentes (CABESTRE; GRAZIADEI; POLESEL FILHO, 2008). Portanto, a partir das práticas relacionadas à responsabilidade social, é possível observar que estas sempre resultam na conservação e melhoria da qualidade de vida da sociedade onde uma empresa praticante está inserida.

3.2 Responsabilidade Ambiental

Buscando reduzir seus danos no ambiente, as empresas passam a se preocupar com a utilização dos recursos naturais e reciclagem de resíduos gerados tanto nos seus processos produtivos quanto de seus consumidores (MASCARENHAS e COSTA, 2018).

Conforme Mascarenhas e Costa (2018), é importante citar que a questão ambiental presente nas organizações não se trata mais de um altruísmo, mas sim um requisito incluído nos novos métodos de produção, tornando-a essencial para sobreviverem e competirem no mercado. As questões ambientais passam a compor um espaço de ameaças e oportunidades, levando as organizações a posições mais vantajosas perante suas concorrentes ou as tirando do setor.

O uso de práticas sustentáveis é visto como uma fonte de vantagens competitivas, pois são oportunidades de reduzir custos de produção e os custos que as empresas devem arcar caso haja o descumprimento da legislação ambiental. Portanto, por meio do reaproveitamento de resíduos, uso de novas tecnologias, processos produtivos e utilização de recursos mais eficientes, redução de riscos e, conseqüentemente redução do custo capital, a imagem das empresas diante do mercado torna-se mais positiva, atraindo investidores, funcionários e consumidores, além de melhorar sua reputação pública e diminuir o custo capital. Dentre as várias exigências feitas pela sociedade atual, que impactam no dia a dia das empresas, a preocupação com o ambiente vem conquistando uma tamanha projeção considerando sua importância quando se trata da qualidade de vida da sociedade. Durante os anos noventa e a primeira década do século XXI, houve uma divulgação significativa através dos meios de comunicação social dos riscos ambientais. Problemas como degeneração da qualidade do ar e da água, a contaminação de solo e sua erosão, extinção de combustíveis fósseis, danificação da camada de ozônio, desmatamento intenso, chuvas ácidas, fim de espécies e mudanças climáticas e outros diversos problemas colaboraram para a propagação e aumento da acessibilidade a informações científicas por parte através de movimentos ambientalistas, a fim de defender alterações nos comportamentos, atividades e valores na sociedade (MASCARENHAS e COSTA, 2018).

De acordo com Ribas et al. (2017), a conscientização relacionada ao meio ambiente está crescendo cada vez mais e, sendo assim, o que antes era considerado gasto com a preservação ambiental, hoje é considerado investimento. Além disso, observa-se a adesão de certificações voltadas às

questões ambientais por parte das organizações, e isso se dá pela preocupação com a geração, reuso e maneiras de aproveitar resíduos nos processos produtivos, promovendo então a diminuição dos impactos ambientais.

Para reduzirem seus riscos de impactos no meio ambiente, as organizações são pressionadas por órgãos reguladores, acionistas, investidores, entidades e consumidores. Isso faz com que elas, além de desenvolverem bens que causem o menor impacto ambiental possível, elas utilizem maneiras atualizadas de se relacionarem com o meio (RIBAS et al., 2017).

Por meio de regulações e responsabilização de danificações do ambiente, a legislação ambiental tornou-se mais restritiva, a fim de ampliar e colaborar com o desenvolvimento sustentável. Além disso, a busca por produtos ecologicamente corretos pelas populações aumenta. Por essas razões, as empresas passam a se preocupar e atuar de forma mais colaborativa e responsável perante o ambiente. Para uma empresa incorporar práticas ou uma política gerencial relacionadas às questões ambientais, ela deve possuir uma predisposição para mudanças em sua cultura organizacional, a fim de praticar, de fato, uma cultura sustentável. Caso contrário, não é possível refletir seus valores e preocupação com o ambiente (MASCARENHAS e COSTA, 2018).

A adoção de práticas sustentáveis no meio empresarial é considerada voluntária, porém está diretamente relacionada à um fundamento de melhoria contínua, e acaba sendo cada vez mais um requisito para a competitividade organizacional. Isso ocorre não somente diante de clientes/consumidores, mas também diante de um modo de gestão de recursos essenciais de maior eficácia. Quando as empresas adquirem a lógica de melhoria contínua, elas desenvolvem uma cultura interna amigável em relação ao ambiente e o hábito de realizar manutenção da sustentabilidade em suas atividades através de um processo gradual de alterações internas. Porém, uma companhia se destaca quando realmente possui uma cultura preocupada com o ambiente e esta ultrapassa do seu interior para seu exterior, de forma que essas boas práticas não se limitem a ações pontuais, e sim uma contribuição efetiva empresarial na comunidade e em outros meios de interesse. Assim, a adoção de uma postura de cidadania

ativa e socialmente responsável é estimulada (MASCARENHAS e COSTA, 2018).

3.3 Responsabilidade Socioambiental

Há tempos que se observa crescer a pressão social sobre as empresas, sendo elas um dos principais agentes responsáveis pela poluição, para que elas se conscientizem a respeito das consequências ruins de sua ação no meio ambiente. Junto a isso, um movimento social que promove a procura de produtos “ecologicamente corretos” emerge. Por esses motivos, as empresas fazem com que o conceito de Responsabilidade Social Empresarial se amplifique, e portanto, estas passam a ser mais responsáveis perante as questões ambientais. A responsabilidade socioambiental possui mais de uma perspectiva. Elas podem significar um conceito de exigência normativa com leis e uma responsabilidade e conduta coletivamente responsáveis num âmbito ético. Na prática, ser uma empresa social e ambientalmente responsável representa uma imagem de bondade, valorizando a imagem organizacional. (MASCARENHAS e COSTA, 2018).

De acordo com Mascarenhas e Costa (2018), a responsabilidade socioambiental pode ser caracterizada como um processo contínuo, gradual e voluntário que demonstra a capacidade de uma empresa cooperar e se relacionar com a comunidade onde está inserida quando se trata de questões socioambientais. Para isso, são levados em consideração valores e disposição para conquistar suas metas, além de incluir processos de regulamentação, gerenciamento de stakeholders e de ética organizacional, marketing social e ainda rótulos que atendam as demandas sociais e ecológicas, além de levarem em conta as práticas de execução de obrigações legais voltadas ao ambiente.

Assim, a responsabilidade socioambiental permite processos de socialização tanto ecológica quanto ética de forma solidária, sendo praticados pelos agentes sociais empresariais e pelos cidadãos e consumidores.

O impacto causado pela fome, pobreza e desigualdade, entre outros há de ser notado pelas organizações. Assim, nota-se que as práticas relacionadas à preservação ambiental e a busca pela igualdade social podem se interligar de forma que possuam um objetivo final comum (RIBAS et al., 2017)

De acordo com Ribas et al (2017), atualmente, espera-se cada vez mais que preocupação com a fonte de matéria prima, boas condições produtivas e consequências socioambientais se tornem parte do conjunto de características determinantes de uma marca. Quando as empresas passam a operar de forma que as dimensões ambiental, econômica e social estejam equilibradas, elas estão se tornando empresas sustentáveis.

Segundo Mascarenhas e Costa (2018), as organizações que se envolvem em causas sociais recebem apoio por parte da sociedade, observa-se, inclusive que as pessoas se dispõem a pagar mais por produtos oferecidos por empresas envolvidas em ações sociais. Portanto, para elevarem seus lucros, fortalecerem sua marca e imagem e ganharem mais respeito e confiança de seus consumidores, as organizações buscam financiar projetos envolvidos com o contexto de responsabilidade socioambiental, garantindo mais-valia.

Outras vantagens que surgem através da adoção de práticas responsáveis são a diminuição de custos, racionalização de recursos, pessoal motivado, parcerias empresariais mais íntegras, fortalecimento da competitividade, redução da rotação de funcionários e uma melhoria na relação entre os trabalhadores e acionistas (MASCARENHAS E COSTA, 2018)

3.4 Agenda 2030

Uma vez que empresas se apropriam de recursos naturais para gerar seus lucros, estas devem estar alinhadas com estratégias de desenvolvimento sustentável, já que esses recursos não são infinitos. Assim, também deve haver uma relação que empodere comunidades locais e reforce a governança institucional através de ações públicas. Havendo a possibilidade de contribuição

para o debate e avanços de questões sustentáveis, é relevante analisar a fonte dos aspectos negativos e suas consequências num contexto de gestão, obstáculos e agenda futura (MORAIS; MARTINS; SANTOS, 2020).

Tratada por vários agentes da sociedade, a existência da Agenda 2030 demonstra a importância da preservação de recursos naturais e todo o sistema ambiental do mundo, além de valorizar os direitos humanos, ligados à paz e justiça social. A Agenda de Desenvolvimento para 2030 foi adotada pelos 193 países participantes da Assembleia Geral da ONU. Esta recebeu o título de “Transformando nosso mundo: a Agenda para 2030 para o desenvolvimento sustentável”. É composta por 92 parágrafos, onde um deles, mais especificamente o 59, caracteriza os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e as 196 metas com seus 232 indicadores (CABRAL e GEHRE, 2020; GEHRE e MARTINS, 2021; MORAIS; MARTINS; SANTOS, 2020; ONU, 2015;).

A Agenda 2030 tem como base quatro princípios: Universalidade, Integração, Direitos humanos e Equidade e Inovação. O primeiro trata a possibilidade de a Agenda ser universalmente aplicável, considerando as distintas realidades nacionais, grau de desenvolvimento e obedecer às políticas e prioridades de cada região. Além disso, considera que para se obter um resultado, uma resposta coletiva, os países envolvidos devem criar seus próprios meios para alcançarem as metas nacionais. Para isso, deve haver práticas e instituições governantes fortalecidas. O segundo princípio diz que com a Agenda, as abordagens devem compor e trazer equilíbrio entre as dimensões ambiental, econômica e social, de forma que interligue as áreas, já que esses três pilares juntos promovam o desenvolvimento sustentável. Já o princípio de Direitos Humanos e equidade defende a promoção de níveis básicos de produtos e serviços acessíveis a todos; redistribuição de recursos e riquezas no âmbito nacional e internacional; e oportunidades, informações e Estado de Direito acessível e igual. Para isso, se faz necessário a capacitação em todos os graus da sociedade através do desenvolvimento de novas abordagens. O último princípio trata-se da relevância do uso de inovações tecnológicas para permitir o

Comentado [51]: Acrescentei estas referências pois vc faz menção a considerações importantes sobre este documento e é necessário ter tais referências.

avanço dos países (CABRAL e GEHRE, 2020; GEHRE e MARTINS, 2021; MORAIS; MARTINS; SANTOS, 2020; ONU, 2015;).

Conforme Morais, Martins e Santos (2020), para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e então cumprir a Agenda 2030, é ideal que as ações realizadas pelas organizações se pautem em políticas sustentáveis alinhadas com a determinação da ONU. Para o bom funcionamento desses esforços, utiliza-se padrões internacionais, por exemplo o GRI que, através dele, é possível gerar relatórios de sustentabilidade.

3.5 Relatório GRI

O GRI é uma ferramenta empregada pelas organizações para sistematizarem e pontuarem suas práticas de sustentabilidade. É um relatório a fim de atender organizações de todos os portes, setores ou local, o qual inclui conteúdos gerais e específicos sobre o desempenho socioambiental das organizações (GRI, 2020). Criado em Boston em 1997, suas raízes se encontram nas organizações sem fins lucrativos dos Estados Unidos, especificamente nas organizações da Coalition for Environmentally Responsible Economies - CERES (Coalizão para Economias Ambientalmente Responsáveis) e do Instituto Tellus (GRI, 2020, SCHIAVINATTO, 2020). O principal objetivo do GRI é a criação de diretrizes e indicadores para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, por meio de uma rede de diálogo multi-stakeholders, composta por milhares de especialistas de todo o mundo (GEWEHR; BARATA; ALVES, 2020; STOCKER; TONTINI; SARTURI, 2020).

4 Metodologia

4.1 Coleta e Análise de Dados

Para o desenvolvimento do presente trabalho, foi realizada inicialmente uma pesquisa bibliográfica, que consiste numa descoberta e descrição das contribuições que o objeto de estudo proporcionou para o tema abordado de

Comentado [52]: Acrescentei estas referências pois vc faz menção a considerações importantes sobre este documento e é necessário ter tais referências.

maneira cultural e científica (GIL,2002). Para tal, foram utilizadas palavras chaves como “Agenda 2030 empresas”, “Agenda 2030 Natura”, “ODS empresas” e “ODS Natura”. Além disso, foram adotados parâmetros para a escolha dos materiais: os conceitos de sustentabilidade ou ações sociais, ambientais ou socioambientais deviam estar evidenciados no texto; e ainda, o texto completo devia ser acessível nas fontes de pesquisa, no caso, nas fontes *online*. Para tal, foi utilizado como banco de dados o Google Acadêmico, com a restrição de se utilizar somente artigos.

Posteriormente, foi realizada uma pesquisa documental a partir do site da empresa estudada que consiste em estudar e analisar diversos tipos de documentos através de certas técnicas e métodos (ALMEIDA; GUINDANI E SILVA, 2009). Para isso, foram utilizadas informações advindas de sites, notícias, livros, revistas, relatórios e dissertações acerca do tema (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007). A pesquisa documental é muito semelhante à bibliográfica por terem em comum documentos como objeto de estudo. Uma característica que as diferenciam é o fato dessa primeira utilizar materiais de fontes primárias, ou seja, que ainda não foram estudadas (ALMEIDA; GUINDANI E SILVA, 2009).

Também foi feita uma pesquisa qualitativa, que consiste em compreender e explicar características da realidade. Com isso, foi possível compreender e dissertar sobre as características relacionadas às ações de responsabilidade socioambiental da Natura (SILVEIRA E CÓRDOVA, 2009).

Com o intuito de analisar as ações da empresa em estudo e produzir um comparativo com os ODS da Agenda 2030, o trabalho foi elaborado como um estudo de caso, podendo ser definido como um meio de estudo de um fato em um contexto da realidade (YIN, 2001).

Após serem coletadas, as informações foram classificadas entre ações ambientais, sociais e socioambientais. Com esses dados, foram elaboradas 3 tabelas correspondentes à cada tipo de ação. As tabelas exibem as ações que a empresa executou dentro dos 5 anos observados, ou seja, entre 2015 e 2020.

O cabeçalho de cada tabela contém o tipo de ação abordado. E cada coluna representa um ano e cada linha representa uma ação presente na empresa.

Com as informações obtidas na pesquisa bibliográfica, informações obtidas na pesquisa documental e a criação das tabelas foi possível elaborar a análise dos dados e desenvolver uma comparação com os Objetivos Sustentáveis da Agenda 2030.

4.2 Autorização da empresa

A diretora da área de sustentabilidade e o diretor da área de comunicação autorizaram o uso do nome Natura no título do trabalho. Além disso, elogiaram a proposta do TCC.

5 Resultados e Discussão

5.1. Caracterização da empresa analisada

A Natura foi escolhida, pois tratando-se do tema sustentabilidade, ela é uma das empresas que tem seu destaque tanto no setor de cosméticos quanto em âmbito nacional. Fundada em 1969, na cidade de São Paulo, a Natura se destaca no mercado como a maior multinacional no ramo de cosméticos, produtos de higiene e beleza do Brasil (NATURA, 2019).

A multinacional brasileira possui aproximadamente sete mil funcionários, está presente em diversos países além do Brasil como Argentina, México, Estados Unidos e França. Em território brasileiro, ela tem estrutura produtiva na cidade de Cajamar e Benevides. Além disso, possui centros de pesquisa e tecnologia nos estados de São Paulo, Amazônia e Nova Iorque. Sua dedicação em práticas voltadas para o tema sustentabilidade, incluindo a responsabilidade ambiental, social e socioambiental, fez com que ela se tornasse a maior organização do mundo com certificação B Corp.

As principais preocupações da Natura são a preservação da floresta, proteção do clima, redução de resíduos, atuação para um comércio justo, combate à testes em animais e comprometimento com a sociedade (NATURA BRASIL, 2022).

Por mais de vinte anos, a Natura se empenha no desenvolvimento de um comércio responsável junto às comunidades brasileiras, principalmente na região amazônica. Com suas vendas, aproximadamente 2000 famílias cultivadoras são ajudadas, totalizando em torno de 8500 pessoas. Através desse tipo de ação a empresa garantiu a preservação de 1,8 milhões de hectares da floresta amazônica (NATURA BRASIL, 2022).

Para proteger o clima, desde 2007, a empresa controla de forma rigorosa em todas as suas estruturas produtivas as emissões de carbono, seja no transporte, armazenamento ou fabricação. Todo ano as emissões são avaliadas e então para compensá-las são feitos reflorestamentos. Com o objetivo de emitir o mínimo possível de carbono, a empresa utiliza preferencialmente transportes marítimos ou fluviais (NATURA BRASIL, 2022).

Em relação à redução de resíduos, a Natura utiliza plásticos 100% reciclados ou verdes, reduzindo assim a quantidade de recursos para sua fabricação e de resíduos acumulados. O plástico verde é um derivado da cana de açúcar que vem sendo cada vez mais utilizado pela empresa. Além disso, há anos a empresa oferece a opção de produtos com refil (NATURA BRASIL, 2022).

Para promover um comércio justo, a Natura é cautelosa na escolha de ingredientes, seja respeitando a população da região amazônica ou extraindo as matérias primas de forma que não gere desmatamento ou queimadas (NATURA BRASIL, 2022).

Se posicionando contra os testes em animais, a companhia tem a aprovação do Programa Leaping Bunny, que possui diretrizes de padronização cruelty free. Para a aplicação desse programa, foi definida uma data de corte fixa e foi realizada um monitoramento dos fornecedores para garantir o cumprimento dos requisitos (NATURA BRASIL, 2022).

O comprometimento da empresa para com a sociedade faz com que ela seja a maior empresa B Corp reconhecida mundialmente. Esse comprometimento diz respeito a práticas de responsabilidade socioambiental, pois beneficiam tanto a sociedade quanto o planeta (NATURA BRASIL, 2022).

Dentro do setor onde a Natura está situada, atualmente há uma crescente tendência em incorporar-se ativos advindos da biodiversidade da região amazônica, como extrações de folhas, raízes e sementes, em seus produtos como forma de diferenciação em relação às empresas multinacionais. Porém, entre as empresas brasileiras esses ativos são aproveitados de diferentes maneiras e, conseqüentemente diferentes formas de se desenvolverem sustentavelmente. Ainda levando em conta esse aspecto de diferenciação, há empresas que utilizam essas matérias primas naturais, porém não possuem obrigatoriamente atividades organizadas baseadas em princípios da sustentabilidade, e há outras empresas (conhecidas como 'empresas sustentáveis') que, além de usarem esses ativos, elas executam atividades de forma sustentável, tanto ambiental quanto socialmente (NATURA, 2019).

A partir dessa internalização, as empresas tendem a rever seu poder de inovação, recursos, processos e perspectivas diante da sustentabilidade. E é dentro desse conjunto de organizações sustentáveis que a empresa Natura se encontra e se destaca (VILHA E CARVALHO, 2012).

Segundo Caminhas e Altafin (2019), a sustentabilidade pode ser conceituada como a redução dos efeitos no ambiente e na sociedade gerados a partir da utilização de matérias-primas e recursos advindos da natureza pelas empresas em seus processos produtivos. Assim, a partir da relação entre o meio ambiente, sociedade e organização, nota-se a necessidade de se adotar parâmetros de sustentabilidade para orientar o modo de utilização desses recursos naturais, de forma que se mantenha o equilíbrio com suas operações.

Além de possuir uma diversidade enorme de produtos e de estar presente em diversos países, a empresa demonstra sua preocupação com as relações sociais e ambientais desde seus primórdios.

Desde sua fundação até os tempos atuais, a Natura desempenha seu papel como responsável pelo bem-estar das pessoas e pela preservação do meio

ambiente, através da inovação de produtos, projetos de conscientização tanto social quanto ambiental, entre outros.

Durante sua trajetória, em 2014, ela foi reconhecida como parte de um grupo de empresas ao redor do mundo que relacionam seu desenvolvimento econômico à promoção do bem-estar do meio ambiente e da sociedade através da sua gestão, produtos e práticas, ganhando a certificação B Corp (NATURA, 2019).

A fim de desenvolver constantemente sua responsabilidade social e ambiental, a empresa tem como parâmetro a Agenda 2030. Foi criada pela Organização das Nações Unidas e composta por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e 169 metas. Para a Natura e para todas as empresas adeptas, alinhar seus negócios aos ODS tornou-se uma questão de sobreviver no mercado. Isso ocorre, pois os ODS apontam os maiores desafios existentes na sociedade e que devem ser solucionados futuramente (PACTO GLOBAL, 2022).

Todas as ações de sustentabilidade da Natura expostas nos tópicos a seguir foram obtidas dos Relatórios Anuais da empresa, no período de 2015 a 2020. Os Relatórios são produzidos seguindo as normas de padronização de relatórios GRI.

5.2. Ações de Responsabilidade Ambiental da Empresa Natura entre os anos 2015 e 2020

Para realizar ações relacionadas às mudanças climáticas e reduzir em 33% a emissão relativa de gases de efeito estufa, em 2015, as emissões aumentaram em 5,8%. Em 2016, as emissões se mantiveram estáveis, apesar do aumento da eficiência dos processos-chave. Em 2017, as emissões aumentaram em 0,8%, por conta, principalmente, do crescimento do faturamento de itens de maior emissão e por conta da elevação das Operações Internacionais e das exportações e entrega de produtos para consultoras. Em 2018, houve uma redução de 2%. Em 2019, a emissão diminuiu em 1,2%. Em 2020, por conta do desempenho de algumas linhas e mix de produtos, não houve um avanço significativo do frete marítimo e algumas inovações não

foram ainda tecnicamente viabilizadas.

Essa ação de Mudança climática pertence aos ODS de 13 – Ação Contra a Mudança Global do Clima e 17 – Parcerias e Meios de Implementação.

Além disso, para continuar compensando todas as emissões, em 2015, foi lançado um edital para a compensação de emissões que aconteceram entre 2014 e 2016. Em 2016, foram inclusos projetos no Chile e México. Com isso, o objetivo de compensar as emissões em todos os países onde a empresa atua foi atingido. Em 2017, lançaram 2 iniciativas: edital Compromisso com o Clima com o banco Itaú Unibanco e o Projeto de Pagamento por Serviços Ambientais na Amazônia. Em 2018, a empresa manteve a parceria com o banco e Instituto Ekoos Brasil, além de criar um projeto de compensação que em troca de conservação ambiental e combate ao desmatamento, remunera as comunidades fornecedoras. Em 2019, 100% das emissões já são compensadas.

Essa ação de Mudança climática pertence aos ODS 6 – Água Potável e Saneamento, 13 – Ação Contra a Mudança Global do Clima, 15 – Vida Terrestre e 17 – Parcerias e Meios de Implementação.

Para implementar a estratégia diversificação de fontes de energia de renovável, em 2015, para diversificar as fontes de energia renováveis, foram mapeadas 11 oportunidades. Em 2016, além do mapeamento, a Natura deu início à implementação de algumas ações. Em 2017, 96% da matriz energética da empresa é composta por energia renovável. Em 2018, no Brasil, as operações apresentam matriz energética formada por mais de 95% de energia de fonte renovável. Em 2019, em um dos prédios da unidade de Cajamar-SP foi instalado o maior painel do Filme Fotovoltaico Orgânico (OPV), a fim de gerar energia através da luz solar, com isso, estima-se uma redução de 37 toneladas de dióxido de carbono emitidas por ano. Em 2020, a empresa foi em busca de energias renováveis e de eficiência energética através de uma política integrada, além da negociação para conseguir certificados visando a garantia da rastreabilidade das energias renováveis adotadas pela empresa. Essa ação de Energia pertence ao ODS 13 - Ação Contra a Mudança Global do Clima.

Com o intuito de garantir que 30% do total de insumos consumidos pela Natura Brasil, em valor, seja proveniente da região pan-amazônica, em 2015, a empresa consumiu 12,2% de insumos advindos da região pan-amazônica. Em 2016, do total de insumos consumidos pela empresa nesse período, 19,1% foram originados nessa região. Em 2017, o consumo de insumos provenientes da região consumidos pela Natura representou 18,1%. Em 2018, nas principais linhas e categorias de produtos, houve um aumento da utilização dos ingredientes advindos da região. Em 2019, o índice atingiu 17,7%. A utilização de ingredientes originados da região em novos produtos das categorias principais vem aumentando de forma contínua. Em 2020, em valor absoluto, a empresa aumentou em 7 vezes a utilização de insumos da região. Essa ação de Formulações pertence aos ODS 3 – Saúde e Bem-estar, 12 – Consumo e Produção Responsáveis e 15 – Vida Terrestre.

Sua ação voltada aos resíduos tinha como objetivo coletar e destinar para reciclagem 50% da quantidade de resíduos gerados pelas embalagens em 2015, em parceria com 5 cooperativas em SP, a Natura iniciou uma iniciativa piloto, coletando 306 toneladas de resíduos. Em 2016, a experiência piloto com o intuito de promover, na região Metropolitana de São Paulo, foi concluída. Essa ação consistiu na busca de diferentes fontes de captação de resíduos pós-consumo e, através da aquisição desse conhecimento, desenhar ações, estratégias e processos. Além disso, a empresa participou, através da Abihpec, de um projeto de logística reversa setorial. Em 2017: 29%. O total é resultado de 2 programas de responsabilidade compartilhada compostos por fornecedores e o setor. Em 2018, o índice foi de 32,8% considerando os dois programas da Natura: Dê a Mão para o Futuro e Elos. Em 2019, 47% do total de resíduos gerados pelas embalagens dos produtos retorna à cadeia de produção através da reciclagem. Em 2020, por consequência da pandemia na operação de cooperativas de reciclagem, os resultados anteriores foram mantidos. Além disso, para alcançar a meta quando for necessário, foram comprados créditos de logística reversa.

Essa ação de Resíduos pertence ao ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis, 12 – Consumo e Produção Responsáveis, 14 – Vida na Água e

15 – Vida Terrestre.

Buscando utilizar, no mínimo, 10% de material reciclado pós-consumo na massa total, em 2015, na massa total de embalagens da empresa foi utilizado 2,9% de material reciclado pós-consumo. Em 2016, 4,3% da massa total de suas embalagens é material reciclado pós-consumo. Em 2017, o uso foi de 4,63%, levando em conta o aumento do uso de vidro reciclado. Em 2018, o uso de vidro reciclado pós-consumo na categoria de perfumaria cresceu em 30%, atingindo um índice de 5,4%. Em 2019, insumos gerados de materiais reciclados representam 8,6% do total de insumos utilizados na produção. Em 2020, mesmo com os impactos da pandemia na cadeia de reciclagem, houve avanços nos materiais vidro e plástico reciclado.

Essa ação de Embalagens pertence aos ODS 3 – Saúde e Bem-estar, 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis e 12 – Consumo e Produção Responsáveis.

Com a intenção de utilizar, no mínimo, 74% de material reciclável na massa total das embalagens Natura Brasil, em 2015, a massa total das embalagens da Natura Brasil foi composta por 50% de material reciclável. Em 2016, do total de embalagens da Natura Brasil 51% é material reciclável. Em 2017, o uso foi de 50%. Um dos desafios para alcançar a meta é o avanço do ecodesign de embalagens a fim de facilitar a reciclabilidade de alguns tipos de produtos. Em 2018, o índice atingiu 50%. Em 2019, 50% dos materiais usados nas embalagens da Natura são recicláveis.

Essa ação de Embalagens pertence aos ODS 3 – Saúde e Bem-estar, 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis e 12 – Consumo e Produção Responsáveis.

Para garantir que 40% das unidades faturadas Natura Brasil sejam eco eficientes, em 2015, do total de unidades faturadas em território brasileiro, 26% foram embalagens eco eficientes. Em 2016, do total de unidades faturadas em território brasileiro, 20% foram embalagens eco eficientes. Em 2017, 21% das unidades faturadas foram eco eficientes. Em 2018, com a venda de embalagens de origem renovável de duas linhas, embalagens recicladas depois do consumo das linhas Ekos e Séve e venda de refis, a empresa

alcançou 22%. Em 2019, o índice de embalagens faturadas eco eficientes foi de 18%. O mix de produtos vendidos no período foi o causador dessa queda em relação ao ano anterior. Em 2020, tratando-se de vendas globais de refil houve um crescimento de 19%, uma melhora no portfólio relacionado aos princípios de ecodesign, preferência para insumos reciclados e renováveis e alternativas de refil.

Essa ação de Embalagens pertence aos ODS 3 – Saúde e Bem-estar, 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis e 12 – Consumo e Produção Responsáveis.

Para a marca Natura no Brasil, implementar estratégia para redução e neutralização de impacto, em 2015, levando em conta toda a cadeia de valor da empresa, foi concluído um estudo do cálculo de sua pegada hídrica. Em 2016, foi iniciado um estudo com o objetivo de mapear projetos potenciais relacionados à redução da pegada hídrica. Em 2018, com o estudo da pegada hídrica concluído, foi incorporada uma avaliação de ecotoxicidade no processo de avaliação de segurança dos produtos. Em 2019, além da evolução com a análise de ecotoxicidade, e na ferramenta do Integrated Profit & Loss a empresa incluiu estudos referentes à poluição causada pelo plástico em rios e oceanos. Em 2020, foram realizadas ações relacionadas ao consumo de água nas operações da empresa.

Essa ação de Água pertence ao ODS 6 – Água Potável e Saneamento.

Para garantir, até 2015, a rastreabilidade de 100% dos insumos produzidos pelos fabricantes diretos, em 2015, houve um alcance do objetivo de identificar todos os fabricantes do 1º elo da cadeia desde a matéria-prima até o produto acabado. Em 2016, após a identificação de todos os fabricantes do primeiro elo da cadeia, a próxima etapa foi trabalhar na expansão da rastreabilidade total das cadeias críticas. Em 2017: conclusão da rastreabilidade do elo inteiro de fabricantes de insumos. Em 2018, a empresa conquistou o selo internacional UEBT (União para o Biocomércio Ético), que consiste em verificar o sistema de abastecimento ético das matérias primas naturais que compõem a linha Ekos, a fim de assegurar a rastreabilidade no

aspecto de sociobiodiversidade. Pelo segundo ano consecutivo, a linha Ekos manteve a certificação da União para o Biocomércio Ético (UEBT). Pelo terceiro ano a empresa possui o selo UEBT, que assegura, na cadeia produtiva de matérias-primas do primeiro elo, a rastreabilidade.

Essa ação de Cadeia de Fornecimento pertence ao ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico e 12 – Consumo e Produção Responsáveis.

Os três ODS mais frequentes nas Ações de Responsabilidade Ambiental, em ordem decrescente, foram: 12 – Consumo e Produção Responsáveis; 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis; e 3 – Saúde e Bem-estar.

Tabela 1. Objetivo de Desenvolvimento Sustentável mais frequente na Responsabilidade Ambiental.

Tipo de Responsabilidade	Objetivo de Desenvolvimento Sustentável mais frequente
Responsabilidade Ambiental	Consumo e produção responsáveis

Fonte: Tabela criada pela autora, 2022.

5.3 Ações de Responsabilidade Social da Natura nos anos 2015 a 2020.

Para aumentar significativamente a renda média real das consultoras, em 2015, foi estabelecido um conjunto de iniciativas com o objetivo de elevar a produtividade, e então aumentar a renda média das consultoras. Em 2016, houve um desenvolvimento de um programa de revitalização da venda direta, incluindo ações que aumentem a produtividade e renda das consultoras. Lançado em 2017, o plano de crescimento para consultoras impactou positivamente na remuneração dessas e de líderes. O plano lançado no ano anterior já representava um crescimento de 12% na remuneração das consultoras e de 25% na das líderes. Em 2019, a renda das CNs ficou estável, porém houve um crescimento de 12% na renda média das líderes. Em 2020, a metodologia que apura a receita das consultoras evoluiu.

Essa ação de Consultoras Natura pertence aos ODS 1 – Erradicação da Pobreza, 5 – Igualdade de Gênero, 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico e 10 – Redução das Desigualdades.

Com o objetivo de despertar o interesse pelo aprendizado constante e oferecer, em 2015, projetos de melhoria na educação de consultoras foram desenvolvidos e testados. Em 2016, foi desenvolvido um programa educacional para as CNs e suas famílias que oferece bolsas parciais e integrais para aprendizagem. Em 2017, houve continuação do programa de educação de consultoras e suas famílias. Em 2018, o programa de educação foi implementado e se encontra em andamento. Em 2019, teve oferecimento de bolsas de estudo no Brasil além de apresentar iniciativas de educação na América Latina para suas consultoras e respectivas famílias. Em 2020, houve atuação nos programas educacionais para as CNs.

Essa ação de Consultoras Natura pertence aos ODS 4 – Educação de Qualidade, 5 – Igualdade de Gênero e 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico.

Com o intuito de criar indicador para avaliar o desenvolvimento humano desse público, em 2015, houve uma 2ª medição do índice de Desenvolvimento Humano CN no Brasil, que apresentou uma melhoria de 7% em relação ao impacto que a empresa gera na qualidade de vida das consultoras. Em 2017, houve a criação do IDH para as consultoras do país, com o intuito de direcionar a criação de iniciativas relacionadas à saúde e educação. Em 2018, teve a continuação do acompanhamento do IDH. Em 2019, o indicador de IDH foi avaliado nas cinco operações da Natura na América Latina. Em 2020, teve a utilização do IDH no Brasil e na América Hispânica.

Essa ação de Consultoras Natura pertence aos ODS 5 – Igualdade de Gênero e 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico.

Para ampliar a rede de colaboração, apoiando ações de empreendedorismo socioambiental, em 2015, na plataforma colaborativa do Movimento Natura houve uma maior quantidade de visitas e de participação. Em 2016, o site foi acessado cerca de 2,2 milhões de vezes. Estima-se um impacto em mais de 50 mil pessoas. Em 2017, há continuidade do Movimento Natura. Além do Movimento Natura, em 2018, com o intuito de dar espaço para as comunidades do entorno, a empresa abriu espaço para algumas iniciativas. Foi dado apoio financeiro de até 30 mil reais para 16 projetos. Em 2019, há

apoio das iniciativas voltadas à educação, empreendedorismo e desenvolvimento sustentável nas comunidades das regiões de Cajamar, Benevides e Vila Jaguará. Em 2020, houve investimento de 2,5 milhões de reais no empreendedorismo social através de sete ações no Programa Acolher. Essa ação de Consultoras Natura pertence aos ODS 4 – Educação de Qualidade, 5 – Igualdade de Gênero e 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico.

Para a marca Natura atingir índice de mulheres em cargos de liderança, em 2015, foi atingida a meta de 25% de mulheres ocupando cargos de liderança. No ano seguinte, houve 29% de mulheres ocupando cargos de liderança. Em 2017, o índice evoluiu para 33%. Em 2018, o índice aumentou para 38,2%. No outro ano, 41% da equipe de líderes era de mulheres. E em 2020, o índice de 50% foi atingido.

Essa ação de Colaboradores pertence aos ODS 5 – Igualdade de Gênero e 10 – Redução das Desigualdades.

Para a marca Natura no Brasil ter 8% de pessoas com deficiência, em 2015, pessoas com deficiência representaram 5,5% do total de colaboradores. Em 2016, pessoas com deficiência representaram 5,8% do total de colaboradores. No ano seguinte, a participação de colaboradores com deficiência aumentou para 6%. Em 2018, a participação chegou a 6,5%. Em 2019, a empresa é composta por 7% de colaboradores com deficiência. Em 2020, 7,3% dos cargos são ocupados por portadores de deficiência.

Essa ação de Colaboradores pertence aos ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico e 10 – Redução das Desigualdades.

Buscando implementar estratégia para alavancar o potencial de realização dos colaboradores, em 2015, 350 lideranças influenciadoras e informais foram impactadas com a atuação da Missão da empresa. Em 2016, iniciou-se um trabalho de transformação cultural que engloba um alinhamento das mais diversas práticas e processos da empresa. No ano seguinte, para fortalecer a cultura da empresa, foi iniciada uma frente de gestão cultural. Em

2018, foi iniciada uma reflexão acerca dos comportamentos com prioridade para tornar os desafios de longo prazo viáveis.

Essa ação de Colaboradores pertence aos ODS 4 – Educação de Qualidade, 12 – Consumo e Produção Responsáveis e 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

A fim de evoluir os indicadores de medição do desenvolvimento humano e social, em 2015, foi o lançamento do Índice de Progresso Social para mensurar o impacto e direcionar as prioridades de desenvolvimento nas regiões de Cajamar, Jaguará e Benevides. No próximo ano, houve aplicação do índice de Progresso Social em Cajamar e Jaguará. Em 2017, teve continuação do Programa de Desenvolvimento Local. Houve também experiências. Além disso, a empresa apoia o movimento Cidades Sustentáveis. No outro ano, foi criado o PDHIS (Programa de Desenvolvimento Humano e Impacto Social). Em 2019, houve uma melhora nos números. O índice foi aplicado nos demais territórios de maior prioridade pela primeira vez. No último ano, teve a validação do índice de Progresso Social como forma de mensurar o desenvolvimento de territórios e aprovado como plano para a implantação em outros territórios.

Essa ação de Comunidades pertence aos ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico, 10 – Redução das Desigualdades e 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

Com o objetivo de desenvolver estratégia para os territórios da sociobiodiversidade na região, em 2015, o arranjo de desenvolvimento do médio Juruá junto a outras empresas foi consolidado. Avanços significativos em cadeias produtivas, educação, infraestrutura e saneamento básico da região. Estabelecimento do programa digital de inclusão da região amazônica, englobando 600 famílias. Realização de projetos de melhoria da educação regional com a participação de mais de 400 mil alunos. Em 2016, para gerar transformação em escala através da criação de soluções de desenvolvimento nas regiões de Médio Juruá (AM), Baixo Tocantins (PA) e Transamazônica (PA), a empresa trabalha em parceria com governos locais, comunidades de base e outras empresas. Em 2017, focou-se no fortalecimento de apoio e

estreitamento de redes locais das regiões de Médio Juruá, Baixo Tocantins, Cajamar e Benevides. Em 2018, há atuação na educação rural e formação de jovens que estão empreendendo na região de Médio Juruá e Baixo Tocantins. Apoio na formação de empreendedores sustentáveis da região rural focados em biodiversidade e florestas. Além da atuação em Benevides e Cajamar com a rede UDBEN, ConVIVA e Inova Cajamar. Em 2019, há iniciativas relacionadas ao desenvolvimento sustentável dos territórios Médio Juruá e Baixo Tocantins continuaram. Em 2020 foi lançada a aliança "Nós da Floresta" para servir de modelo de operação para a empresa.

Essa ação de Comunidades pertence aos ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico, 10 – Redução das Desigualdades e 15 – Vida Terrestre.

Os três ODS mais frequentes nas Ações de Responsabilidade Social, em ordem decrescente, foram: 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico; 10 – Redução das Desigualdades; e 5 – Igualdade de Gênero.

Tabela 2. Objetivo de Desenvolvimento Sustentável mais frequente na Responsabilidade Social.

Tipo de Responsabilidade	Objetivo de Desenvolvimento Sustentável mais frequente
Responsabilidade Social	Trabalho decente e crescimento econômico

Fonte: Tabela criada pela autora, 2022.

5.4. Ações de Responsabilidade Socioambiental da Natura nos anos 2015 a 2020

A fim de ter todos os produtos da marca com pegadas ambientais e sociais divulgadas, em 2015, há uma nova proposta de comunicação de indicadores socioambientais sendo estruturada. No ano seguinte, foi implantada uma proposta nova de comunicação e engajamento para consumidores e consultoras. Em 2017, foram divulgadas informações sobre os impactos que a compra dos produtos da Natura gera. Em 2018, além da revisão/Implementação da estratégia de transparência de produtos há divulgação da tabela ambiental em embalagens e divulgação da pegada dos produtos na venda para os consumidores. Em 2020, os efeitos ambientais

são divulgados através de atributos de fórmula, embalagens, métricas, comunicação com investidores e EP&L no Relatório Anual.

Essa ação de Marcas pertence ao ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis.

Para alcançar 10 mil famílias nas cadeias produtivas da pan-amazônia, em 2015, a empresa manteve relacionamento com 1.520 famílias da região. O processo de rastreabilidade e monitoramento da cadeia de produção da sociobiodiversidade através do cadastro de famílias fornecedoras da área foi aprimorada. Em 2016, foi gerado renda e desenvolvimento para 2.119 famílias da região. Em 2017, 4.294 famílias foram alcançadas. Em 2018, com fornecimento de ativos Patauí e Tucumã, houve um aumento, totalizando 4.636 famílias. Em 2019, o número de família com as quais a empresa se relaciona avançou em 10%, com um total de 5.136. Em 2020, há crescimento considerável de famílias, que são, ao todo, 7.039.

Essa ação de Sociobiodiversidade pertence aos ODS 1 – Erradicação da Pobreza, 10 – Redução das Desigualdades e 15 – Vida Terrestre.

Com o intuito de movimentar 1 bilhão em volume de negócios na região pan-amazônica, em 2015, volume de negócios originados na região representa 752 milhões de reais. Em 2016, meta de 1 bilhão foi alcançada, com um valor de 1,222 bilhão. No ano anterior a meta foi atingida. Em 2018, o volume negociado já se encontrava em 1,5 bilhão de reais. Em 2019, há superação da meta em 79%. Em 2020, o volume total é de 2,14 bilhão de reais.

Essa ação de Sociobiodiversidade pertence aos ODS 1 – Erradicação da Pobreza, 6 – Água Potável e Saneamento, 10 – Redução das Desigualdades, 12 – Consumo e Produção Responsáveis e 15 – Vida Terrestre.

Para definir temas prioritários e implementar uma estratégia que mobilize o consumidor da marca, em 2015, o programa de comunicação e engajamento de consumidores em relacionado aos temas de sustentabilidade, experiências de consumo e benefícios socioambientais foi ampliado. Em 2016, foram definidos claims para a construção de valor na área de sustentabilidade relacionado ao consumidor final. Em 2017, houve a

definição dos principais claims para a formação de valor de sustentabilidade. Em 2018, há definição dos principais claims para a formação de valor de sustentabilidade. Em 2019, foi feito o convite aos públicos para a construção de valor em sustentabilidade através do posicionamento "O mundo é mais bonito com você". Inovação da maneira de mobilizar e engajar o público se deu através de três causas: Amazônia Viva, Cada Pessoa Importa e Mais Beleza, Menos Lixo no ano de 2020.

Essa ação de Consumidores pertence aos ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis.

Buscando evoluir o processo de seleção e gestão dos fornecedores, ampliando a integração dos parâmetros socioambientais aos financeiros, em 2015, foram determinados critérios para avaliar o desempenho socioambiental que pode ser aplicado em cada categoria de fornecedores que compõem o Programa Qlicar. Em 2016, ainda estavam sendo determinados os critérios de avaliação. Em 2017, a empresa seguiu se esforçando ativamente para que a empresa tenha em sua cadeia uma produtividade aumentada. Em 2018, as etapas de seleção e gestão de fornecedores estavam sendo revisadas. Em 2019, houve avanço em relação ao processo de auditoria com fornecedores, levando em conta os aspectos socioambientais. Em 2020, teve a conquista da certificação UEBT nas cadeias de matérias primas vegetais e críticas no primeiro elo da cadeia de valor.

Essa ação de Fornecedores pertence aos ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico, 12 – Consumo e Produção Responsáveis e 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

Para a marca Natura, implementar a valoração das externalidades socioambientais, considerando os impactos positivos e negativos da cadeia de valor estendida, em 2015, foi realizada uma valoração de externalidades relacionadas ao meio ambiente, que converte os impactos do negócio em recursos financeiros. Em 2016, foi dado início aos estudos para se realizar um estudo de valoração de efeitos sociais. Em 2017, a empresa apresentou um avanço considerável no modelo EP&L. Essa avançou também na inclusão da

questão social em seus cálculos. Em 2018, há adoção do SP&L, ou Social Profit and Lost. Em 2019, há promoção da avaliação junto às comunidades que fornecerem insumos. Em 2020, EP&L foi considerado como meta no PEN de sustentabilidade.

Essa ação de Modelo de Gestão pertence aos ODS 6 – Água Potável e Saneamento, 12 – Consumo e Produção Responsáveis, 13 – Ação Contra a Mudança Global do Clima e 15 – Vida Terrestre.

A fim de estimular a discussão e o debate público dos temas materiais a partir da revisão da matriz de materialidade realizada em 2014, em 2015, a empresa esteve presente em fóruns e coalisões, contribuindo no enriquecimento do debate relacionado aos temas de sua matriz de materialidade. Em 2016, a empresa se manteve ativa nos fóruns e coalisões. Em 2017, a fim de promover uma agenda de bem comum, a Natura manteve seu trabalho com organizações, entidades, entre outros. Em 2018, há evolução da análise de tendências socioambientais, o que direcionou a estratégia de reposicionamento e engajamento da marca. Em 2019, a atualização da matriz de materialidade foi adiada. Priorização de temas materiais por parte da agenda de advocacy junto ao governo e outras organizações em 2020.

Essa ação de Governo e Sociedade pertence aos ODS 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes e 17 – Parcerias e Meios de Implementação.

Para institucionalizar um modelo de governança com engajamento externo para evolução da gestão e estratégia de sustentabilidade, em 2015, houve desenvolvimento da identificação de arranjos inovadores colaborativos afim de transformar o ambiente através da Visão de Sustentabilidade. Em 2016, há continuação do desenvolvimento de identificação de arranjos inovadores que colaboram na transformação do ambiente. Em 2017, há promoção de diálogos com públicos relevantes afim de se evoluir estratégias de sustentabilidade da empresa. Em 2018, há criação do Comitê de Operações do Grupo (GOC, em inglês). Em 2019, há desenvolvimento plano de engajamento e mobilização para

as causas da empresa por parte dos colaboradores visa os consumidores finais. Em 2020, há continuação do plano de engajamento.

Essa ação de Engajamento de Públicos pertence aos ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis e 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

Para a marca Natura, implantar total transparência no fornecimento de informações dos produtos e da evolução da visão de sustentabilidade, em 2015, foi feito o desenvolvimento da estrutura de comunicação da sustentabilidade. Em 2016, há continuação no desenvolvimento da estrutura de comunicação ligada à sustentabilidade. Em 2017, foi apresentada aos consumidores da Natura uma série de posicionamentos relevantes. Em 2018, há reconhecimento da evolução da clareza em processos e produtos da empresa através da obtenção dos selos Cruelty Free e UEBT. Em 2020, há divulgação do índice de Visão nos Relatórios Anuais.

Essa ação de Ética e Transparência pertence ao ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis.

Para implantar um Conselho Consultivo, formado por especialistas externos, que avaliará o progresso da empresa e ajudará a evoluir a estratégia, em 2015, junto ao Conselho de Administração Natura foi feito um alinhamento estratégico para a criação de uma rede consultiva apoiadora de soluções inovadoras. Em 2016, há continuação do alinhamento estratégico para o desenvolvimento da rede consultiva. Por conta de uma expansão recente do grupo, essa meta será revista no ano seguinte. Em 2017, há criação do Comitê de Operações do Grupo (GOC, em inglês). Em 2020, foi construída uma proposta nova gerada a partir da estratégia de Causas: realização de comitês técnicos externos a partir do desenvolvimento da metodologia Teoria da Mudança de cada Causa.

Essa ação de Governança da Sustentabilidade pertence aos ODS 12 - Consumo e Produção Responsáveis e 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

Os três ODS mais frequentes nas Ações de Responsabilidade Socioambiental, em ordem decrescente, foram: 12 – Consumo e Produção Responsáveis; 15 – Vida Terrestre; e 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

Tabela 3. Objetivo de Desenvolvimento Sustentável mais frequente na Responsabilidade Socioambiental.

Tipo de Responsabilidade	Objetivo de Desenvolvimento Sustentável mais frequente
Responsabilidade Socioambiental	Consumo e produção responsáveis

Fonte: Tabela criada pela autora, 2022.

Considerando a relevância e originalidade nos projetos, a empresa de cosméticos Natura foi escolhida para o desenvolvimento do presente trabalho. Essa empresa se destaca tanto no seu próprio setor quanto num mercado mais amplo quando se trata de práticas sustentáveis. Ou seja, a Natura atua ativamente nos aspectos sociais, ambientais e socioambientais no Brasil e em outros lugares onde ela possui operações. Ela é um dos muitos exemplos de empresas que vêm adotando certas práticas. Observando-se o contexto das organizações, em especial os ambientes corporativos, nota-se que o tema sustentabilidade vem ganhando cada vez mais forma e força (GEWEHR; BARATA; ALVES, 2019). Assim, quando as empresas como a Natura adotam e/ou participam de projetos socioambientais, estas são vistas como de valor elevado, que se diferenciam e que, conseqüentemente, apresentam maiores vantagens competitivas (CRUZ, 2020).

Com a preocupação e relevância a respeito da sustentabilidade, incluindo o crescimento econômico, conservação e proteção do meio ambiente e bem-estar social, foram criadas, a partir da Conferência Rio+20 no ano de 2012, as diretrizes dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e consolidados em 2015, servindo de parâmetro para as políticas tanto no âmbito nacional quanto internacional até 2030. Nessa conferência foi reafirmado o acordo de políticas entre as nações e o desenvolvimento sustentável (CRUZ, 2020).

Segundo Ferrari, Cabral e Salhani (2022), num levantamento do ano em que as empresas e organizações aderiram ao Pacto Global, notou-se que a Natura aderiu ao Pacto em 2000, ou seja, no ano em que esse foi lançado. No Brasil, há uma mobilização cada vez maior por parte do Pacto Global, portanto, há cada vez mais empresas participando do Pacto. Mesmo que elas possuam diferentes motivações, as organizações sentem-se pressionadas por um alinhamento mundial para que implementem os ODS. Por impactar significativamente nas sociedades, essa adesão relevante e crescente tomará ainda mais força nos próximos anos. A fim de avançar com a Agenda 2030 de forma a combater os contextos de desigualdade socioeconômica, é

possível observar a dedicação por parte das organizações, em especial as situadas em países em desenvolvimento. Nesse contexto, a Natura ganha destaque por estar alinhada às estratégias do Pacto Global. Isso se dá por operar num mercado que pode ser facilmente impactado por mudanças no meio ambiente, já que é onde a maior parte de suas matérias-primas é encontrada. Com o passar dos anos, a organização tem buscado inovar em seus processos vinculados às políticas organizacionais que fortalecem principalmente os Objetivos 12 e 13, que tratam respectivamente de consumo e produção responsáveis e de ação contra a mudança global do clima. Certificada pelo sistema de Empresas B (*B-Corp*), que consiste num movimento criado pelo B-Lab em 2006, a Natura se mostra alinhada com os objetivos da Agenda 2030. Essa certificação é a garantia de que uma empresa desenvolve comunidades, reduz a pobreza e procura resolver de forma sustentável problemas relacionados ao clima tendo como meio os seus negócios (FERRARI, CABRAL E SALHANI, 2022).

Com os problemas socioambientais atuais causados pelo crescimento e desenvolvimento econômico, faz-se essencial buscar instrumentos para que os impactos sejam revertidos. Além disso, a sociedade exige cada vez mais das organizações atitudes que impactem positivamente o mundo, já que essas são as principais causadoras de impactos no meio ambiente com seus processos de produção, possuem uma elevada quantidade de capital para reverter os danos e ainda uma influência significativa na sociedade. Portanto, as empresas que se adequam à parâmetros estabelecidos pelas Agendas ou Pactos Globais estão à frente das que não se adequam. Nesse cenário, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) elaborados pela ONU são utilizados como instrumento para que as companhias possam produzir de forma sustentável (VILLELA, 2018).

No contexto das empresas, e até de outros ramos, a adoção de políticas, projetos e programas voltados para o conceito de Responsabilidade Social Corporativa são vistos como um diferencial, uma vantagem competitiva e que proporciona lucro. Para isso, é de extrema importância que a empresa seja

adepta à inovação, autenticidade e coerência e, ainda, que se comprometa com as agendas globais. E quando se trata de elaborar um protótipo envolvido com Pessoas, Planeta, Paz e Parcerias, a Agenda 2030 ganha destaque norteando as diversas práticas e ações envolvidas com o crescimento e desenvolvimento tendo como valor a sustentabilidade ao redor do mundo (CRUZ, 2020). Foram pontuadas, assim, as ações que a Natura exerce nos três âmbitos estudados, social, ambiental e socioambiental. Estas ações foram analisadas a partir dos Objetivos da Agenda 2030, a fim de se investigar se a empresa estudada atuou conforme as diretrizes deste importante referencial de sustentabilidade.

Observa-se que entre 2015 e 2016 a Natura estava iniciando o processo de adequação às metas apresentadas na Agenda 2030. Apesar disso, antes mesmo da criação da Agenda 2030, a empresa já demonstrava preocupação com o planeta.

No ano de 2014, a Natura desenvolveu a Visão de Responsabilidade 2050, se comprometendo com sua transformação em uma empresa que possua impactos positivos. Ou seja, além de diminuir os impactos de suas ações, ela poderá causar melhorias relacionadas ao meio ambiente e à sociedade. Nessa Visão, foram estabelecidas ambições com o intuito de serem cumpridas em 2020, enquanto percorre essa trajetória de mudanças até 2050. Em 2016 os impactos da empresa foram analisados com o intuito de avaliar a capacidade transformadora de suas práticas relacionadas aos ODS. A partir dessa análise, a Natura demonstrou seu impacto positivo direta e indiretamente em temas relacionados à 16 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (RELATÓRIO ANUAL, 2016).

Foi lançado em 2020, pela Natura&Co, o Compromisso com a Vida, que consiste num conjunto de compromissos e ações prioritários definidos pelo grupo. No caso, foram estabelecidos três pilares: enfrentamento da crise climática e proteção da Amazônia; garantia da igualdade e inclusão e do envolvimento com a circularidade e regeneração (NATURA, 2020).

A partir do Relatório Anual de 2020, no período de 2014, a multinacional de cosméticos desenvolveu a Visão de Sustentabilidade 2050. Nessa Visão foram determinados compromissos para a empresa, a fim de oferecer valor para todo o seu negócio, incluindo geografias e marcas, através de canais de distribuição, produtos e serviços que gerem impacto positivo. Com sua atuação no desenvolvimento da região amazônica a partir de relações com fornecedores das comunidades locais, elevação do uso de ativos inseridos na sociobiodiversidade e desenvolvimento de cadeias de reciclagem e utilização de materiais que podem ser reciclados, a empresa evoluiu significativamente no primeiro ciclo de metas da Visão de Sustentabilidade 2050 que se encerrou em 2020. Ainda dentro desse primeiro ciclo, a Natura se destacou como pioneira ao criar o modelo de valoração de externalidades socioambientais através do IP&L (Integrated Profit and Loss). Além disso, a empresa enfrentou desafios como a emissão de carbono. A Visão 2050, citada acima, foi gerada em 2014 pela empresa propondo diretrizes estratégicas de forma a direcionar seu impacto positivo. Inserido na Visão 2050, o plano de ações Compromisso com a Vida (Visão 2030 Natura&Co) tem como objetivo engajar todos os seus negócios em adversidades globais urgentes, como enfrentamento da crise climática, proteção da Amazônia, defesa dos Direitos Humanos, entre outros. E ainda, dentro do Compromisso com a Vida, há a Visão 2030 Natura, que foi gerada a partir das duas Visões citadas anteriormente. Seu conceito de gerar impactos positivos está diretamente ligado a princípios como renovação e regeneração de ecossistemas, economia e sociedades (RELATÓRIO ANUAL, 2020).

À princípio, houve uma meta atingida: a movimentação de um bilhão de reais em volume de negócios na área pan-amazônica (Ação Socioambiental). Desde os anos 2000, a Natura buscava o desenvolvimento econômico sustentável e inclusivo. Em 2011, foi criado o Programa Natura Amazônia, que consiste em converter questões socioambientais em oportunidades de desenvolver a região. Nesse contexto, foram escolhidos alguns temas considerados prioritários, relacionados à economia da região, bem-estar da população e zero desmatamento. Esse programa consiste em três pilares, sendo

eles: ciência, tecnologia e inovação; cadeias produtivas da sociobiodiversidade e fortalecimento institucional (NATURA, 2021). O primeiro pilar consiste em criar e coordenar pesquisas e conhecimentos da região, tanto nacionais quanto internacionais, e sempre focando na biodiversidade, sustentabilidade e inovações. Já o segundo estrutura, desenvolve e faz crescer cadeias produtivas sustentáveis da região investindo em capacitação, eficiência e tecnologias. Com isso, as cooperativas da área tornam-se capazes de se desenvolver. E o terceiro pilar tem o objetivo de fortalecer instituições amazônicas e reforçar parcerias que proporcionam vantagens para o local. Desde 2006, através desses pilares, foram revertidos, em todo o país, em torno de 76 milhões de reais em mais de 100 contratos com compartilhamento de benefícios. Esses contratos são relacionados à conservação do meio ambiente, uso da biodiversidade de forma sustentável, conservação do modo de viver da região e o fortalecimento de organizações (NATURA, 2021). Essa movimentação de um bilhão de reais em volume de negócios na área pan-amazônica tem relação com os seguintes ODS: Consumo e Produção Responsáveis, Vida Terrestre e Parcerias e Meios de Implementação.

Já, em 2017, a Natura já apresentou avanços na área de Governo e sociedade (Ação Socioambiental). A primeira meta atingida está relacionada aos ODS de Paz, Justiça e Instituições Eficazes e Parcerias e Meios de Implementação, que consiste na promoção de discussões e debates a respeito de temas materiais a partir da matriz de materialidade. Com o intuito de valorizar temas relevantes da atualidade como sustentabilidade e inovação, a Natura participa ativamente de eventos sociais como o São Paulo Fashion Week. Neste, 112 mil pessoas, incluindo consumidores, consultoras, funcionários e jornalistas, foram impactadas através de experiências promovidas pela empresa como experimentação e entrega de produtos num espaço de maquiagem próprio aberto às pessoas presentes.

Além disso, a Natura oferece seu apoio para a consolidação de diálogos sobre temas que ela considera prioritários como sustentabilidade e inovação. Ainda em 2017, a empresa agiu, através de entidades de classe e comunidades,

no âmbito público em assuntos relacionados à sustentabilidade, principalmente para a concretização do Marco Legal da Biodiversidade, proibição de testes em animais e questões da região pan-amazônica. Além desses, foram abordados temas como o fortalecimento do empreendedorismo feminino e inovação. Nesse mesmo ano, a empresa começou uma porção de debates a respeito da formação de impacto social positivo. Nesses encontros foram discutidas perspectivas para uma nova economia gerada a partir de negócios que gerem soluções sustentáveis tanto no âmbito social quanto ambiental (NATURA, 2017).

Nesse mesmo ano, houve um avanço relacionado às Mudanças Climáticas (Ação Ambiental), mais especificamente na compensação contínua de emissões inevitáveis com o objetivo de oferecer vantagens socioambientais, principalmente na região pan-amazônica. Essa meta está ligada à quatro Objetivos Sustentáveis: Consumo e Produção Responsáveis, Ação Contra a Mudança Global do Clima, Vida Terrestre e Parcerias e Meios de Implementação.

Nesse período, houve avanços interligados aos Objetivos de Educação de Qualidade, Igualdade de Gênero e Trabalho de Gente e Crescimento Econômico. Esses avanços consistem na geração de interesse por um contínuo aprendizado e no oferecimento grande de educação; e no aumento da rede de colaboração, oferecendo apoio de ações relacionadas ao empreendedorismo socioambiental. O primeiro avanço envolve a criação de um programa educacional para consultoras e suas famílias. Baseando-se nos direcionadores do Índice de Desenvolvimento Humano das consultoras, são oferecidas para elas bolsas parciais e condições de aprendizagem. Já o segundo progresso se resume ao Movimento Natura, sendo este uma plataforma digital que tem como objetivo conectar pessoas que possuem projetos socioambientais com as que querem apoiar e que possuem em torno de 2,2 milhões de acessos por ano. Com esse apoio, mais de 50 mil pessoas são impactadas positivamente nos âmbitos educacional, cultura, esportivo, de saúde e outros.

Além dessas, há como meta a criação de um indicador que possa ser utilizado para avaliar o desenvolvimento humano de um público e elaborar uma

estratégia de uma melhoria significativa. As metas citadas acima estão inclusas no aspecto Consultora de Beleza Natura – Impacto social positivo (Ação Social).

Ainda dentro dessa ação social ligada ao Impacto social positivo, o aspecto Comunidades (Ação Social) se destaca pelo progresso significativo de duas metas: Melhorar os indicadores citados no parágrafo anterior e criar uma estratégia, através do diálogo e da construção colaborativa com pessoas e agentes locais, para as áreas da sociobiodiversidade pan-amazônica e das comunidades presentes nas regiões onde a empresa opera. A primeira meta se relaciona com os Objetivos de Trabalho Decente e Crescimento Econômico, Redução das Desigualdades e Paz, Justiça e Instituições Eficazes, enquanto a segunda está interligada ao Trabalho Decente e Crescimento Econômico, Redução das Desigualdades e Vida Terrestre.

Inserida no aspecto Cadeia de Fornecimento (Ação Ambiental), a meta que buscou garantir, até o ano de 2015, a rastreabilidade total de insumos gerados por produtores do último elo (diretos) foi atingida. Essa meta inclui os Objetivos de Trabalho Decente e Crescimento Econômico e Consumo e Produção Responsáveis.

Incluído no aspecto Colaboradores (Ação Social), a meta de implementação da estratégia de elevar o potencial de realização de funcionários através do engajamento à cultura da empresa segue avançando. Esta inclui ODS como Educação de Qualidade, Consumo e Produção Responsáveis e Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

No âmbito dos Consumidores (Ação Socioambiental), a meta de estabelecer temas com maior prioridade e implementação de uma estratégia que gere a mobilização das consumidoras da marca foi alcançada. Foram definidos claims prioritários para a geração de valor sustentabilidade para com os consumidores finais. Dentre os temas, pode-se citar: educação de qualidade; embalagens sustentáveis; comprometimento com o clima.

No período de 2018, todas as metas do tema Consultoras Natura (Ação Social) foram atingidas, encerrando com o aumento significativo da renda média

das consultoras do território brasileiro. Essa meta está interligada aos seguintes ODS: Erradicação da Pobreza, Saúde e Bem-estar, Igualdade de Gênero, Trabalho Decente e Crescimento Econômico, Redução das Desigualdades e Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

Nesse ano, a empresa iniciou uma reflexão em relação aos comportamentos de maior prioridade a fim de tornar os desafios de longo prazo viáveis. Além disso, foi instaurado o Time de Cultura, que consiste na liderança desta frente por líderes de várias áreas, além de unir suas ideias junto ao Comitê Executivo e outros líderes da empresa. Essas ações podem ser relacionadas aos seguintes Objetivos: Educação de Qualidade, Igualdade de Gênero, Trabalho Decente e Crescimento Econômico, Redução das Desigualdades, Consumo e Produção Responsáveis e Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

Após um ano, a meta de criar uma estratégia para as regiões pan-amazônica e as demais regiões foi alcançada com sucesso.

Em 2019, a empresa conseguiu aplicar em suas embalagens (Ação Ambiental) 10% de material reciclado pós-consumo, como vidro e plástico, de suas operações no Brasil. A Natura conseguiu manter esse resultado mesmo com o cenário pandêmico influenciando na cadeia de reciclagem. Essa meta se relaciona com os Objetivos de Saúde e Bem-estar, Cidades e Comunidades Sustentáveis e Consumo e Produção Responsáveis.

No ano de 2020, no aspecto de Energia, foi adotada, como estratégia, uma política incluindo eficiência energética e utilização de energias renováveis (Ação Ambiental). Para garantir a rastreabilidade desse tipo de energia usado pela empresa, a Natura planejou negociar uma aquisição de certificados I-REC. Essa estratégia inclui o Objetivo Ação Contra a Mudança Global do Clima.

Ainda nesse ano, a empresa alcançou a meta de captar e fazer a reciclagem de metade da quantidade de resíduos gerados por produtos Natura (Ação Ambiental). Apesar dos impactos causados pela pandemia nas cooperativas de reciclagem, a empresa manteve o valor de 50%. Nesse caso,

estão presentes os Objetivos Cidades e Comunidades Sustentáveis, Consumo e Produção Responsáveis, Vida na água e Vida Terrestre.

No ano de 2020, no aspecto Consumidores (Ação Socioambiental), há a implantação da estratégia que inclui temas prioritários. A estratégia é composta por três causas: Amazônia Viva, Cada Pessoa Importa e Mais Beleza e Menos Lixo. Assim, a empresa atinge mais uma meta: Definição de tópicos de maior prioridade e mobilização de seus consumidores. Consumo e Produção Responsáveis é o Objetivo que representa a meta citada acima.

No âmbito Colaboradores (Ação Social), duas das três metas foram alcançadas: 50% da ocupação de cargos de liderança por mulheres e Desenvolvimento de uma estratégia para elevar o potencial de realização por parte dos funcionários através do engajamento cultural da empresa. Os Objetivos presentes na primeira meta são: Igualdade de Gênero e Redução das Desigualdades.

Enquanto os presentes na segunda meta são: Educação de Qualidade, Consumo e Produção Responsáveis e Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

Em relação à Comunidades (Ação Social), as duas metas foram atingidas: Evolução de indicadores para medir o desenvolvimento humano e social comunitário e Desenvolvimento de uma estratégia para as áreas pan-amazônicas ao redor das instalações da empresa. A realização da primeira meta se deu através do índice de Progresso Social (IPS), sendo esse uma forma de mensurar o desempenho de regiões, além do estabelecimento de um plano de instauração permitido para outras regiões estratégicas. Já a conclusão da segunda meta se deu pelo Plano Estratégico de Desenvolvimento Territorial da Amazônia. Além disso, foi lançada a aliança "Nós da Floresta", que consiste em um modelo de operação. As metas acima relacionam-se com os objetivos a seguir: Trabalho Decente e Crescimento Econômico e Redução das Desigualdades. Porém, a primeira engloba a Paz, Justiça e Instituições Eficazes, enquanto a segunda engloba a Vida Terrestre.

De acordo com Morais, Martins e Santos (2020), as empresas devem ter iniciativas que promovam a educação e qualificação no aspecto profissional a fim de gerar uma economia nas regiões em que essas atuam. E, como pode ser observado, a Natura tem projetos relacionados à educação, investimento social, debates e meios para que a economia local se desenvolva e traga benefícios como forma de retribuir todo o trabalho (MORAIS, MARTINS E SANTOS, 2020).

Observando o Modelo de Gestão (Ação Socioambiental), que constata a constituição da valoração de externalidades socioambientais existentes na cadeia de valor da companhia. O propósito foi concluído quando se definiu como objetivo do PEN de sustentabilidade o EP&L relativo. Os objetivos relacionados nesse propósito foram: Água Potável e Saneamento, Consumo e Produção Responsáveis, Ação Contra a Mudança Global do Clima e Vida Terrestre.

Os propósitos de Engajamento de públicos (Ação Socioambiental) e Governança da Sustentabilidade (Ação Socioambiental) se deram através das respectivas ações. Há um plano que tem como intuito a geração de engajamento e mobilização de funcionários e os consumidores finais; e uma nova proposição gerada a partir da estratégia de Causas, sendo composta por comitês técnicos que acontecem através da elaboração da Teoria da Mudança de cada Causa. Os dois propósitos acima têm ligação com os objetivos de Consumo e Produção Responsáveis e Paz, Justiça e Instituições Eficazes.

Os relatórios GRI utilizados no presente trabalho, em particular, o documento referente ao ano 2020, possui grande relevância, pois menciona as ações da empresa Natura alinhadas aos ODS da Agenda 2030. E a partir do Relatório Anual desse último ano, observa-se que entre os anos 2014 e 2020 a empresa avançou, mesmo durante seu enfrentamento de diversos desafios, e isso se dá através de seu comprometimento por parte da liderança e planejamento consistente. Nesse documento, é possível verificar que a Natura atingiu um total de 83% de todas as suas ambições.

Em 2020, a Natura já havia atingido metas relacionadas aos Objetivos de Erradicação da pobreza; Saúde e bem-estar; Educação de qualidade;

Igualdade de gênero; Água potável e saneamento; Trabalho decente e crescimento econômico; Redução das desigualdades; Cidades e comunidades sustentáveis; Consumo e produção responsáveis; Ação contra a mudança global do clima; Vida na água; Vida terrestre; Paz, justiça e instituições eficazes; e Parcerias e meios de implementação.

7 Conclusões

Por se destacar no ramo de cosméticos através da prática de inúmeras ações de responsabilidade ambiental e social, a Natura foi escolhida para a elaboração do presente trabalho.

A partir de uma revisão bibliográfica e levantamento de informações de ações de responsabilidade de cunho social e ambiental da empresa apresentadas nos Relatórios Anuais no período entre 2015 e 2020, foi possível elaborar uma análise das ações ambientais, sociais e socioambientais feitas pela Natura. Para tal, foi utilizado como parâmetro a Agenda 2030, que apresenta Objetivos do Desenvolvimento Sustentável e metas a serem cumpridas.

Realizando um comparativo entre as ações praticadas pela empresa e os Objetivos demonstrados na Agenda 2030, foi possível observar que a Natura já praticava, em 2015, diversas ações que promovem a sustentabilidade, seja através de projetos de desenvolvimento social, preservação de florestas, reciclagem de resíduos, até a preocupação com a ocupação de cargos por mulheres e por funcionários com deficiência.

A partir da relação entre as ações da empresa e a Agenda 2030, conclui-se que essa adotou práticas sustentáveis nos três tipos de responsabilidade em questão, realizou melhorias em seus processos e nos meios onde está presente, e ainda atingiu metas dentro do período estimado.

Com sua forte atuação no âmbito sustentável, a organização encontra-se numa posição de valor e com diferencial perante o mercado e seus consumidores. Isso se dá ao fato de a sociedade exigir, cada vez mais, que as empresas se posicionem diante de problemas climáticos e sociais, priorizando as mais dedicadas.

Antes mesmo de adotar a Agenda 2030, em 2011, a companhia criou o Programa Natura Amazônia, que tinha como objetivo desenvolver a região através da solução de questões socioambientais. Esse é um exemplo de ação sustentável que demonstra a preocupação e esforço da empresa perante os problemas da sociedade e meio ambiente.

E dentro do período estudado nesse presente trabalho, foi possível observar a atuação da Natura nos locais onde ela possui operações. Sendo que ela busca desenvolver as comunidades locais nas regiões onde possui matérias-primas, amparando famílias e fornecedores com recursos, educação e desenvolvimento. Além disso, ela se preocupa com seus funcionários, incluindo minorias em suas equipes, oferecendo assistência, desenvolvimento e capacitação. Outro aspecto que ganha destaque na atuação da empresa é o papel ativo dela na sociedade através de conscientização e debates sobre assuntos voltados à sustentabilidade e inovação.

Considerando as ações praticadas pela Natura de acordo com os ODS da Agenda 2030 e suas respectivas classificações, é possível concluir que os Objetivos mais evidenciados, por ordem decrescente, nas práticas da empresa são: 1 – Consumo e Produção Responsáveis; 2 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes; 3 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico; 4 – Redução das Desigualdades; e 5 – Vida Terrestre.

E, observando as ações com um contexto mais amplo, conclui-se que o tipo de ação que tem mais foco é o Socioambiental. Em segundo lugar vem o Social e, em terceiro lugar, o Ambiental. Desta forma, ficou evidente que, no período avaliado, a Natura tem desenvolvido ações sociais, ambientais e socioambientais, mostrando na prática os ODS da Agenda 2030.

Referência Bibliográfica

BARBIERI, José Carlos. **Desenvolvimento sustentável**:: Das origens à agenda 2030. [S. l.]: Vozes, 2020. 264 p. Disponível em: https://books.google.com.br/books/about/Desenvolvimento_sustent%C3%A1vel.html?id=KzcDEAAQBAJ&redir_esc=y#:~:text=Este%20livro%20analisa%20o%20desenvolvimento,193%20Estados%2Dmembros%20da%20ONU. Acesso em: 30 jun. 2022.

B CORP: CERTIFICAÇÃO COMPROVA QUE NATUREZA ALIA CRESCIMENTO E PROMOÇÃO DO BEM-ESTAR SOCIAL E AMBIENTAL. [S. l.], 18 abr. 2019. Disponível em: <https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/b-corp-certificacao-comprova-que-natura-alia-crecimento-e-promocao-do-bem-estar-social-e-ambiental>. Acesso em: 6 jun. 2022.

CABESTRÉ, S. A.; GRAZIADEI, T. M.; POLESEL FILHO, P. Comunicação estratégica, sustentabilidade e responsabilidade socioambiental:: um estudo destacando os aspectos teórico-conceituais e práticos. **Revista Conexão - Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v. 7, n. 13, p. 39-58, 2008. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/151>. Acesso em: 5 maio 2022.

CABRAL, R.; GEHRE, T (org). **Guia Agenda 2030**: integrando ODS, educação e sociedade. São Paulo, 2020.

CAMINHAS, A.M.T.; PICCHI, M. R. In: GALLI, L. C. L.A.; GARCIA, S.F.A (org.). **Estratégia Aplicada ao Agronegócio: conceitos, experiências e casos. 2. ed.** Ribeirão Preto: CEPECAF, 2020. cap. Responsabilidade Social Empresarial, p. 180-183.

CAMINHAS, Ana Margarida Theodoro; ALTAFIN, R. In: GALLI, L. C. L.A.; GARCIA, S.F.A (org.). **Estratégia Aplicada ao Agronegócio: conceitos, experiências e casos. 2. ed.** Ribeirão Preto: CEPECAF, 2020. cap. Sustentabilidade, p. 184-187.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. DA. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 242 p. ISBN 978-85-7605-047-6.

FILHO, Cláudio Pinheiro Machado. **Responsabilidade social e governança**:: o debate e as implicações. [S. l.]: Cengage Learning, 2020. 192 p. ISBN 6555582014. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt->

BR&lr=&id=VtUKEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=responsabilidade+social&ots=TWtx06nuEa&sig=AUym9iQpDZXE2S17bj-HKH0-xok#v=onepage&q=responsabilidade%20social&f=false. Acesso em: 2 jul. 2022.

CRUZ, G. P. A. **A sustentabilidade como requisito para o alcance do lucro e desenvolvimento social**. 2020. Dissertação (Programa de Mestrado em Direito) - Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2020.

FERRARI, M. A. E CABRAL, R. E SALHANI, J. **Estudo analítico do mapeamento de empresas brasileiras comprometidas com a agenda 2030 da ONU**. Revista Gestão Organizacional, v. 15, n. 2, p. 105-119, 2022. Tradução. Disponível em: <https://doi.org/10.22277/rgo.v15i2.6604>. Acesso em: 06 jun. 2022.

GEHRE, T.; MARTINS, A. P. A. (org) **Guia de interseccionalidades na Agenda 2030**: para uma educação transformadora, Brasília, DF : Universidade de Brasília, 2021.

GEWEHR, F. G. C.; BARATA, A. J. S.S.; ALVES, R. R. Análise de práticas sustentáveis em empresas que utilizam relatório Global Reporting Initiative (GRI). **Revista Meio Ambiente e Sustentabilidade**, v. 17, n. 8, 2019.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

MASCARENHAS, M. P. V.; COSTA, C. dos A. F. Responsabilidade Social e Ambiental das Empresas. Uma perspectiva sociológica. **Latitude**, [S. l.], v. 5, n. 2, 2018. DOI: 10.28998/ite.2011. n.2.1013. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/1013>. Acesso em: 9 maio. 2022.

MORAIS, G. M.; MARTINS, H. C.; SANTOS, V. F. Relatórios de Sustentabilidade de Empresas Mineradoras do Brasil: Uma Análise do seu Alinhamento com a Agenda de Sustentabilidade Global e Especificidades Locais. **Brazilian Journal Development**, Curitiba, v. 6, n. 6, p. 39032-39059, 2020. DOI <https://doi.org/10.34117/bjdv6n6-445>. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/11905>. Acesso em: 9 maio 2022.

MUNCK, L.; SOUZA, R. B. Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade organizacional: a hierarquização de caminhos estratégicos

para o desenvolvimento sustentável. **REBRAE**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 185–202, 2009. DOI: 10.7213/rebrae.v2i2.13457. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/REBRAE/article/view/13457>. Acesso em: 9 may. 2022.

OBS & Empresas. [S. l.], [2021-2022]. Disponível em: https://www.pactoglobal.org.br/ods_empresas. Acesso em: 6 jun. 2022.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Transformando nosso mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. 2015. Disponível em: <https://brasil.un.org/>. Acesso em 05 maio. 2022.

RELATÓRIO Anual 2015. **Caderno de indicadores**, [s. l.], 2016. Disponível em: https://ungc-production.s3.us-west-2.amazonaws.com/attachments/cop_2016/226361/original/ra2015_cadernoindicadores_natura.pdf?1467996974. Acesso em: 6 jun. 2022.

RELATÓRIO Anual. **Natura 2016**, São Paulo, 2017. Disponível em: https://mz-filemanager.s3.amazonaws.com/9e61d5ff-4641-4ec3-97a5-3595f938bb75/relatorios/3f72aebc6b2beecc602c5b443c93b3b52cb5d1c484188ee9a48e2bc21d7030e3/relatorio_anual_2016.pdf. Acesso em: 6 jun. 2022.

RELATÓRIO Anual. **Natura 2017**, [s. l.], 2018. Disponível em: https://mz-filemanager.s3.amazonaws.com/9e61d5ff-4641-4ec3-97a5-3595f938bb75/relatorioscentral-downloads/1528919eefa95cb60bd96c990b5b6ff3acb43e034268ce978835e3523adacd7b/_relatorio_anual_2017_.pdf. Acesso em: 6 jun. 2022.

RELATÓRIO Anual. **Natura 2018**, [s. l.], 2019. Disponível em: https://static.rede.natura.net/html/2019/a-natura/pdf/relatorio_anual_natura_2018.pdf. Acesso em: 6 jun. 2022

RELATÓRIO Anual. **Natura 2019**, [s. l.], 2020. Disponível em: https://static.rede.natura.net/html/home/2020/br_09/relatorio-anual-2019/relatorio_anual_natura_2019.pdf. Acesso em: 6 jun. 2022.

RELATÓRIO Anual. **Natura 2020**, [s. l.], 2021. Disponível em: https://static.rede.natura.net/html/sitecf/br/11_2021/relatorio_anual/Relatorio_Anual_Natura_GRI_2020.pdf. Acesso em: 6 jun. 2022.

RIBAS, José Roberto; VICENTE, Túlio Vagner dos Santos; ALTAF, Joyce Gonçalves e TROCCOLI, Irene Raguene. **INTEGRAÇÃO DE AÇÕES NA GESTÃO SUSTENTÁVEL**. *Ler. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre) [online]*. 2017, vol.23, n.2, pp.31-57. ISSN 1980-4164. <https://doi.org/10.1590/1413.2311.112.58086>.

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D. de; GUINDANI, J. F. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, [S. l.], v. 1, n. 1, 2009. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10351>. Acesso em: 6 jun. 2022.

SCHIAVINATTO, W. **Análise das ações de sustentabilidade de agroindústrias paulistas cítricas e sucoalcooleiras**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Ciências Agrárias, Unesp, 2020.

SILVEIRA, D. T., & CÓRDOVA, F. P. A pesquisa científica. Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora: UFRGS 2009

STOCKER, F.; TONTINI, J.; SARTURI, G. Análise da evolução das publicações de relatórios de sustentabilidade na base GRI. **South American Development Society Journal**, v. 5, n. 15, p. 418, 2020.

SUSTENTABILIDADE: Nossos compromissos. *In: A Natura*. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.naturabrasil.fr/pt-pt/os-nossos-valores/sustentabilidade>. Acesso em: 3 jul. 2022.

VILLELA, T. R. Benefícios da incorporação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável na estratégia de organizações empresariais: Análise de estudo de caso. 2018. 71 p. Monografia (Trabalho de Graduação) – Escola de Engenharia de Lorena, Universidade de São Paulo, Lorena, 2018.

VILHA, A. M.; CARVALHO, R. Q. Desenvolvimento de novas competências e práticas de gestão da inovação voltadas para o desenvolvimento sustentável: estudo exploratório da Natura. **Cad. EBAPE.BR 3 (spe)**, [s. l.], v. 3, p. 01-15, 13 jul. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cebape/a/LDpSDTjVQbxZjhFDJnCqZBP/?lang=pt#>. Acesso em: 5 mar. 2022.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 200 p. ISBN 85-7307-852-9.