

SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL: A INFLUÊNCIA DAS ESTRATÉGIAS SUSTENTÁVEIS NO SUCESSO DA EMPRESA NATURA

Anne Cecília Santos Rocha¹
Shirlei da Conceição Domingos Silva²

Resumo: Nesse trabalho o enfoque é totalmente direcionado à empresa Natura, que utiliza a sustentabilidade como algo imprescindível e uma vantagem competitiva. Várias perguntas serão sanadas do ponto de vista sustentável e em como essas práticas se tornaram indissociáveis de sua imagem perante o mercado. O objetivo geral é mostrar como e por que a sua postura sustentável pôde fazer tamanha diferença em seus respectivos modelos de negócios fazendo com que ela se tornasse referência nacional nesse ramo, servindo de influência para empresas do setor de perfumaria e cosmética e para várias outras.

Palavras-chave: Sustentável. Influência. Natura e Sustentabilidade.

Abstract: In this work, the focus is totally directed to the company Natura, which uses sustainable marketing as something essential and a competitive advantage. Several questions will be addressed from a sustainable point of view and how these practices have become inseparable from its image in the market. The main objective is showing how and why its sustainable posture could make such a difference in their respective business models, making it a national reference in this field, serving as an influence for companies in the perfumery and cosmetics sector and for several others.

Palavras-chave: Sustainable. Influence. Natura and Sustainability.

Data de submissão: 00/00/000 **Data de aprovação:** 00/00/000

1. INTRODUÇÃO

A sustentabilidade nas empresas é uma estratégia que visa motivar a organização dos processos de negócios para que ela produza e entregue seus bens ou serviços sem agredir o meio ambiente e ainda possa alcançar seu crescimento. Ao invés de apoiar a expansão massiva dos negócios tendo como objetivo aumentar os lucros em um curto prazo, a sustentabilidade corporativa prioriza o crescimento a longo prazo por meio de uma abordagem sustentável.

Nos dias atuais ser uma empresa sustentável é um dos pilares mais importantes para as corporações. Essa exigência vem, não só de clientes, que estão cada dia mais

¹ Estudante do 8º período de Administração da Faculdade Milton Campos.

Email: annececiliars@gmail.com

² Professora da Faculdade Milton Campos, Mestre em Administração, Pós-graduada em Controladoria e Finanças, Graduada em Administração e Consultora de Negócios. E-mail: shirleicds11@gmail.com

atentos às questões ecológicas e ambientais, como também de investidores, que dão preferências para negócios que seguem as normas ESG (Environmental, Social and Governance) que corresponde às práticas ambientais, sociais e de governança de uma organização.

A estratégia da grande empresa nacional Natura tem inspirado e servido de referência para diversas outras que desejam se destacar no mercado. Tendo uma forte marca e nome, atuação multiplataforma e dando uma atenção minuciosa às causas ambientais, a gigante do setor de perfumaria e cosméticos continua tendo um crescimento exponencial no Brasil e em todo o mundo.

Visando abordar como as estratégias de sustentabilidade influenciam o sucesso da Natura, o interesse nesse estudo surgiu mediante a dificuldade de administração dos recursos naturais do planeta, que se encontram em esgotamento. E, adquirindo práticas sustentáveis, as empresas podem contribuir não só com meio ambiente como também auxiliam na elaboração de um futuro institucional muito mais consolidado.

Nesse sentido, a pergunta de partida é: **Como se dá a influência das estratégias de sustentabilidade para o sucesso da empresa Natura?** Como objetivo geral tem-se a busca por explicar a influência das estratégias de sustentabilidade para o sucesso da empresa Natura. De forma mais específica, buscou-se: a) analisar o crescimento da organização; b) relacionar as estratégias de sustentabilidade com o esgotamento de recursos naturais; e, c) descrever as principais estratégias utilizadas pela organização.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Conceito de sustentabilidade

A definição de sustentabilidade veio à tona a primeira vez na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, fundada pelas Nações Unidas com a finalidade de debater e propor formas de equilibrar o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental.

Sustentabilidade refere-se à capacidade de sustentação ou conservação de um processo ou sistema e está relacionada à maneira como devemos agir em relação à natureza. Esse conceito abrange desde comunidades locais até todo o planeta.

Segundo Magalhães, a conquista da sustentabilidade ocorre por meio de um desenvolvimento sustentável, que é definido como o desenvolvimento capaz de satisfazer as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem suas próprias necessidades.

O objetivo do desenvolvimento sustentável é preservar o planeta e atender às necessidades humanas. Isso significa que um recurso natural explorado de maneira sustentável terá uma duração duradoura e permitirá que as gerações futuras também o explorem.

Reforçando, a sustentabilidade busca um equilíbrio entre a conservação ambiental, o crescimento econômico e a justiça social, garantindo a preservação dos recursos naturais para as gerações presentes e futuras.

As ações sustentáveis vão permitir que as próximas gerações possam viver em um mundo mais equilibrado, em que as empresas e as pessoas consigam evoluir sem causar tantos danos aos ecossistemas e sem prejudicar o futuro do planeta, dos nossos filhos e netos. Um fator importante para isso acontecer seria a educação ambiental, tema que tem sido falado cada vez mais nas mídias e escolas, ensinando principalmente, para os jovens, que estamos inseridos no meio ambiente, dependemos dos recursos para viver e esses recursos não são eternos. Dessa forma, práticas sustentáveis são essenciais para o futuro da humanidade (GUIMARÃES, 2019).

Campos, Estender e Macedo (2015, p.2) definem sustentabilidade como:

Um conceito sistêmico que visa suprir todas as necessidades sociais, econômicas, culturais e ambientais para garantir um futuro melhor. [...]. É com a sustentabilidade que os recursos naturais são utilizados de forma inteligente, e são protegidos pensando na geração futura

2.2. Gestão sustentável dentro das organizações

De acordo com Donaire (1999) o conceito de sustentabilidade ou responsabilidade empresarial não está apenas ligado à questão ambiental, mas também abrange os aspectos sociais e econômicos. Portanto, as empresas descobriram que, para aumentar sua rentabilidade, reconhecimento e respeito, é necessário ir além dos interesses dos acionistas.

Dentre os vários fatores que afetam o ambiente de negócios, a preocupação ambiental da sociedade tem recebido destaque devido à sua relevância para a qualidade de vida das pessoas. Adotar medidas e atitudes racionais para proteger e preservar o meio ambiente tornou-se uma condição crucial para o sucesso e sobrevivência das empresas no mercado.

As portas do mercado e do lucro se abrem mais para as empresas que não poluem, poluem menos ou deixam de poluir, em contrapartida às empresas que ignoram as questões ambientais em busca da maximização de lucros e compartilham os prejuízos com a sociedade (NOVAES, 1991).

A proteção do meio ambiente está se tornando uma oportunidade para abrir mercados e se precaver contra futuras restrições ao acesso a mercados internacionais. As preocupações com o meio ambiente estão em constante crescimento, criando um verdadeiro mercado verde.

Assim, as organizações que buscam atingir esse mercado "consciente" investem em produtos com baixo impacto ambiental, conhecidos como "produtos verdes" ou ecologicamente corretos. No entanto, é importante ressaltar que não se trata apenas da fabricação desses produtos, mas sim do envolvimento da empresa em um programa de desenvolvimento sustentável que abrange a sociedade como um todo. Para que as ações sejam efetivas e a sustentabilidade local seja alcançada, é necessário o comprometimento de todos (YOSHIDA; VIANA; KISHI, 2021).

2.3. ESG - environmental, social and governance

De acordo com Yoshida, Viana e Kishi 2021, p. 648),

os princípios ESG já faziam parte da pauta dos setores empresarial, público e da sociedade em geral, mas que na atualidade, passaram a ser também questões de competitividade, eficiência, transparência, inovação, tecnologia, gestão de riscos, cumprimento de normas e padrões vigentes e de melhoria da governança corporativa e estabelecimento de boas práticas, que devem ser observados e adotados no país e internacionalmente.

Nos últimos anos, condutas sustentáveis tornaram-se parte da estratégia de um número crescente de empresas que percebem a necessária relação entre retorno econômico, ação social e conservação da natureza e, portanto, vinculam a própria prosperidade à saúde do meio ambiente e ao bem-estar coletivo da sociedade como um todo.

É de suma importância que as empresas tenham conhecimento do lugar que ocupam mediante o meio ambiente e que estão no mundo, não apenas para consumir todos os recursos, mas sim, que fazem parte do planeta como um todo. Discernir que os recursos da Terra são finitos e que a sociedade é dependente deles para continuar existindo em todos os aspectos viáveis, faz-se necessário utilizar com responsabilidade e qualidade os recursos naturais que dela são providos. (WORLD WILDLIFE FOUND BRASIL, 2006).

2.4. Relatório GRI

A Global Reporting Initiative é uma organização internacional sem fins lucrativos pioneira no desenvolvimento de uma estrutura abrangente de relatórios de sustentabilidade. Fundada em Boston em 1997 pela Coalition for an Environmentally Responsible Economy (Ceres) e pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), a iniciativa promove o uso de relatórios como forma de gerenciar adequadamente os indicadores ambientais, sociais e econômicos nas empresas.

Esses documentos relatam boas práticas, padrões de sustentabilidade, valores organizacionais e modelos de governança. O relato GRI impacta diretamente a forma

como as empresas se comunicam com a sociedade e se apresentam ao mercado. Elaborar um relatório sobre o impacto de suas atividades cotidianas, demonstrando de forma transparente o vínculo entre a estratégia da empresa e seu compromisso com uma economia global sustentável. (GUIMARÃES, 2019).

3. METODOLOGIA

Aqui serão abordados os aspectos metodológicos da pesquisa realizada, descrevendo-se os procedimentos necessários e úteis para explicar a influência das estratégias de sustentabilidade para o sucesso da Natura.

A abordagem da pesquisa foi qualitativa, do tipo descritiva, considerando que foi feita a análise das características de forma interpretativa, afim de encontrar os motivos que levaram a empresa a ter tamanho destaque na área sustentável e se tornar referência nesse quesito. Com intuito de conhecer a problemática sobre a área de estudo foi realizada também uma pesquisa exploratória (GIL, 2019).

O método adotado foi o estudo de caso, tendo a empresa Natura como caso único.

A técnica de coleta dos dados se deu por meio da pesquisa e análise documental, considerando os relatórios divulgados pela empresa Natura em suas plataformas digitais. A pesquisa foi realizada durante os meses de fevereiro e maio de 2023.

A técnica de análise foi a análise de conteúdo, com intuito de gerar conhecimento, focando na qualidade e importância dos dados analisados e com a finalidade de enriquecer, ainda mais, a pesquisa que está sendo desenvolvida.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

4.1 Características da empresa analisada: Natura

A Natura se dedica há mais de vinte anos em desenvolver um comércio responsável em parceria com comunidades do Brasil, em especial as da Amazônia que chegam a

quase dez mil pessoas e com essa iniciativa a organização já conseguiu preservar 1,8 milhões de hectares da floresta amazônica.

Desde 2007, a Natura se empenha de forma concisa nas emissões de carbono em todas as suas estruturas de produção e em todos os seus setores. Todos os anos são feitas avaliações e para compensá-las são feitos reflorestamentos. Com o objetivo de reduzirem ainda mais o carbono são utilizadas, de forma preferencial, transportes fluviais ou marítimos.

Visando a redução de resíduos, a Natura faz o uso de plásticos que sejam totalmente reciclados e plástico verde (um derivado da cana de açúcar) com o intuito de diminuir a quantidade de recursos para suas fabricações e o acúmulo de materiais, assim como optam pela venda de vários produtos com refil.

A Natura acredita que o comércio deve ser justo e responsável. Por isso, seleciona cuidadosamente os ingredientes que usa, respeitando a população das regiões da Amazônia e preservando o meio ambiente, de forma que nenhum desmatamento ou queimadas de florestas seja gerado.

A empresa tem diversos certificados e dentre eles, o reconhecimento do programa Leaping Bunny que marcou o fim dos testes em animais, a B-corp, que reconhece as corporações que unem lucro a benefícios socioambientais e UEBT (União para o Biocomércio Ético) que atesta o uso de ingredientes de origem sustentável e relação ética com comunidades (NATURA, 2023b).

4.2 Análise e discussão dos dados

A Natura é uma empresa brasileira fundada em 1969, que possui presença global, multimarca e multicanal. Usando como base os últimos relatórios anuais da Natura, é fácil destacar o quanto a empresa se esforça para cada vez mais conciliar o progresso econômico e a proteção ambiental.

De acordo com a empresa, reduzir o impacto negativo já não é suficiente, a próxima fronteira é a da regeneração, deve-se entrar na era da cura e da geração de impacto positivo. Isso vale para temas ambientais e sociais. Atualmente, existem constantes ameaças como a crise climática, ondas migratórias, a fragmentação da sociedade e uma polarização conflituosa. O desafio das próximas décadas não é o de geração de riqueza econômica. É de distribuição e acesso.

A Natura está em constante desenvolvimento e visando seu compromisso com a sustentabilidade:

Em 2021, a Natura Cosméticos realizou uma bem-sucedida emissão de US\$ 1 bilhão em títulos vinculados a metas de sustentabilidade, sendo a maior emissão do tipo até então feita na América Latina. Os chamados Sustainability- Linked Bond (SLB's) são instrumentos de dívida com juros diferenciados atrelados a indicadores-chave de desempenho – no caso da Natura, compromissos ligados à redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE) e aumento do uso de plástico reciclado pós-consumo nas embalagens. Essas metas também fazem parte do plano de remuneração variável de todos os colaboradores. A demanda pelos títulos da Natura é um reconhecimento do mercado da trajetória da Natura de integração da sustentabilidade à gestão dos negócios e a confiança em nossa estratégia, agora como parte do grupo Natura &Co. (NATURA, 2021, p.170).

Em 2021, foi comemorado o primeiro aniversário do Compromisso com a Vida, uma Visão para 2030, que mostra alguns dos desafios globais mais urgentes e foram relatados avanços importantes em suas metas.

Em relação aos interesses ligados a combater a crise climática e proteção da Amazônia, a forma de trabalho da Natura dos dias atuais contribui para a conservação de 2 milhões de hectares de floresta, beneficiando mais de 7 mil famílias na Amazônia e mais de 9 mil em todo o Brasil. Em 2021, foi dado um passo categórico em direção ao Net Zero (zerar emissões líquidas) ao estabelecerem a linha de base das emissões de carbono de seus quatro negócios. Também foram lançadas, em parceria com o MapBiomass e o InfoAmazonia, o portal PlenaMata, que pode monitorar em tempo real o desmatamento na Amazônia, criando cada vez mais informações de qualidade para alertar a população sobre a questão em si (NATURA, 2021).

Também no ano de 2021 a Natura teve participação na COP26 e no lançamento do portal PlenaMata para dar mais destaque aos dados de desmatamento em tempo real

e auxiliar com a mobilização pela proteção da Amazônia e houve um crescimento de 9,1% na receita líquida, que foi R\$ 22,4 bilhões.

O IP&L (Integrated Profit and Loss), um modelo pioneiro que apoia a gestão estratégica corporativa ao avaliar o desempenho em todas as dimensões de uma empresa constatou que cada real vendido pela Natura gera um benefício de 1,5 real em capital humano, social e natural.

A demanda por ativos de biodiversidade da Amazônia dobrou durante o ano. Estabeleceu relações com as primeiras comunidades no Equador e na Colômbia. Biome, uma nova linha de sticks veganos à base de ingredientes renováveis, 100% naturais, zero plástico e acessórios de bioresina, desenvolvidos a partir da captação do gás metano.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa desenvolvida observou a empresa Natura, que tem um amplo destaque no mercado utilizando suas ações sustentáveis. Os objetivos do estudo foram alcançados, visto que foi possível analisar o crescimento da organização e como ela se destacou positivamente no mercado, relacionar as estratégias de sustentabilidade com o esgotamento de recursos naturais e descrever as principais estratégias utilizadas pela organização nos últimos anos.

Segundo ABDALLA (2019), os desafios que a Natura ainda tem para vencer seguem na linha da otimização cada vez mais expressiva dos resíduos e das ações voltadas à economia circular, além da disponibilização de ferramentas que auxiliem as consultoras na oferta dos produtos.

Foi possível constatar que a sustentabilidade sempre esteve intimamente ligada ao crescimento da Natura, fazendo com que ela se tornasse a potência que é na atualidade, uma das empresas mais sustentáveis do mundo (NATURA, 2023a).

Nesse sentido, observou-se que com uma estratégia eficaz que incluiu sustentabilidade e redução de custos, a Natura concretizou sua campanha e missão de sustentabilidade e fez com que ela se adaptasse aos hábitos de consumo de seus clientes.

Assim, conclui-se, que esse estudo contribui para um maior entendimento sobre a Natura e as suas estratégias sustentáveis, em como ela se mantém com uma postura positiva perante seus clientes que estão sempre buscando priorizar cada vez mais o meio ambiente e igualmente tendo esse olhar atento quanto empresa para não trazer mais danos ao nosso planeta.

REFERÊNCIAS

ABDALLA, S. Natura 50 anos: inovação e sustentabilidade sustentam o negócio. **Gazeta do Povo**. 2019. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/economia/natura-50-anos-inovacao-sustentabilidade-negocio/>> Acesso em: 11 abr. 2023.

CAMPOS, Ana Carolina Souza; ESTENDER, Antônio Carlos; MACEDO, Daniela. O ambiente e a sustentabilidade no ramo hoteleiro. **Revista de Administração da UNISAL**, v. 5, n. 7. 2015.

DONAIRE, Denis. **Gestão Ambiental na empresa**. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2019.

GUIMARÃES, Daniel. Sustentabilidade. **Meio Sustentável**, 2019. Disponível em: <https://meiosustentavel.com.br/sustentabilidade/>. Acesso em: 31 mai. 2023

YOSHIDA, Consuelo Yatsuda; VIANA, Marcelo Drugg; KISHI, Sandra Akemi. **Finanças Sustentáveis: ESG, Compliance, Gestão de Riscos e ODS**. 1ª Edição. Belo Horizonte: Abrampa, 2021. Disponível em: <<https://www.mpf.mp.br/regiao3/atos-e-publicacoes/publicacoes/e-book-financas-sustentaveis-esg-compliance-gestao-de-riscos-e-ods-1>> Acesso em: 12 abr.2023

MAGALHÃES, Lana. Sustentabilidade. **Toda Matéria**, [s.d.]. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/sustentabilidade/>. Acesso em: 31 mai. 2023

NATURA. **Relatório integrado natura&co: américa latina 2021**. 2021. Disponível em: <<https://www.natura.com.br/relatorio-anual>>. Acesso em: 10 abr. 2023

NATURA. **O mundo é mais bonito com você**. 2023a. Disponível em: <<https://www.natura.com.br/blog/mais-natura/natura-e-uma-das-empresas-mais-sustNATURA>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

NATURA. **Sustentabilidade**. 2023b. Disponível em: <<https://www.naturabrasil.fr/pt-pt/os-nossos-valores/sustentabilidade>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

NOVAES, Washington. **Agenda 21**: um novo modelo de civilização. Armazém do Ipê, 2003. RICHARDSON, Robert Jarry. Pesquisa Social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

WORLD WILDLIFE FOUND BRASIL. **Relatório Planeta Vivo**. 2006. Disponível em: <<https://www.wwf.org.br/>>. Acesso em: 19 maio 2023.