

FACULDADES INTEGRADAS DE ARACRUZ (FAACZ)
Graduação em Administração

ANA KAROLINA DE ALMEIDA HARAGUTH
BEATRIZ LOUREIRO DE ASSIS
EMANUELY FONTOURA RAMOS DA CRUZ
FRANCINE SONEGHETTI PELISSARI
KÁLITA VICENTE ARAÚJO

**CONSCIENTIZAÇÃO SOCIOAMBIENTAL DAS EMPRESAS E SEU
IMPACTO NO MEIO AMBIENTE.**

Aracruz

2022

ANA KAROLINA DE ALMEIDA HARAGUTH
BEATRIZ LOUREIRO DE ASSIS
EMANUELY FONTOURA RAMOS DA CRUZ
FRANCINE SONEGHETTI PELISSARI
KÁLITA VICENTE ARAÚJO

**CONSCIENTIZAÇÃO SOCIOAMBIENTAL DAS EMPRESAS E SEU
IMPACTO NO MEIO AMBIENTE.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Administração da Faculdades
Integradas de Aracruz (FAACZ), como requisito
parcial para aprovação.
Orientador: Prof. Izaque Vieira Ribeiro

Aracruz

2022

RESUMO

Gradualmente, a competitividade das empresas está relacionada a uma gestão orientada para a sustentabilidade socioambiental, que integre a preservação ambiental, o bem-estar social e a prosperidade econômica. O presente artigo visa descrever sobre a conscientização socioambiental, mas também sobre os impactos causados por ações antrópicas ao meio ambiente. Dada essa importância do tema sustentabilidade, este trabalho ademais, estuda o desempenho socioambiental de duas organizações renomadas.

Os resultados permitiram concluir que, nas empresas analisadas, a integração da sustentabilidade com a estratégia se trata de uma preocupação a longo prazo. Evidenciou-se um maior direcionamento das empresas analisadas no que se refere à adoção de práticas de gestão social e ambiental, não só apenas buscando atender aos requisitos legais e às exigências mercadológicas.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Meio Ambiente e Conscientização Ambiental.

SUMÁRIO

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. INTRODUÇÃO | 5 |
| 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO | 5 |
| 2. CARACTERIZAR O QUE É A CONSCIENTIZAÇÃO SOCIOAMBIENTAL | 8 |
| 3. DANOS CAUSADOS POR AÇÕES ANTRÓPICAS AO MEIO AMBIENTE | 10 |
| 4. IMPACTOS DAS AÇÕES EMPRESARIAIS AO MEIO AMBIENTE | 13 |
| 5. INDICADORES DE REDUÇÃO DE DANOS A NATUREZA – O CASO DA COCA COLA BRASIL E NATURA | 17 |
| 5.1. GERAÇÃO DE RENDA | 22 |
| 5.1.1 NOVO JEITO DE FAZER PRODUTOS..... | 23 |
| 5.2. CRESCIMENTO ECONÔMICO | 25 |
| 6. CONCLUSÃO | 27 |
| 7. REFERÊNCIAS | 28 |

1. INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O futuro depende do ambiente em que o mundo se encontra inserido, as maiores riquezas da sociedade vêm da natureza e nota-se que a mesma está sofrendo com muitos problemas ambientais causados pelos próprios seres humanos. É papel individual ser sustentável, ter atitudes conscientes, sendo imprescindível que cada um pense no seu dia a dia, em suas emissões e no seu lixo desnecessário.

Ao abordar sobre conscientização ambiental, gestores e administradores de empresas precisam ter um olhar de sustentabilidade socioambiental em um produto ou serviço, visto que o futuro exigirá essas posições, e isto pode ser a diferença entre o sucesso e a falência de uma organização.

Partindo-se dessa premissa, este trabalho busca questionar: **como a conscientização socioambiental nas empresas pode impactar na redução de danos ao meio ambiente?**

Philippi e Ruschmann (2010) citam, que o meio ambiente, no curso da história, sempre passou e continua passando por processos naturais de transformação. Muitos desses processos são invisíveis para os humanos, porém, os impactos ambientais gerados por tais transformações, apresentam grande repercussão, são os chamados desastres (ou catástrofes) ambientais. Ainda afirmam que o fenômeno ambiental mais perceptivo, são as mudanças climáticas, que vêm sendo atribuídas à intensificação do aumento da temperatura da atmosfera do planeta.

O ser humano tem uma parcela de responsabilidade muito grande sobre esses impactos que o meio ambiente vem sofrendo ao longo dos anos, o que se entende que deve partir uma atitude de mudança dos próprios indivíduos. O autor LEIS (1997) afirma que o papel das mudanças ambientalistas se refere mais a transformações na sociedade do que no próprio meio ambiente, uma vez que é a sociedade a causa dos problemas ambientais.

Posto isto, o objetivo geral do presente trabalho é: **demonstrar como a conscientização socioambiental nas empresas pode impactar na redução de danos ao meio ambiente.**

A partir dessas perspectivas, os novos setores produtivos precisam criar novas alternativas de desenvolvimento sustentável, abordando as necessidades que o meio ambiente vem pedindo.

Especificamente também se pretende: **caracterizar o que é a conscientização socioambiental; identificar danos causados por ações antrópicas ao meio ambiente; apresentar impactos das ações empresariais ao meio ambiente; e identificar indicadores de redução de danos à natureza.**

De acordo com ROSA (2012), a humanidade está em um momento da sua evolução histórica em que é necessária uma mudança a respeito da sua inter-relação com o meio ambiente e seu uso. Os recursos naturais já não são mais suficientes para manter a sustentabilidade dos ecossistemas e, ao mesmo tempo, suprir a demanda cada vez mais acentuada de consumo imposta pelos padrões atuais.

Ainda segundo ROSA (2012), os recursos naturais podem ser aproveitados desde que não se esgote a capacidade do ambiente de continuar provendo, por exemplo, a manutenção do ciclo hidrológico¹, essencial para a biosfera e para os processos do meio físico.

Existem várias definições para Educação Ambiental. Segundo o Ministério do Meio Ambiente (2006):

(...) a educação ambiental é considerada um processo permanente pelo qual os indivíduos e a comunidade tomam consciência do seu meio ambiente e adquirem conhecimento, os valores, as habilidades, as experiências e a determinação que os tornam aptos a agir – individual e coletivamente – e resolver problemas ambientais presentes e futuros.

Conforme BRASIL (2010), ao mesmo tempo em que o desenvolvimento sustentável promove o crescimento econômico, social e cultural de uma população, dentre outros aspectos, ele também promove a qualidade de vida como um todo. Ressaltando, que esse tipo de desenvolvimento não incentiva apenas preservação do meio ambiente, mas também a valorização cultural, religiosa e social.

¹ O ciclo hidrológico, ou ciclo da água, é o movimento contínuo da água presente nos oceanos, continentes (superfície, solo e rocha) e na atmosfera. Esse movimento é alimentado pela força da gravidade e pela energia do Sol, que provocam a evaporação das águas dos oceanos e dos continentes.

Esse trabalho tem por finalidade mostrar e verificar como deve ser vista e aplicada a consciência socioambiental dentro e fora das empresas, mostrando que organizações que se mostram cada vez mais conscientes em suas atividades tendem a diminuir gradativamente os danos ao meio ambiente.

Para essa avaliação, será utilizada uma pesquisa de caráter descritiva, com investigação de pesquisa bibliográfica em livros especializados no assunto. Será levantada e revisada a literatura existente, seguido da análise em duas empresas, Coca Cola e Natura. Os projetos analisados foram buscados em publicações de acesso público, e posteriormente foram visualizadas suas páginas corporativas na Internet para atualização das informações.

2. CARACTERIZAR O QUE É A CONSCIENTIZAÇÃO SOCIOAMBIENTAL

É preocupante, a forma como os recursos naturais e sociais brasileiros vêm sendo tratados. As pessoas e as organizações pensam que a natureza e as outras espécies existem com a finalidade de servi-los.

Porém, os recursos naturais importantes estão se esgotando e desastres ecológicos têm sido cada vez mais frequentes. Por isso, nos dias atuais, ter consciência ambiental é uma obrigatoriedade, e não mais uma escolha.

O escritor Andrade (2011), diz que:

A responsabilidade socioambiental é a resposta natural das empresas ao novo cliente, o “consumidor verde” e ecologicamente correto. A “empresa verde” passou a ser sinônimo de bons negócios e, no futuro, será a principal forma de empreender negócios de forma duradoura e lucrativa. Em outras palavras, quanto antes as organizações começarem a enxergar a sustentabilidade como seu principal desafio e como oportunidade competitiva, maior será a chance de que sobrevivam.

Na prática, essa responsabilidade só pode ser adquirida quando a sociedade como um todo estiver alinhada. Onde, desde o processo produtivo até o consumidor final tenha a sustentabilidade como fator determinante. Mas, até atingir esse modelo econômico, as empresas precisam adotar medidas socioambientais, que visem benefícios comuns de toda a sociedade.

Desde agosto de 1981, quando foi sancionada a Lei Federal n. 6.938, que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, incluindo as finalidades e os mecanismos de formulação e execução, a educação ambiental foi considerada um de seus alicerces, devendo se voltar a todos os níveis de ensino, inclusive a educação da comunidade, a fim de capacitá-la para a participação ativa na defesa do meio ambiente.

Andrade (2011) apresenta que, o consumidor do futuro, inclusive no Brasil, passará a privilegiar não apenas preço e qualidade dos produtos, mas, principalmente, o comportamento social das empresas fabricantes desses produtos. Ainda segundo Andrade (2011):

As organizações estão sendo, cada vez mais, pressionadas pela sociedade quanto às consequências de ordem ambiental, social e econômica de suas

atividades. Reconhecer, portanto, a gestão socioambiental como uma das principais prioridades na organização e como fator determinante do desenvolvimento sustentável; estabelecer políticas, programas e procedimentos para conduzir as atividades de modo ambientalmente seguro.

Todo o reconhecimento dessa gestão ambiental pressupõe que a sociedade deverá manter suas atividades alinhadas para um bem comum, onde todos os objetivos estejam direcionados para realização de um desenvolvimento saudável.

A conceituação do desenvolvimento de caráter sustentável pressupõe que, a sua perspectiva seja baseada em uma equação em que crescimento econômico, equidade social com distribuição de renda e sustentabilidade ambiental estejam em harmonia (Relatório Brundtland, 1987).

Assim, a responsabilidade socioambiental, deve buscar a valorização do meio ambiente, da sustentabilidade e do aproveitamento correto dos recursos naturais, para que ações possam ser tomadas para minimizar os impactos causados tanto pelas atividades empresariais, quanto pelo próprio ser humano.

3. DANOS CAUSADOS POR AÇÕES ANTRÓPICAS AO MEIO AMBIENTE

O ser humano entre as espécies de animais existentes, é a que maior apresenta uma capacidade de adaptação ao meio ambiente no qual está inserido, podendo garantir a sobrevivência em diversos ecossistemas existentes.

Os autores JR e ARLINDO (2014) dizem que:

(...) sendo dotado de juízo, raciocínio e poder de abstração, o ser humano plasma o meio em que se encontra de modo a torná-lo adequado a sua sobrevivência. De fato, não há, nos dias de hoje, regiões da Terra em que ele não possa habitar.

De acordo com DIAS (2017), esta incrível capacidade de adaptação só foi possível porque o homem sempre criou no seu entorno um meio ambiente próprio, diferente do meio circundante natural. A construção pelos seres humanos de um espaço próprio de vivência, diferente do natural, se deu sempre à revelia e com a modificação do ambiente natural, assim, o ser humano, para sua sobrevivência, de um modo ou de outro, sempre modificou o ambiente natural.

Figura 1 - Modificação do meio ambiente



Fonte: Época negócios globo.com (2019)

Muitas das modificações no ambiente natural acarretam muitos impactos ambientais, como por exemplo o desmatamento das florestas, em decorrência das grandes urbanizações, exploração comercial da madeira e da agropecuária.

Os autores JR e ARLINDO (2014) dizem que a sociedade capitalista urbano-industrial e seu atual modelo de desenvolvimento econômico e tecnológico têm causado crescente impacto sobre o ambiente, sendo os principais impactos ao meio ambiente a redução da camada de ozônio, o efeito estufa e a precipitação de chuvas ácidas.

E com o desenvolvimento da sociedade e com o conhecimento tecnológico cada vez mais avançado, o aumento de consumo de recursos naturais se tornou cada vez mais explorado.

Segundo ALVES (2016), a globalização dos mercados, produção em massa, aperfeiçoamento da tecnologia, das comunicações e dos meios de transporte são elementos que favorecem o aumento da produção e do consumo dos bens e serviços, e tudo isso fez com que a utilização de mais recursos naturais ocorresse em uma proporção bem maior.

Figura 2 - Desmatamento e queimadas



Fonte: Mundo educação uol (2022).

Mesmo sabendo que os recursos naturais são componentes que garante a sobrevivência das espécies vivas do planeta, e que dependem de serviços ecossistêmicos para sobreviver, a sociedade em seu todo ainda explora muito desses recursos, afim de adquirir benefícios próprios, muitos deles voltado para ganhos monetários.

Conforme DIAS (2017), quando se explora o meio ambiente, que é um bem comum, buscando o benefício privado, podem ser causados impactos ambientais que afetam negativamente o bem-estar de outras pessoas que não têm relação com quem os gera.

4. IMPACTOS DAS AÇÕES EMPRESARIAIS AO MEIO AMBIENTE

As empresas têm uma grande parte de culpa quando se trata de impactos que são causados ao meio ambiente, existem muitas irresponsabilidades dentro das grandes indústrias, que trazem pontos negativos para a organização, perdendo até mesmo sua credibilidade com os clientes, que tem priorizado a sustentabilidade em primeiro lugar.

Figura 3 - Impactos empresariais



Fonte: PrePara Enem (2010)

Para RONEI, PIRES e GIACOMELLI (2018), por trás de uma empresa privada, há empresários que, eventualmente, buscam acumular capital de forma inconsequente, e consideram a legislação e as normas ambientais como geradoras de custo, não como investimento. Com esse pensamento, dirigem suas empresas sem gestão ambiental, ou com formas ineficientes de gestão que, por consequência, geram impacto ambiental em suas atividades.

Um exemplo de uma irresponsabilidade empresarial, foi o caso ocorrido no Brasil em decorrência da falta de fiscalização, que é o rompimento da barragem de Mariana em (MG).

O autor Reinaldo Dias (2017), comenta sobre o caso acontecido no dia 05 de novembro:

O rompimento de uma barragem de rejeitos da operação da mineradora Samarco causou uma enxurrada de detritos originados da mineração que inundou o distrito de Bento Rodrigues, causando a destruição da povoação. A lama tóxica resultante do vazamento atingiu 35 cidades do estado de Minas Gerais, banhadas pelo Rio Doce, chegando a quatro cidades do estado do Espírito Santo até desaguar no Oceano Atlântico.

Além de toda tragédia que a lama e os rejeitos de minério causaram a partir do rompimento da barragem, houveram alguns moradores locais que vieram a óbito e outros ficaram desabrigados com suas casas tomadas pela lama. Também houveram a destruição de grande parte da vegetação e morte de toneladas de peixes.

Alguns autores como JR e PELICIONI (2014) citam que é possível constatar ao longo da história diversos exemplos de denúncias em relação a impactos ambientais negativos provocados pela ação humana. Eles citam ainda que a degradação ambiental que hoje se apresenta seja decorrente da profunda crise social, econômica, filosófica e política que atinge toda a humanidade, resultado da introjeção de valores e práticas que estão em desacordo com as bases necessárias para a manutenção de um ambiente sadio, que favoreça uma boa qualidade de vida a todos os membros da sociedade.

De acordo com ARLINDO (2016):

O movimento ambientalista, tendo produzido uma série de comportamentos novos de preferência do consumidor por produtos de origem verde, de preferência por empresas que declaram posturas ambientalistas, além de ter influenciado a criação de uma série de leis e normas a que as empresas são obrigadas a atender, veio a propiciar elementos para as empresas encontrarem como atender duas condições essenciais no cenário contemporâneo do universo empresarial, que são a dinâmica e a sustentação econômicas. Dito de outra forma: a dinâmica e a sustentabilidade econômica empresarial encontram, na atualidade e crescentemente no futuro, resposta em um mesmo elemento: o ambientalismo.

Conforme ARLINDO (2016) diz, a população, em especial dos países desenvolvidos e ricos, com maior nível educacional e de poder de compra, tem sido a mais sensível quanto à questão ambiental, e isso se deve pelo fato de que o recurso e investimentos que as organizações podem fazer para evitar danos ao meio ambiente é algo que não irá se esgotar e que irá atender as necessidades das gerações presentes e futuras.

Existem atividades que as empresas podem estar seguindo, que venham a diminuir os impactos que são causadas pelas suas atividades ao meio ambiente. Para que isso aconteça deve-se adotar medidas capazes de controlar os danos causados.

Além da sociedade valorizar empresas que se adaptam a modos socioambientais nas suas operações, o retorno dessa postura mais correta gera benefícios para a própria, pois a preocupação ambiental também é um fator estratégico em relação a competitividade, e pode trazer melhora significativa ao valor da marca.

Figura 4 - Meio ambiente e economia



Fonte: Bergreen – Sustentabilidade Urbana (2019)

Diante disso é possível notar que se as empresas adotarem medidas que venham a diminuir os impactos no meio ambiente, incentivando seus colaboradores, fornecedores e clientes a buscar melhoria no dia a dia, as organizações tendem a ganhar não só com um ponto de vista diferente da população, mas também com a imagem de seu próprio negócio.

BARBIERI (2016) cita que:

(...) a evolução da gestão ambiental empresarial também seguiu caminho similar à da qualidade. A pressão exercida pelas legislações ambientais fez com que as empresas passassem a controlar a poluição gerada nos processos produtivos para não a lançar ao meio ambiente.

O autor citado acima, ainda afirma que, gestão ambiental alinhada com as estratégias empresariais tem sido estimulada pelo crescimento da preocupação ambiental por amplos setores da sociedade visto que os danos ao meio ambiente é um problema que tem se agravado cada vez mais. É necessário pressionar as autoridades para tornar as leis mais rigorosas e sua fiscalização mais efetiva para que assim haja uma melhoria nas legislações ambientais e possam ser seguidas de forma correta.

5. INDICADORES DE REDUÇÃO DE DANOS A NATUREZA – O CASO DA COCA COLA BRASIL E NATURA

De acordo com o Ministério do Meio Ambiente, os indicadores ambientais, permitem que seja feita a simplificação da quantidade de informações para se lidar com uma dada realidade, ilustrando um conjunto de fenômenos que levem a redução de investimentos em tempo e recursos financeiros.

A aplicação de indicadores de desempenho socioambiental é valiosa para as organizações, pois estes podem evidenciar os aspectos e impactos das atividades organizacionais que afetam o meio ambiente.

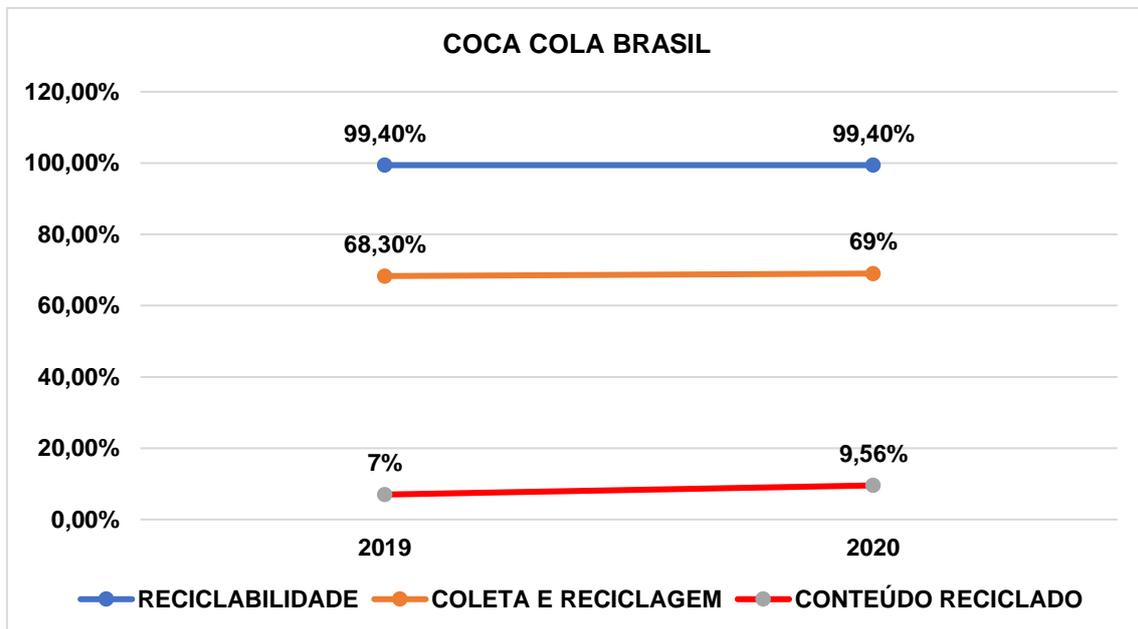
Reconhecendo a importância de um movimento socioambiental, a indústria Coca Cola se encontra em um processo de progresso de redução de danos ao meio ambiente, e a iniciativa tem dado bons frutos.

Tudo começou há 80 anos, com apenas uma bebida. Hoje, a companhia é a maior produtora de bebidas não alcoólicas do país e tem mais de 200 produtos de nove segmentos.

Porém, os desafios sem precedentes que o mundo enfrentou com a descoberta da COVID-19, fez a Coca Cola notar que uma empresa com propósito, é fundamental para criar um negócio sustentável capaz de contribuir para um futuro melhor. Contudo, é evidente que um dos maiores desafios desta geração é a redução e a gestão correta dos resíduos para que seja possível alcançar um desenvolvimento econômico sustentável.

Sendo assim, em 2018, a Coca Cola Company anunciou sua meta para 2030 de enviar corretamente cada garrafa ou lata vendida para coleta e reciclagem. Este objetivo faz parte da visão de um "mundo sem desperdício". Em análise do relatório de sustentabilidade da empresa, referente ao ano de 2019 e 2020, o gráfico 1, evidencia que foi possível notar o quanto a empresa está empenhada na meta.

Gráfico 1.



Fonte: (Relatório de Sustentabilidade Coca Cola Brasil, 2019 e 2020).

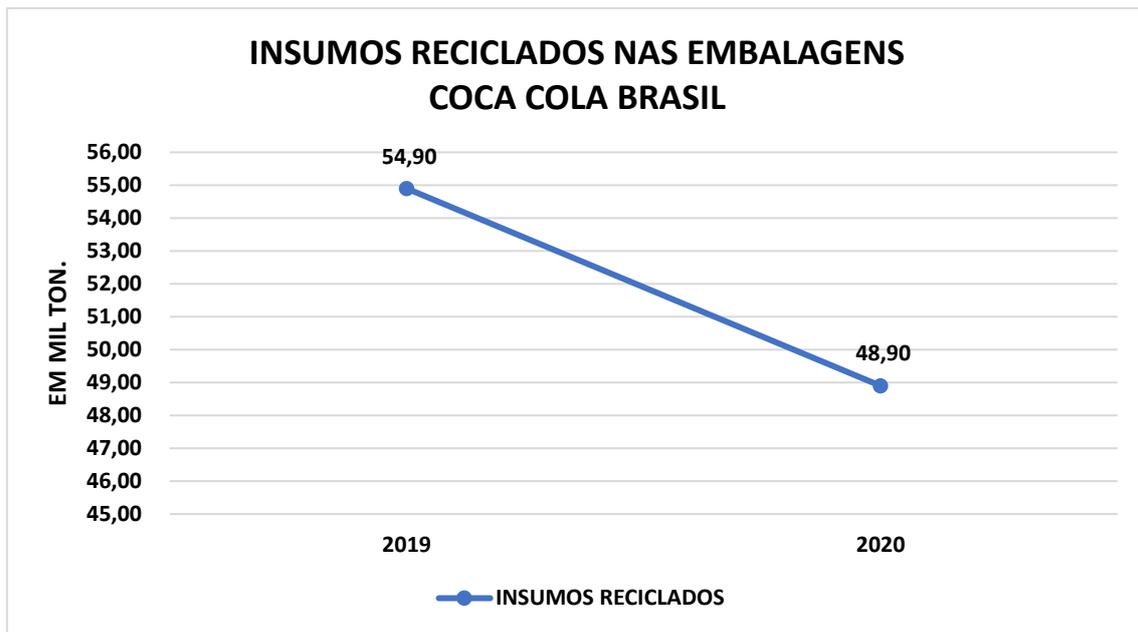
Adaptação: Os autores.

Essa iniciativa faz parte da chamada Economia Circular, que de acordo com o Portal da Indústria, é um conceito estratégico que assenta na redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais e energia. Substituindo o conceito de fim-de-vida da economia linear, por novos fluxos circulares de restauração e renovação. Ao adotar o conceito da economia circular, a Coca Cola Brasil assumiu o compromisso de evitar que as embalagens após serem descartadas, virem resíduos, trazendo-as de volta ao ciclo de produção como matéria-prima.

O gráfico mostra, uma ótima evolução em apenas um ano, o que é excepcional. Visto que, atualmente, os consumidores querem ter a sensação de que as empresas não pensam apenas em seu próprio crescimento, mas que igualmente buscam diretrizes para descarte corretos e formas de minimizar o impacto ambiental.

Contudo, não são em todos os aspectos que a indústria consegue se destacar, o gráfico 2 abaixo, mostra os números reais, em mil toneladas, sobre a utilização dos insumos recicláveis nas embalagens, nos anos de 2019 e 2020.

Gráfico 2.



Fonte: (Relatório de Sustentabilidade Coca Cola Brasil, 2019 e 2020).

Adaptação: Os autores.

É notório que a empresa não conseguiu aumentar, ou até mesmo manter, a utilização de insumos recicláveis em sua produção de embalagens, mas reduziu o uso desses insumos. Esse declínio evidencia, o quanto é complexo fazer a logística reversa em uma cadeia de suprimentos, ou seja, a redução e a gestão correta dos resíduos são os maiores desafios da atualidade.

A indústria não se posicionou quanto a essa redução, mas sim, reforçou que estão fazendo o redesign de todas as embalagens, buscando intensificar em 100% de reciclabilidade, em um futuro próximo.

Em paralelo, a Coca Cola lançou em 2020 a nova Crystal Água Mineral, com garrafa 100% reciclada, totalmente com material PET reciclado. Esse lançamento evidencia que, a indústria está compromissada com a economia circular. O senhor Pedro Rios, vice-presidente de Novas Bebidas da Coca Cola Brasil, ainda diz que “Queremos oferecer marcas que os consumidores reconhecem e confiam, cada vez mais inovadoras e sustentáveis. É hora de intensificar, fazer mais e não retroceder. ” Seguindo a lógica do rumo para o qual a sociedade está caminhando, que é a preocupação com a saúde e o meio ambiente, a Coca Cola mostra entender que, uma empresa não sobreviverá no futuro sem sustentabilidade.

A partir dessas premissas de que muito se tem que fazer para que atitudes conscientes possam se tornar um hábito para reduzir os impactos gerados pelas empresas, também a Natura, ao longo dos anos vem implantando em suas atividades e metas organizacionais redutores de incidências ao meio ambiente.

A empresa Natura, é a maior multinacional brasileira do setor de cosméticos, com presença na América Hispânica, na Malásia, nos Estados Unidos e na Europa, desde de 1969 ela vem criando produtos e serviços que promovem uma relação harmoniosa do indivíduo consigo mesmo, com os outros e com a natureza.

Possuindo uma atuação transparente e responsável, a empresa foi a primeira de capital aberto a se certificar como empresa B, em 2014. Há 12 anos, a Natura integra o grupo de empresas mais sustentáveis do mundo, segundo o ranking Global 100, da companhia canadense de mídia e pesquisa Corporate Knight. Em 2020, de maneira inédita, o reconhecimento se estendeu ao grupo Natura &Co.

Em 2014, a Natura lançou a Visão de Sustentabilidade 2050, estabelecendo compromissos para tornar a companhia geradora de impacto positivo, entregando valor para toda a nossa rede de relações, em todos os negócios, marcas e geografias que estivermos presentes por meio dos seus produtos, serviços e canais de distribuição.

Abaixo é trago um gráfico disponibilizado pela Natura, no seu relatório de sustentabilidade do ano de 2020, nele pode-se evidenciar os dados quantitativos das suas ações de retenção ao meio ambiente.

Gráfico 3.

| Indicadores ambientais¹ | 2018 | 2019 | 2020 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------------|-------------|
| Emissão relativa de gases GEE (kg CO ₂ e/kg produto faturado) ^{2 3} | 3,14 | 3,18 | 2,85 |
| Emissões GEE na cadeia de valor (tCO ₂ e) ³ | 333.183 | 325.840 | 347.570 |
| Retirada de água Brasil (l/unidade produzida) | 0,52 | 0,59 | 0,49 |
| % material reciclado pós-consumo em embalagem de produto acabado — Brasil | 5,4 | 8,6 | 10,0 |
| % embalagens ecoeficientes Brasil ⁴ | 22 | 18 ⁵ | 18 |
| Matérias-primas de origem pan-amazônica (% em relação a valor de vendas) | 17,8 | 17,7 | 16,5 |

Fonte: (Relatório de Sustentabilidade Natura 2020).

Um dos primeiros indicadores de redução de impactos ambientais na Natura, e a redução relativa de gases CO₂, desde 2007 é pioneira no desenvolvimento sustentável, sendo 100% carbono neutro, todas as emissões de carbono relacionadas com a fabricação, o transporte ou com armazenamento dos produtos são rigorosamente controladas em todos os países da natura que atua. Os indicadores são analisados anualmente para ser limitadas do quanto possível, no ano de 2020 as emissões obtiveram seu melhor nível nos últimos 3 anos, 2,85 por kg de produto faturado.

A natura traça também planos de ação sobre o consumo de água e/ou para a redução de consumo realizando ações permanentes para a prevenção de vazamentos e desperdício, como leitura diária de hidrômetros e vistorias em todos os espaços. Monitoram, ainda, o consumo dos principais fabricantes terceirizados, no processo de desenvolvimento de fornecedores, consideram o atendimento à legislação ambiental como tolerância zero, o que inclui o cuidado com a água.

A captação de água em Cajamar e no Eco parque é realizada por poços devidamente outorgados e o efluente tratado é lançado no corpo hídrico seguindo todos os critérios regulatórios aplicáveis. Também é feito o monitoramento do consumo em relação ao volume outorgado. No ano de 2020 a Natura reduziu significativamente a retirada de água no Brasil comparada ao ano de 2018.

Na Natura, o produto é concebido como um todo: as embalagens, muitas vezes deixada de lado nos processos ecológicos, também fazem parte dos compromissos da natura a favor do desenvolvimento sustentável.

Todos os plásticos utilizados na gama natura Ekos são 100% reciclados ou são partículas verdes necessitando dessa forma menos recursos para serem fabricados, evitando ao mesmo tempo o acúmulo de resíduos.

O verde, que provém da cana de açúcar e não da petroquímica, é cada vez mais utilizado nas embalagens dela, perfeitamente reciclável, esse plástico vegetal apresenta um balanço carbono positivo e não provém da petroquímica. No ano de 2020 houve crescimento de 1,4 de material reciclado comparado ao ano de 2019.

5.1. GERAÇÃO DE RENDA

Aumentar consideravelmente a renda média real das consultoras no Brasil é uma das ambições que a Natura se comprometeu para o ano de 2020. Um dos indicadores que evidencia a relevância do modelo da venda por relações é a produtividade – quanto mais alta a produtividade, maior será a renda da consultora com a sua atividade.

Desde 2017, quando revitalizou o modelo no Brasil, que passou a ter como princípios orientadores a prosperidade, o pertencimento e o propósito, a produtividade das consultoras aumenta consistentemente. Em 2020, o crescimento foi 4,13% em relação a 2019.

Gráfico 4.

| GRI 203-2 Renda média anual das consultoras e líderes - Brasil (R\$)¹ | 2018 | 2019 | 2020 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Consultoras | 3.885 | 3.821 | 4.632 |
| Líderes de negócios | 37.195 | 41.536 | 59.355 |

1. Em 2019, ajustamos o cálculo da renda da consultora para considerar de forma mais ampla as diferentes estratégias utilizadas na compra de produtos Natura e na precificação para seus clientes. Com a alteração do racional de cálculo, o valor de 2018 foi alterado. O valor anterior informado correspondia a R\$ 5.318 em 2018.

Fonte: (Relatório de Sustentabilidade Natura 2020).

No ano de 2018 para o ano de 2020, a renda média das consultoras da Natura cresceu significativamente, representando um aumento ao decorrer de R\$747 no Brasil, ainda apresentando um crescimento das consultoras em líderes de mercado.

A métrica adotada pela Natura prevê que uma renda digna à consultora equivaleria a R\$13 por hora dedicada à atividade de consultoria. Em 2020, 42,7% das consultoras dos três níveis mais avançados de progressão na carreira (Prata, Ouro e Diamante) e 93,6% das líderes alcançaram esse nível.

5.1.1 NOVO JEITO DE FAZER PRODUTOS

Impulsionados por compromissos com a sustentabilidade, a Natura desenvolveu um jeito único de fazer produtos, que une a prospecção de ingredientes da biodiversidade, o acesso ao conhecimento tradicional das comunidades e ciência avançada para chegar a fórmulas naturais, com tecnologia e ativos potentes para os cuidados de beleza e com impacto positivo ao meio ambiente e a rede de relações.

Gráfico 5.

| GRI 417-1 Origem das formulações – Brasil e América Hispânica (%)¹ | 2019 | 2020 |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
| Material com certificação de origem | 15,0 | 15,6 |
| Material de origem natural ² | 90,0 | 93,0 |
| Biodegradabilidade dos produtos enxaguáveis ³ | Não disponível | 93,0 |
| Produtos veganos | 80,0 | 84,0 |

Fonte: (Relatório de Sustentabilidade Natura 2020).

A preocupação com a saúde e a segurança dos consumidores está presente em todo o processo de P&D, desde a pesquisa de novos ingredientes e o desenho conceitual do produto até sua disponibilização ao mercado, acompanhando seu uso pelos consumidores para capturar oportunidades de melhoria. Ferramentas tecnológicas de ponta, baseadas em modelos preditivos e ciência de dados, suportam a gestão da segurança de produtos.

Quando uma empresa decide implementar nela boas práticas de sustentabilidade, deve se atentar não somente para si, mas também para a origem dos seus recursos. Essas questões que envolvem o bem-estar social do meio ambiente são fatores determinantes na escolha das empresas parceiras do negócio, pois mostra que a organização está atento às demandas do consumidor e comprometido com um cenário social engajado.

Gráfico 6.

Rótulos claros

GRI 417-1

Linhas como Lumina, Tododia e Ekos agora trazem ícones que comunicam nossas práticas:



Fonte: (Relatório de Sustentabilidade Natura 2020).

Outra causa social desenvolvida pela natura são produtos de uma linha específica vegana. Um dos atributos relevantes para a definição de vegano é a não realização de testes em animais, nesse sentido, o avanço no índice de desses produtos no portfólio da Natura vem acompanhado pelo desenvolvimento de metodologias substitutivas a testes em animais, evitando diversos tipos de sofrimento aos animais que não dizem respeito somente aos testes, mas também ingredientes animais e eventos que se utilizam da exploração animal.

5.2. CRESCIMENTO ECONÔMICO

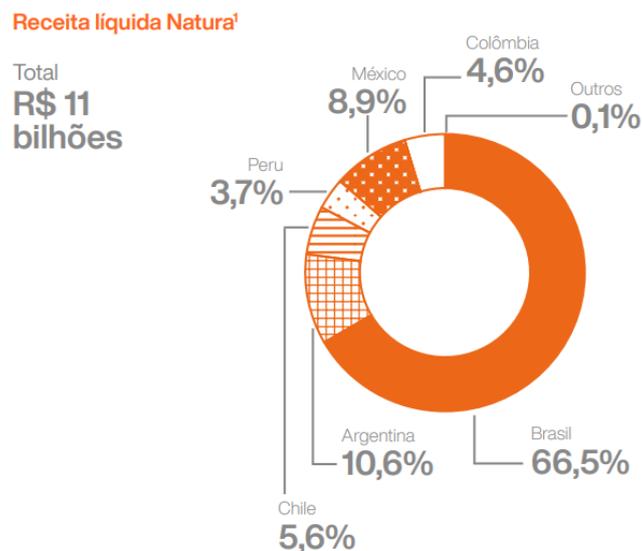
Ao analisar práticas empresarias sustentáveis no processo produtivo, enxerga-se uma aceitação e cobrança maior por parte do consumidor, identificando que empresas ESG ² que são aquelas que se importam com o meio ambiente, têm responsabilidade

² Environmental, Social and Governance (Ambiental, Social e Governança) é utilizada para definir empresas que adotam melhores práticas ambientais, sociais e boas práticas administrativas.

social e adotam boas práticas de governança, se saem melhor financeiramente, como a Coca Cola e a Natura.

No ano de 2020 os lucros da Natura tiveram um aumento significativo, representado em R\$11 bilhões.

Gráfico 7.



Fonte: (Relatório de Sustentabilidade Natura 2020).

De acordo com Hart & Milstein (2003):

As empresas que seguem a abordagem estratégica de sustentabilidade buscam identificar os problemas ambientais e sociais e os transformam em oportunidades de negócio.

Ao analisar as práticas sustentáveis adotadas pelas duas empresas podemos identificar ao decorrer dessas atitudes, que essas ações podem aumentar suas receitas, reduzir custos, minimizar problemas legais, aumentar a produtividade e ainda otimizar seus investimentos.

Segundo, Oliveira (2008):

Ao mesmo tempo, muitas empresas vislumbram oportunidades de mercado posicionando-se em relação às questões socioambientais. Viram que muitas agregavam valor à empresa ou produtos. Saíram definitivamente da

resistência a mudanças e dos conflitos com movimentos da sociedade civil para considerar as questões socioambientais como parte de sua estratégia de negócios e tentar parcerias com atores no setor governamental e sociedade civil.

Os modelos de negócios sustentáveis irão antecipar e evitar possíveis crises globais e ambientais, gerando eficiência e resultados positivos nas exigências e necessidades que o meio ambiente vem pedindo, empresas pautadas pelo social, ambiental e governança incorporam uma cultura empresarial em que a sustentabilidade norteia a tomada de decisão, contribuindo para um mundo mais ético, saudável e justo.

6. CONCLUSÃO

Ao analisar a revisão bibliográfica realizada, e também a diversas publicações e sites especializados no assunto, existem vários conceitos e entendimentos a respeito do que venha a ser responsabilidade social empresarial.

Ao longo dos anos foi destacado que, o meio ambiente vem sofrendo diversos impactos, todos eles em decorrência da ação humana, motivada por ganhos pessoais e ao grande capitalismo das empresas que ao realizar suas atividades, desencadeiam diversos problemas ao meio ambiente.

A partir dessas premissas foi posto que, a responsabilidade social empresarial foi feita como necessária, verificando que os recursos naturais são finitos, pois o atual modelo de desenvolvimento tem usado o planeta além de sua capacidade de suporte, e o colapso dos sistemas vivos e os seus sinais já são visíveis como o aquecimento global, a perda maciça de florestas e da biodiversidade.

Ao longo prazo empresas que unicamente visem em suas atividades os lucros, irão sofrer grandes repressões da sociedade num todo, organizações que não enxergam outras variáveis tão importantes quanto o lucro certamente não se sustentarão, isso porque o consumidor está cada vez mais exigente a origem do seu produto e as empresas que já se adequam a esse sistema de responsabilidade social tendem de afastar parceiros de negócios com os quais não confiam.

As empresas que colocam em suas atividades: responsabilidade ambiental, social, e de governança corporativa e visem reduzir os impactos negativos de suas operações no meio-ambiente, além de adotar as melhores e mais adequadas práticas administrativas geram diversos pontos positivos para diminuição dos impactos ambientais no planeta, evidenciando que muitas atitudes dentro das empresas podem impedir a iminente possibilidade da escassez de recursos naturais e ameaças climáticas.

Concluimos que, a responsabilidade socioambiental contribuirá com o crescimento da organização, melhorando a sua imagem e aumentando sua vantagem competitiva, mostrando que os objetivos da organização devem se manter alinhados de práticas e políticas que reduzam os impactos negativos, em toda sua frente de execução, minimizando todos os impactos de suas atividades.

7. REFERÊNCIAS

PHILIPP JR, Arlindo. RUSCHMANN, D.V.M. **Gestão ambiental e sustentabilidade no turismo**. 2. Ed. Barueri, SP: Manole, 2010.

LEIS, **Turismo e meio ambiente no Brasil**. 1. Ed. Barueri, SP: Manole, 1997.

Rosa, André, H. et al. **Meio Ambiente e Sustentabilidade**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

AMBIENTE BRASIL. **Educação ambiental**. Disponível em: <www.ambientebrasil.com.br>. Acesso em: 10 abr. 2022.

Andrighetto, Aline. **Meio Ambiente e Educação**. **Revista do Departamento de Ciências Jurídicas e Sociais** da Unijuí, Unijuí, Ano XIX nº 33, jan.-jun. 2010 / nº 34, jul.-dez. 2010.

Andrade, Rui. **Gestão Socioambiental**. Disponível em: Minha Biblioteca, (2nd edição). Grupo GEN, 2011. pg. 1.

Andrade, Rui. **Gestão Socioambiental**. Disponível em: Minha Biblioteca, (2nd edição). Grupo GEN, 2011. pg. 60.

Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e desenvolvimento, Relatório Brundtland. 1987.

JR., Arlindo P; PELICIONI, Maria Cecília F. **Educação Ambiental e Sustentabilidade**, Editora Manole, 2014, p.15.

Dias, Reinaldo. **Gestão Ambiental - Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. Disponível em: Minha Biblioteca, (3rd edição). Grupo GEN, 2017.

ALVES, Ricardo. **Administração Verde - O Caminho Sem Volta da Sustentabilidade Ambiental nas Organizações**, Grupo GEN, 2016.

Ronei, Tiago, S. et al. **Meio ambiente**. Disponível em: Minha Biblioteca, Grupo A, 2018.

Dias, Reinaldo. **Gestão Ambiental - Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. Disponível em: Minha Biblioteca, (3rd edição). Grupo GEN, 2017, p.07.

JR., Arlindo P.; PELICIONI, Maria Cecília F. **Educação Ambiental e Sustentabilidade**, Editora Manole, 2014 p. 15.

Jr., Arlindo, P. et al. **Gestão Empresarial e Sustentabilidade**. Disponível em: Minha Biblioteca, Editora Manole, 2016, p.19.

Cajazeira, Jorge Emanuel, R. e José Carlos Barbieri. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável** - 3ª edição. Disponível em: Minha Biblioteca, (3rd edição). Editora Saraiva, 2016, BARBIERI 2016, p.79

Hart, S. L. & Milstein, M. B. (2003). **Creating sustainable value**. Academy of Management Executive, 17(2), 56-67.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. **Empresas na Sociedade: Sustentabilidade e Responsabilidade Social** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008, p.115.