

CAPÍTULO 33

ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA LIDERANÇA DE MERCADO: UM ESTUDO DE CASO DA NATURA

Robson Mateus de Oliveira Barbosa
UNISUAM

INTRODUÇÃO

A Organização das Nações Unidas (ONU) foi pioneira ao estabelecer, em 2015, os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), no contexto da Agenda 2030, com o intuito de promover um futuro mais justo, inclusivo e sustentável para todos (NAÇÕES UNIDAS, 2015). Esses objetivos constituem um apelo global à erradicação da pobreza, à proteção ambiental e à garantia de condições dignas de vida, pautadas na paz, prosperidade e justiça social. Os ODS são desdobrados em 169 metas específicas — conhecidas como targets — que funcionam como submetas dentro dos 17 objetivos principais. Tais metas detalham os compromissos assumidos pelos países-membros e possibilitam o monitoramento sistemático dos avanços em cada área (NAÇÕES UNIDAS, 2015).

A busca pelo desenvolvimento sustentável consolidou-se como um dos principais desafios globais no século XXI. Organizações internacionais, governos e empresas têm se comprometido cada vez mais com práticas que conciliem crescimento econômico, inclusão social e preservação ambiental. No Brasil, entretanto, apesar dos avanços obtidos, persistem barreiras significativas, como a instabilidade política, a volatilidade econômica e a alta carga tributária, fatores que dificultam a implementação efetiva de políticas sustentáveis (INSTITUTO CULTURAL ÉBANO, 2023). A complexidade desses desafios exige que as empresas se adaptem rapidamente inovando não apenas em seus produtos e serviços, mas também na forma como operam internamente e interagem com suas comunidades. O desenvolvimento sustentável, portanto, vai além da responsabilidade social, sendo uma necessidade estratégica para garantir a competitividade a longo prazo.

O setor de cosméticos é responsável por 2,5% das emissões globais de CO₂ (EUROMONITOR, 2024), tornando urgentes modelos como o da Natura, que desde 2007 opera em carbono neutro (NATURA, 2014). No Brasil, onde apenas 12% das empresas adotam ESG integrado (INSTITUTO CULTURAL ÉBANO, 2023), a Natura destaca-se ao reinvestir 22% do faturamento em inovação sustentável — o triplo da média setorial (Balidioti, 2024). Este compromisso com a sustentabilidade não apenas fortalece a imagem da empresa como uma líder do setor de cosméticos, mas também a posiciona como um exemplo de como a inovação e a sustentabilidade

podem caminhar juntas, gerando resultados econômicos e positivos para o meio ambiente.

Com isso, este estudo tem como objetivo analisar como a Natura tem integrado os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), 9 (Indústria, Inovação e Infraestrutura) e 12 (Consumo e Produção Responsáveis) em suas estratégias de sustentabilidade e inovação. A pesquisa busca compreender os impactos sociais, econômicos e ambientais gerados pelas práticas da empresa, com foco nas iniciativas que equilibram o crescimento econômico, a responsabilidade ambiental e a inclusão social. Além disso, pretende-se explorar de que maneira a Natura, ao adotar práticas corporativas sustentáveis e inovadoras, contribui para a construção de um modelo de desenvolvimento que não apenas atende às demandas do mercado, mas também responde aos desafios globais da Agenda 2030.

Neste estudo, destacam-se os ODS 3, 4, 5, 8, 9 e 12 como os mais alinhados às práticas corporativas da Natura, com ênfase especial nos ODS de número 8, 9 e 12, os quais abordam, respectivamente o trabalho decente e crescimento econômico, a indústria, inovação e infraestrutura sustentáveis, bem como o consumo e produção responsáveis.

ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico: Este objetivo visa promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo, e o trabalho decente para todos. A Natura, ao gerar milhares de empregos diretos e indiretos e fomentar o desenvolvimento de uma cadeia produtiva sustentável, exemplifica como empresas podem alinhar sua estratégia de negócios com esse ODS, criando valor econômico ao mesmo tempo em que geram impactos positivos nas comunidades.

ODS 9 – Indústria, Inovação e Infraestrutura: O ODS 9 busca construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação. A Natura, com seus investimentos em biotecnologia e inovações em processos produtivos, representa um modelo de empresa que não apenas sustenta seu crescimento, mas também impulsiona o avanço da indústria sustentável no Brasil e no mundo. O uso de processos de fabricação ecologicamente responsáveis e a criação de produtos que integram inovação e sustentabilidade são evidências claras de sua contribuição para esse objetivo global.

ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis: Este objetivo tem como foco a promoção de padrões sustentáveis de consumo e produção. A Natura tem sido uma referência nesse campo, adotando práticas de produção responsáveis e utilizando materiais recicláveis e biodegradáveis em seus produtos. A empresa busca minimizar o impacto ambiental, reduzir o desperdício e promover a economia circular, alinhando suas operações com esse ODS ao adotar medidas que favorecem tanto a sustentabilidade quanto a inovação.

Diante desse cenário desafiador, a Natura destaca-se como um case de sucesso ao aliar inovação, sustentabilidade e liderança de mercado. Trata-se de uma multinacional brasileira do setor de cosméticos, higiene e beleza, líder em venda direta no país, com cerca de 6.400 colaboradores e 1,8 milhão de consultores (NATURA, 2014). Suas operações têm como pilares a inovação, o desenvolvimento sustentável e a geração de empregos locais, utilizando matérias-primas nativas de forma sustentável e mantendo a operação carbono neutro (NATURA, 2014). A empresa é fortemente comprometida com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 8, 9 e 12 (NATURA, 2014) e em 2014, tornou-se a maior companhia certificada como B Corp no mundo, sendo também a primeira empresa listada em bolsa a receber essa certificação (B LAB, 2023).

Essa trajetória mostra que ao integrar a sustentabilidade de forma estratégica, a Natura não apenas busca atender às exigências do mercado, mas também criar um impacto positivo na sociedade. As ações e investimentos da empresa vão além de uma simples tendência, representando um compromisso real com a melhoria das condições ambientais, sociais e econômicas. Seu exemplo reforça a ideia de que a inovação não é um fator isolado, mas um motor essencial para o desenvolvimento sustentável, que pode contribuir significativamente para a transformação de setores inteiros, como o de cosméticos, por meio de práticas responsáveis e de longo prazo.

Ao examinar a implementação desses ODS, o estudo procura demonstrar como essas ações ajudam a fortalecer a competitividade da empresa, tanto no Brasil quanto no mercado internacional. A análise de suas práticas permitirá entender como a sustentabilidade pode ser integrada em todas as etapas do ciclo de vida de um produto, desde sua concepção até seu descarte contribuindo para uma economia circular mais eficiente e responsável. Em última análise a pesquisa visa mostrar que a integração da sustentabilidade nas operações corporativas não é apenas uma vantagem estratégica, mas uma transformação necessária no setor de cosméticos. Além disso, destaca como a adoção de práticas alinhadas aos ODS pode ser um elemento chave para promover o desenvolvimento sustentável global, reafirmando que a sustentabilidade vai além de uma tendência de mercado e se configura como uma responsabilidade empresarial de longo prazo (NAÇÕES UNIDAS, 2015).

OBJETIVOS

O presente estudo tem como principal objetivo explorar as práticas de desenvolvimento sustentável, inovação e crescimento econômico adotadas pela Natura. Por meio da análise detalhada de suas operações, pretende-se compreender como a empresa utiliza a sustentabilidade e a inovação para fortalecer sua posição no mercado, gerar impactos positivos tanto para a sociedade quanto para o meio ambiente e simultaneamente

reforçar seu compromisso com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), conforme estabelecido pela ONU em 2015 (Nações Unidas, 2015). Essas práticas têm sido evidenciadas pelas certificações conquistadas pela empresa, as quais confirmam seu compromisso contínuo com a sustentabilidade.

O desenvolvimento sustentável dentro da Natura vai além de simples ações ambientais, envolvendo também a responsabilidade social e o compromisso com uma governança corporativa ética. Ao investir em inovações tecnológicas e em modelos de negócios sustentáveis, a Natura não apenas busca atender às exigências do mercado, mas também liderar uma transformação no setor de cosméticos, incentivando outras empresas a adotarem práticas responsáveis. O estudo busca mapear essas práticas e entender como elas são implementadas de forma prática e estratégica.

Além disso, será feita uma avaliação detalhada do alinhamento das práticas da Natura com os ODS. A Natura se destaca principalmente nos ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), ODS 9 (Indústria, Inovação e Infraestrutura) e ODS 12 (Consumo e Produção Responsáveis), demonstrando uma forte adesão aos objetivos globais e estabelecendo um modelo de negócios que é, ao mesmo tempo, lucrativo e responsável. A análise tentará evidenciar os impactos dessas práticas no mercado, não apenas para a Natura, mas também para os stakeholders envolvidos, como fornecedores, colaboradores e consumidores.

Ao posicionar a Natura como uma tendência do mercado, o estudo pretende consolidar a empresa como um benchmark no setor. O conceito de benchmark aqui se refere à sua atuação como modelo para outras organizações que buscam integrar práticas inovadoras e sustentáveis em suas operações, servindo como exemplo para empresas que desejam crescer de forma responsável e sustentável. Assim, a Natura não apenas reafirma sua liderança no mercado de cosméticos, mas também cria uma base sólida para ser reconhecida globalmente por suas contribuições para os ODS e por ser pioneira em práticas que geram valor tanto para seus negócios quanto para a sociedade em geral.

Por meio dessa análise o trabalho buscará evidenciar como a Natura se posiciona como uma líder no desenvolvimento sustentável, e como outras empresas podem adotar práticas semelhantes para gerar impactos positivos em suas respectivas áreas de atuação. A Natura representa um modelo de negócios que integra inovação com responsabilidade social e ambiental, oferecendo uma visão clara de como empresas podem se tornar protagonistas no movimento global em direção a um futuro mais sustentável, alinhando suas operações às metas estabelecidas pela Agenda 2030 da ONU.

Este estudo também visa destacar que a adoção dos ODS por empresas como a Natura vai além de uma tendência ou estratégia de marketing, configurando-se como uma necessidade para enfrentar os

desafios globais do século XXI. Dessa forma, a Natura, ao consolidar sua posição como uma empresa sustentável, não apenas garante seu crescimento econômico, mas também contribui de maneira significativa para a construção de uma economia global mais inclusiva e sustentável, alinhada às metas globais estabelecidas pela ONU.

MATERIAIS E MÉTODOS:

Este estudo adota uma abordagem qualitativa (MINAYO, 2014), com a estratégia de estudo de caso único (Yin, 2015), centrada na análise das práticas de sustentabilidade da Natura. A escolha pela abordagem qualitativa justifica-se pela necessidade de uma compreensão aprofundada das ações sustentáveis da empresa e dos impactos dessas práticas nos contextos social, ambiental e econômico. Em um cenário global cada vez mais voltado para a sustentabilidade a Natura, como uma referência no setor de cosméticos, oferece um modelo valioso de como práticas empresariais podem alinhar-se aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), o que torna esse estudo relevante para entender as dinâmicas desse setor. A abordagem de estudo de caso único, focada na Natura, permite uma análise detalhada de uma organização que se destaca, não apenas pela sua inovação, mas pelo seu compromisso efetivo com a sustentabilidade.

A coleta de dados foi realizada por meio de análise documental (Flick, 2009), cruzando informações de diversas fontes primárias e secundárias. Essa estratégia foi escolhida, pois permite uma análise profunda e sistemática das práticas da Natura ao longo do tempo. A documentação analisada incluiu quatro relatórios anuais da empresa (2014, 2019, 2021, 2024), que fornecem uma visão detalhada sobre os progressos da Natura em relação às suas metas de sustentabilidade além de expor suas estratégias e ações mais relevantes. Estes relatórios são fontes primárias de dados, produzidas diretamente pela Natura, e refletem de forma clara a evolução das práticas sustentáveis da empresa.

Além dos relatórios anuais, foram consideradas três certificações externas relevantes que atestam o compromisso da Natura com práticas sustentáveis e éticas: B Corp, com 110 pontos; UEBT (União para o Comércio Ético de Beleza); e Leaping Bunny, a certificação cruelty-free obtida pela B Lab (2023). Estas certificações são indicativos importantes de que a empresa não apenas adota práticas sustentáveis internamente mas também valida essas práticas por meio de organizações externas que certificam a conformidade com padrões globais de responsabilidade social, ambiental e ética.

A análise dos dados também incluiu a avaliação de indicadores de desempenho vinculados aos ODS, com especial foco nas metas 8.3 (promoção do crescimento econômico inclusivo e sustentável), 9.4 (modernização das infraestruturas e adaptação às tecnologias sustentáveis) e 12.5 (redução substancial da geração de resíduos) (Nações Unidas, 2015). Em relação ao ODS 12, por exemplo, a Natura tem se empenhado em adotar práticas de produção sustentáveis, investir em tecnologias limpas

e eficientes, e gerenciar adequadamente seus resíduos. A empresa implementa processos que visam reduzir o desperdício, promover o uso responsável de recursos naturais e desenvolver produtos com menor impacto ambiental, alinhando suas práticas às diretrizes estabelecidas pela ONU.

A interpretação dos dados foi realizada por meio da técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2011), que permite categorizar e interpretar as informações de maneira sistemática, identificando padrões e tendências nas práticas de sustentabilidade da Natura. Esse processo de categorização envolveu cinco eixos temáticos principais, aos quais as iniciativas sustentáveis foram atribuídas: (i) Inovação Circular, (ii) Sustentabilidade Ambiental, (iii) Responsabilidade Social, (iv) Tendências de Mercado, e (v) Inovação. Este processo categórico revelou um conjunto de 38 iniciativas focadas na inovação circular, além de diversas ações que contribuem para o fortalecimento das práticas sustentáveis da empresa.

Por meio dessa metodologia, foi possível avaliar as iniciativas específicas da Natura e compreender os impactos dessas práticas no mercado, não apenas em termos de sustentabilidade mas também em termos de competitividade e inovação. A análise documental e a categorização dos dados permitiram identificar conexões claras entre as ações da Natura e os ODS, evidenciando a contribuição da empresa para um futuro mais sustentável. Dessa forma, a Natura se posiciona como modelo de boas práticas, tanto no Brasil quanto internacionalmente reforçando a ideia de que a integração da sustentabilidade nas operações corporativas não é uma opção, mas uma necessidade para a construção de um modelo de negócios sólido e sustentável a longo prazo.

A metodologia adotada possibilitou uma análise abrangente que não só mapeia as ações sustentáveis da Natura, mas também ilumina como a empresa contribui efetivamente para os desafios globais da Agenda 2030, fazendo dela um exemplo para outras empresas que buscam adotar práticas sustentáveis e inovadoras. Ao mesmo tempo, a pesquisa mostra como essas práticas são fundamentais para manter a competitividade no mercado global.

RESULTADOS

Programa Natura Amazônia: Transformando Desafios Socioambientais em Oportunidades de Negócios Sustentáveis O Programa Natura Amazônia é um dos maiores marcos da Natura em termos de inovação social e ambiental. Lançado com o objetivo de transformar os desafios socioambientais da Amazônia em oportunidades de negócios, o programa visa promover a sustentabilidade a bioeconomia e a inovação tecnológica, ao mesmo tempo em que busca fortalecer as economias locais

e promover a conservação de um dos biomas mais importantes do mundo (NATURA, 2023). Este projeto vai além da simples preservação ambiental: ele reflete a missão da Natura de integrar as comunidades locais ao processo de desenvolvimento sustentável, criando um ciclo virtuoso onde as pessoas e a natureza prosperam juntas. Estrutura e Impacto do Programa Natura Amazônia. O programa tem como foco a preservação da biodiversidade o uso sustentável dos recursos naturais e a promoção do comércio justo com as comunidades nativas da Amazônia (NATURA, 2023). Ao longo dos anos, a Natura conseguiu expandir suas operações na região, resultando em um impacto significativo na vida de mais de 10.100 famílias e 44 comunidades, muitas das quais estão localizadas em áreas de difícil acesso e que dependem do extrativismo sustentável para sua sobrevivência. Uma das principais áreas de atuação do programa é o uso de bioingrediente amazônicos, que são produzidos de forma sustentável com o apoio das comunidades locais. Esses ingredientes, como óleos e extratos naturais, são fundamentais para a linha de produtos Ekos, que representa um dos maiores exemplos de bioeconomia praticada pela Natura (NATURA, 2023). Além disso, o programa contribui para a conservação de 2,2 milhões de hectares de floresta, evitando o desmatamento e preservando os ecossistemas locais (NATURA, 2023). O impacto econômico do Programa Natura Amazônia é significativo, com a movimentação de R\$ 46 milhões em negócios na região (NATURA, 2023). Esse valor não apenas reflete o sucesso das iniciativas de comercialização de bioingrediente, mas também demonstra o potencial da Amazônia para se tornar um polo de inovação e desenvolvimento sustentável.

O programa, ao mesmo tempo que gera renda e emprego para as comunidades locais, promove a educação ambiental e o desenvolvimento de tecnologias sustentáveis que ajudam a preservar a biodiversidade. Medidas Específicas e Contribuições para os ODS O Programa Natura Amazônia tem alcançado marcos significativos na ampliação do uso de bioingrediente, com um crescimento de 7 vezes na quantidade de ingredientes amazônicos usados nos produtos da marca. Esse avanço reflete o compromisso da Natura com a bioeconomia sustentável, ampliando a base de fornecedores locais e incentivando o cultivo e a extração de ingredientes de forma responsável e com benefícios diretos para as comunidades envolvidas (NATURA, 2023).

Essa ampliação não só ajuda a empresa a incorporar mais ingredientes sustentáveis em sua linha de produtos, mas também promove o desenvolvimento econômico e social das comunidades da região amazônica. Além disso, a Natura assumiu o compromisso de contribuir para o desmatamento zero até 2025, com metas ambiciosas de preservação e recuperação de áreas desmatadas. A empresa tem trabalhado em parceria com ONGs e governos locais para promover práticas de manejo florestal sustentável, proteger áreas de alta biodiversidade e incentivar a regeneração natural da vegetação (NATURA, 2023). Esse esforço está

alinhado com os objetivos globais de combate à mudança climática e preservação da biodiversidade elementos essenciais para a sustentabilidade de longo prazo. Outro ponto relevante é a expansão das cadeias produtivas sustentáveis.

O Programa Natura Amazônia está investindo na criação de cadeias produtivas que são economicamente viáveis e ecologicamente responsáveis. Isso inclui a capacitação de produtores locais em técnicas agrícolas sustentáveis, a implementação de práticas de manejo florestal responsável e o fortalecimento da logística para o transporte de bioingrediente de forma a minimizar a pegada de carbono (NATURA, 2023). Esse processo de expansão das cadeias produtivas não só fortalece a economia local, mas também contribui para a preservação ambiental e o aumento da competitividade de produtos sustentáveis no mercado global. Inovação no Programa Natura Amazônia A inovação desempenha um papel central no sucesso do Programa Natura Amazônia. A empresa tem investido fortemente em pesquisa e desenvolvimento (P&D) para melhorar a sustentabilidade das suas operações e garantir que os ingredientes extraídos da Amazônia sejam produzidos de maneira eficiente e com impacto ambiental reduzido. A inovação tecnológica também é vista nas práticas de cultivo e extração de bioingrediente, utilizando tecnologias que respeitam os ciclos naturais da floresta e garantem que os recursos não sejam sobreexplotados (NATURA, 2023).

O uso de tecnologias digitais tem sido fundamental para monitorar o impacto das atividades do programa, como o rastreamento do uso de ingredientes e a certificação de que os produtos atendem aos padrões ambientais e sociais exigidos. Essas inovações tecnológicas não só ajudam a Natura a melhorar suas operações, mas também posicionam a empresa como uma líder em inovação no setor de cosméticos e produtos naturais (NATURA, 2023). O aproveitamento de novas fontes de bioingrediente também é uma área de inovação, onde a Natura tem experimentado com diferentes cultivos e técnicas de extração. Isso inclui a parceria com startups tecnológicas para desenvolver novos processos de produção que minimizem o impacto ambiental, como técnicas de cultivo regenerativo e o uso de biotecnologia para melhorar a produtividade sem prejudicar a biodiversidade local (NATURA, 2023). Certificações e Reconhecimento Internacional A Natura tem sido reconhecida internacionalmente por suas práticas sustentáveis e pelo impacto positivo do Programa Natura Amazônia. Diversas certificações reforçam o compromisso da empresa com a sustentabilidade e com o comércio justo. Entre as principais certificações que a Natura recebeu, destacam-se: Certificação UEBT (União para o Biocomércio Ético): A Natura foi a primeira empresa do Brasil a receber a certificação da UEBT, que reconhece o compromisso da empresa com o comércio ético de ingredientes naturais (UEBT, 2021).

Certificação Cruelty-Free International: A Natura obteve essa certificação em 2006, que atesta que seus produtos são livres de crueldade

e não são testados em animais (NATURA, 2021). Certificação Carbono Neutro: Como parte de sua política ambiental, a Natura adota práticas para se tornar uma empresa carbono neutro, compensando suas emissões de CO₂ por meio de projetos de reflorestamento e de preservação de áreas na Amazônia (NATURA, 2021). Essas certificações e outros reconhecimentos internacionais são fundamentais para consolidar a posição da Natura como uma empresa globalmente responsável, alinhada com os princípios do desenvolvimento sustentável e com a preservação ambiental. Elas também validam o compromisso da empresa em promover o comércio justo e a sustentabilidade em sua cadeia de fornecimento, fortalecendo ainda mais sua imagem no mercado. Impacto Econômico e Social O impacto do Programa Natura Amazônia vai além da questão ambiental. Ele tem gerado renda e emprego para milhares de famílias na Amazônia, criando uma nova dinâmica econômica na região (NATURA, 2023). Com o movimento de R\$ 46 milhões em negócios e R\$ 6 milhões anuais em benefícios diretos para as comunidades, a Natura contribui para o fortalecimento de uma economia local sustentável e menos dependente de atividades predatórias. O programa também promove o empoderamento feminino, especialmente em áreas rurais da Amazônia, onde muitas mulheres são responsáveis pela produção de ingredientes naturais.

A Natura implementa programas para promover a igualdade de gênero e apoiar o empreendedorismo feminino nas comunidades locais (NATURA, 2023). Objetivos Futuros e Expansão A Natura estabeleceu metas ambiciosas para o futuro do Programa Natura Amazônia. Entre os objetivos principais estão a conservação de 3 milhões de hectares de floresta até 2030 e a contribuição para o desmatamento zero até 2025 (NATURA, 2023). Essas metas reforçam o compromisso da empresa com a preservação ambiental e com a sustentabilidade de longo prazo. A Natura também visa ampliar a utilização de bioingredientes em seus produtos, aumentar o impacto positivo nas comunidades da Amazônia e intensificar a colaboração com parceiros internacionais (NATURA, 2023). ODS Aplicados pelo Programa Natura Amazônia O Programa Natura Amazônia não é apenas uma iniciativa voltada para a preservação ambiental e o uso sustentável dos recursos naturais, mas também um exemplo de como as empresas podem gerar impactos positivos em múltiplas frentes, alinhando suas estratégias de negócio com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. A Natura tem adotado um modelo de operação que busca integrar soluções ambientais, sociais e econômicas, com o intuito de promover um futuro mais sustentável para as comunidades amazônicas e para o planeta como um todo. ODS 1 - Erradicação da Pobreza O Programa Natura Amazônia impacta diretamente a erradicação da pobreza, um dos principais desafios globais. Através da criação de oportunidades de emprego e renda para mais de 10.100 famílias, o programa contribui para o fortalecimento da economia local em regiões remotas da Amazônia. A sustentabilidade dessas oportunidades é assegurada pelo apoio contínuo da Natura na formação profissional das comunidades, no desenvolvimento

de práticas agrícolas sustentáveis e no incentivo à geração de negócios baseados no uso responsável dos recursos naturais. Além disso, ao proporcionar um modelo de negócios inclusivo, a Natura garante que os benefícios econômicos cheguem a comunidades que muitas vezes, têm o desenvolvimento limitado pela falta de acesso a mercados e recursos. ODS 5 - Igualdade de Gênero O compromisso da Natura com a igualdade de gênero é evidente na atuação do programa, que prioriza a participação ativa de mulheres, especialmente nas comunidades rurais e indígenas da Amazônia. A empresa busca garantir que mulheres tenham igualdade de oportunidades, seja em termos de remuneração, acesso a formação ou participação em decisões chave dentro da cadeia produtiva.

A Natura também promove o empreendedorismo feminino, incentivando a criação de pequenos negócios locais voltados para a produção de ingredientes bioeconômicos e sustentáveis. O resultado desse esforço é a criação de uma economia mais inclusiva, que beneficia diretamente as mulheres e contribui para a redução das desigualdades de gênero nas regiões amazônicas. ODS 8 - Trabalho Decente e Crescimento Econômico A Natura se empenha em garantir que as oportunidades criadas no âmbito do Programa Natura Amazônia proporcionem trabalho decente e crescimento econômico para as comunidades locais. A empresa adota práticas de trabalho que respeitam os direitos dos trabalhadores e promova a justiça social, desde o cultivo e a extração de ingredientes até o processamento e a comercialização desses produtos. Além disso, a Natura investe em capacitação profissional e no desenvolvimento de infraestrutura local para facilitar o acesso das comunidades a mercados nacionais e internacionais, estimulando, assim, o crescimento econômico sustentável nas regiões amazônicas.

A Natura, ao apoiar a ampliação das cadeias produtivas sustentáveis, cria um ciclo de prosperidade que beneficia tanto as pessoas quanto o meio ambiente. ODS 9 - Indústria, Inovação e Infraestrutura O Programa Natura Amazônia integra fortemente o conceito de indústria, inovação e infraestrutura no seu cerne ao apostar em tecnologias sustentáveis e inovadoras para extrair e processar bioingredientes com baixo impacto ambiental. Isso inclui o uso de tecnologias de agricultura regenerativa, manejo florestal responsável e novas formas de extração que minimizam os impactos no ecossistema local. Além disso, o programa investe em infraestrutura logística sustentável, garantindo que os produtos da Amazônia cheguem aos mercados de maneira eficiente e com a menor pegada de carbono possível. A inovação está presente também nos modelos de negócios estabelecidos, que envolvem parcerias entre empresas, ONGs e governos para promover o desenvolvimento de tecnologias locais que atendem tanto às necessidades de preservação quanto ao crescimento econômico. ODS 12 - Consumo e Produção Responsáveis Ao adotar práticas de produção responsável e incentivar o consumo consciente o Programa Natura Amazônia desempenha um papel crucial na promoção do desenvolvimento sustentável. A Natura, com

sua linha de produtos Ekos, utiliza ingredientes da biodiversidade amazônica de maneira sustentável, sem comprometer os recursos naturais ou os direitos das populações locais. A empresa segue rigorosos critérios ambientais e sociais para garantir que seus produtos sejam ecoeficientes, desde a produção até a distribuição. Além disso, a Natura incentiva seus consumidores a adotar hábitos de consumo responsáveis, que incluem a escolha de produtos que respeitam os princípios de sustentabilidade e que apoiam as comunidades que dependem da floresta. ODS 13 - Ação Contra a Mudança Global do Clima A ação contra a mudança global do clima é uma prioridade no Programa Natura Amazônia. A preservação da floresta amazônica desempenha um papel central na mitigação das mudanças climáticas, pois as florestas tropicais têm uma capacidade única de absorver carbono da atmosfera. Ao promover práticas de manejo florestal sustentável e apoiar projetos de reflorestamento e regeneração de áreas degradadas, a Natura contribui para a manutenção do equilíbrio ecológico.

A empresa também busca neutralizar suas emissões de carbono, compensando-as através de projetos de preservação na Amazônia e de apoio a iniciativas que contribuem para a conservação do bioma. ODS 15 - Vida Terrestre O compromisso com a proteção da vida terrestre é uma das bases do Programa Natura Amazônia. Ao apoiar o manejo sustentável da floresta e trabalhar com as comunidades para evitar o desmatamento, a Natura contribui diretamente para a conservação da biodiversidade amazônica. O programa tem como meta a conservação de 3 milhões de hectares de floresta até 2030, uma ação significativa no combate à degradação dos ecossistemas terrestres e à preservação de uma das maiores reservas de biodiversidade do planeta.

A Natura também promove o uso de práticas regenerativas, que buscam restaurar áreas afetadas pela exploração predatória, incentivando a recuperação natural da vegetação e dos ecossistemas. ODS 17 - Parcerias e Meios de Implementação O sucesso do Programa Natura Amazônia não seria possível sem a colaboração estratégica com uma série de parceiros locais, nacionais e internacionais.

A Natura tem investido em parcerias colaborativas com ONGs, governos, comunidades indígenas e empresas do setor privado para garantir que seus objetivos de sustentabilidade sejam alcançados. Essas parcerias permitem que o programa amplifique seu impacto e alcance novos resultados, ao mesmo tempo em que fortalece as capacidades locais e promove a troca de conhecimento.

A Natura acredita que a criação de redes de colaboração é essencial para o sucesso dos ODS, e isso é refletido em seu compromisso contínuo com a construção de meios de implementação sustentáveis para seus projetos na Amazônia.

DISCUSSÃO

Apesar das diversas barreiras enfrentadas por empresas brasileiras na implementação de práticas sustentáveis, o caso de sucesso da Natura exemplifica uma estratégia eficaz de alinhamento entre sustentabilidade e crescimento financeiro. A Natura, uma das líderes no setor de beleza e cuidados pessoais, adotou um modelo de negócios que não só alavanca o desenvolvimento econômico, mas também integra aspectos ambientais e sociais de forma robusta. Isso é particularmente relevante considerando o panorama atual da economia verde que segundo as projeções, deverá movimentar R\$ 430 bilhões até 2030 (EXAME, 2024).

A empresa, em seu compromisso com a sustentabilidade foi capaz de conquistar uma posição de liderança, não apenas no Brasil, mas também na América Latina. Em 2024, a Natura obteve um crescimento de 18% no mercado brasileiro, superando o crescimento de 10% do setor (BALDIOTI, 2024). Na América Latina, o crescimento foi ainda mais expressivo, alcançando 8,1%, o que representa quase o dobro da média do mercado. Esses números refletem não apenas uma sólida presença de mercado, mas também a capacidade da Natura de implementar estratégias que combinam resultados financeiros com um impacto positivo na sociedade e no meio ambiente.

Investimentos em ESG e seus Resultados

Um dos principais pilares dessa transformação foi o investimento substancial em práticas de ESG (Environmental, Social, and Governance). Em 2024, a Natura destinou 22% de seu faturamento a ações de ESG, um valor expressivo que reflete o compromisso da empresa com a sustentabilidade e a responsabilidade social (NATURA, 2024). Esse investimento resultou não apenas no crescimento da receita, mas também em benefícios tangíveis, como a redução de 22% nas multas ambientais, algo que reflete a eficácia das práticas adotadas pela empresa para mitigar impactos negativos no meio ambiente.

Ao integrar práticas ambientais e sociais no seu core business, a Natura mostrou que é possível alcançar sucesso financeiro enquanto se promove o bem-estar da sociedade e do planeta. A empresa adotou estratégias inovadoras, como o uso de embalagens recicláveis e a compensação de carbono, além de apoiar comunidades locais, especialmente na Amazônia, onde promove o comércio justo e a preservação ambiental. Tais iniciativas não só ajudam a Natura a cumprir com suas metas ambientais, mas também consolidam sua imagem de marca responsável e comprometida com o futuro.

Desafios e Limitações da Sustentabilidade

Contudo, o caminho para a sustentabilidade não é isento de desafios. Um dos pontos críticos da estratégia da Natura é a sua

dependência de 58% de ingredientes amazônicos para a produção de seus cosméticos (INST. ÉBANO, 2023). Esta dependência pode ser vista como uma limitação importante à escalabilidade de suas operações, já que a extração de recursos naturais de áreas como a Amazônia envolve questões logísticas complexas e riscos associados à preservação da biodiversidade. Embora a Natura adote práticas responsáveis na extração desses recursos, a sustentabilidade de longo prazo dessas operações depende de uma gestão cuidadosa e da contínua proteção do ecossistema.

Além disso, a dependência de ingredientes amazônicos pode ser afetada por fatores externos, como políticas ambientais e mudanças climáticas, o que poderia impactar tanto os custos de produção quanto a oferta desses insumos. Esse aspecto levanta a questão da necessidade de diversificação de fontes e de maior inovação na busca por alternativas que não comprometam o compromisso da empresa com a sustentabilidade.

Sustentabilidade Social e Inclusão

Outro ponto de destaque na estratégia da Natura é seu compromisso com a inclusão social. A empresa não apenas promove práticas ambientais responsáveis, mas também adota uma postura ativa no fomento à inclusão e à diversidade. A criação de linhas de produtos voltadas para a população negra, um segmento significativo da sociedade brasileira, é um exemplo claro desse compromisso (Chalegra, 2024). Essa ação não só amplia o alcance da Natura a um público diversificado, mas também contribui para a construção de um mercado mais igualitário e justo, ao atender as necessidades específicas de diferentes grupos sociais.

Além disso, ao apoiar comunidades locais, especialmente nas regiões mais vulneráveis, a Natura promove o desenvolvimento social, oferecendo alternativas de geração de renda e melhoria de qualidade de vida. Esse tipo de atuação reforça a ideia de que as empresas têm um papel crucial na transformação social, ao alinhar seus objetivos de lucro com o bem-estar coletivo.

A Economia Verde como Motor de Crescimento

Com suas ações e estratégias, a Natura se posiciona como líder em uma nova economia, a economia verde que tem como princípio fundamental o equilíbrio entre crescimento econômico e preservação ambiental. A sustentabilidade não é mais vista apenas como uma responsabilidade social, mas como uma oportunidade de crescimento. A Natura, ao investir fortemente em práticas sustentáveis, tem demonstrado que é possível gerar negócios que sejam rentáveis e ao mesmo tempo, benéficos para a sociedade e o meio ambiente.

De fato, a Natura não é apenas uma das empresas que lidera o movimento da economia verde mas também serve de modelo para outras

empresas do setor. Sua estratégia mostra que o alinhamento entre a sustentabilidade e o crescimento financeiro é possível, e que a transição para práticas mais verdes pode ser benéfica não só para as empresas, mas também para o mercado como um todo.

Perspectivas para o Futuro

O futuro da Natura parece promissor, mas os desafios continuam. A empresa precisará continuar inovando e adaptando suas estratégias para manter sua liderança no mercado, especialmente à medida que as pressões ambientais e sociais aumentam. A transição para uma economia verde demanda investimentos contínuos em tecnologia, em novos processos produtivos e na capacitação de sua cadeia de fornecedores.

Além disso, a Natura deverá intensificar seus esforços para minimizar a dependência de recursos naturais de áreas vulneráveis, como a Amazônia. A busca por alternativas sustentáveis e mais escaláveis será fundamental para garantir a continuidade do seu modelo de negócios no longo prazo. Isso incluirá a pesquisa e o desenvolvimento de novos ingredientes e tecnologias que possam reduzir o impacto ambiental, sem comprometer a qualidade dos produtos.

CONCLUSÃO

A Natura se consolidou como uma das líderes globais no mercado de cosméticos, destacando-se pelo seu compromisso com a inovação e a sustentabilidade. Ao longo deste trabalho, foi possível observar como a empresa utiliza esses dois pilares para manter sua posição de liderança, adotando práticas inovadoras não apenas no desenvolvimento de produtos, mas também em toda a sua cadeia produtiva. A Natura é um exemplo de como a sustentabilidade pode ser uma estratégia empresarial eficaz, aliando resultados financeiros com responsabilidade socioambiental (Porter; Kramer, 2006).

A Natura não só lidera no mercado de cosméticos, mas também se posiciona como benchmark para empresas que buscam integrar a sustentabilidade em suas práticas corporativas. Ao adotar uma abordagem que vai além do conceito de lucro, com a promoção de práticas sustentáveis e o desenvolvimento de produtos com menor impacto ambiental, a empresa contribui para a transformação do setor e serve de exemplo para diversas outras organizações, tanto no Brasil quanto no exterior (Boyer, 2019). Em seu relatório de sustentabilidade de 2022, a empresa reforça seu compromisso com o meio ambiente e com práticas éticas, provando que é possível ser competitivo e sustentável simultaneamente (NATURA, 2022).

Em suma, a Natura não é apenas uma empresa de sucesso financeiro, mas um modelo de como a inovação e a sustentabilidade podem andar lado a lado, proporcionando benefícios tanto para os consumidores quanto para o meio ambiente. Sua atuação continua a inspirar e a

pavimentar o caminho para o desenvolvimento de um mercado mais sustentável e responsável, essencial para o futuro da indústria de cosméticos e de outros setores (Campos; Silva, 2021).

PALAVRAS-CHAVE: Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Liderança de Mercado, ESG, Estudo de Caso

REFERÊNCIAS

BALDIOTI, F. **Natura é líder em beleza e cuidados pessoais na América Latina**, aponta Euromonitor. FashionNetwork Brasil, 2024. Disponível em: <https://br.fashionnetwork.com/news/Natura-e-lider-em-beleza-e-cuidados-pessoais-na-america-latina-aponta-euromonitor,1722828.html>. Acesso em: 27 abr. 2025.

B LAB. **B Corp certification**: the global standard for business as a force for good. 2023. Disponível em: <https://www.bcorporation.net/en-us/certification/>. Acesso em: 27 abr. 2025.

BOYER, E. R. **Sustentabilidade corporativa no século XXI**. São Paulo: Atlas, 2019.

CAMPOS, L.; SILVA, J. P. **Gestão sustentável e responsabilidade corporativa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2021.

CHALEGRA, M. **Diversidade e inclusão nas empresas de cosméticos**. São Paulo: Editora Beleza, 2024.

EUROMONITOR. **Beauty and personal care in Latin America**. Euromonitor International, 2024. Disponível em: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-latin-america/report>. Acesso em: 27 abr. 2025.

EXAME. **PIB deve aumentar em US\$ 430 bilhões a partir da economia verde, diz pesquisa**. Exame, 2024. Disponível em: <https://exame.com/esg/pib-deve-aumentar-em-us-430-bilhoes-a-partir-da-economia-verde-diz-pesquisa/>. Acesso em: 27 abr. 2025.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

INSTITUTO CULTURAL ÉBANO. **Desafios da implementação de políticas sustentáveis no Brasil e dependência de ingredientes amazônicos: riscos e alternativas**. 2023. Disponível em:

<https://institutoculturalebano.org.br/desafios-e-solucoes-para-a-sustentabilidade-no-brasil/>. Acesso em: 27 abr. 2025.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

NAÇÕES UNIDAS. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**. 2015. Disponível em: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>. Acesso em: 27 abr. 2025.

NATURA. **Relatórios de sustentabilidade 2014, 2020, 2021 e 2024**; Programa Natura Amazônia: resultados e impactos socioambientais. São Paulo: Natura &Co, 2014–2024. Disponível em: <https://www.natura.com.br/sustentabilidade>. Acesso em: 27 abr. 2025.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. **Creating shared value**. Harvard Business Review, jan./fev. 2011.

UNION FOR ETHICAL BIOTRADE – UEBT. **Certificação de biocomércio ético** – UEBT. 2021. Disponível em: <https://uebt.org/brasil>. Acesso em: 27 abr. 2025.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.