

# VISÃO DE *sustentabilidade*



The background image shows a modern building with a glass facade on the left and a stone wall on the right. The building is surrounded by lush greenery, including trees and bushes. The text is overlaid on the right side of the image.

A Natura é uma multinacional brasileira de cosméticos, higiene e beleza, guiada pelo compromisso de desenvolver produtos que expressem **valores e práticas sustentáveis.**



*Nossa razão de ser*

criar e comercializar  
produtos e serviços  
que promovam  
o **bem-estar-bem**







## PRODUTOS e MARCAS

- 850 produtos, 10 categorias, 29 submarcas
- 400 novos produtos por ano
- Uso sustentável da biodiversidade brasileira desde 2000
- Inovação aberta com 200 associados
- Índice de inovação: 65%
- Visão de sustentabilidade 2020/2050



# Alguns números


9  
países  
América e Europa



6.3  
mil  
colaboradores



4.8  
milhões de  
consumidores online



100  
milhões de  
consumidores



45  
lojas  
Natura



1.7  
milhão de  
consultoras



# Nossos reconhecimentos e certificações



Recertificação B Corp  
B Corp Most Valuable  
Companies



Índice Dow Jones de  
Sustentabilidade



FTSE4Good

FTSE4GOOD Index: Práticas  
de Sustentabilidade e  
Governança



Certificação  
UEBT



Certificação  
“no animal testing”





Trê marcas, uma só visão

**natura &co**



Aēsop.



VENTA  
DIRECTA

---

1,1 millones de  
consultoras en Brasil  
600.000 en Latinoamérica

TIENDAS  
PROPIAS

---

36 en Brasil  
2 en Argentina  
2 en Chile  
2 en Estados Unidos  
3 en Francia





VENTA  
DIRECTA

1,1 millones de  
consultoras en Brasil  
600.000 en Latinoamérica

TIENDAS  
PROPIAS

36 en Brasil  
2 en Argentina  
2 en Chile  
2 en Estados Unidos  
3 en Francia

Aēsop

TIENDAS  
PROPIAS

227 tiendas con  
diseño único

PRESENCIA

25 países





VENTA DIRECTA

---

1,1 millones de consultoras en Brasil  
600.000 en Latinoamérica

TIENDAS PROPIAS

---

36 en Brasil  
2 en Argentina  
2 en Chile  
2 en Estados Unidos  
3 en Francia



TIENDAS PROPIAS

---

227 tiendas con diseño único

PRESENCIA

---

25 países



TIENDAS PROPIAS

---

2.935 tiendas

PRESENCIA

---

69 países

VENTA DIRECTA

---

15.000 consultoras en Reino Unido





O que uma marca  
de beleza pode  
fazer pelo mundo?



Seremos geradores de

*impacto positivo*

econômico, social, ambiental e cultural,

entregando valor para toda a nossa rede de relações,  
em todos os negócios, marcas e geografias em que  
atuarmos, por meio de nossos  
produtos, serviços e canais de comercialização.



Nosso jeito de  
fazer produtos







**Cuidado com  
a origem**



**Contra testes  
em animais**



**Embalagens  
Eco-lógicas**



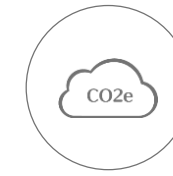
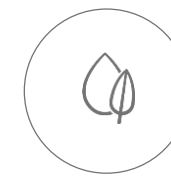
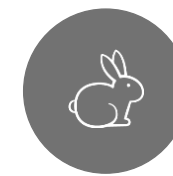
**Seguro para você  
e para o meio  
ambiente**



**Fórmulas  
naturais**



**Compromisso  
com o clima**



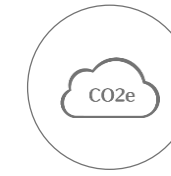
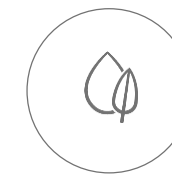
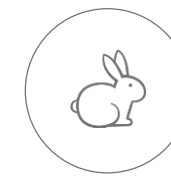
# SEM TESTES EM ANIMAIS



**80%**  
**VEGANOS**

**100%**  
**vegetarianos**





**36%\***  
contém  
MATERIAIS  
RECICLADOS  
ou  
RENOVÁVEIS



**30%\*\***  
TEM OPÇÃO DE  
REFIL

desde

**1983**

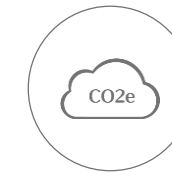
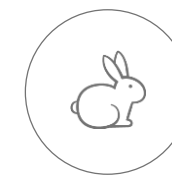
NEUTRALIZAMOS  
**100%**  
DO NOSSO  
IMPACTO  
DE CARBONO

**PROGRAMA  
NATURA CARBONO  
NEUTRO**

Desde 2007

*\*valores baseados no volume faturado em 2017*

*\*\* excluindo SKUs cujo conceito não se aplica (ex: sab. barra)*



mix de produtos Natura, em média,  
**90%\* NATURAIS**

**É natural**

**\_minerais**

**\_vegetais**  
(processos de  
transformação  
permitidos)



*\* valores baseados no volume faturado em 2017*



# Modelo de negócios: insumos da sociobiodiversidade na cadeia de valor

De 2000 a 2018:

**R\$ 163milhões**

investidos em comunidades

Repartição de Benefícios:

**R\$57 milhões**





# Causas

**Amazônia  
Viva**

**Mais beleza,  
menos lixo**

**Impacto Social**  
(Empreendedorismo,  
Educação e  
Diversidade)



# Por quê Amazônia?

Porque reconhecemos que ela é um **vetor chave** para **inovação da Natureza** e o **desenvolvimento do Brasil**;

Acreditamos no seu potencial para ser um grande **polo mundial** de **inovação e de negócios sustentáveis**;

Valorizamos o que a Amazônia representa para o **presente** e para as **gerações futuras**, suas diferentes culturas e a biodiversidade que abriga.

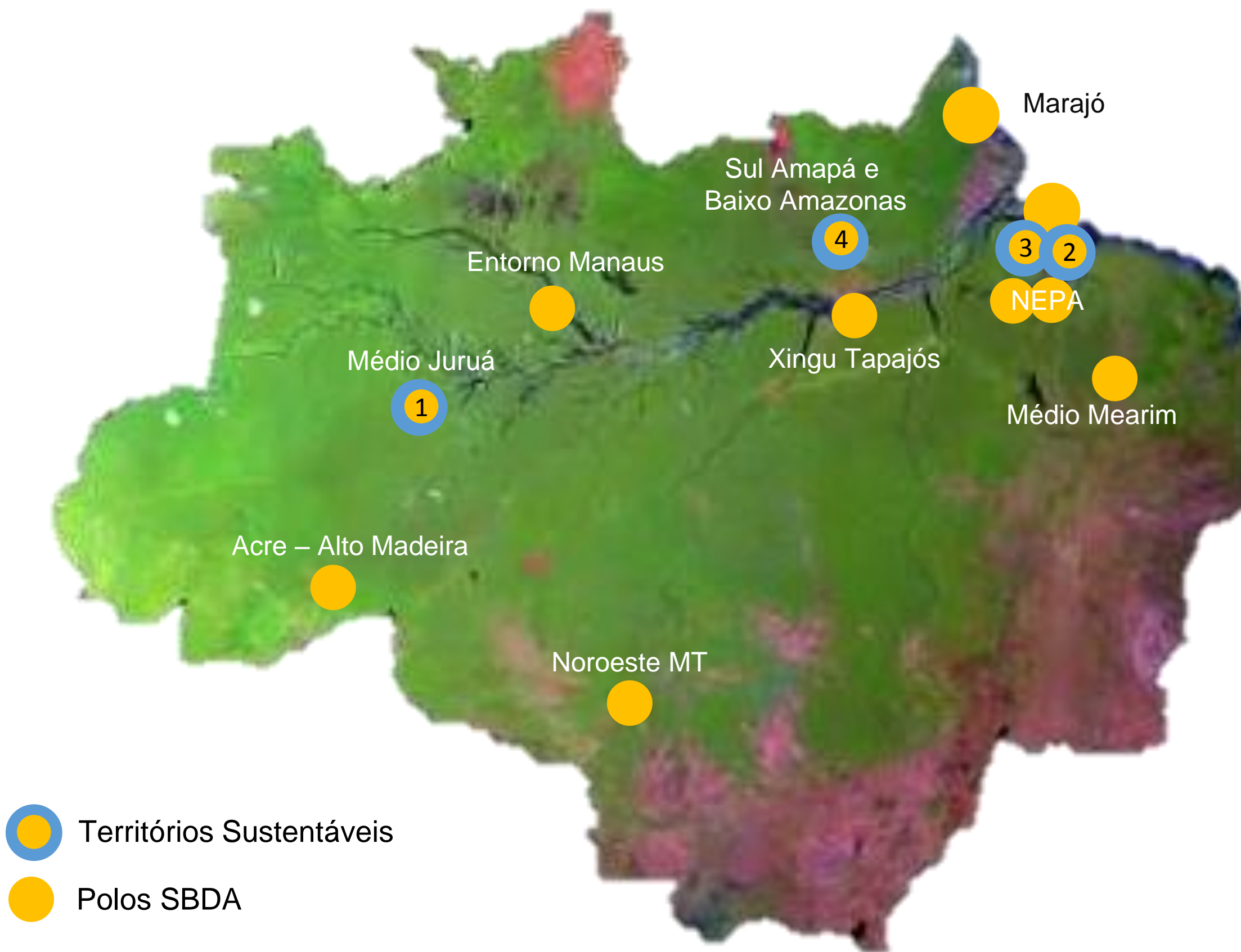




# Territórios e polos da sociobiodiversidade

## PROGRAMA **AMAZÔNIA**

Rede de relações que gera  
valor compartilhado



 Territórios Sustentáveis

 Polos SBDA

1. Território Médio Juruá
2. Entorno Benevides
3. Território Baixo Tocantins
4. Território Sul do Amapá e Baixo Amazonas



# Programa Amazonia: desenvolvimento local

## Territorios da sociobiodiversidade



### Trabalho e Renda

Empreendedorismo  
Comunitario

### Educação

Capacitação Cadeias e CFRs



### Diversidade

Protagonismo  
feminino



### Conservação

SAF e extrativismo





# ECOPARQUE

Parque industrial na Amazônia

**4,6 MIL**

famílias impactadas

**33**

COMUNIDADES

**R\$ 1,4 BI**

VOLUME NEGÓCIOS  
2011-18

conservação

**1,8 MM**

Ha de floresta

**TAXA DESMATAMENTO:**

Amazônia: 14%

Áreas de atuação Natura: 3%

Fonte: Prodes/INPE (2014-17)



**UEBT**  
CERTIFIED  
SOURCING  
WITH RESPECT

2018: Marca Ekos









**O mundo é mais  
bonito com você.**

**Obrigada  
Luciana Villa Nova**

