



VISÃO DE
sustentabilidade



A large industrial building with a glass facade and a wooden door, surrounded by lush green trees and bushes.

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

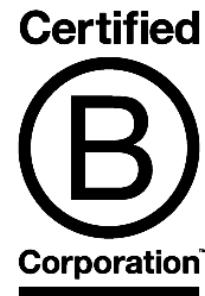
4.8
milhões de
consumidores online

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”





Três 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

Aēsop

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**



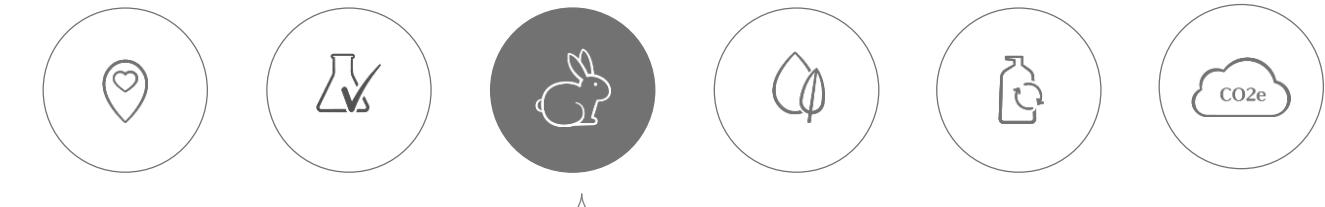
**Fórmulas
naturais**



**Compromisso
com o clima**

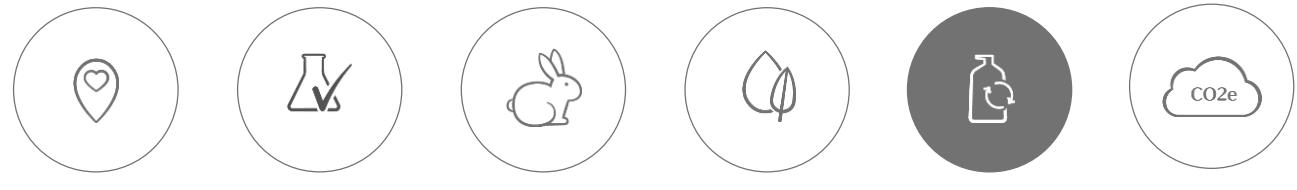


**SEM
TESTES EM
ANIMAIS**



80%
VEGANOS

100%
vegetarianos



36%
contém
MATERIAIS
RECICLADOS
ou
RENOVÁVEIS



30%**

TEM OPÇÃO DE
REFIL

desde

1983

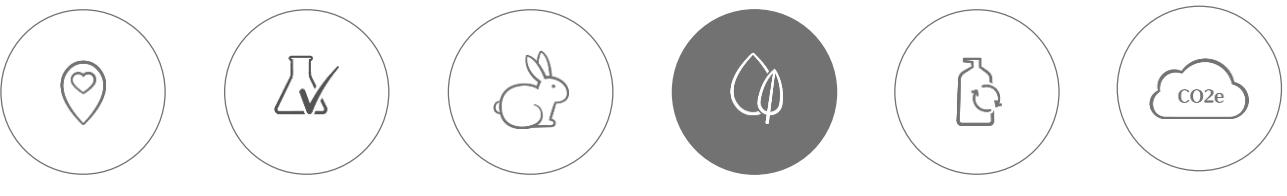
NEUTRALIZAMOS
100%
DO NOSSO
IMPACTO
DE CARBONO

**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

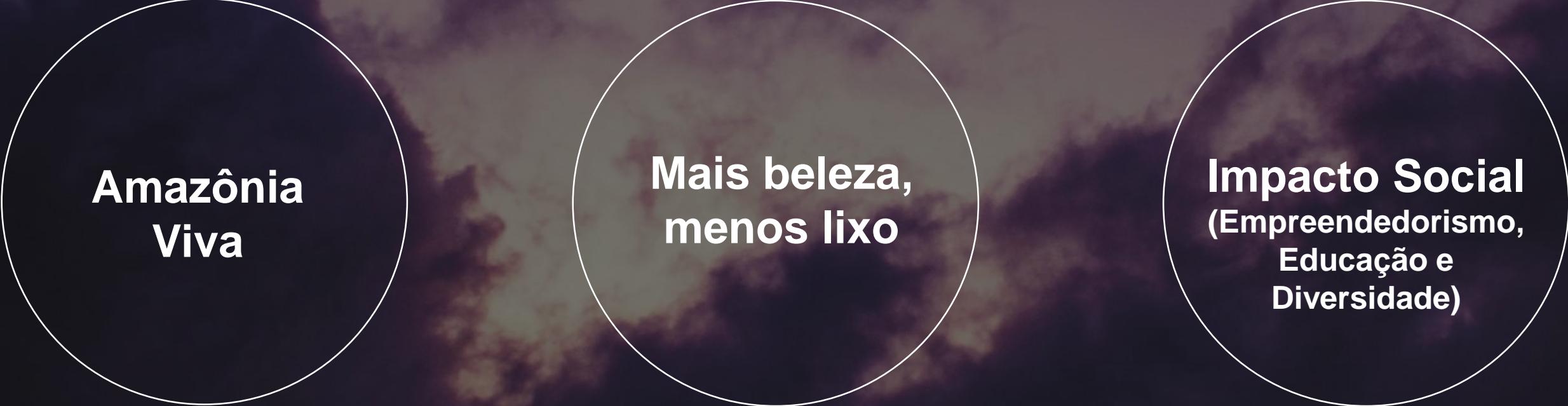
Modelo de negócios: insumos da sociobiodiversidade na cadeia de valor

De 2000 a 2018:
R\$ 163 milhões
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?

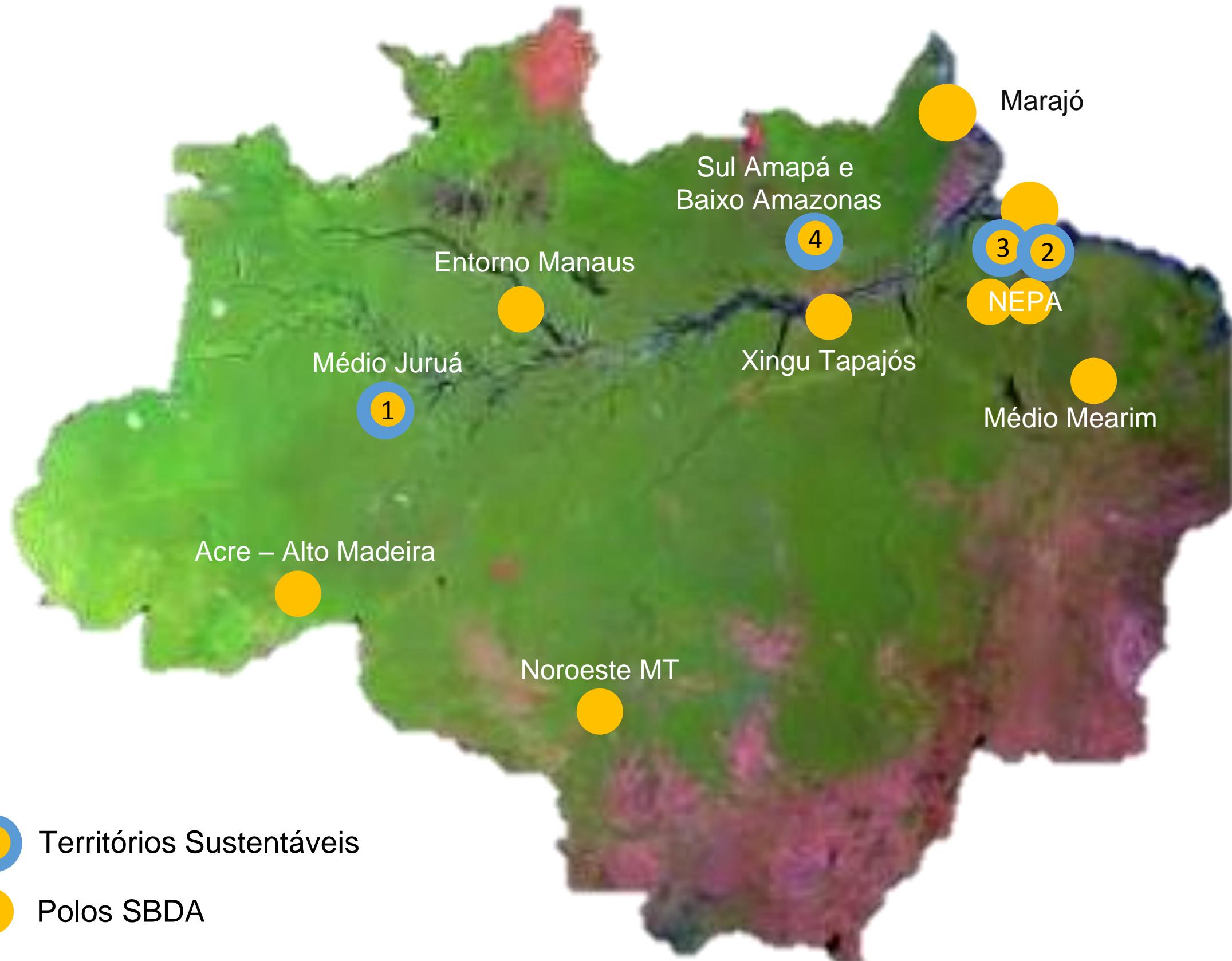
Porque reconhecemos que ela é um **vetor chave** para **inovação da Natura** e **o desenvolvimento do Brasil**;

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

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

Programa Amazonia: desenvolvimento local

Territórios da sociobiodiversidade



Trabalho e Renda

Empreendedorismo
Comunitário



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

