



## **RELATO DE EXTENSÃO PRÁTICAS SUSTENTAVEIS DE DESCARTE DE LIXO EMPRESA NATURA COSMÉTICOS**

**Andressa Pires**

**Beatriz de Souza Barbosa**

**Caroline Salvador**

**Izabela Chaves Ferreira<sup>1</sup>**

**Prof<sup>a</sup> Juliene Rocha Borges Fonseca<sup>2</sup>**

Fundada em 1969, a Natura é uma Empresa multinacional de cosméticos, produtos de higiene e beleza. Com sua sede situada em Vila Jaguará no estado de São Paulo. Hoje tem como carro chefe de vendas produtos como perfumes, sabonetes e hidratantes. Contando com cerca de 35 mil funcionários e 1,7 milhões de revendedores, a Natura conseguiu levar sua marca a diversos outros países, se tornando a maior empresa brasileira de cosméticos. Com isso, nosso projeto foi centralizado no polo da Natura de Vila Velha, localizado na rua Aurora no bairro da Com o objetivo de averiguar as problemáticas que possam existir dentro de uma empresa de cosméticos, inicialmente pensamos no descarte de embalagens de forma errônea e a extração de matérias primas que são causas de grande impacto para o meio ambiente. De acordo como andamento do projeto e as pesquisas e entrevistas avançando, concluímos que a Natura é uma empresa com excelência nas questões ambientais e apesar de ainda não ser 100% sustentável está caminhando para isso. A partir desse projeto entendemos assim que com essa problemática conseguimos aplicar os conhecimentos adquiridos durante nosso período acadêmico em forma de

---

<sup>1</sup> Discentes do curso de Administração da FESVV.

<sup>2</sup> Docente do curso de Administração da FESV e FESVV. E-mail: juliene.fonseca@estacio.br



uma demanda real de resolução de problemas. Como é o caso desse projeto com a Natura e estar perto de tantas práticas e políticas sustentáveis que já são ou serão colocadas em andamento. Estando em contato com as soluções dessas problemáticas podemos retribuir a sociedade a oportunidade de aprendizado, praticando o que foi aprendido de forma interativa e nos tornando profissionais mais aptos para lidar com as diferentes questões que possam surgir em um ambiente de trabalho real.

**Introdução:** Natura é uma empresa brasileira que atua no setor de produtos cosméticos. Fundada em 1969 por Antônio Luiz Seabra, hoje está presente em vários países e é considerada a maior multinacional brasileira no setor de cosméticos. Atualmente, conta com aproximadamente 36 mil colaboradores, cerca de 8 milhões de consultores e mais de 3,700 lojas nos mais de 100 países em que opera. A Natura trata a questão ambiental como tema primordial em sua estrutura organizacional e por isso é uma das líderes em seu segmento. A empresa conta com várias iniciativas para colaborar com o meio ambiente e uma delas é o descarte de lixo e reciclagem de embalagens. A Natura lançou um programa de logística reversa em suas lojas. A cada cinco embalagens vazias das marcas os clientes recebem um novo produto. As lojas da Natura recebem ainda produtos de qualquer uma das quatro marcas do grupo Natura. Os materiais reciclados são transformados em vasos de plantas, cones de trânsito, caixas para legumes e vegetais, entre outros utensílios.

**Objetivo:** A Natura é uma empresa comprometida com a sustentabilidade e com a promoção do bem-estar das pessoas, sua missão, visão e valores refletem esse compromisso e mostra como a empresa busca utilizar seus produtos e serviços para promover mudanças positivas na sociedade e no meio ambiente, além disso a empresa também investe em projetos sociais, contribuindo para o desenvolvimento sustentável das comunidades onde atua. Deseja contribuir sustentavelmente incentivando o descarte correto de embalagens plásticas, evitando que essas embalagens sejam descartadas de forma irregular e vão

Anais do VII Seminário de Pesquisa e Produtividade da FESV e FESVV – ISSN 2764-1775  
<http://periodicos.estacio.br/index.php/ASPPFF/index>, v.1, n.7, p. 10-13, jul.2023.



parar no meio ambiente, com isso, a empresa junto com parceiros lançou uma iniciativa onde o seu consumidor final pode trocar 5 embalagens vazias por um produto evitando o descarte irregular e agregando valor a empresa. Essa ação já recuperou mais de 10 mil toneladas de resíduos pós- consumo no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia e Perue garante que 33% do equivalente aos resíduos das embalagens vai para reciclagem. **Metodologia:** Todos nós conhecemos essa empresa desde pequenos, somos consumidores diretos e é exatamente por isso que ela foi nossa escolhida. O compromisso com o consumidor e principalmente o exemplo quando o assunto é sustentabilidade é o que faz da natura a segunda maior empresa de cosméticos do mundo. seus vários projetos como a logística reversa que recolhe as embalagens já utilizada pelos clientes, projetos na Amazônia, projetos sociais, oferecimento de cursos técnicos em comunidades próximas a suas localidades, além disso 90% de suas fórmulas são feitas com ingredientes naturais, e são essas diversas iniciativas e principalmente as ações de preservação do meio ambiente que faz com que a natura seja uma empresa de tanto valor não só no Brasil, mas também no exterior. Para esta pesquisa entrevistamos a gestora e médica Brenda Soneghet Giuzatto Gramich (link da entrevista: [https://liveestacio-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/202001257861\\_alunos\\_estacio\\_br/EcmdSPUSFrtOgEFganfI2yABq0VgLkIIDxIj0nWwXZetQ?e=kOEz0f](https://liveestacio-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/202001257861_alunos_estacio_br/EcmdSPUSFrtOgEFganfI2yABq0VgLkIIDxIj0nWwXZetQ?e=kOEz0f)). **Considerações finais:** Ao longo da pesquisa podemos notar que a natura não usa o marketing verde somente para fortalecimento da marca, a natura realmente investe e incentiva a sustentabilidade desde a comunidade indígena à indústria. Para isso ela cria e apoia projetos que tem como base a bioeconomia da floresta e as comunidades agroextrativistas conseguindo com isso, impactar milhares de famílias de comunidade amazônicas e ribeirinhas, conservando milhões de hectares de florestas devido as práticas regenerativas de manejo sustentável em suas cadeias produtivas. Em

Anais do VII Seminário de Pesquisa e Produtividade da FESV e FESVV – ISSN 2764-1775  
<http://periodicos.estacio.br/index.php/ASPPFF/index>, v.1, n.7, p. 10-13, jul.2023.



parceria com as comunidades agroextrativistas, organizações não governamentais e o setor público, a empresa gera emprego e renda para as comunidades, garante a matéria prima dos produtos, preserva o meio ambiente e ainda fortalece o marketing da empresa. “É simplesmente genial”. Contudo, podemos concluir que “a oposição entre o desenvolvimento econômico e a conservação da floresta é uma falsa dicotomia. Uma vez que a natureza provou com seus projetos que é possível gerar riqueza e manter a floresta de pé, além de tudo agregando ainda mais valor as regiões”. A perda da biodiversidade é hoje uma das grandes ameaças a economia global, por isso acreditamos que a natureza inspira e serve de referência para as empresas que querem se destacar no mercado. Não é à toa que hoje a natureza é uma das empresas mais sustentáveis do mundo.

**Palavras-chave:** Natura; Sustentabilidade; Meio ambiente.