



Não iniciada



Em planejamento

fase de análises e estudos de viabilidade técnica e econômica, em aprovação



Em execução

projetos/iniciativas em fase-piloto ou em teste operacional



Em implantação

projetos/iniciativas com viabilidade aprovada para expansão ou implementados/ lançados

Marcas e Produtos

Dimensão	Ambições e compromissos 2020	Desempenho 2014	Status*
Marcas	Todos os produtos da marca Natura terão suas pegadas ambientais e sociais divulgadas, assim como seus respectivos compromissos de melhoria	A Natura realizou um diagnóstico em 2014, que apontou que os dados das embalagens dos produtos não refletem mais a totalidade das iniciativas ambientais da empresa. Novos indicadores foram definidos, bem como a forma de comunicá-los. A atualização da tabela ambiental presente nas embalagens ocorrerá a partir de 2015	 Em planejamento
Formulações	Garantir que 30% do total de insumos consumidos pela Natura Brasil, em valor, seja proveniente da região pan-amazônica	13,3% dos insumos consumidos pela Natura no Brasil, em valor, foram provenientes da região	 10% 2010 2020 30% Atingimento 2014: 17%
Embalagens	Utilizar, no mínimo, 10% de material reciclado pós-consumo na massa total de embalagens Natura Brasil	A Natura utilizou 1,2% de material reciclado pós-consumo na massa total de embalagens Natura Brasil	 1,4% 2013 2020 10% Atingimento 2014: -2,3%
	Utilizar, no mínimo, 74% de material reciclável na massa total das embalagens Natura Brasil	A Natura utilizou 57,5% de material reciclável na massa total das embalagens Natura Brasil	 56% 2013 2020 74% Atingimento 2014: 8%
	Garantir que 40% das unidades faturadas Natura Brasil sejam embalagens ecoeficientes ¹	29% das unidades faturadas no Brasil eram embalagens ecoeficientes ¹	 21,4% 2013 2020 40% Atingimento 2014: 41%
Mudanças climáticas	Para a marca Natura, reduzir em 33% a emissão relativa de gases de efeito estufa (escopo 1, 2 e 3)	A Natura registrou crescimento de 2,2% nas emissões relativas de GEE em 2014. Em relação ao ano-base de 2012, a redução acumulada é de 6,7%	 0% 2012 2020 -33% Atingimento 2014: 21%
	Continuar compensando todas as emissões que não puderem ser evitadas, por meio de iniciativas que, além da redução e/ou captura de gases de efeito estufa, tenham o objetivo de proporcionar benefícios socioambientais, prioritariamente na região pan-amazônica	Até dezembro de 2014, a Natura contratou 23 projetos de compensação de emissões, totalizando 1.875.170 tCO ₂ e, dos quais 33% são provenientes de projetos localizados na Amazônia Legal. Lançou também edital para a contratação de novos projetos	 Em execução

Dimensão	Ambições e compromissos 2020	Desempenho 2014	Status*
Energia	Implementar estratégia de diversificação de fontes de energia renovável para as operações Natura no Brasil	Exemplos de ações relevantes: unidades industriais de Benevides e Cajamar utilizam em suas caldeiras fontes renováveis de energia (etanol em Cajamar e briquetes de madeira em Benevides). Para o transporte de produtos, em 2014 a empresa investiu também no sistema de cabotagem. A estratégia de diversificação de fontes de energia renovável começará a ser desenvolvida em 2015	 Não iniciada
Sociobiodiversidade	Alcançar 10 mil famílias nas cadeias produtivas da Pan-Amazônia	Em 2014, a Natura se relacionou com 2.106 famílias da região	 1.734 2010 2020 10.000 Atingimento 2014: 5%
	Movimentar R\$ 1 bilhão em volume de negócios na região Pan-Amazônica	R\$ 197 milhões movimentados em 2014. Em relação ao ano-base 2010, o volume acumulado de negócios gerados na região corresponde a R\$ 582,1 milhões	 R\$ milhões 89 2010 2020 1.000 Atingimento 2014: 54%
Resíduos	Coletar e destinar para reciclagem 50% da quantidade de resíduos gerados pelas embalagens de produtos da Natura no Brasil (em t equivalentes)	Formatação do Projeto Gerenciador Integrado, que entrará em atividade, em escala piloto, ao longo do segundo semestre de 2015. A Natura vem dialogando com organizações e empresas para conectar, de forma eficiente e justa, toda a cadeia de logística reversa	 Em planejamento
Água	Para a marca Natura no Brasil, implementar estratégia para redução e neutralização de impacto, com base na medição de pegada hídrica, considerando toda a cadeia de valor	O estudo da pegada hídrica da Natura teve início em 2014 e será finalizado em 2015. A metodologia, além de considerar toda a cadeia estendida, avalia os níveis de biodegradabilidade e de ecotoxicidade, ou seja, os efeitos que os produtos podem causar aos organismos vivos quando lançados no meio ambiente	 Não iniciada

Dimensão	Ambições e compromissos 2020	Desempenho 2014	Status*
Cadeias de fornecimento	Garantir, até 2015, a rastreabilidade de 100% dos insumos produzidos pelos fabricantes diretos (último elo) e, até 2020, implementar um programa de rastreabilidade para os demais elos da cadeia de valor da marca Natura	A Natura desenvolveu e implementou o Sistema Natura de Verificação de Cadeias de Abastecimento de Insumos da Biodiversidade, que visa monitorar e desenvolver essas cadeias. O desenvolvimento da estratégia de rastreabilidade dos demais insumos será iniciado em 2015	 Em planejamento

Nossa Rede

Dimensão	Ambições e compromissos 2020	Desempenho 2014	Status*
Clientes	Definir temas prioritários e implementar uma estratégia que mobilize o cliente da marca Natura	Com o lançamento da visão de sustentabilidade e após uma ampla consulta a seus públicos estratégicos, a Natura atualizou sua matriz de materialidade, que agora é formada por seis temas prioritários: resíduos, mudanças climáticas, valorização da sociobiodiversidade, água, transparência e origem dos produtos e educação	 Em planejamento
Consultoras e consultores	Aumentar significativamente a renda média real das consultoras e dos consultores Natura no Brasil	A metodologia para o cálculo da renda média anual das CNs foi aprimorada em 2014 e, a partir de 2015, serão estruturados planos de ação	 Em execução
	Despertar o interesse pelo aprendizado constante e oferecer uma ampla oferta de educação, que atenda às suas necessidades	A Natura aprimorou sua oferta de educação para as CNs, tanto no modelo presencial como no virtual. Em parceria com uma organização especializada, um projeto piloto com 15 mil CNs ofereceu cursos profissionalizantes semipresenciais. Também foram incluídos 200 cursos da plataforma Escola Digital no Portal do Conhecimento, que concentra as ações de e-learning para as consultoras	 Em execução

Dimensão	Ambições e compromissos 2020	Desempenho 2014	Status*
Consultoras e consultores	<p>Criar indicador para avaliar o desenvolvimento humano desse público e estruturar estratégia para melhoria significativa</p>	<p>Foi desenvolvida uma metodologia própria, o IDH-CN. O índice será medido anualmente e, com base em seus resultados, serão estruturados planos de ação em prol de melhorias significativas</p>	 <p>Em execução</p>
	<p>Ampliar a rede de colaboração, apoiando ações de empreendedorismo socioambiental</p>	<p>A Natura lançou o Movimento Natura 2.0, plataforma aberta que conecta iniciativas transformadoras de impacto social a pessoas que estão dispostas a colaborar</p>	 <p>Em implantação</p>
Colaboradores	<p>Para a marca Natura, atingir índice de mulheres em cargos de liderança (nível diretoria e acima) de 50%</p>	<p>A Natura atingiu o índice de 30% de mulheres em cargos de liderança (diretoria e acima)</p>	 <p>Atingimento 2014: 5%</p>
	<p>Para a marca Natura no Brasil, ter 8% de pessoas com deficiência no quadro de colaboradores</p>	<p>Em 2014, as pessoas com deficiência representaram 5% do total de colaboradores do Brasil. No CDSP, dotado de alta tecnologia que possibilita a inclusão de PcDs, atualmente 18% dos colaboradores possuem deficiência. Para o CDSP, a meta é alcançar 30%</p>	 <p>Atingimento 2014: 19%</p>
	<p>Implementar estratégia para alavancar o potencial de realização dos colaboradores por meio do engajamento à cultura da Natura</p>	<p>A Natura atualizou seu modelo e as práticas de gestão de pessoas e cultura organizacional. O resultado foi a atualização do desenho organizacional, das formas de avaliação, do modelo de reconhecimentos e recompensas e da estratégia de comunicação interna</p>	 <p>Em execução</p>

Dimensão	Ambições e compromissos 2020	Desempenho 2014	Status*
Comunidades	<p>Evoluir os indicadores de medição do desenvolvimento humano e social de nossas comunidades e estruturar plano para melhoria significativa</p>	<p>Foi desenvolvida metodologia para adaptação do IPS (Índice de Progresso Social), lançado em 2012 para 132 países, à realidade das comunidades de relacionamento da Natura. O índice considera uma grande variedade de indicadores ambientais e sociais. Em parceria com Coca-Cola e Ipsos, teve início um projeto pioneiro de coleta de dados em uma região estratégica no Médio Juruá (município de Carauari/AM). Os resultados serão divulgados em 2015</p>	 <p>Em execução</p>
	<p>Desenvolver estratégia para os territórios da sociobiodiversidade na região pan-amazônica e das comunidades do entorno de nossas principais operações no Brasil, por meio do diálogo e da construção colaborativa com as populações e os atores locais</p>	<p>Foi desenvolvida e validada estratégia para atuação nos entornos de Cajamar, Nasp (São Paulo) e Benevides, assim como para os territórios do Médio Juruá e Baixo Tocantins – nordeste paraense.</p> <p>No território do Médio Juruá e no entorno de Benevides, já foram desenhados os Planos de Desenvolvimento Territorial por meio de arranjos multissetoriais e agenda compartilhada de projetos, metas e indicadores. Os planos dos demais territórios e regiões de entorno estão em fase de elaboração</p>	 <p>Em execução</p>
Fornecedores	<p>Evoluir o processo de seleção e gestão dos fornecedores, ampliando a integração dos parâmetros socioambientais aos financeiros</p>	<p>A revisão dos critérios socioambientais do processo está prevista para ocorrer em 2016, a partir da evolução do projeto de mensuração de externalidades socioambientais</p>	 <p>Não iniciada</p>

Gestão e organização

Dimensão	Ambições e compromissos 2020	Desempenho 2014	Status*
Modelo de gestão	Para a marca Natura, implementar a valoração das externalidades socioambientais, considerando os impactos positivos e negativos da cadeia de valor estendida (da extração de matérias-primas ao descarte de produtos)	A Natura começou a desenvolver uma metodologia para a valoração das externalidades ambientais, próprias e de toda a cadeia de valor. Além dos resíduos e das emissões, cujos inventários já estão prontos, a empresa finaliza o estudo de sua pegada hídrica em 2015 e está concluindo a mensuração do uso da terra e do uso dos ativos da biodiversidade. Em 2015, será feita a valoração dessas externalidades para, assim, integrá-las ao modelo de gestão	 Em planejamento
Governo e sociedade	Estimular a discussão e o debate público dos temas materiais a partir da revisão da matriz de materialidade realizada em 2014	A Natura participa ativamente para a aprovação do novo marco legal da biodiversidade, um dos temas materiais da empresa. No início de 2015, o projeto de lei foi aprovado pela Câmara e aguarda agora aprovação do Senado para seguir para a sanção presidencial. Por meio da Abihpec, atua também em prol do cumprimento da Política Nacional de Resíduos Sólidos. Com a evolução da matriz de materialidade da Natura, uma nova estratégia de debate público será estruturada a partir de 2015	 Em execução
Engajamento de públicos	Institucionalizar um modelo de governança com engajamento externo para evolução da gestão e da estratégia de sustentabilidade	A Natura atualizou sua matriz de materialidade a partir da estratégia 2050 e das ambições 2020, explicitadas na nova visão de sustentabilidade. O processo de atualização contou com a participação dos públicos estratégicos do Brasil e das OIs: colaboradores (incluindo a liderança), CNs, clientes, fornecedores (incluindo as comunidades fornecedoras) e comunidades do entorno. Foram mais de 4.300 consultas realizadas	 Em planejamento

Dimensão	Ambições e compromissos 2020	Desempenho 2014	Status*
Ética e transparência	Para a marca Natura, implantar total transparência no fornecimento de informações dos produtos e da evolução da visão de sustentabilidade	Após um diagnóstico realizado em 2014, que apontou que os dados das embalagens dos produtos não refletem mais a totalidade das iniciativas ambientais da Natura, a tabela ambiental presente nas embalagens será atualizada em 2015. Com base na nova visão de sustentabilidade, novos indicadores foram definidos. A forma de comunicação sobre as práticas da empresa e a visão de sustentabilidade também será aprimorada	 Em planejamento
Governança da sustentabilidade	Implantar um Conselho Consultivo, formado por especialistas externos, que avaliará o progresso da empresa e ajudará a evoluir a estratégia	O planejamento para a estruturação do Conselho Consultivo começou a ser desenvolvido em 2014. Após sua aprovação, a previsão é que ele seja implantado em 2015	 Em planejamento

¹ Embalagens com redução de, no mínimo, 50% de peso em relação à embalagem regular/similar ou que apresentam 50% de sua composição com MRPC e/ou material renovável não celulósico, desde que não apresentem aumento de massa.

*Refere-se ao atingimento da ambição em 2014 em relação ao ano de 2020 e ao ano-base estipulado.