



2002



relatório anual
natura



relatório anual
natura
2002



- 02 Mensagem da Presidência
- 06 Visão, Razão de Ser, Estratégia, Crenças e Valores
- 10 Metodologia
- 12 Perfil da Organização
- 14 Principais Indicadores
- 18 Análise dos Resultados Econômico-Financeiros, Sociais e Ambientais
- 26 Governança Corporativa
- 30 Gestão e Produtividade
- 42 Perspectivas e Novos Negócios
- 44 Indicadores Econômicos, Ambientais e Sociais
- 68 Iniciativas e Parcerias Ambientais e Sociais
- 75 Índice Remissivo – Global Reporting Initiative
- 76 Demonstrações Financeiras



mensagem da presidência

Compromisso com um Brasil sustentável

A cada dia cresce no mundo o número de pessoas e organizações que compartilham o ideal de uma sociedade mais justa e buscam conciliar suas atividades com um modelo sustentável de desenvolvimento. A Natura integra esse movimento, que sonha construir um mundo de relações mais harmoniosas, em que a vida seja sempre respeitada.



Trilhando esse caminho, a Natura tem procurado fazer com que suas atividades sejam regidas por práticas economicamente viáveis, ambientalmente corretas e socialmente justas. Isso representa um esforço permanente na tentativa de incorporar tais princípios à cultura da empresa e a seus processos de gestão, o que inclui comunicá-los de forma ampla e transparente e disseminá-los entre consumidores, colaboradores, consultoras, fornecedores e as comunidades com as quais a empresa se relaciona. Em 2002, passamos carinhosamente a chamar de “Gente Bonita de Verdade” esse conjunto de pessoas de diferentes grupos, que se irmanam em torno desse ideal.

A opção pelo desenvolvimento sustentável levou a Natura a adotar um modelo transparente na comunicação de suas atividades, publicando os resultados da companhia tanto na dimensão econômico-financeira como nas dimensões social e ambiental, atribuindo-lhes pesos equivalentes. Com isso, a Natura pretende contribuir para uma necessária mudança na agenda do comportamento empresarial.

Sob essa tripla perspectiva, a Natura, em 2002, completou um ciclo de investimentos em infra-estrutura e avançou significativamente no resgate de sua eficiência operacional e de gestão. Isso propiciou expressivos resultados econômico-financeiros, a despeito da instabilidade cambial e do recrudescimento das pressões inflacionárias. No plano socioambiental, enraizou-se na empresa o compromisso com o uso sustentável da biodiversidade brasileira e com a busca de relações de qualidade com todas as partes interessadas nos nossos negócios. Esse conjunto de avanços nos permite vislumbrar uma nova e importante fase de crescimento.

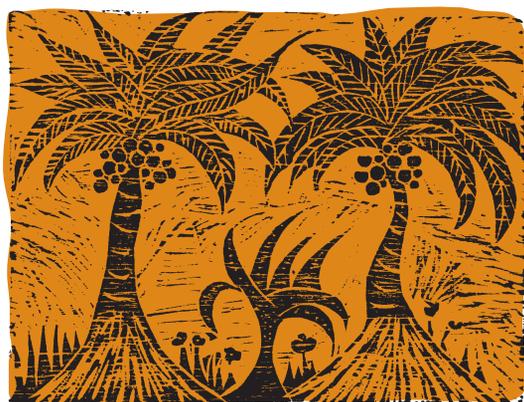
Do ponto de vista econômico-financeiro, a manutenção da posição de mercado foi acompanhada de expressivos progressos na qualidade dos resultados. As vendas alcançaram a marca de R\$ 1,4 bilhão, com crescimento de 4,8% no volume físico. O lucro líquido do exercício, de R\$ 119,0 milhões, é o maior da história da empresa e expressa um salto de 187,5% em relação ao obtido em 2001. Com isso, a rentabilidade operacional passou de 13,3% em 2001 para 18,1% em 2002. A geração de caixa, representada pelo EBITDA, registrou ampliação de 56,5%. Com a conclusão dos relevantes investimentos no Espaço Natura, em Cajamar, foi possível destinar recursos à redução, em cerca de 40%, tanto do endividamento como das despesas financeiras.

A superação dessa etapa de investimentos em infra-estrutura permitiu a obtenção de grande avanços na qualidade dos processos logísticos e de produção, bem como a concentração de esforços em nossa expansão internacional e no exercício e aprofundamento de nossas competências essenciais: a criação de conceitos, produtos e serviços que promovam o bem-estar e o estar bem de nossos consumidores, consultoras e colaboradores, e de toda a sociedade.

As operações internacionais, especialmente na Argentina e no Peru, apresentaram relevantes ganhos de participação de mercado, na captação de novas consultoras, na consolidação da marca e na vitalidade dos negócios, apesar das turbulências políticas e econômicas vividas pela América Latina em 2002.

A inovação em produtos e conceitos continuou e continuará a ser prioritária para a Natura: em 2002, o investimento na área de Pesquisa e Desenvolvimento representou cerca de 3,1% da receita líquida. Isso permitiu, entre outros resultados, o lançamento de 91 novos produtos, que vieram a se incorporar ao nosso portfólio.

Com relação ao modelo de negócio, estamos determinados a buscar maior proximidade com nossas mais de 300 mil consultoras independentes, apoiando seu desenvolvimento e qualificação, e alimentando seu entusiasmo com a empresa, suas crenças e seus produtos, o que garantirá um atendimento diferenciado aos nossos consumidores finais. Temos a convicção de que esse esforço pode dar início a um novo ciclo de grande e saudável crescimento, facilitando o acesso aos nossos produtos por parte de muitos consumidores, até aqui não atendidos.



No tocante aos aspectos sociais, a Natura vem buscando integrar as melhores práticas de responsabilidade social aos processos de gestão dos seus negócios. É um desafio complexo e, em 2002, não evoluímos tanto quanto gostaríamos. Progressos mais expressivos são esperados para 2003, com o início da implementação do Sistema de Gestão da Responsabilidade Social, inspirado na norma ISO 14001. Não obstante essa

avaliação, o resultado geral pode ser considerado positivo, já que a pontuação da empresa, com base nos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, foi de 8,58 contra 8,55 em 2001, ambas acima da média do grupo de benchmark daquele instituto.

Em relação aos colaboradores, continuamos a avançar nos processos de gestão de pessoas, investindo no aperfeiçoamento das relações e acentuando a estratégia de atrair e manter talentos. Reflexos evidentes podem ser detectados na evolução dos indicadores da pesquisa anual de clima organizacional, conduzida por consultoria independente. Essa pesquisa realizada junto aos colaboradores em 2002 resultou em 70% de repostas favoráveis quanto à forma como a empresa cuida das suas pessoas (58% em 2001), contra 56% apurados na média do mercado.

Vital para os resultados da empresa, a comunidade de consultoras Natura cresceu significativamente. A importância da atividade de consultoria ganha destaque ao considerarmos a oportunidade de geração de renda que ela significa. Em 2002, 21 mil novas consultoras passaram a fazer parte do nosso sistema, com um rendimento médio anual da ordem de R\$ 1.910,00. Para um total de 307 mil consultoras em atividade em todo o País, a Natura gerou uma renda potencial da ordem de R\$ 600 milhões. Os investimentos em capacitação profissional possibilitaram um aumento de 16% no número de consultoras treinadas, em relação ao ano anterior. Em pesquisa de satisfação realizada em 2002, 88% das consultoras declararam estar “satisfeitas” ou “muito satisfeitas” com a Natura, índice que coloca a empresa como referência no mercado de venda direta no Brasil.

A Natura ainda identifica espaço para evoluir nas relações com seus fornecedores e promover ganhos significativos para ambas as partes. Há uma oportunidade valiosa para aprofundar as relações com esses importantes parceiros, aumentando nossa capacidade de inovação, ampliando o volume de negócios e, com o mesmo empenho, buscando o envolvimento de fornecedores estratégicos nas práticas da responsabilidade social corporativa. Neste sentido, para 2003, estudaremos a adoção de um processo de certificação de fornecedores, com ênfase em aspectos laborais e sociais.

O compromisso da Natura com a comunidade levou a empresa a empreender, em 2002, ações inovadoras, como o projeto Novos Olhares, que faz parte do seu Programa de Promoção do Voluntariado. Esse projeto, de oficinas de auto-maquagem em hospitais para pacientes em tratamento de câncer, e seus acompanhantes, reuniu 90 colaboradores voluntários, já em seu primeiro ano, e atendeu 1.300 pessoas, em 80 oficinas. Também merece destaque o programa Cidadão em Movimento, de fortalecimento da cidadania em Cajamar, que formou, em 2002, 46 lideranças da sociedade civil em cursos de gestores sociais, além de apoiar a constituição da ONG ambiental Mata Nativa. Esses projetos sociais juntam-se a outros desenvolvidos pela Natura, como o Programa Crer para Ver, em parceria com a Fundação Abrinq, que entrou no seu sétimo ano de existência e, desde 1995, já investiu R\$ 12,4 milhões, beneficiando cerca de 3.600 escolas da rede pública de ensino em todo o País.

Em relação aos aspectos ambientais, o ano de 2002 pode ser considerado um marco decisivo na trajetória da empresa, no que se refere à busca de um modelo sustentável e integrado para o seu negócio. Apesar da pouca experiência e das dificuldades de implantação desse novo modelo, o uso sustentável de ativos da biodiversidade brasileira na linha de produtos Natura Ekos tem-se revelado uma oportunidade valiosa para o crescimento dos negócios da empresa – com claro potencial para ser a porta de entrada em novos mercados internacionais. Parte fundamental desse processo, o Programa de Certificação de Ativos, pelo qual a Natura pretende justamente garantir o uso sustentável de matérias-primas da linha Natura Ekos, registrou avanços consistentes em 2002, quando 13 ativos estavam em processo de certificação e 9 tinham passado pela etapa de pré-diagnóstico.

Outro importante passo no aprimoramento de seus processos de gestão ambiental foi o início da implantação do sistema ISO 14001. Destaque adicional é a decisão estratégica de iniciar, em 2003, a adoção do conceito de ciclo de vida dos produtos, para melhor avaliar os impactos ambientais das nossas atividades.

Por fim, não podemos deixar de olhar para 2002 sem expressar nossa gratidão aos colaboradores, consultoras e parceiros que tornam possível os êxitos que temos obtido e compartilham conosco o sonho da construção de um mundo melhor. Acreditamos que a sociedade brasileira tem dado provas de amadurecimento e de adesão a um projeto de nação em que as oportunidades de desenvolvimento se estendam efetivamente a todos os cidadãos. Diante disso, encaramos os desafios do futuro com redobrado entusiasmo, renovando o compromisso de conduzir a empresa segundo os princípios do desenvolvimento sustentável e com os mais elevados padrões de excelência e transparência, de modo a colaborar para a construção de um Brasil mais justo. A Natura, empresa integralmente brasileira, acredita nesse ideal e trabalha para atingi-lo.



Luiz Seabra
Presidente Fundador

Guilherme Peirão Leal
Presidente Executivo

Pedro Luiz Passos
Presidente de Operações

nossa visão

A Natura, por seu comportamento empresarial, pela qualidade das relações que estabelece e por seus produtos e serviços, será uma marca de expressão mundial, identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro, com a natureza da qual fazem parte, com o todo.

nossa razão de ser

é criar e comercializar produtos e serviços que promovam o **Bem-Estar/Estar Bem**

Bem-Estar é a relação harmoniosa, agradável, do indivíduo consigo mesmo, com seu corpo.

Estar Bem é a relação empática, bem-sucedida, prazerosa, do indivíduo com o outro, com a natureza da qual faz parte, com o todo.

estratégia

A Natura continuará ampliando sua participação no mercado, por meio do aperfeiçoamento constante das suas relações com seus diversos públicos e do desenvolvimento de produtos e serviços inovadores.

Ao mesmo tempo, ampliará sua presença internacional, seja por meio da consolidação dos atuais mercados, seja com a conquista de novos na América Latina. Prospectar os mercados dos Estados Unidos e da Europa, principalmente com a linha Natura Ekos, está igualmente entre os objetivos da empresa. O uso sustentável dos recursos da biodiversidade brasileira é a principal plataforma de crescimento dos negócios, tanto no Brasil quanto no exterior.

A opção pela venda direta, no Brasil e na América Latina, implica o compromisso sempre renovado de estimular e participar do desenvolvimento pessoal, material, social e profissional das consultoras Natura. A empresa continuará investindo no estreitamento do vínculo com esse importante público e na ampliação do número de consultoras em atividade.

Ao estabelecer prioridades, a Natura reafirma a diretriz de crescer com base em sua Razão de Ser – criar e comercializar produtos que promovam o Bem-Estar e o Estar Bem. São princípios, por sua vez, norteados pelas Crenças e Valores da empresa. Na condução dos seus negócios, a Natura continuará adotando práticas de gestão baseadas nos conceitos do desenvolvimento sustentável, observando os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas atividades. Como forma de disseminar esses princípios, a Natura permanecerá investindo na educação e no conhecimento das diversas comunidades com as quais se relaciona.



nossas crenças

a vida é um encadeamento de relações.

Nada no universo existe por si só.

Tudo é interdependente.

Acreditamos que a percepção da importância das relações é o fundamento da grande revolução humana na valorização da paz, da solidariedade e da vida em todas as suas manifestações.

a busca permanente do aperfeiçoamento é o que promove o desenvolvimento dos indivíduos, das organizações e da sociedade.

o compromisso com a verdade é o caminho para a qualidade das relações.

quanto maior a diversidade das partes, maior a riqueza e a vitalidade do todo.

a busca da beleza, legítimo anseio de todo ser humano, deve estar liberta de preconceitos e manipulações.

a empresa, organismo vivo, é um dinâmico conjunto de relações. seu valor e longevidade estão ligados à sua capacidade de contribuir para a evolução da sociedade e seu desenvolvimento sustentável.

nossos valores

humanismo cultivo das relações

Valoriza ao máximo as relações e o potencial humano. Respeita e estimula a individualidade que enriquece a diversidade.

Busca contribuir para o aperfeiçoamento da sociedade e da qualidade das relações com cada uma de suas ações.

criatividade ousar inovar

Busca soluções inovadoras com alegria, ousadia, determinação e paixão.

Objetiva o aperfeiçoamento contínuo com intuição, sensibilidade e conhecimento.

equilíbrio harmonia, interdependência

Inspira-se no equilíbrio e na dinâmica da natureza. Percebe o Homem como parte da natureza, com a qual deve harmonizar-se, e valoriza a interação com ela. Busca aliar consciência e competência. Discurso e prática. Saber e fazer. Ética e Estética.

transparência claro, evidente, que se deixa conhecer

Vive seus processos abertamente. É franca, à vontade. É contra ambigüidades, manipulações e discriminação em todas as relações. Busca com determinação a qualidade e reconhece suas imperfeições. Compartilha suas dúvidas e a busca de respostas.





metodologia



A Natura, coerente com suas Crenças e Valores, e pautada pelas melhores práticas de governança corporativa, tem procurado transmitir para a comunidade, de forma ampla, transparente, sistemática e organizada, informações sobre seus negócios e atividades. Nesse sentido, reconhece o empenho de muitas corporações, brasileiras e estrangeiras, no sentido de adotar e aperfeiçoar a forma como se comunicam com a sociedade, e conclama outras empresas a assumir o mesmo compromisso.

Este esforço tem sido reconhecido pelos prêmios e menções com os quais importantes instituições de defesa do consumidor e de analistas do mercado de capitais, assim como de comunicação empresarial e responsabilidade social e ambiental, têm distinguido os relatórios da Natura (ver Reconhecimentos, página 41).

Primeira e até aqui única empresa brasileira a adotar, integralmente, os modelos de comunicação de atividades recomendados pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e pela Global Reporting Initiative, GRI, entidade surgida em 1997 do esforço de instituições multilaterais para desenvolver uma estrutura de relatórios espontâneos sobre o impacto econômico, social e ambiental

das atividades empresariais, a Natura adota padrões rigorosos de transparência na produção do material de comunicação que destina a seus diferentes públicos.

Vale ressaltar ainda que a Natura é a única empresa brasileira que integra o seletivo grupo de companhias do Structured Feedback Process, fórum composto por 30 grandes corporações internacionais que adotaram o modelo GRI em seus relatórios. Algumas das contribuições da Natura para o aprimoramento desse modelo foram incorporados na versão 2002. A Natura já utiliza esta nova versão do relatório da Global Reporting Initiative, como pode ser constatado no conteúdo deste documento e conforme declaração expressa da empresa publicada na página 45.

Além das recomendações da GRI, este relatório segue a orientação da Associação Brasileira dos Analistas de Mercado de Capitais, para a divulgação de resultados empresariais, com análise de desempenho acompanhada de informações sobre gestão de riscos e práticas de governança corporativa. Também são atendidos os critérios e indicadores estabelecidos pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, nascido em 1998 e cuja missão é mobilizar e apoiar empresas a conduzirem seus negócios de forma socialmente responsável.



Débora Silva Neto,
consumidora Natura

O presente relatório anual, referente às atividades de 2002, consolida, numa única peça, a descrição analítica dos impactos econômico-financeiros, ambientais e sociais das atividades da Natura. A união dos temas no relatório relativo a 2002 – em 2000 e 2001, os relatórios da administração e de responsabilidade corporativa foram publicados separadamente – tem um significado muito mais amplo do que a simples consolidação dos três aspectos que emolduram os princípios do desenvolvimento sustentável num único documento.

Tais procedimentos fazem parte dos esforços da Natura de se fazer percebida, a um só tempo e de forma integrada, pela evolução dos seus negócios no mercado e pela característica de uma administração calcada no respeito às questões ambientais e sociais. São pontos, na visão da empresa, indissociáveis para a obtenção de um crescimento sustentável.

A decisão de unir as demonstrações atende ainda ao requisito de dar transparência aos atos da Natura em todos os seus aspectos e para todos os seus públicos de relacionamento. Tal objetivo faz com que a metodologia adotada obedeça, como nos relatórios anteriores, aos preceitos estabelecidos por institutos independentes para a divulgação de resultados da atividade empresarial.





perfil da organização



Nascida há 33 anos em uma pequena loja, na cidade de São Paulo, a Natura é hoje um dos maiores fabricantes brasileiros de cosméticos e produtos de higiene e de perfumaria. Em sua gestão, a Natura adota normas de governança corporativa segundo as melhores práticas do mercado.

O Espaço Natura, centro integrado de produção, logística, pesquisa e desenvolvimento, implantado em um terreno

de 678 mil m² e área construída de 77 mil m², no município de Cajamar, Grande São Paulo, está entre os maiores e mais avançados da América Latina.

Com produção de mais de 100 milhões de itens por ano, que compõem um portfólio de 450 produtos, a Natura responde por 14% do mercado em que opera. A empresa distribui seus próprios produtos e os coloca ao consumidor final por meio de 307 mil consultoras, que, pelo sistema de venda direta, atingem cerca de

Linha do Tempo

primeiro ciclo

1969

Nasce a Natura – uma loja e um laboratório –, já então movida por duas grandes paixões: pelo cosmético como veículo de autoconhecimento e poder de transformação na vida das pessoas; e pelas relações humanas como a grande expressão da vida.

1974

A Natura opta pelo sistema de vendas diretas. Surgem as Consultoras Natura.

1979

Entre 1979 e 1981, novas empresas agregam-se ao grupo e formam o sistema Natura.

1980

Na década de 80, vive uma fase de expansão, tanto na linha de produtos como na presença da marca no país. No período, considerado a “década perdida” para a economia brasileira em geral, a Natura cresceu 35 vezes.

segundo ciclo

1989

As quatro empresas que formavam o sistema Natura fundem-se e uma ampla reorganização interna dá início à atual constituição da companhia.

1990

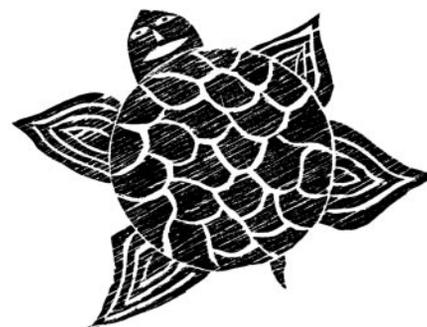
De 1990 a 1992, a Natura deixa explícitos Crenças e Valores e formaliza o compromisso social. A empresa prepara-se para a abertura do mercado brasileiro às importações.



Helena Satie Sasazima,
consultora Natura

5.000 municípios brasileiros. Pelo mesmo sistema, está presente na Argentina, Chile e Peru, mercados nos quais mantém operações de marketing e vendas, com uma equipe de cerca de 15 mil consultoras.

De capital totalmente nacional, controla, desde 1999, a Flora Medicinal, tradicional produtora de fitoterápicos que completou 90 anos de existência em 2002. Para comercializar esses produtos, usa farmácias e drogarias como canal de vendas.



terceiro ciclo 2000

1993

Entre 1993 e 1997, a companhia cresce 5,5 vezes. Em 1994, inicia a internacionalização, com presença crescente na Argentina, Chile e Peru, mediante a criação de Centros de Distribuição e a formação de consultoras.

1999

Aquisição da Flora Medicinal, tradicional fabricante de fitoterápicos.

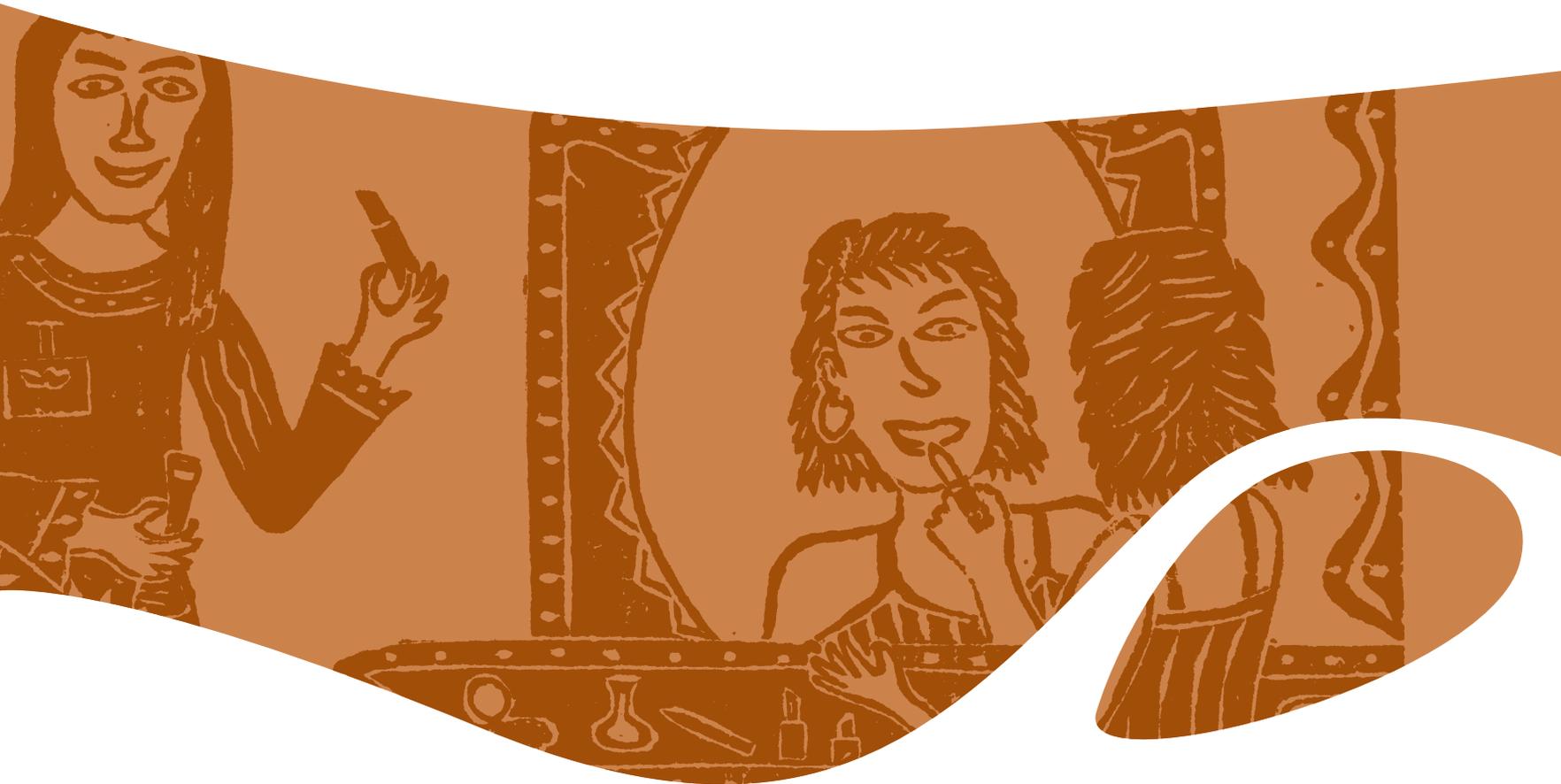
Fase de investimentos em infra-estrutura e capacitação, com a construção do Espaço Natura, em Cajamar. Lançamento da linha Natura Ekos, com o uso sustentado de ativos da biodiversidade brasileira. Início de um programa de recuperação da rentabilidade da companhia e reposicionamento da Flora Medicinal no mercado.

2001

Inauguração do Espaço Natura, em Cajamar, São Paulo. A linha Natura Ekos firma-se como principal meio de valorização da flora brasileira.

2002

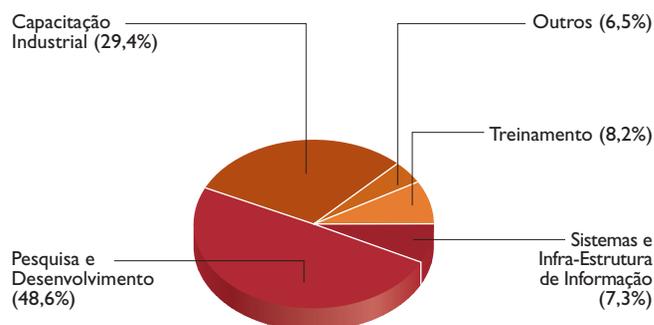
Consolidação dos investimentos em infra-estrutura e do programa de recuperação da rentabilidade. A empresa está preparada para novos saltos, em volume de produção e vendas e em tecnologia e inovação.



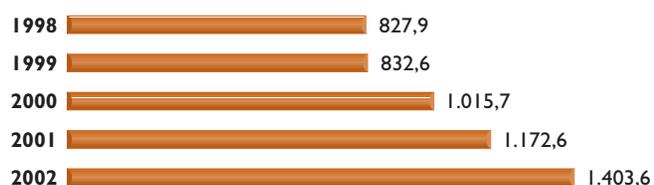
principais indicadores

Os indicadores de resultados da Natura buscam refletir, com exatidão e transparência, o desempenho da empresa, nos períodos registrados. Sua seleção obedece aos princípios da sustentabilidade perseguidos pela Natura e, portanto, procuram conferir igual importância às dimensões econômico-financeira, ambiental e social de seu negócio. Os indicadores aqui destacados incluem-se entre os relacionados pelos modelos recomendados por entidades do mercado financeiro, bem como por aquelas representativas de iniciativas sociais e ambientais reconhecidas pela sociedade.

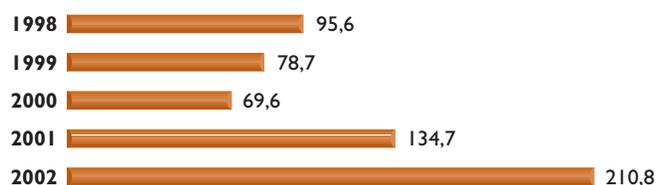
Distribuição dos Investimentos em 2002



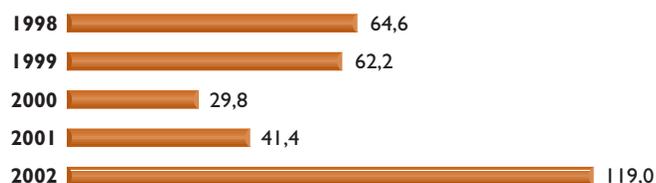
Evolução da Receita Bruta (em R\$ milhões)



Evolução do EBITDA (em R\$ milhões)



Evolução do Lucro Líquido (em R\$ milhões)





Débora Silva Neto,
consumidora Natura

Desempenho Financeiro¹ (R\$ milhões)

| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | Varição 02/01 |
|--|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Operações Brasil | 812,2 | 817,4 | 993,4 | 1.141,4 | 1.365,1 | 19,6 % |
| Operações Internacionais ² | 15,7 | 14,9 | 21,0 | 27,5 | 33,4 | 21,6% |
| Flora Medicinal | — | 0,3 | 1,3 | 3,7 | 5,0 | 36,1% |
| Receita Operacional Bruta | 827,9 | 832,6 | 1.015,7 | 1.172,6 | 1.403,6 | 19,7% |
| Receita Operacional Líquida | 558,1 | 547,8 | 690,4 | 813,1 | 983,4 | 20,9% |
| EBITDA ³ | 95,6 | 78,7 | 69,6 | 134,7 | 210,8 | 56,5% |
| Operações Brasil | 98,9 | 76,6 | 78,2 | 136,1 | 196,5 | 44,3% |
| Operações Internacionais | (9,2) | (12,2) | (18,8) | (18,0) | (12,1) | 55,0% |
| Flora Medicinal | — | (1,3) | (4,9) | (9,6) | (6,6) | 31,5% |
| Lucro Operacional⁴ | 89,7 | 63,1 | 54,6 | 108,5 | 177,8 | 63,9% |
| Lucro Líquido ⁵ | 64,6 | 62,2 | 29,8 | 41,4 | 119,0 | 187,5% |
| Investimentos ⁶ | 85,3 | 119,0 | 134,4 | 70,4 | 61,0 | (13,3%) |
| Resultado Financeiro | (3,9) | (1,4) | (28,4) | (72,5) | (44,4) | 38,7% |
| Ativo Total | 328,5 | 415,4 | 545,0 | 593,9 | 682,2 | 14,9% |
| Patrimônio Líquido e Debêntures com Participação ⁷ | 182,9 | 171,9 | 190,3 | 169,9 | 199,4 | 17,4% |
| Endividamento Líquido ⁸ | 24,2 | 82,9 | 240,8 | 237,6 | 141,6 | (40,4%) |

¹ Operações Brasil, Argentina, Chile, Peru e Flora Medicinal

² Operações Argentina, Chile e Peru

³ Lucro antes do resultado financeiro, participação de debêntures, imposto de renda, depreciação e amortização

⁴ Lucro operacional antes do resultado financeiro e após participação dos empregados

⁵ Lucro líquido antes de participações

⁶ Inclui itens não imobilizados

⁷ Total do patrimônio líquido e das debêntures com participação no resultado

⁸ Desconsidera as debêntures com participação nos resultados

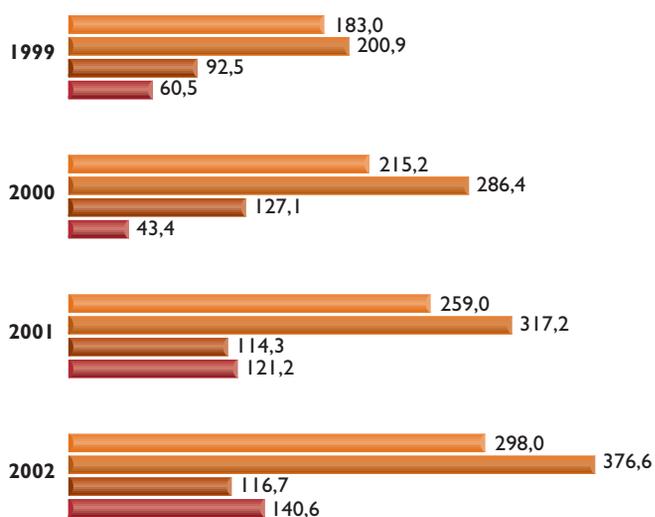
Desempenho dos Negócios

| | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | Varição 02/01 (%) |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------|
| Volume de Negócios ¹ (em R\$ milhões) | 1.182,7 | 1.189,4 | 1.450,5 | 1.675,2 | 2.005,1 | 19,7 |
| Produtividade (R\$ consultora/ano) | 5.304 | 5.184 | 5.424 | 5.890 | 6.483 | 10,1 |
| Nº de Produtos Lançados | 197 | 150 | 206 | 165 | 91 | (55,1) |

1. Receita gerada pelas consultoras

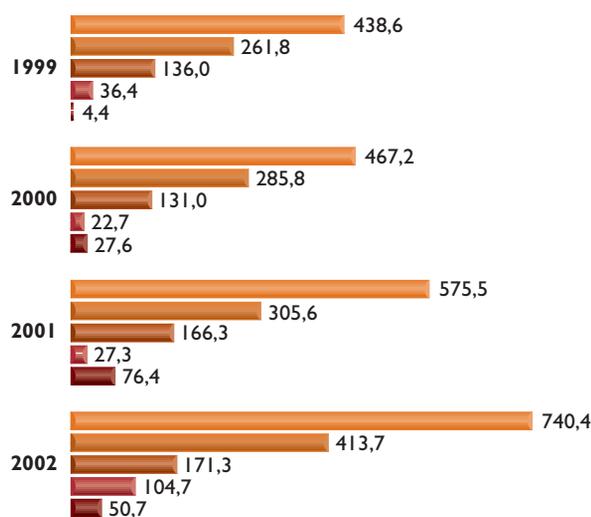
Classificação dos Custos (em R\$ milhões)

- Custo das Mercadorias Vendidas
- Despesas com Vendas
- Despesas Gerais e Administrativas
- Despesas Financeiras



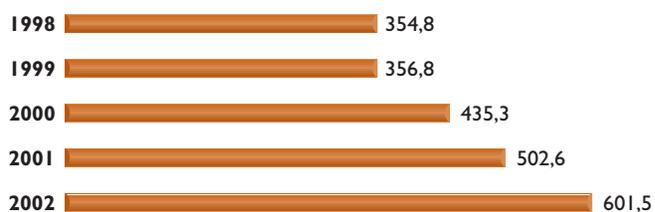
Valor Adicionado – Distribuição por Públicos (em R\$ milhões)

- Total do Valor Adicionado
- Governo
- Colaboradores
- Acionistas
- Juros* e Aluguéis



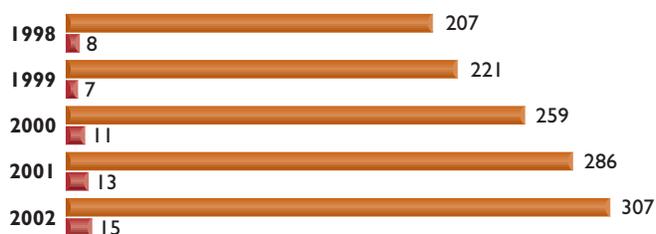
* Juros líquidos das receitas financeiras.

Distribuição de Riqueza – Consultoras Independentes (em R\$ milhões)



Número de Consultoras (em mil)

- Operações Brasil
- Operações Internacionais



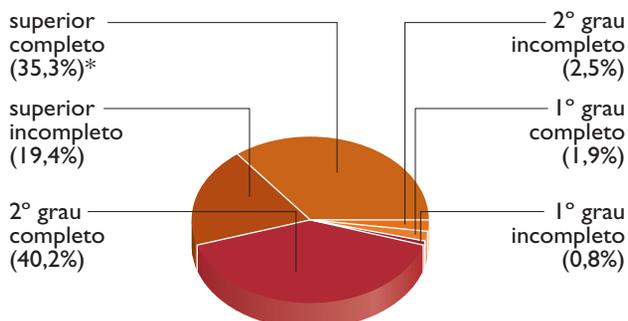
Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos – Evolução do Setor no Brasil

| Faturamento Líquido (em R\$ bilhões) | Variação | Variação anual | | | | |
|---|----------|----------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|
| | | PIB | Indústria Geral | Setor Volume | R\$ | |
| 1998 | 5,9 | 6,8% | 0,2% | -1,5% | 7,3% | 6,8% |
| 1999 | 6,6 | 11,8% | 0,8% | -1,6% | 4,2% | 11,7% |
| 2000 | 7,5 | 13,6% | 4,2% | 4,8% | 3,0% | 14,4% |
| 2001 | 8,3 | 10,6% | 1,5% | -0,6% | 2,4% | 10,5% |
| 2002 | 9,6 | 15,6% | 0,5% | -1,5% | 1,4% | 14,2% |
| Acumulado | | | 7,4% | -0,6% | 19,6% | 72,2% |

Fonte: ABIHPEC / SIPATESP

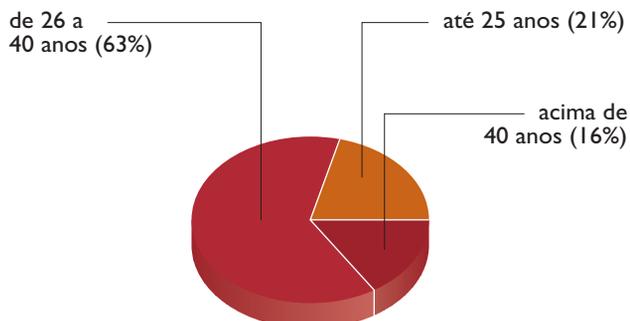
Perfil dos Colaboradores

Escolaridade

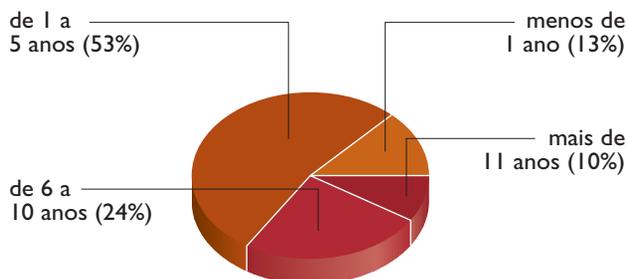


* Inclui colaboradores que cursaram ou estão cursando mestrado, doutorado, MBA, pós-graduação ou especialização (23,5%).

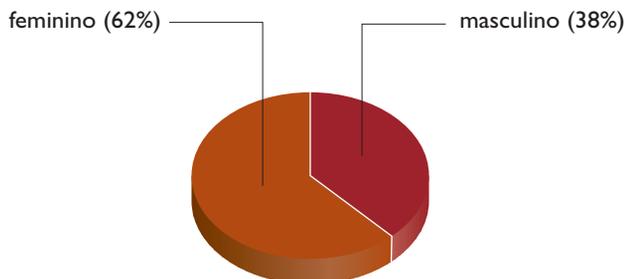
Faixa Etária



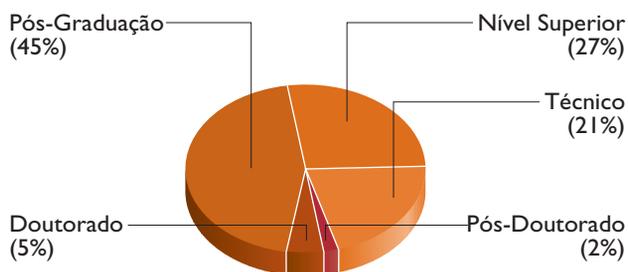
Tempo de Casa



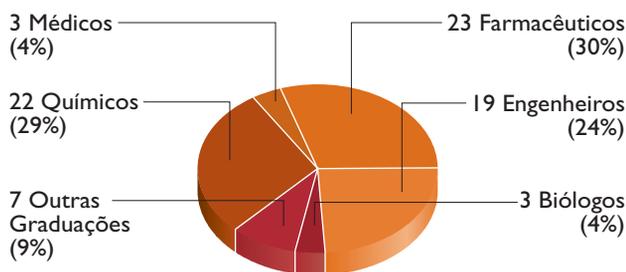
Sexo



Nível de escolaridade dos colaboradores de P&D



Profissão dos colaboradores graduados de P&D



Base: Censo bienal realizado em dezembro de 2001.

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social

| | Nota Natura | | | Média Grupo Benchmark | | |
|-------------------------|-------------|------|-------------|-----------------------|------|-------------|
| | 2000 | 2001 | 2002 | 2000 | 2001 | 2002 |
| Valores e Transparência | 7,08 | 7,70 | 9,00 | 7,20 | 6,85 | 8,15 |
| Público Interno | 7,84 | 7,36 | 7,77 | 7,41 | 6,54 | 7,66 |
| Meio Ambiente | 6,66 | 7,70 | 6,87 | 7,42 | 6,26 | 8,62 |
| Fornecedores | 8,33 | 9,37 | 8,74 | 7,11 | 4,99 | 7,68 |
| Consumidores | 8,33 | 9,16 | 9,16 | 8,50 | 8,00 | 8,99 |
| Comunidade | 9,58 | 9,16 | 9,16 | 8,92 | 7,75 | 8,83 |
| Governo e Sociedade | 8,12 | 9,37 | 9,37 | 7,62 | 7,22 | 8,43 |
| Performance Final* | 7,99 | 8,55 | 8,58 | 7,73 | 6,79 | 8,33 |

* Posição em 11/03/2003.



análise dos resultados econômico-financeiros, sociais e ambientais



Num ambiente econômico e político marcado pela instabilidade, a Natura conseguiu resultados excelentes em 2002. As vendas registraram expansão de 19,7%, alcançando R\$ 1,4 bilhão no exercício, com crescimento de 4,8 % no volume físico. A média da receita

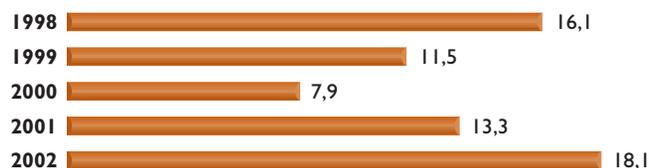
gerada por consultora observou um aumento de 10,1% em relação ao ano anterior.

Houve também progressos nos aspectos sociais e ambientais. Nos sociais, ressaltam-se o lançamento do projeto Novos Olhares e o resultado extremamente positivo da pesquisa de clima organizacional. Nas questões ambientais, a empresa estruturou-se, em 2002, para obter o certificado ISO 14.001 e progrediu em itens como redução no consumo de energia e tratamento de efluentes nas fábricas. Avançou, igualmente, na certificação de matérias-primas oriundas da biodiversidade brasileira.

Ao concentrar esforços, por dois exercícios seguidos, na reorganização produtiva, no aperfeiçoamento de processos e na redução de custos, a Natura obteve, no exercício, lucro líquido de R\$ 119,0 milhões, o maior já registrado pela empresa, e 187,5% superior ao de 2001. O lucro operacional, também recorde, cresceu 63,9% – de R\$ 108,5 milhões para R\$ 177,8 milhões. A rentabilidade

operacional (lucro operacional sobre receita líquida) passou de 13,3%, em 2001, para 18,1%, em 2002.

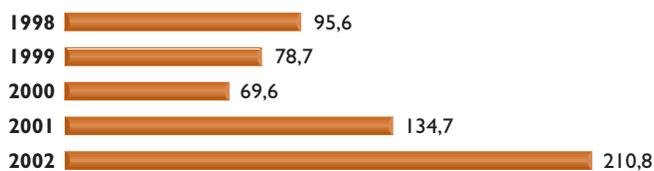
Rentabilidade Operacional (em %)



Outros indicadores igualmente registraram evolução. O EBITDA (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização), por exemplo, de R\$ 134,7 milhões, avançou 56,5%, atingindo R\$ 210,8 milhões em 2002. A ampliação da capacidade de geração de caixa, combinada com a conclusão do ciclo de investimentos em infra-estrutura, representado pela consolidação do Espaço Natura, propiciou uma redução de 40,4% no endividamento líquido. O recuo no endividamento líquido, de R\$ 237,6 milhões para R\$ 141,6 milhões, aliado ao fato de que toda a dívida em dólares encontra-se protegida contra oscilações cambiais, contribuiu para o corte de 38,7% verificado nas despesas financeiras líquidas, que caíram de R\$ 72,5 milhões para R\$ 44,4 milhões.

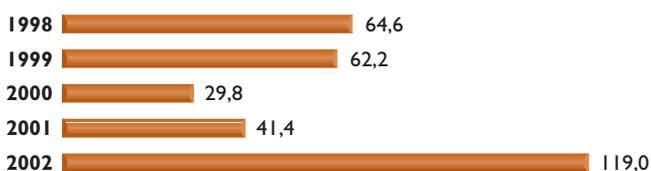


Evolução do EBITDA (em R\$ milhões)



As operações internacionais na Argentina, Chile e Peru mostraram vitalidade em 2002, com destaque para a ampliação da participação de mercado e para a capacidade de geração de caixa. A melhoria dos resultados, decorrente desses fatores, reduziu a necessidade de investimentos nos negócios naqueles países. O prejuízo operacional, de R\$ 18,0 milhões em 2001, caiu 33,0%, para R\$ 12,1 milhões em 2002. No mesmo sentido, reduziram-se em 31,5% (de R\$ 9,6 milhões, em 2001, para R\$ 6,6 milhões, em 2002) os prejuízos da Flora Medicinal, fabricante de produtos fitoterápicos adquirido em setembro de 1999.

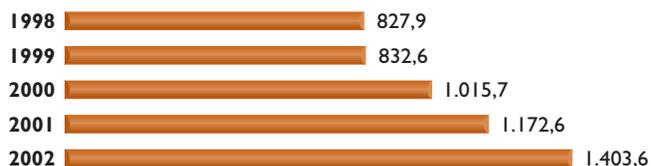
Evolução do Lucro Líquido (em R\$ milhões)



Desempenho dos negócios

Em 2002, a Natura manteve destacada posição no mercado. A receita operacional bruta avançou 19,7%, evoluindo de R\$ 1,2 bilhão, em 2001, para R\$ 1,4 bilhão. A expansão pode ser em parte explicada por uma recuperação de preços no início do exercício. Mesmo assim, as vendas físicas cresceram 4,8%. Além disso, um mix de produtos mais bem balanceado ajudou não só no aumento da receita, mas também na recuperação da margem bruta. Relevante foi, ainda, o crescimento no Norte, Centro-Oeste e Sul, regiões fora do eixo tradicional, e também no Rio de Janeiro.

Evolução da Receita Bruta (em R\$ milhões)



O número de consultoras no Brasil cresceu 7,2%, passando de 286,4 mil para 307,4 mil. O menor ritmo de crescimento em relação a 2001 (10,6%) deveu-se à decisão de estreitar o relacionamento com as consultoras e,

ao mesmo tempo, ampliar sua capacitação. O resultado, obtido já a partir do segundo semestre, foi uma expressiva melhora nos índices de fidelização de consultoras, aumento da frequência nas compras e redução na inadimplência, de modo a fixar bases para um maior crescimento a partir de 2003. O conjunto desses esforços propiciou ganhos de produtividade, permitindo a elevação nas receitas por consultora de uma média anual de R\$ 5.890, em 2001, para R\$ 6.483, em 2002.

Número de Consultoras – Brasil (em mil)



Custos

A Natura continuou, em 2002, a desenvolver o amplo programa de redução de custos iniciado em 2000. Combinado com os benefícios do primeiro ano



completo de funcionamento do Espaço Natura, inaugurado em maio de 2001, o programa levou a avanços na produtividade industrial. Em 2002, a Natura produziu 107 milhões de itens, em comparação com 91 milhões em 2001, a um custo unitário 10% menor. Levando-se em conta a forte desvalorização cambial ocorrida em 2002, que fez aumentar o preço dos insumos importados, a redução efetiva dos custos de produção foi ainda maior.

Investimentos

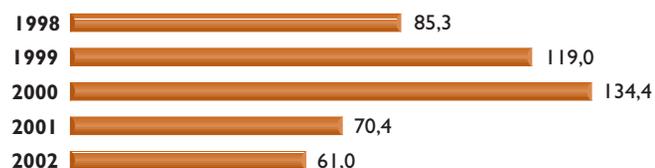
Em 2002, encerrou-se o ciclo de investimentos iniciado em 1998 para erguer e equipar o Espaço Natura. Esse principal fato, mais os esforços voltados à redução do endividamento, resultaram no recuo de R\$ 70,4 milhões, em 2001, para R\$ 61,0 milhões, em 2002, no total de investimentos.

No entanto, a Natura não descuidou de áreas fundamentais à continuidade dos negócios em bases sólidas, ligadas ao conhecimento e, portanto, garantidoras de novos saltos de crescimento no futuro. Os investimentos em Inovação (que incluem os gastos com Pesquisa e Desenvolvimento) aumentaram de R\$ 27,1

milhões, em 2001, para R\$ 29,7 milhões, em 2002. Foram investidos R\$ 5 milhões no treinamento de colaboradores, valor equivalente ao de 2001.

Evolução dos Investimentos

(em R\$ milhões)



Endividamento

Com a recuperação observada nas margens, ampliou-se, substancialmente, a capacidade de geração de caixa. O EBITDA (R\$ 210,8 milhões) cresceu 56,5% sobre uma base já ampliada – em 2001, houvera um avanço de 100% na comparação com 2000. Sem necessidade de grandes investimentos em ativo fixo, a geração de caixa pôde ser dirigida à redução do endividamento. Assim, financiamentos vencidos durante o exercício não foram renovados. Além disso, em 2002 a dívida em dólar estava totalmente protegida contra desvalorizações cambiais, o que não ocorrera em 2001.

Centro de distribuição da Natura em Cajamar, São Paulo



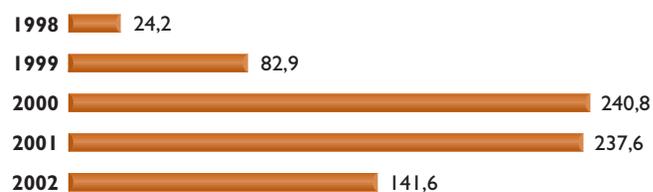


Valdeck de Garanhuns (esquerda)
com artistas da oficina de xilogravura do Projeto
Literarte, apoiado pela Natura, em Itapeperica da Serra

Com geração de caixa em alta e queda no endividamento, a Natura chega a 2003 com fôlego para alavancar recursos financeiros se e quando houver necessidade. A relação endividamento líquido sobre EBITDA, por exemplo, caiu de 1,8 em 2001 para apenas 0,7 em 2002. Importante ainda ressaltar a melhora no perfil das obrigações da companhia, quase todas de longo prazo, o que representa uma inversão em relação à posição de 2000. Do endividamento total que somava R\$ 253,6 milhões, em 2002, R\$ 148,9 milhões eram de longo prazo.

Em seu programa de investimentos dos últimos três anos, a Natura contou com o apoio do BNDES, com o qual foram financiados contratos no valor total de R\$ 83,2 milhões. A Natura assinou, também, contrato de R\$ 39,2 milhões com a FINEP, para o financiamento de desenvolvimento de novos produtos no segmento de biodiversidade.

Evolução do Endividamento Líquido (em R\$ milhões)



Aspectos sociais

Os resultados sociais da Natura podem ser medidos tanto por iniciativas adotadas durante o exercício como por pesquisas com os seus diversos públicos. A empresa coordena três grandes programas – de Promoção do Voluntariado; de fortalecimento da cidadania em Cajamar, São Paulo, o programa Cidadão em Movimento; e o Programa Crer para Ver, que promove a arrecadação de recursos aplicados na rede pública de ensino, além de patrocinar outras iniciativas na área.

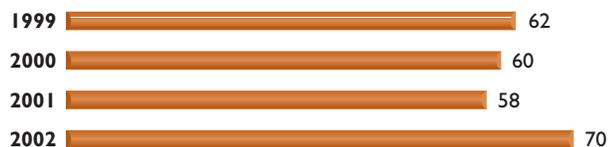
Merece destaque, em 2002, o lançamento do projeto Novos Olhares, de oficinas de automaquiagem em hospitais para pacientes em tratamento de câncer e seus acompanhantes, dentro do Programa de Voluntariado. Inaugurado no Hospital do Câncer, em São Paulo, estendeu-se depois ao Instituto Brasileiro de Combate ao Câncer, também em São Paulo, e ao Instituto Nacional de Câncer, no Rio de Janeiro. Iniciado com 35 voluntárias, em abril, o projeto já contava com 90 em dezembro, entre promotoras, gerentes de vendas e colaboradores em geral. As 80 oficinas realizadas durante o ano atenderam cerca de 1.300 pessoas.

Na relação com o público interno, os resultados podem ser medidos pela pesquisa de clima organizacional, segundo a qual 70% dos colaboradores disseram-se satisfeitos com a forma como são cuidados pela empresa, em comparação com 58% em 2001. Além de treinamento e de remuneração adequados, a Natura tem ampliado o leque de benefícios



aos colaboradores, superando os obrigatórios por lei. São benefícios que buscam contribuir para a qualidade de vida e incluem, entre outros, academia de ginástica na própria empresa, terapias alternativas, fonoaudiologia, massagens terapêuticas, atendimento psicológico, check up, orientação nutricional e exames preventivos.

Clima Organizacional (favorabilidade em %)



Um outro destaque, em 2002, foi a consolidação do Programa Natura Educação, criado com o objetivo de ampliar o acesso dos colaboradores e seus familiares à educação formal e à capacitação profissional. O programa oferece bolsas, integrais ou parciais, para cursos universitários, técnicos, supletivos e de idiomas. Em 2002, 46 filhos de colaboradores concluíram o curso Educação para o Trabalho, do Senac, de preparação para o primeiro emprego. Pelo projeto Alô Mercado, em parceria com a Ação Comunitária do Brasil, 25 alunos – filhos e cônjuges de colaboradores – formaram-se no curso de telemarketing. Além disso, 75 bolsas de cursos universitários, 32 de cursos técnicos, 23 de cursos supletivos e 97 de cursos de idiomas foram concedidas pela Natura aos colaboradores.





Audrey de Carvalho,
consultora Natura

A inclusão social está também entre as prioridades da Natura. O Projeto Enxergar, lançado em 2001, promove a participação de portadores de deficiência visual no Painel Olfativo, de avaliação de fragrâncias. O projeto evoluiu, em 2002, com a contratação de uma cooperativa social para essa prestação de serviços.

Em outro levantamento sistemático, a avaliação segundo os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, a Natura obteve graduação geral 8,58, contra 8,55 em 2001. A Natura obteve, ainda, notas acima da média do grupo de benchmark em cinco dos sete quesitos avaliados pelo Instituto Ethos.

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social (Nota Natura – Performance Final)



* Posição em 11/03/2003.

Aspectos Ambientais

Fato importante na área ambiental em 2002 foi a consolidação de um modelo sustentável e integrado como base de negócios. A empresa aprofundou o Programa de Certificação de Ativos da biodiversidade brasileira, utilizados na linha Natura Ekos – plataforma importante no

desenvolvimento da linha de produtos e para a penetração nos mercados internacionais. É fundamental, para a Natura, desenvolver um projeto sustentável desde a extração do ativo até sua utilização na produção, alicerçada no tripé “economicamente viável, ambientalmente correto e socialmente justo”. Atualmente, 13 ativos estão em processo de verificação e 9 já passaram pela etapa de pré-diagnóstico (ver Indicadores Ambientais, página 51).

Certificação de Ativos

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|------|------|------|
| Ativos da biodiversidade brasileira em processo de certificação | 4 | 7 | 13 |

A preparação para implantação do sistema de gestão ambiental ISO 14.001 foi também fato marcante em 2002. Isso significa que a Natura passará a incorporar ao seu sistema global de gestão um sistema específico para a questão ambiental, com auditoria interna e externa das ações desenvolvidas na área. Para assessorar o desenvolvimento e a implantação do programa, contratou o Bureau Veritas, de qualidade reconhecida internacionalmente na área de certificação de qualidade.

Quanto ao controle ambiental de suas instalações, a Natura conseguiu significativos avanços, ao longo de 2002, no



tratamento de efluentes – obtendo, inclusive, autorização para utilizar em irrigação a água da Estação de Tratamento de Efluentes de Cajamar –, na racionalização do uso de energia, na redução e reaproveitamento dos resíduos gerados em todo o processo. Houve também uma forte preocupação no sentido de integrar os fornecedores ao esforço de preservação e recuperação ambiental.

Água (m³)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---------------------------------------|--------|---------|---------|
| Consumo total de água | 43.277 | 130.056 | 115.741 |
| Total de água reciclada e reutilizada | N.D. | N.D. | 6.509 |

Um grande diferencial da Natura é o uso do conceito de avaliação do ciclo de vida dos produtos como parte de seu sistema de gestão ambiental. Por esse conceito, a empresa leva em conta todo o processo que vai do nascedouro das matérias-primas e materiais de trabalho à disposição final dos produtos após o uso objetivando, dessa forma, minimizar o impacto ambiental das suas atividades.

Cabe destacar a criação do Comitê de Sustentabilidade, que conta com a participação dos principais executivos da empresa, e tem como objetivo primordial discutir, planejar e implantar iniciativas que integrem, de forma estratégica, os três pilares do desenvolvimento sustentável nas atividades da empresa.





governança corporativa



A Natura adota princípios de governança corporativa de acordo com as melhores práticas do mercado. O objetivo de sua governança é o de criar valor, garantindo uma adequada estrutura de capitais e estimulando a profissionalização da empresa, sem descuidar da observância dos valores básicos em que estão alicerçados os negócios.

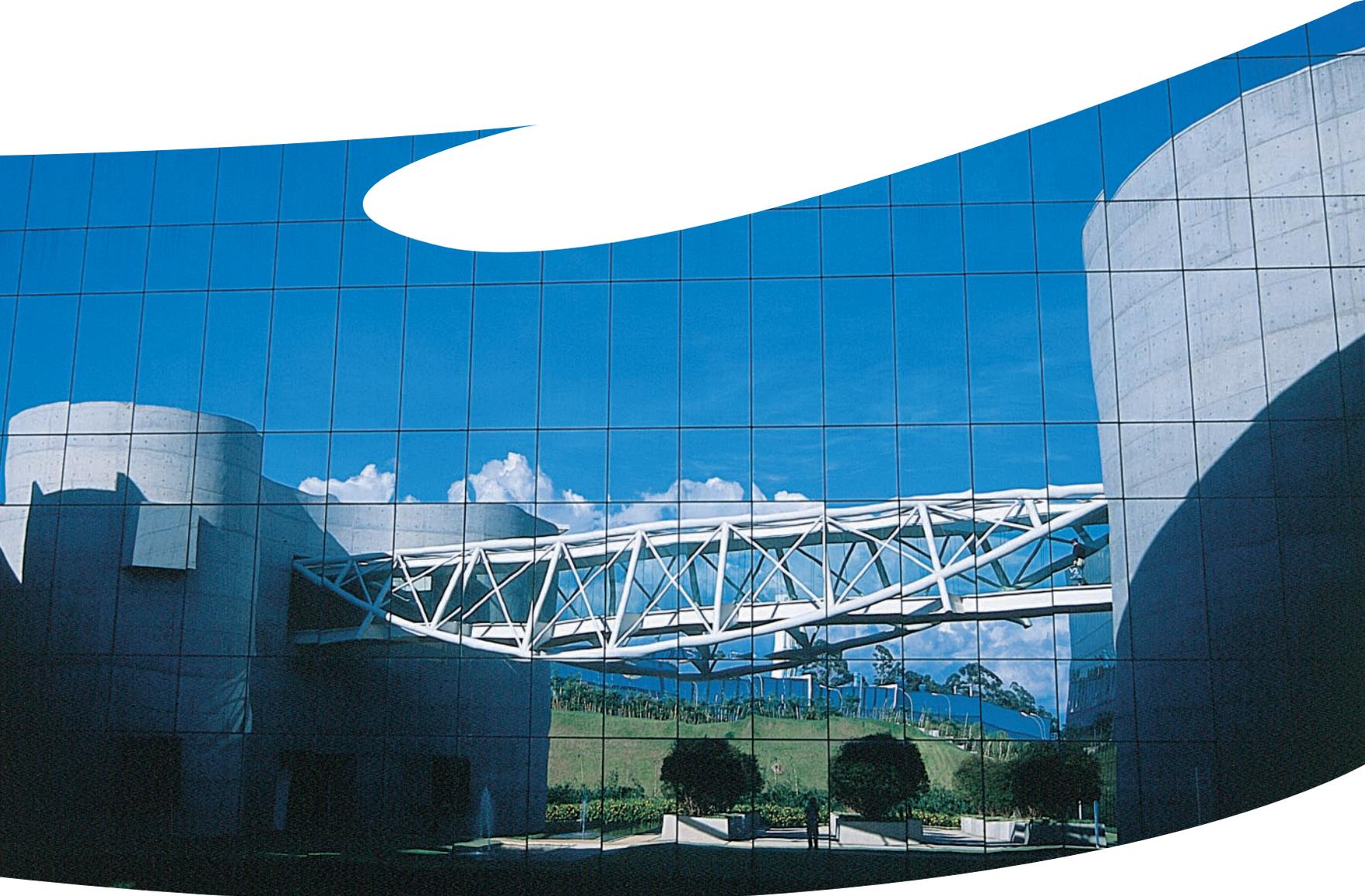
O Conselho de Administração, composto pelo presidente fundador, pelo presidente executivo e pelo presidente de operações, é também integrado por dois conselheiros independentes, de modo a contribuir para a formação de uma visão mais isenta de pontos estratégicos da operação. A cada um destes conselheiros cabe a coordenação de dois comitês ligados diretamente ao conselho: o de Auditoria e Gestão de Riscos e o de Recursos Humanos.

Cabe ao Comitê de Auditoria aprovar as demonstrações financeiras da companhia, bem como avaliar e revisar os processos críticos de gestão dos negócios. A auditoria interna da Natura está subordinada ao Comitê de Auditoria, também responsável pela contratação do auditor externo. Mesmo sem obrigação legal, por ser

empresa de capital fechado, a Natura mantém, há muitos anos, auditor externo, selecionado entre os mais renomados do mercado. Com integrantes externos à empresa, o Comitê de Auditoria está estruturado de forma a agir com independência.

O Comitê de Recursos Humanos atua na definição das estratégias de desenvolvimento de colaboradores, com o objetivo de assegurar a aquisição, disseminação e preservação de conhecimentos capazes de propiciar uma gestão competente dos negócios. Seus esforços e sua estrutura se voltam para a garantia e o aprimoramento de um estilo adequado de gerência para a companhia. O Comitê de Recursos Humanos apóia o Conselho de Administração no processo de avaliação do desempenho da diretoria da empresa, bem como na aprovação da remuneração dos diretores.

O Conselho de Administração da Natura orienta a empresa a pautar a relação com seus diferentes públicos com base nos melhores padrões de transparência, responsabilidade e comprometimento. Apesar de legalmente dispensada do procedimento, a divulgação de informações pela Natura para estes diversos públicos atende – e supera – os parâmetros vigentes para



Detalhe do Espaço Natura,
Cajamar, São Paulo

companhias abertas, não só na periodicidade, com relatórios trimestrais para o público interno e os acionistas, como na qualidade dos comunicados, que obedecem às recomendações da Associação Brasileira dos Analistas do Mercado de Capitais, do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e da Global Reporting Initiative.

Códigos de conduta

A Natura é signatária do Global Compact, pacto entre empresas, trabalhadores, sociedade civil em geral e a Organização das Nações Unidas para implementar princípios na área de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e desenvolvimento sustentável. É signatária também dos códigos para relacionamentos com consumidores, com vendedores e entre empresas da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas. O Código de Conduta de Venda Direta Diante dos Consumidores atende modelo da World Federation of Direct Selling Associations.

Subscreve, igualmente, o Código de Boas Práticas Comerciais da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos e do Sindicato da



Indústria de Perfumarias e Artigos de Toucador no Estado de São Paulo. Como seguidora do Estatuto da Criança e do Adolescente, que proíbe o trabalho infantil, a Natura incluiu os preceitos nele contidos como cláusulas nos contratos com os fornecedores. Filiada à Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente, organização sem fins lucrativos e reconhecida como de utilidade pública, recebeu dela o Selo Empresa Amiga da Criança.

Associada ao Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, a Natura segue as diretrizes da instituição quanto à administração dos negócios de forma socialmente responsável. Embora seja companhia de capital fechado, observa as normas da Comissão de Valores Mobiliários no relacionamento com o mercado financeiro, e uma política de abertura e transparência com os seus diversos públicos.

Conselho de Administração

- 1. Luiz Seabra**
Presidente Fundador,
Presidente do Conselho de Administração
- 2. Guilherme Peirão Leal**
Presidente Executivo,
Membro do Conselho de Administração
- 3. Pedro Luiz Passos**
Presidente de Operações,
Membro do Conselho de Administração
- 4. Edson Vaz Musa**
Membro do Conselho de Administração,
Coordenador do Comitê de Recursos Humanos
- 5. José Guimarães Monforte**
Membro do Conselho de Administração,
Coordenador do Comitê de Auditoria



Diretoria

3. **Pedro Luiz Passos**
Presidente de Operações,
Membro do Conselho de Administração
6. **Alessandro Giuseppe Carlucci**
Vice-Presidente Comercial
7. **Itamar Correia da Silva**
Vice-Presidente de Operações e Logística
8. **José David Vilela Uba**
Vice-Presidente de Finanças e Informações
9. **Marcelo Pereira Malta de Araujo**
Vice-Presidente de Inovação e
Desenvolvimento de Negócios
10. **Philippe Joseph Pommez**
Vice-Presidente de Internacionalização
11. **Antonio Carlos Siqueira da Silva**
Diretor de Assuntos Jurídicos
12. **Claudia Falcão da Motta**
Diretora de Recursos Humanos
13. **Eduardo Luppi Júnior**
Diretor de Pesquisa e Desenvolvimento
14. **Italo Gennaro Flammia**
Diretor de Tecnologia da Informação
15. **Márcio Ramy Mansur**
Diretor Industrial
16. **Pedro Cruz Villares**
Diretor de Vendas Brasil
17. **Rodolfo Witzig Guttilla**
Diretor de Assuntos Corporativos





gestão e produtividade



O compromisso de promover o bem-estar e aprofundar relacionamentos permeia as atividades e orienta a interação da Natura com colaboradores, consultoras, consumidores, fornecedores, parceiros e comunidades. Para tanto, a empresa desenvolve competências capazes de fazer valer tal compromisso na prática cotidiana dos seus negócios. Significa desenvolver, permanentemente, capacidade inovativa e organizacional tanto nas áreas de produção e distribuição como nas de responsabilidade social e ambiental, de acordo com os objetivos estabelecidos num sistema de planejamento estratégico e sob a proteção de uma adequada gestão de riscos. Em 2002, os destaques foram os seguintes:

Consultoras e consumidores

Consultoras independentes constituem o principal canal de vendas da Natura. São pessoas que compram os produtos para uso próprio e para revendê-los à sua rede de relações. Em 2002, o número de consultoras cresceu 7,2%, de 286,4 mil em 2001 para 307 mil. Mais importante, porém, foi o avanço qualitativo observado, responsável por maior retenção no quadro de consultoras, maior frequência nas compras e menor inadimplência. A produtividade aumentou: a receita

gerada por consultora, em média, passou de R\$ 5.890,00 em 2001 para R\$ 6.483,00 em 2002.

Tal progresso qualitativo decorreu do estreitamento das relações, possível graças a uma reestruturação organizacional e à ênfase na capacitação. Houve um aumento de 16%, de 184.771 em 2001 para 214.396 no número de consultoras treinadas.

Junto a isso, um novo material de comunicação sobre os produtos da Natura contribuiu para o aumento da produtividade. A publicação *Vitrine Natura* passou a reunir numa única peça todos os produtos da marca, com preços, conceitos de linhas, promoções e lançamentos. Publicado a cada 21 dias, o *Vitrine Natura* tem uma tiragem de 730 mil exemplares, distribuídos a consultoras, promotoras e gerentes de vendas.

Para identificar as aspirações dos consumidores e, assim, as necessidades das consultoras, a empresa realiza uma pesquisa anual. No levantamento de 2002, com homens e mulheres das classes A, B e C, consumidores e não consumidores Natura, três atributos destacaram-se: responsabilidade social, confiabilidade e tecnologia (ver Indicadores de Desempenho Social, página 66).

Ferramenta importante no relacionamento com consultoras e consumidores, o uso da internet apresentou forte



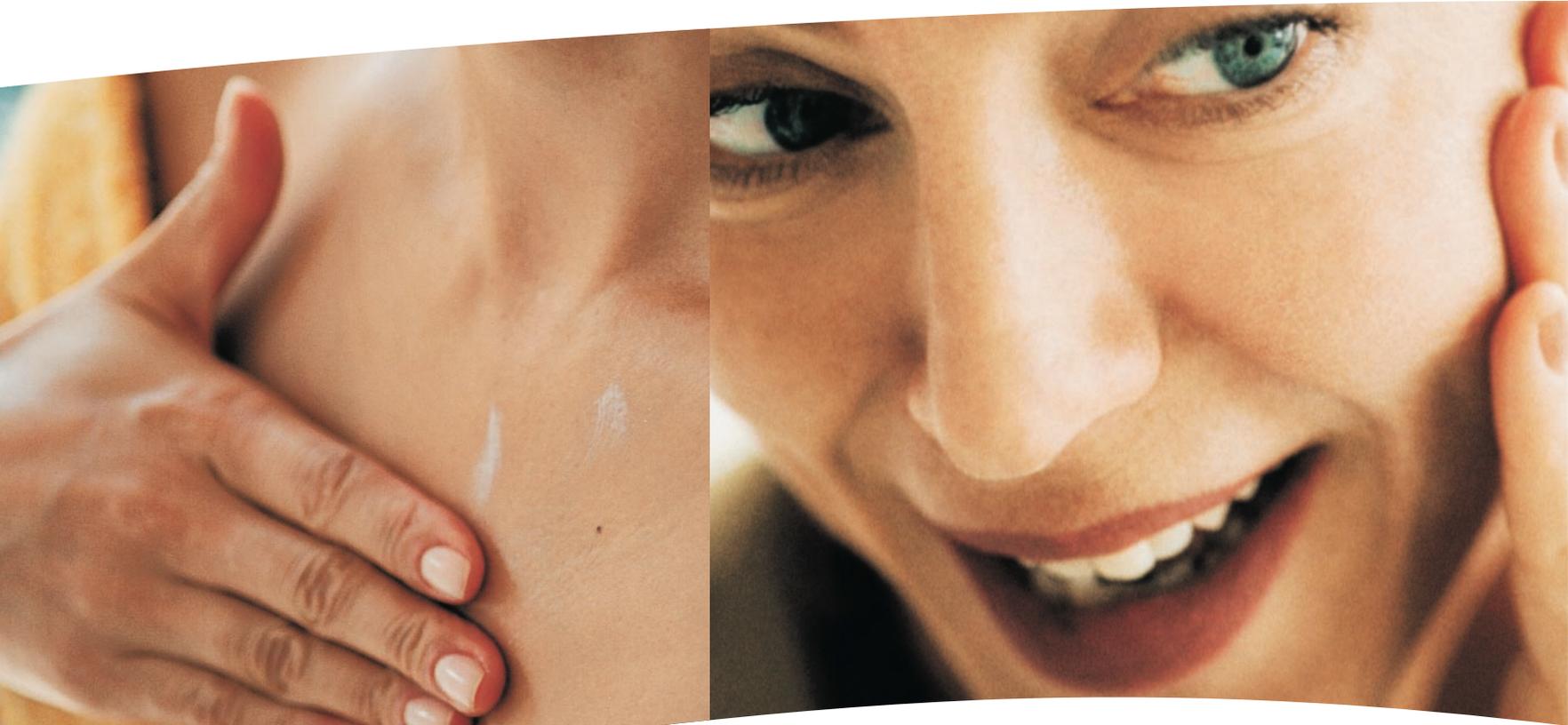
evolução nas operações da empresa em 2002. A plataforma desenvolvida pela Natura é reconhecida como melhor empreendimento na área entre todas as indústrias de cosméticos do Brasil e do mundo.

De todos os pedidos encaminhados por consultoras e promotoras de vendas, 36,1% foram processados via internet em 2002, gerando uma economia de custos de R\$ 4,7 milhões. Em fins de 2002, metade das 307 mil consultoras cadastradas já podiam utilizar a internet como via de relacionamento com a Natura.

Mais um passo importante na difusão da internet foi o lançamento da revista eletrônica Bem Estar Bem, voltada a questões de beleza e saúde. A comunidade cliente do site da Natura já atinge pelo menos 300 mil visitantes por mês.

A Natura faz ainda venda direta ao consumidor final pela internet, por meio do site entregapontonet. As vendas, em 2002, atingiram a marca de R\$ 1,1 milhão. É o site que mais vende cosméticos pela internet no Brasil ao consumidor final. O modelo adotado pela Natura para efetuar vendas pela internet gerou novas oportunidades de contato entre consultoras e potenciais consumidores que ainda não eram atingidos pela empresa.





Silvia Mecozzi,
consumidora Natura

Colaboradores

Incluída em 2002 no guia "100 Melhores Empresas Para Você Trabalhar", da revista Exame, a Natura tem, entre os principais pontos de sua estratégia, capacitar e remunerar adequadamente seus colaboradores, bem como manter políticas de relacionamento e de benefícios para atraí-los e mantê-los.

Um indicador importante da sua competência na retenção de talentos é o índice de turnover de colaboradores, que caiu de 13,77% em 2001 para 6,04% em 2002.

Na pesquisa de clima organizacional realizada ao final de 2002, 70% dos colaboradores disseram-se satisfeitos com a forma como são cuidados pela empresa (contra 58% registrados em 2001). Em pontos-chave relacionados à administração, o percentual de respostas favoráveis ficou muito acima dos números do mercado em geral: processos corporativos, 15 pontos percentuais acima da média de mercado; estilo gerencial, 10 pontos; gestão da empresa, 18 pontos; motivação e credibilidade, 17 pontos acima da média.

No tocante a salários, um diferencial da Natura é a forte política de remuneração variável, em que estão presentes programas de participação nos lucros para todos os colaboradores e de opções de ações para determinados níveis. Pelo segundo ano consecutivo, a empresa atingiu 100% das metas estabelecidas e distribuiu cerca de 10% do resultado líquido aos colaboradores, na forma de bonificações pertinentes à Política de Lucros e Resultados.

Fator de destaque nas relações com os colaboradores é o alto índice de aproveitamento dos recursos internos, gerando importantes oportunidades de desenvolvimento profissional. Em 2002, 56% das posições abertas foram preenchidas por movimentações internas. Outro indicador relevante é decorrente dos investimentos efetuados em segurança, que proporcionaram redução de 65% no número de acidentes de trabalho, entre 2001 e 2002.

Reflexo da atratividade exercida pela Natura no mercado de trabalho, o Programa de Trainees teve 8.082 candidatos inscritos em 2002. Dos recrutados pelo programa desde o seu início, em 1995, 71% permaneceram na empresa e 27% deles ocupavam, ao final de 2002, posições gerenciais.

Em 2002, a Natura implementou a terceirização do atendimento, planejada em 2001. Para tanto, procurou uma prestadora de serviços especializada capaz de absorver todos os colaboradores em condições semelhantes quanto a salários e benefícios – exigência irrevogável da empresa para a definição do novo parceiro. A Natura ofereceu, ainda, um pacote especial de benefícios aos colaboradores que optaram por seguir outro caminho (ver Indicadores Sociais, página 57).

Marca e comunicação

A Natura manteve em 2002 a posição de marca mais bem avaliada entre seus concorrentes, de acordo com o resultado de pesquisa conduzida pelo instituto TSB&B, em cinco itens: top of mind (a primeira lembrada), conhecimento espontâneo, conhecimento estimulado, marca



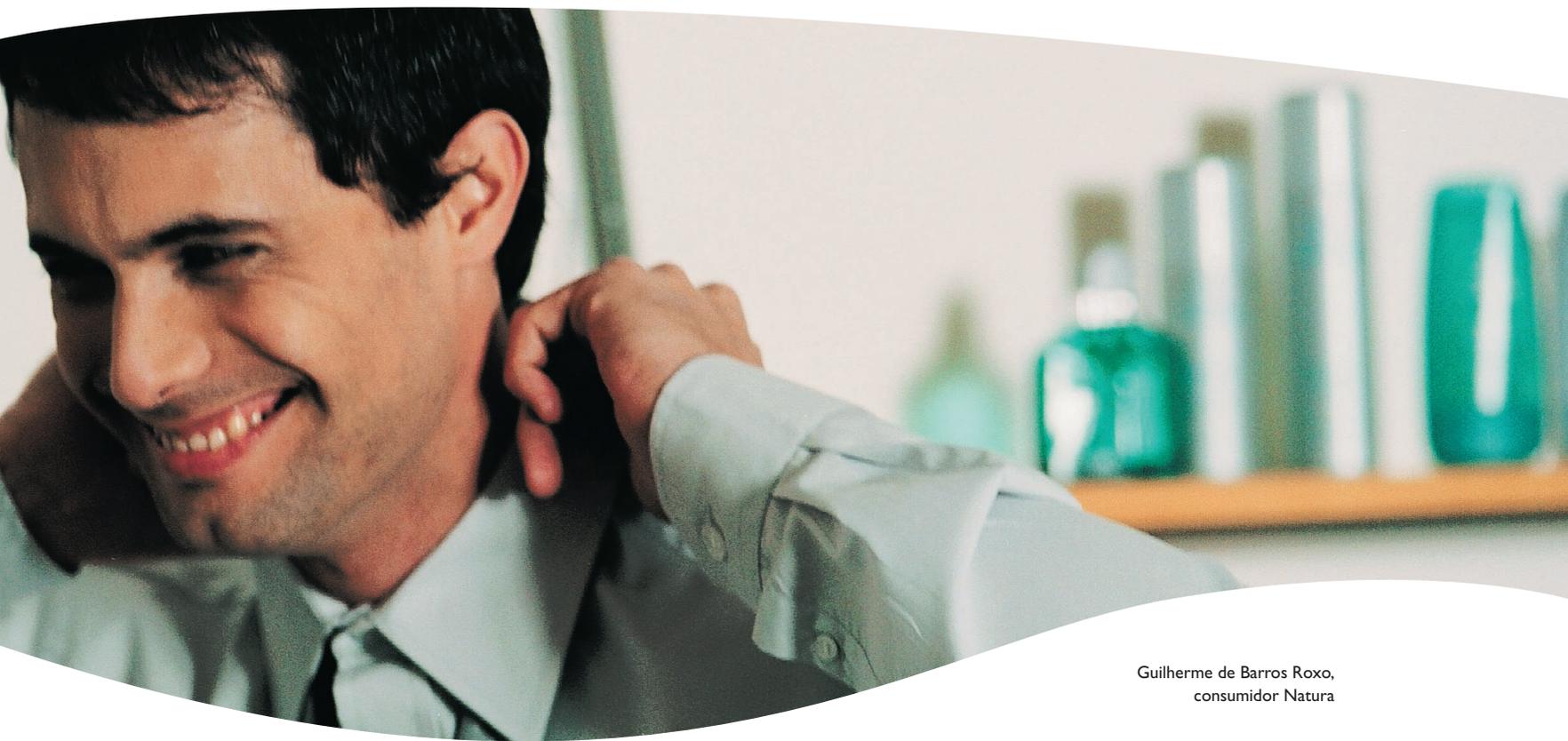
preferida e marca recomendada. Durante o ano, vários movimentos tiveram como objetivo reforçar essa posição, como a campanha Gente Bonita de Verdade, de valorização da rede de relações internas e externas, que passou a ser o grande ponto de comunicação da marca para todos os seus públicos.

Outro movimento importante foi a troca do parceiro de comunicação, depois de um processo de seleção inédito no mercado brasileiro. Pela primeira vez, uma empresa remunerou as agências que participaram da etapa final do processo de seleção. Ganhou consistência durante o ano, como mídia, a Natura.net, acessada por mais de 300 mil visitantes únicos a cada mês, com permanência média de 15 minutos cada. As newsletters eletrônicas quinzenais atingiram perto de 90 mil assinantes.

Em setembro, a empresa passou a estar presente nos free shops dos aeroportos brasileiros. No fim do exercício, a Natura já era a marca mais vendida entre as brasileiras e a quinta entre todas as de cosméticos disponíveis nestes pontos de venda. Também com o objetivo de dar visibilidade à marca, a Natura inaugurou um segundo estande em shopping center, em São Paulo. Em 2003, a presença em shoppings servirá para novas experiências de vendas e de relacionamento com consumidores.

Igualmente importante foi posicionar a marca para o público jovem com a linha Facés de Natura. Para provocar a reflexão do jovem sobre si mesmo e sobre o mundo, foi lançado o mote "Qual é a Sua?", base para a linguagem de comunicação e tema de uma série de ações interativas com o público de 18 a 30 anos. Um dos pontos altos





Guilherme de Barros Roxo,
consumidor Natura

das várias ações interativas com esse público é a festa itinerante Expressa: Faces, que será levada a todo o país. A estratégia de comunicação serviu para inaugurar, de fato, a relação da Natura com o jovem, depois de estruturar para ele toda uma linha de produtos.

Componente importante na gestão da marca e da comunicação é a área de relações públicas e com a imprensa. A Natura segue uma política de relacionamento com jornalistas pautada pela ética e transparência, contribuindo para elevar o debate sobre a cosmeceutica neste meio. Em grande parte em razão dessa forma de relacionamento, a Natura vem mantendo elevada performance e ocupando espaço de destaque na imprensa.

Merece destaque a parceria da Natura com a TV Cultura, traduzida no projeto Biodiversidade Brasil (ver Iniciativas e Parcerias Ambientais e Sociais, pág. 68), que tem permitido à empresa participar do debate sobre temas relacionados à biodiversidade brasileira e aproximar-se do público consumidor segmentado e formadores de opinião, contribuindo para a construção da imagem da marca.

Inovação

A Natura continuou expandindo os investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento, tendo destinado, em 2002, R\$ 29,7 milhões a essa área. Esse valor corresponde a 3,1% da receita líquida no período, índice que coloca a empresa em posição privilegiada no ranking dos grandes investidores em P&D em seu ramo de atuação.

A maior parte dos recursos destinou-se a capacitar a empresa para o desenvolvimento de tecnologia em

tratamento de pele e biodiversidade. No primeiro caso, o destaque no exercício foi a obtenção da patente do Elastinol[®], ativo exclusivo da Natura com ação no tratamento dos sinais do tempo. A patente foi concedida na França, como resultado de um trabalho da equipe de P&D da Natura com o professor Dr. Ladislav Robert, da Universidade de Paris VI, uma das maiores autoridades mundiais em pesquisas sobre o envelhecimento humano.

Em relação ao uso sustentável de recursos da biodiversidade brasileira, o ponto central foi a estruturação de todo o processo de localização, obtenção e produção de ativos, utilizados na linha Natura Ekos. O ano de 2002 foi marcado por avanços em direção à certificação dos produtos oriundos da biodiversidade utilizados como insumo pela companhia. Em parceria com a Financiadora de Estudos e Projetos, FINEP, e a ONG Imaflores, está em andamento um projeto específico cujo alvo é a certificação de ativos. (Ver Iniciativas e Parcerias Ambientais e Sociais, pág. 68).

Além disso, cinco projetos da Natura foram aprovados para inclusão no Fundo Verde Amarelo da FINEP, voltado à inovação tecnológica dentro de parceria empresa-universidade. Um dos projetos, de testes de avaliação de desempenho e segurança de produtos, é uma parceria com a Universidade Federal do Rio de Janeiro. Os outros quatro, com foco na flora brasileira, são parcerias com a Universidade Estadual Paulista de Araraquara, com a Unesp de Botucatu, com a Universidade Federal de São Paulo e com a Universidade Federal de Santa Catarina.

Comprovando a prioridade conferida pela Natura à inovação, no ano passado foram lançados 91 produtos. Do total de vendas da companhia em 2002, 31% vieram



de produtos colocados no mercado nos 24 meses que antecederam cada mês de vendas.

Um dos principais lançamentos de 2002 foi o batom Extremo Conforto FPS 15, resultado de dois anos de pesquisa e desenvolvimento. Da mesma forma, destacaram-se o Kaiak feminino e o Kriska Jeans, dois dos mais bem-sucedidos lançamentos na área de perfumaria para mulheres na história da Natura.

Outros lançamentos importantes ao longo do ano foram os produtos antifadiga, da linha Faces de Natura, o protetor de cabelos da linha Fotoequilíbrio, além de Faces X,Y,Z, três perfumes que podem ser combinados pelo próprio consumidor.

Logística e manufatura

O modelo logístico da Natura é referência no mercado, em termos de flexibilidade e acuracidade de serviços. Os resultados de 2002 refletem essa competência, com a consolidação de procedimentos introduzidos em 2001, que permitiram à Natura alcançar volume recorde de produção, a custos mais baixos. Das linhas da Natura saíram 107 milhões de unidades, 17,5 % acima da produção de 2001 e além da meta de 98 milhões de unidades fixada para 2002. O custo de cada unidade caiu 10%, apesar do aumento nos preços dos insumos.

Vários indicadores confirmam os ganhos consistentes de eficiência obtidos em 2002. Em 2000, por exemplo, a Natura registrou R\$ 3,7 milhões em ajuste de inventário; em 2001, R\$ 1,7 milhão e, em 2002, embora o objetivo fosse de R\$ 1,2 milhão, alcançou R\$ 612 mil.





Aurélio Pinheiro Leal,
produtor de buriți, ativo utilizado
na linha Natura Ekos, em Palmeiras do Piauí

O sistema, entre os mais modernos em operação no mundo, permite correções ao longo do ano e evita, ao final do período, ajustes maiores, inevitáveis nos processos tradicionais. Importante também tem sido a evolução no giro do estoque, de 3,6 vezes em 2000, 3,93 em 2001 e 5,16 em 2002 – o melhor resultado já alcançado na história da empresa.

Na distribuição dos produtos, a necessidade de entrega em locais mais distantes, onde as vendas têm registrado crescimento percentual superior ao dos grandes centros, exigiu uma racionalização do transporte. Alterações no modelo de entrega, permitiram uma redução no custo do frete de 4,6%, em 2001, para 4,2% da receita líquida em 2002, mesmo com reajustes de combustíveis e com a correção nas tarifas do pedágio.

A destacar, ainda, em 2002, a correção de falha geológica que colocava em risco o bom funcionamento do armazém vertical, com a assessoria de especialistas nacionais e internacionais. Além disso, foi criada área, no Espaço Natura, para a produção da Flora Medicinal, hoje concentrada no Rio de Janeiro. O início de atividades, está previsto para 2003.

Fornecedores

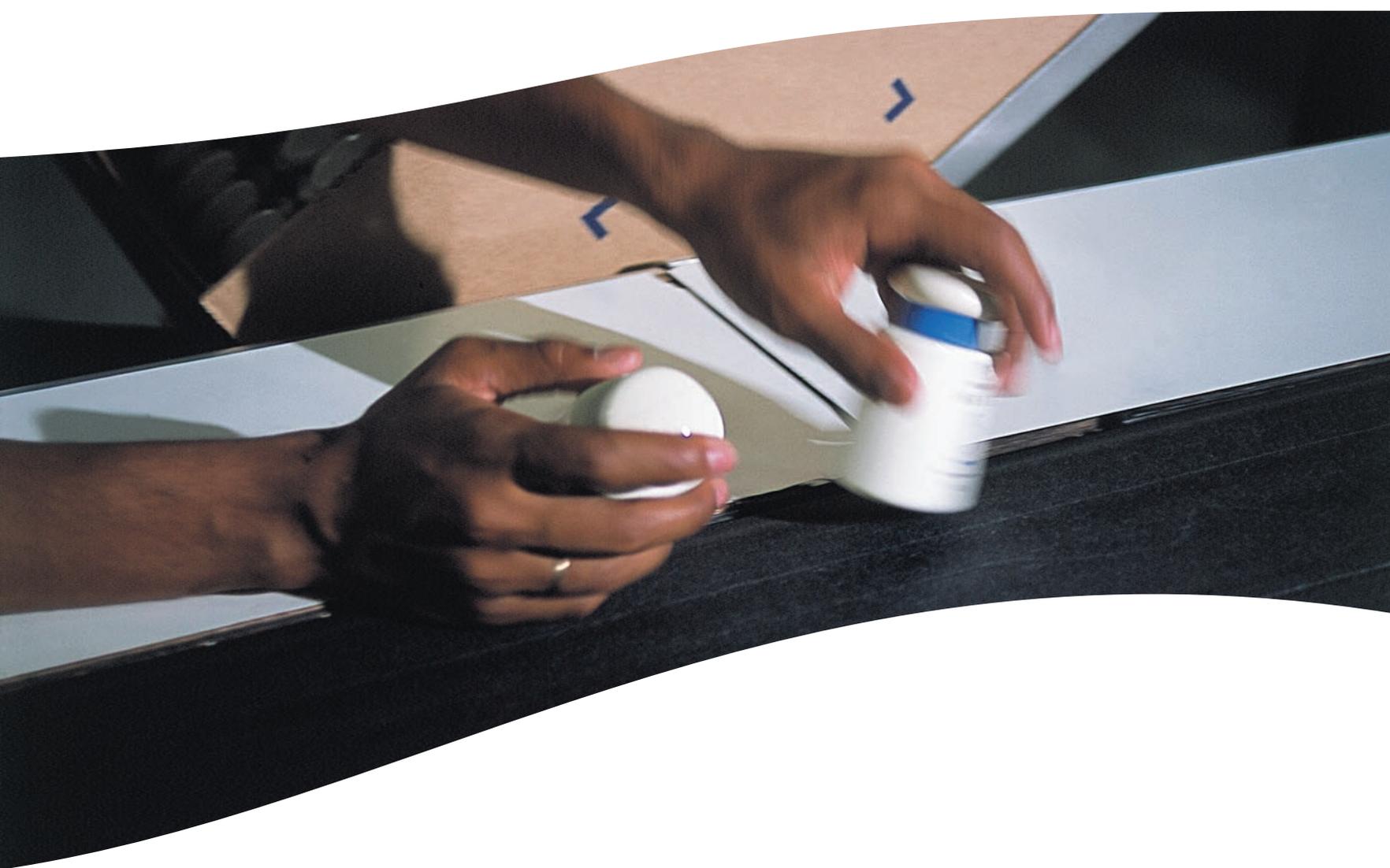
A Natura procura manter uma política de relacionamento com fornecedores coerente com as políticas que adota nas relações com seus demais públicos.

Baseada nessa premissa, mantém parcerias de mais de 20 anos. A empresa vem procurando aprimorar os relacionamentos com esse público, estabelecendo compromissos que resultem em ganhos de eficiência e qualidade. Com esse objetivo, tem procurado concentrar negócios em parceiros estratégicos.

Além de desenvolver ações comuns de aprimoramento de gestão, visando racionalizar custos e assegurar a qualidade dos produtos, a Natura estimula a adoção de práticas socioambientais responsáveis. Com esse fim, estuda adotar, em 2003, um processo de certificação de fornecedores.

Os contratos já contemplam cláusulas específicas de cumprimento de critérios relativos à responsabilidade social, como a de proibição do trabalho infantil. Dentro da estratégia de implantação do sistema de certificação de fornecedores, a Natura criou o módulo de avaliação ambiental, que será aplicado a partir de 2003.

A qualidade do relacionamento com os fornecedores permitiu à empresa aplicar com êxito uma política eficaz de nacionalização de insumos, baseada na decisão estratégica de produzir localmente, mas com tecnologia atualizada. Isso significou liderar um esforço de atração para o mercado brasileiro de fabricantes internacionais. Algumas empresas estrangeiras, produtoras de insumos,



já instalaram plantas no Brasil para, prioritariamente, atender à Natura. Atualmente, fornecem também para o mercado em geral e iniciam programas de exportação para a América Latina.

Meio Ambiente

A área de meio ambiente da Natura registrou, em 2002, alguns importantes avanços, tanto sob o ponto de vista da administração dos processos internos como na relação com fornecedores e clientes. Destaque, nesse campo, foram as ações ligadas ao tratamento de efluentes – nas duas Estações de Tratamento de Efluentes, em operação nos Espaços Natura em Cajamar e Itapeçerica da Serra.

Sinal importante da boa performance nesse campo foi a autorização recebida para o uso em irrigação da água obtida do tratamento de efluentes, em Cajamar, permitindo, com isso, a recarga do lençol freático. Atualmente, as estações estão operando com um nível de tratamento de 53 mil metros cúbicos/ano e a previsão é de manter esse patamar em 2003.

A Natura empenhou-se em reduzir e melhorar o aproveitamento dos resíduos gerados na fabricação e mesmo depois da comercialização dos produtos. O princípio que norteia esse trabalho é o do resíduo zero, que pro-



moverá a redução gradativa nas disposições geradas nos processos de fabricação.

O consumo racional de energia também foi foco das atenções em 2002. Dentro dessa linha, iniciou-se um projeto de matriz energética, em que a área de engenharia avalia a questão, de forma global, e busca alternativas – sempre conciliando o ângulo econômico com o ambiental. Já estão sendo providenciadas várias ações nessa direção, das quais um exemplo é a implantação do projeto-piloto de captação de energia solar.

Outro avanço na gestão ambiental em 2002 foi a mudança nas embalagens de papelão utilizadas para acondicionar os produtos encaminhados às consultoras. Um processo automático de montagem permitiu a redução de 30% na área das caixas, resultando progressos no binômio economia de custos/redução de resíduos.

Além disso, junto com os fornecedores, a Natura desenvolveu estruturas para o transporte de produtos que combinam, adequadamente, pallets e gaiolas, eliminando o uso intermediário de caixas de papelão. Com isso, foram economizadas em 2002 cerca de 42 toneladas de papelão.

A empresa concentrou-se ainda no aprimoramento do Programa de Certificação de Ativos utilizados na linha Natura Ekos: já são 13 ativos em certificação e 9 em pré-diagnóstico (ver Iniciativas e Parcerias Ambientais e Sociais, pág. 68).

Com todos esses pré-requisitos, a Natura pretende reforçar a excelência de suas relações com o meio ambiente adotando o sistema de gestão ISO 14.001. A implantação iniciou-se em 2002 e deve estar concluída até 2004. No caso da Natura, a ISO 14.001 agrega, pioneiramente no Brasil, o avançado conceito de avaliação do ciclo de vida dos produtos (ver Iniciativas e Parcerias Ambientais e Sociais, pág. 68).

Responsabilidade social

A Natura tem por objetivo promover ações que fortaleçam as comunidades com as quais se relaciona – entre elas colaboradores, consultoras, comunidades e ONGs – como agentes de promoção social.

Com o programa Cidadão em Movimento, de fortalecimento da cidadania no município de Cajamar, por exemplo, a Natura estimulou a formação do Conselho dos Direitos da Criança e do Adolescente, e de fóruns de debates. Em 2002, 46 lideranças da sociedade civil, em Cajamar, formaram-se no curso de gestores sociais, ministrado pela ONG Capacitação Solidária. A Natura apoiou, também, a constituição de uma ONG ambiental no município, a Mata Nativa. Dentro do programa Cidadão em Movimento, a Natura desenvolveu e coordena o Projeto Oficinas Culturais, do qual participam 110 jovens entre 14 e 20 anos.



Outro programa de destaque é o Crer para Ver, uma parceria com a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança, que promove a arrecadação de recursos para financiar projetos de educação em escolas da rede pública. Depois de uma queda na arrecadação em 2001, que somou R\$ 780 mil, houve uma recuperação em 2002, com obtenção de R\$ 1,7 milhão, que serão destinados para a operação e comunicação do Programa e financiamento de projetos em 2003. Além destes investimentos no Programa Crer Para ver, a Natura aplicou, em 2002, R\$ 1,6 milhão em iniciativas e parcerias, apoios e patrocínios em Ação Social, além de outros gastos operacionais. A empresa desenvolve ainda o Programa de Promoção do Voluntariado. Nele, em 2002, lançou o Projeto Novos Olhares (ver Iniciativas e Parcerias Ambientais e Sociais, pág. 68).

Gestão de riscos

A Natura dá especial atenção aos riscos direta ou indiretamente ligados à operação, como os de flutuação cambial, no caso dos financiamentos e das compras de insumos em moeda estrangeira, os financeiros, os de defasagem tecnológica, os de falta de eficiência na administração e os de continuidade dos negócios. Além disso, dois comitês específicos – o de Segurança do Produto e o de Auditoria – cuidam de eliminar riscos de efeitos negativos dos produtos no uso por consumidores e de avaliar controles, o cumprimento de códigos de conduta, questões legais e assuntos das auditorias internas e externas.



Riscos de câmbio

Todo o passivo financeiro em dólar da companhia esteve, ao longo de 2002, plenamente coberto por hedge. Da mesma forma, estão protegidas as remessas para dar suporte às operações de subsidiárias no exterior, ainda em fase de investimentos, por meio de um hedge programado. A companhia decidiu não fazer em 2002, mas estuda maneiras de efetivar em 2003, hedge do valor das importações.

Riscos de continuidade do negócio

Embora a Natura tenha definido um programa de gestão de risco de continuidade do negócio, houve pouco avanço nesta área.

Em um campo específico, o da informação, a Natura criou em 2001 e implantou em 2002 uma política de segurança pela qual ampliou controles, do acesso à destruição de dados internos, de acordo com as melhores normas mundiais.



Riscos de tecnologia

Crescentes investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento evitam o risco de a companhia ficar tecnologicamente defasada. Em 2002, esses investimentos cresceram 18,9% e alcançaram R\$ 16,3 milhões. O total representa 1,9% das receitas líquidas. Tanto em termos absolutos como proporcionais, os números colocam a Natura entre as empresas que mais investem em P&D. O total dos investimentos em Inovação, que

incluem os de P&D, atingiram R\$ 29,7 milhões, equivalentes a 3,1% da receita líquida.

Riscos de administração

Totalmente profissionalizada, a Natura garante a eficiência da gestão com remuneração competitiva, programas de avaliação de desempenho e de desenvolvimento altamente avançados e bom ambiente de trabalho, como mostram os excelentes resultados da pesquisa de clima organizacional, a redução do turnover e a retenção de talentos.

Reconhecimentos

A excelência no relacionamento da Natura com as diversas comunidades e públicos mereceu mais uma vez reconhecimento, em 2002, de publicações especializadas e organizações da sociedade civil. A Natura foi incluída na publicação “100 Melhores Empresas para Você Trabalhar”, com dados avaliados pelo Great Place to Work Institute, e entre as 11 empresas brasileiras modelos de cidadania, no “Guia de Boa Cidadania Corporativa”, com respaldo do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Ambas as publicações são da revista Exame.

Pelo terceiro ano consecutivo, a Natura figurou entre as dez empresas mais admiradas do Brasil, ocupando a terceira posição, segundo pesquisa da revista Carta Capital e da InterScience. Foi apontada como empresa mais confiável no setor de cosméticos pela revista Seleções do Reader’s Digest. Uma pesquisa, também da InterScience, encomendada pelas revistas Vogue e I, com os consumidores do Shopping Iguatemi, em São Paulo, mapeou as marcas que mais atraem consumidores da classe A. A Natura aparece entre elas em três categorias: produtos para rosto, produtos para corpo e cremes antiidade.

Outra pesquisa, esta do jornal britânico Financial Times em parceria com a Pricewaterhouse-Coopers, apontou a Natura como uma das principais empresas entre as reconhecidas mundialmente pelo respeito ao meio ambiente. A Natura ficou em 9º lugar entre as empresas brasileiras mais respeitadas e em 35º lugar entre as companhias que melhor utilizam os recursos ambientais em todo o mundo.

A Natura recebeu ainda os prêmios Worldstar, o mais importante do mundo em embalagem, promovido pela World Packaging Organisation, e o Prêmio Balanço Social, na categoria nacional, concedido pela Associação Brasileira dos Analistas de Mercado de Capitais, Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social e Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. A Natura tem ainda selos de reconhecimento como Empresa Cidadã, Empresa Amiga da Criança, Empresa Solidária e Empresa que Educa.





perspectivas e novos negócios



Investimentos ainda em fase de maturação, as operações da Natura fora do Brasil, assim como as da Flora Medicinal, propiciaram reduções nas perdas em 2002 e apresentaram sinais positivos de evolução. No caso dos negócios internacionais, o prejuízo operacional recuou de R\$ 18 milhões em 2001 para R\$ 12,1 milhões. O faturamento no exterior somou, no exercício, R\$ 33,4 milhões, com crescimento de 21,6 % sobre 2001.

Com operações na Argentina, Peru e Chile, a Natura mantém intenção de incorporar o México, país cuja economia alcançou razoável grau de estabilidade e faz parte de acordo de livre comércio com Estados Unidos e Canadá, entre os mercados internacionais em que opera. A empresa tem investido também na análise dos mercados norte-americano e europeu, nos quais há previsão de grande aceitação da linha Natura Ekos, que utiliza ativos da biodiversidade brasileira.

Uma amostra das perspectivas que poderão ser abertas, nos mercados internacionais mais desenvolvidos, concretizou-se em 2002, quando a Natura, a partir de

setembro, passou a estar presente nos free shops de aeroportos brasileiros. Concebida como uma forma de também reforçar a marca nos mercados internacionais, a presença dos produtos Natura nos free shops tem revelado excelente aceitação. Cabe destacar, nesse aspecto, o fato de que os produtos da linha Natura Ekos respondem por cerca de 50% das vendas da empresa nessas lojas.

Na Argentina, país em que a dramática crise econômica levou, em 2002, a uma queda de 30% a 40% do mercado em moeda local, a Natura conseguiu elevar suas vendas em pesos em 70,2 %, na comparação com 2001, ao mesmo tempo em que aumentou sua participação no mercado. O bom desempenho deveu-se à estratégia de não se valer de um reajuste imediato de preços, apesar das pressões provocadas pelo fim da paridade cambial, possibilitando a conquista de consumidores de produtos importados e consolidando o conhecimento da marca no mercado local. Além disso, o número de consultoras cresceu 21,9% em 2002. As perspectivas para 2003 são de um crescimento similar ao de 2002.

As vendas no Peru cresceram 87% e espera-se que, a



Sara Regina da Silva,
colaboradora da Natura

partir de 2003, a operação passe a ser auto-sustentável. No Chile, a companhia tem conseguido um crescimento consistente no número de consultoras, que passou de 2.619 em 2001 para 3.407, em 2002, o que permitiu registrar uma significativa expansão das atividades no mercado local. As vendas no Chile registraram, em 2002, um aumento de 61,8%.

A Flora Medicinal, tradicional fabricante de fitoterápicos, completou 90 anos em 2002. Adquirida pela Natura em 1999, a empresa teve aumento de receita operacional bruta de R\$ 3,7 milhões, em 2001, para R\$ 5 milhões em 2002. O prejuízo operacional caiu de R\$ 9,6 milhões para R\$ 6,6 milhões no período.

Em 2002, a Natura absorveu a estrutura de operação da Flora – logística, financeira e de recursos humanos. Com isso, pôde ingressar, de modo mais firme, no mercado de fitocosméticos, com o lançamento de protetores solares. A inclusão da Flora Medicinal nos negócios vai ao encontro da estratégia da Natura de aprofundar conhecimentos sobre a biodiversidade brasileira também na área da saúde. Além disso, agrega um novo canal de distribuição – a rede de farmácias e drogarias.





indicadores econômicos ambientais e sociais

Global Reporting Initiative



Pelo terceiro ano consecutivo, a Natura apresenta os indicadores econômicos, ambientais e sociais segundo as recomendações da Associação Brasileira dos Analistas do Mercado de Capitais, ABAMEC, e da Global Reporting Initiative, GRI, complementadas por orientações do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (ver Metodologia, pág. 10).

Entre 2000 e 2001, a Natura transferiu suas instalações industriais de Itapequerica da Serra para Cajamar, ambas em São Paulo. Em razão dessa mudança, houve dificuldade na comparação dos indicadores ambientais informados nos relatórios referentes àquele biênio. Em 2002, a Natura passou por outra mudança, ao transferir sua unidade administrativa de Santo Amaro, bairro de São Paulo, para as instalações de Itapequerica da Serra, que foram remodeladas para abrigar escritórios. Dessa forma, vários indicadores foram ajustados, de modo a permitir comparações entre os exercícios.

Mais ainda, a apuração interna dos indicadores GRI evoluíram, o que implicou diferenças em alguns números publicados nos relatórios anteriores. Os ajustes fazem parte do aprendizado de compilação e exposição dos indicadores de desempenho econômico, ambiental e social, dentro da postura de transparência e abertura de dados e resultados, obstinadamente procurada pela Natura.

Vale ressaltar também que as mudanças de muitos dos indicadores proposta na versão 2002 pela GRI foram totalmente incorporadas pela Natura neste relatório, conforme declaração expressa nesta mesma página.

Neste novo modelo da GRI, a Natura publicou 98% dos indicadores essenciais e 84% dos indicadores adicionais. O único indicador obrigatório não respondido pela empresa, conforme registrado no Índice Remissivo (pág. 75), refere-se à informação estratégica e, por essa razão, a companhia decidiu não divulgá-lo.

Unificação dos relatórios

A unificação dos relatórios anuais de administração e de responsabilidade corporativa, como detalhado no capítulo Metodologia, provocou igualmente mudanças importantes nos indicadores de desempenho econômico e em alguns dos de desempenho social. Nos relatórios de responsabilidade corporativa de 2000 e 2001, os indicadores de desempenho econômico consideravam apenas informações da Natura no Brasil. Não incluíam, portanto, as operações internacionais. Nesta edição, as informações já aparecem consolidadas na holding Natura Participações S.A., conforme compromisso assumido no relatório de 2001.

As informações sobre o desempenho ambiental, neste relatório, referem-se apenas às operações no Brasil, onde a Natura mantém sua unidade de pesquisa, desenvolvimento e produção. Com relação ao desempenho social, os dados são referentes às operações da empresa no Brasil, exceto os indicadores 46, 47, 59, 61, 62 e 79, que incluem as operações em outros países.

Esclarecimentos sobre este Relatório podem ser obtidos com José David Vilela Uba, Vice-Presidente de Finanças e Informações (telefone 55 11 4446-2701), e com Rodolfo Witzig Guttilla, Diretor de Assuntos Corporativos, (telefone 55 11 4446-2561) e no site www.natura.net

Outras informações podem ser solicitadas através de:

| | |
|-------------------------------------|-----------------|
| Central de Atendimento Natura | 0800-11 55 66 |
| Gerência de Meio Ambiente | 55 11 4446-2485 |
| Gerência de Planejamento Econômico | 55 11 4446-2713 |
| Gerência de Responsabilidade Social | 55 11 4446-2360 |

"Este Relatório foi produzido em conformidade com o Guia GRI 2002. Ele representa uma apresentação balanceada e justa da performance econômica, ambiental e social de nossa organização."

A Diretoria

Indicadores de Desempenho Econômico

Impactos Econômicos Diretos

Clientes

1. Receita líquida (R\$ mil)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-----------------|---------|---------|---------|
| Receita Líquida | 690.400 | 813.105 | 983.419 |

2. Distribuição geográfica de mercados

A Natura considera essa informação estratégica, exclusivamente destinada ao uso da gestão interna.

Fornecedores

3. Custo de todos os bens, materiais e serviços adquiridos (R\$ mil)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|
| Custo dos bens, materiais e serviços | 520.244 | 547.692 | 612.747 |

4. Porcentagem de contratos que foram pagos em conformidade com seus termos, excluindo aqueles pagos através de penalidades ajustadas

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|-------|-------|-------|
| Percentual de contratos pagos em conformidade | 99,9% | 99,7% | 99,7% |

Colaboradores

5. Total da folha de pagamentos e dos benefícios (incluindo salários, aposentadoria e outros benefícios) distribuídos por país (R\$ mil)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--------------|---------|---------|---------|
| Total Natura | 131.026 | 166.293 | 171.255 |
| Brasil | N.D. | 152.549 | 159.341 |
| Argentina | N.D. | 8.877 | 4.967 |
| Chile | N.D. | 2.509 | 3.579 |
| Peru | N.D. | 2.359 | 3.368 |

Razão entre investimentos em treinamento e os custos operacionais

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-------|-------|-------|-------|
| Razão | 1,08% | 1,16% | 0,99% |

Investimentos em educação e treinamento de colaboradores (R\$ mil)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---------------|-------|-------|-------|
| Investimentos | 4.139 | 4.991 | 4.973 |

meta Manter os investimentos em educação e treinamento de colaboradores no mesmo patamar de 2002.

Financiadores e Acionistas

6. Distribuição para os financiadores, segmentados por juros sobre dívidas e empréstimos; e dividendos para todas as classes de ações, com quaisquer obrigações de dividendos preferenciais a serem cumpridas (R\$ mil)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|---------|---------|---------|
| Empréstimos e Financiamentos de longo prazo | 88.564 | 165.269 | 148.879 |
| Empréstimos e Financiamentos de curto prazo | 155.910 | 103.226 | 104.681 |

A Natura é uma sociedade de capital fechado, portanto sem ações em mercado.

7. Aumento ou diminuição nos lucros acumulados no final do período (R\$ mil)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-------------------|-------|----------|--------|
| Lucros acumulados | 4.963 | (14.737) | 28.934 |

Setor Público

8. Soma total de impostos de todos os tipos pagos, separados por país (R\$ mil)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--------------|---------|---------|---------|
| Total Natura | 285.834 | 305.564 | 413.723 |
| Brasil | 281.045 | 299.262 | 406.728 |
| Argentina | 2.843 | 4.035 | 3.077 |
| Chile | 1.197 | 1.232 | 1.964 |
| Peru | 749 | 1.035 | 1.954 |

9. Subsídios recebidos distribuídos por país ou região

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-----------|------|------|------|
| Subsídios | N.D. | N.D. | N.D. |

10. Doações à comunidade, sociedade civil e outros grupos, separados em termos de doação em dinheiro e em espécie por tipo de grupo

Entre as práticas de responsabilidade social assumidas como compromisso pela Natura está o desenvolvimento de projetos sociais junto à comunidade, buscando contribuir de forma inovadora e exemplar para o aperfeiçoamento da sociedade.



Os projetos apoiados pela Natura consideram a importância de se desenvolver um trabalho que gere efetivamente uma mudança na realidade, com o fortalecimento e a autonomia da comunidade envolvida. São financiados pela doação de 10% dos dividendos dos acionistas e contam com parcerias estabelecidas com entidades públicas e privadas e organizações não governamentais.

Além de desenvolver projetos sociais junto a comunidades, a Natura ainda apóia, patrocina e divulga várias outras iniciativas.

Já o Programa Crer para Ver merece ser apresentado separadamente, pois os recursos arrecadados resultam da venda de produtos criados voluntariamente por parceiros e vendidos também de forma voluntária pelas Consultoras Natura (Ver Iniciativas e Parcerias Ambientais e Sociais).

O total de investimentos sociais em 2002, contemplando Ação Social e Programa Crer para Ver, foi de R\$ 3.345 mil.

Ação Social Natura (em R\$ mil)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|-------|-------|------|
| Investimentos em Iniciativas e Parcerias Sociais e despesas operacionais* | 2.230 | 3.135 | 1645 |

* Exceto Programa Crer para Ver, detalhado no quadro abaixo.

Crer para Ver (em R\$ mil)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Custo de gestão e operações, assumido pela Natura* | 500 | N.A. | N.A. |
| Recursos líquidos arrecadados | 1.054 | 780 | 1.700 |
| Investimento da Ação Social Natura | 346 | 920 | 0 |
| Total de Investimentos em Ação Social | 4.130 | 4.835 | 3.345 |

* Em 2001, todos os custos de gestão e operações passaram a ser assumidos pelo programa.

meta Crescimento de 15% nas vendas de produtos que financiam o Programa Crer para Ver em 2003.

Promoção do Voluntariado

Outra forma de contribuir com a comunidade é a promoção do voluntariado, que busca estimular a prática de ações sociais e o exercício da cidadania entre os colaboradores.

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--|------|------|------|
| Percentual de colaboradores que realizam trabalho voluntário | 5,5% | 18% | 46%* |

* Até 2001, a Natura considerava para este indicador apenas os colaboradores voluntários que atuavam em projetos oferecidos pela própria empresa. Em 2002, passou a considerar a ação voluntária realizada em projetos oferecidos ou não pela empresa.

11. Total gasto com o desenvolvimento de infra-estrutura de negócio, fora da atividade principal da organização

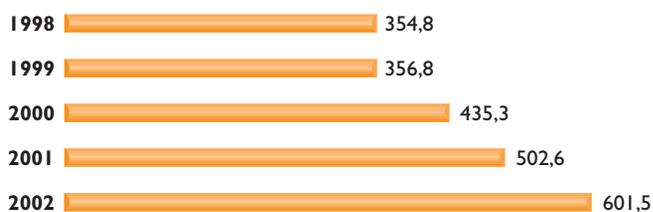
A Natura investiu, ao longo dos últimos três anos, R\$ 5.601 mil na construção de clube e de creche no Espaço Natura Cajamar.

Impactos Econômicos Indiretos

12. Os impactos econômicos indiretos da organização

O impacto econômico indireto mais relevante gerado pela empresa, sem dúvida, é a riqueza distribuída às consultoras independentes, que têm a oportunidade de complemento de renda por meio da revenda dos produtos Natura, conforme demonstrado no gráfico abaixo. Da mesma forma, ressalta-se a significativa distribuição de riquezas para outros públicos, como colaboradores, acionistas e governo (ver detalhes na pág. 16).

Distribuição de Riqueza – Consultoras Independentes (em R\$ milhões)



Indicadores de Desempenho Ambiental

Materiais

13. Consumo total de materiais, excluída água, por tipo

Total de outros materiais

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---------------------------|-----------|-----------|------------|
| Outros materiais – Quilos | 5.044.693 | 9.654.332 | 10.617.408 |
| Outros materiais – Litros | 4.642.281 | 3.194.164 | 5.034.647 |

A Natura não detalha o consumo de materiais por tipo por considerar informação estratégica, exclusivamente destinada ao uso da gestão interna.

14. Porcentagem de materiais utilizados que são resíduos (processados ou não processados) de fontes externas à organização (ton)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|
| Toneladas de materiais | 903 | 1.037 | 1.590 |
| Participação dos refis nas vendas | 14,6% | 15% | 13% |

Energia

15. Consumo de energia direta, segmentado por fontes primárias (joules)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--|-----------------------|------------------------|------------------------|
| Eletricidade fonte primária | $1,52 \times 10^{13}$ | $7,57 \times 10^{13}$ | $7,54 \times 10^{13}$ |
| Eletricidade autogerada (gerador a diesel) | N.D. | $7,13 \times 10^{11}$ | $6,55 \times 10^{11}$ |
| Óleo diesel utilizado nos geradores | $9,34 \times 10^{11}$ | $24,60 \times 10^{11}$ | $22,60 \times 10^{11}$ |
| Combustível utilizado na distribuição – diesel | $6,76 \times 10^{13}$ | $7,43 \times 10^{13}$ | $9,64 \times 10^{13}$ |
| Combustível utilizado na distribuição – gasolina | $23,600 \times 10^9$ | $4,09 \times 10^9$ | $8,050 \times 10^9$ |
| Consumo de GLP | $5,87 \times 10^{12}$ | $20,63 \times 10^{12}$ | $19,40 \times 10^{12}$ |

Obs.: Poder calorífico: GLP=11.500 Kcal/kg; gasolina=11.277 Kcal/kg (1 Kcal/kg = 4.186,8 joules/kg)

meta Em 2003, a Natura reduzirá o consumo de energia elétrica em 5%

16. Consumo de energia indireta (joules)

Não aplicável, pois a Natura não compra produtos de energia.

17. Iniciativas para utilização de fontes renováveis de energia e aumento de eficiência da energia

Uma das iniciativas que contribuiu para a redução do consumo de energia foi a criação, em 2002, da Brigada de Redução de Energia, com a participação de todos os colaboradores para identificar possibilidades de economia no gasto de energia.

Até o final do ano, as ações implementadas proporcionaram uma redução de consumo de 26.362 KW/ano. Reduziu-se o consumo de energia no sistema de ar condicionado com as seguintes ações: Aspersão de água nos telhados, aspersão de água na serpentina de resfriamento do chiller e pintura dos telhados com tinta reflexiva.

18. Outro uso indireto de energia e suas implicações, tais como viagens de negócios, gerenciamento do ciclo de vida do produto e uso de materiais que requerem muita energia para sua produção

Apesar de a Natura ter iniciado um Programa de Ciclo de Vida dos Produtos, o indicador de consumo indireto de energia de 2002 não está disponível.

Água

19. Consumo total de água (m³)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---------|--------|---------|---------|
| Consumo | 43.277 | 130.056 | 115.741 |

20. Fontes de água, ecossistemas e habitats envolvidos, significativamente afetados pelo uso da água

Toda a água consumida nos Espaços Natura Cajamar e Itapecerica da Serra provém de poços artesianos, respeitando-se os critérios de regeneração, observando-se a vazão máxima e mínima determinada durante a perfuração e testes dos poços, e utilizando-se o recurso natural de forma sustentável.

21. Retiradas anuais de água de superfície e subterrânea, por porcentagem anual disponível de fonte renovável

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-----------|------|-------|-------|
| Retiradas | N.D. | 70,2% | 65,7% |

22. Total de água reciclada e reutilizada (m³)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|------------------------------|------|------|-------|
| Água reciclada e reutilizada | N.D. | N.D. | 6.509 |

meta Em 2003, a Natura manterá o volume de água reciclada e reutilizada no mesmo patamar de 2002.

Biodiversidade

23. Localização e área de terra arrendada, alugada ou administrada em habitats ricos em biodiversidade

A Natura localiza-se em duas regiões de extrema importância ambiental: Itapecerica da Serra, em Área de Proteção de Mananciais, e Cajamar, em Área de Proteção Ambiental. Todavia, essas áreas não são consideradas ricas em biodiversidade. Mesmo assim, a empresa vem demonstrando sua preocupação em conservar a riqueza da região e preservar a integridade sócio-cultural da comunidade local.

Alguns produtos da Natura utilizam ativos da biodiversidade brasileira em suas formulações. A extração desses ativos é realizada por terceiros e os processos estão sendo certificados nas áreas de cultivo e de extrativismo. Em 2002, uma consultoria especializada em assuntos ambientais preparou planos de manejos para o buriti, no Estado do Piauí, e para a castanha do Brasil, no Estado do Amapá.

Os processos de certificação de ativos estão em diferentes fases, conforme tabela informada no indicador 24.

24. Descrição dos principais impactos em biodiversidade associados com as atividades da organização ou seus produtos em ambientes terrestres, marinhos ou de água doce

Atuando nas áreas de cosmética, saúde e fitoterápicos, a Natura utiliza em seus produtos muitos insumos provenientes diretamente da natureza, como flores, frutas, sementes e óleos vegetais. Com o Programa de Certificação de Ativos, a empresa procura garantir que a extração desses materiais, realizada por fornecedores, seja conduzida de forma ambientalmente sustentável e socialmente justa.

A seguir, esclarecemos os processos que são certificados pelo programa e o status em 2002 de cada ativo consumido pela Natura:



Manejo Florestal:

O Programa de Certificação está estruturado para avaliar o processo de extração dos ativos e o tipo de manejo utilizados de acordo com os princípios e critérios do Forest Stewardship Council.

Manejo Agrícola:

O Programa de Certificação está estruturado para avaliar o processo de produção agrícola dos ativos utilizados de acordo com os princípios e critérios do Sustainable Agriculture Network

Fase I: Identificação de uma área potencial de fornecimento e pré-avaliação a partir de um levantamento rápido da situação atual quanto à organização da comunidade e tipo de manejo agrícola existente.

Fase II: Elaboração de diagnósticos sócio-ambientais e de inventários botânicos. Elaboração de plano de manejo.

Fase III: Implementação do plano de manejo e auditoria Imaflo.

Status do Programa de Certificação de Ativos

| Ativos EKOS | Estado | FASE I | | FASE II | | FASE III | | Observações |
|---|-------------------|--|-------|---------|-------|----------|-------|--|
| | | Início | Final | Início | Final | Início | Final | |
| Andiroba <i>Carapa guianensis</i> | Amazonas | ██████████ | | | | | | Extrativismo (manejo) |
| Buriti <i>Mauritia flexuosa</i> | Piauí | ████████████████████ | | | | | | Extrativismo (manejo) |
| Cacau <i>Theobroma cacao</i> | Bahia | ██ | | | | | | Cultivo Sistema agroflorestal Selo previsto para março 2003 |
| Camomila <i>Matricaria chamomilla</i> | Paraná | ██████ | | | | | | Cultivo |
| Castanha do Brasil <i>Bertholettia excelsa</i> | Amapá | ████████████████████ | | | | | | Extrativismo (manejo) |
| Copaíba <i>Copaifera spp</i> | Amapá | ██████ | | | | | | Extrativismo (manejo) |
| Cumarú <i>Dipteryx odorata</i> | Em avaliação | ██████ | | | | | | Extrativismo (manejo) |
| Cupuaçu <i>Theobroma grandiflora</i> | Rondônia | ████████████████████ | | | | | | Cultivo Sistema Agroflorestal |
| Guaraná <i>Paullinia cupana</i> | Bahia | ██ | | | | | | Cultivo |
| Macela do campo <i>Achyrocline satureoides</i> | Paraná | ██████ | | | | | | Cultivo |
| Maracujá <i>Passiflora edulis</i> | Minas Gerais | ██████ | | | | | | Cultivo |
| Mate Verde <i>Ilex paraguariensis</i> | Rio Grande do Sul | ██ | | | | | | Extrativismo (Manejo) Selo previsto para março 2003 |
| Pitanga <i>Eugenia uniflora</i> | São Paulo | ██████████ | | | | | | Cultivo |

meta Certificar três ativos em 2003 (mate verde, cacau e guaraná).

25. Quantidade de terra adquirida, arrendada ou administrada para atividades de produção ou extração

A Natura não adquiriu, arrendou ou administrou as áreas de cultivo ou extrativismo, mas adota um sistema de certificação cujo principal objetivo é comprovar que a atividade considerada não comprometa os recursos disponíveis no local. Esse sistema visa beneficiar toda a coletividade ou uma propriedade, não se limitando à produção destinada à Natura.

26. Área de superfície impermeável por porcentagem de terra arrendada ou adquirida

O Espaço Natura Itapeperica da Serra possui 14.366,14 m² de área construída (aproximadamente 15% do total do terreno). Em 2002, foi realizada uma reforma do local, respeitando-se os limites estabelecidos para construção, já que Itapeperica situa-se em Área de Preservação de Mananciais. Já o Espaço Natura Cajamar compreende 77.114,85 m² de área construída (aproximadamente 12% do total do terreno).

27. Impactos das atividades e operações em áreas protegidas e sensíveis

Em razão das intervenções da empresa para a implantação do Espaço Natura Cajamar, foi feito um acordo com o Departamento Estadual de Proteção aos Recursos Naturais para o plantio de 10.000 mudas de mata ciliar.

28. Alterações em habitats naturais resultantes das atividades e operações da organização e porcentagem de habitats protegidos restaurados

Ver Indicadores 23 e 27.

29. Objetivos, programas e metas para proteção e restauração de ecossistemas e espécies nativas em áreas degradadas

Projeto de Educação e Recuperação Ambiental da Mata Atlântica no Vale do Rio Doce

O projeto, patrocinado pela Natura desde 1999 em parceria com a ONG Instituto Terra, permite testar e avaliar técnicas de recuperação florestal, por meio do desenvolvimento de modelos para áreas degradadas da Mata Atlântica. Utilizam-se técnicas de baixo custo e participação comunitária. O projeto se destina também a avaliar os processos ecológicos nas áreas remanescentes e monitorar os sítios já recuperados. Todo esse trabalho objetiva a reconstituição do ecossistema florestal da Mata Atlântica. Ao mesmo tempo, busca-se difundir as tecnologias desenvolvidas e fomentar a educação do público a respeito das questões ambientais prioritárias.

Projeto Canguçu

Em 2000, a Natura firmou parceria com o Instituto Ecológica, coordenador do Projeto na Ilha do Bananal, no Estado do Tocantins, que reúne cientistas de todo o mundo especializados em pesquisas para criar parâmetros destinados a medir o impacto da emissão do gás carbônico. O patrocínio visa apoiar o desenvolvimento de um software, que calculará o volume de vegetação necessário para absorver essas emissões. Também serão desenvolvidas atividades para melhorar o padrão de vida das comunidades locais, por meio de várias ações de capacitação.

Projeto Pomar

Em 2000, a Natura iniciou a participação, ao lado de outras empresas, no Projeto Pomar – uma iniciativa da Secretaria Estadual de Meio Ambiente do governo paulista – que promove a recuperação paisagística e ambiental de áreas degradadas nas margens do rio Pinheiros, na cidade de São Paulo.

Informações detalhadas sobre os programas estão no capítulo Iniciativas e Parcerias Ambientais e Sociais.

30. Números de espécies na Lista Vermelha da IUCN em habitats nas áreas afetadas pelas operações da organização

Plantas que constam da Lista Vermelha e são utilizadas pela Natura e Flora Medicinal:

Flora Medicinal:

Ilex paraguariensis (mate-verde) classificação LR/nt – parte utilizada: folhas

Natura Ekos:

Ilex paraguariensis (mate-verde) classificação LR/nt

- LR = baixo risco nt= próximo do ameaçado (taxa que não qualifica a dependência da conservação, mas que indica vulnerabilidade)

Bertholetia excelsa (castanha) classificação VU/A1acd+2c

- VU= vulnerável A1acd = suspeita da redução de população de até 20% nos últimos 10 anos, através de uma observação direta do declínio em área de ocupação estendendo a ocorrência e/ou qualidade de vida atual ou potenciais níveis de exploração. 2c+ = redução de pelo menos 20%, projetado ou suspeito ser encontrado dentro dos próximos 10 anos ou três gerações, o qual já é mais longo, baseado no declínio em área de ocupação estendendo a ocorrência e/ou qualidade de vida

Demais linhas de produtos:

Shorea stenoptera (illipê)* classificação EM

- EM = ENDANGERED = Taxonomia em perigo. Enfrentando alto risco de extinção no futuro próximo.

É importante ressaltar que a empresa utiliza diferentes partes das plantas para as formulações e extratos. No caso da utilização de flores, frutos e folhas, não é um extrativismo predatório.

Na linha Natura Ekos, as principais matérias-primas são óleos, produzidos a partir de ativos como o Buriti e a Castanha do Brasil, com a preocupação de agregar valor, incentivando as comunidades a conservarem as árvores em pé.

Nos casos em que a empresa trabalha com matérias-primas como cascas e raízes, cuja extração pode comprometer os recursos disponíveis no local, o problema é contornado com elaboração de planos de manejo. Tais planos, que permitem quantificar o volume de recursos a ser coletado sem atingir o nível de comprometimento, são preparados em parceria com as comunidades locais, na busca de uma integração homem/bioma que respeite a realidade de cada local.

O processo de certificação de ativos adotado pela Natura visa apontar e medir os impactos da demanda da empresa sobre um determinado ambiente. Um modelo de produção só é certificado quando ele garante a sustentabilidade da atividade. Para isso, a atividade terá no mínimo de assegurar a manutenção dos recursos locais, embora sempre haja recomendação para que as condições socioambientais sejam melhoradas. Caso haja efeitos negativos sobre o ambiente, o modelo de produção é revisto e modificado.

meta A Natura utiliza o ativo da planta *Shorea stenoptera* (illipê)* na composição de quatro produtos. Três desses produtos serão descontinuados em 2003. Para o quarto produto em questão, a Natura substituirá o ativo utilizado até junho/2004.

31. Lista de unidades de negócio operando atualmente ou planejando operar dentro ou ao redor de áreas sensíveis ou protegidas

Veja Indicador 23.

Emissões, Efluentes e Resíduos

32- Emissões de gases que provocam efeito estufa (CO₂, CH₄, NO₂, HFCs, PFCs, SF₆) (ton)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|----------|----------|----------|
| Emissão de CO ₂ na distribuição – gasolina | 1.208,00 | 203,00 | 434,33 |
| Emissão de CO ₂ na distribuição – diesel | 4.752,00 | 5.222,00 | 6.633,86 |
| Emissão de CO ₂ na distribuição – álcool | N.D. | N.D. | 20,97 |
| Emissão de outros gases | N.D. | N.D. | N.D. |

Obs.: O cálculo de emissão de CO₂ foi feito levando em conta: Gasolina = 1,76 kg CO₂ x litros de gasolina; Diesel = 2,64 kg CO₂ x litros de diesel; GLP: 0,85 kg CO₂ x litros de GLP.

33. Usos e emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--|------|------|------|
| Emissão de substâncias que destroem a camada de ozônio, em toneladas de CFC-II equivalente | N.D. | N.D. | N.D. |

No processo de eliminação/substituição de todos os equipamentos do Espaço Natura Cajamar que utilizam HCFC, duas câmaras frigoríficas restantes estarão com seu sistema de refrigeração substituído pelo isceon, um gás que não contém cloro, não agride a camada de ozônio e também reduz em 10% o consumo de energia elétrica dos equipamentos. Os demais equipamentos tiveram em 2002 seus sistemas substituídos pelo R134a, um HFC–hidrofluorcarbono, não inflamável, atóxico, com menor impacto à camada de ozônio e de baixa influência no efeito estufa.

meta A partir de 2003, a Natura iniciará estudo de viabilidade para substituir os gases de equipamentos nocivos à camada de ozônio por gases menos prejudiciais ao meio ambiente, em sua unidade de Itapecerica da Serra.

34. Emissões significativas de Nox e Sox na atmosfera, por tipo

Não aplicável, pois a Natura só consome em seus espaços Natura Cajamar e Itapecerica o gás GLP, que reduz significativamente a emissão de substâncias como Nox e Sox.

35. Volume total de resíduos por tipo e destinação (ton)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---------------------|--------|---------|----------|
| Resíduos Classe I | 706,06 | 773,08 | 1.022,08 |
| Resíduos Classe II | 75,96 | 933,39 | 1.626,18 |
| Resíduos Classe III | 942,57 | 1037,25 | 532,98 |

Destinação

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-------------------------|--------|--------|--------|
| Incinerados | 4,10% | 5,94% | 5,52% |
| Reutilizados | 36,80% | 22,24% | 16,32% |
| Descarregados em aterro | 4,40% | 34,02% | 31,91% |
| Recicláveis | 54,60% | 37,80% | 46,26% |

Obs.: Os resíduos são classificados de acordo com a norma da Associação Brasileira de Normas Técnicas, NBR 10.004: Resíduos Classe I: Resíduos perigosos (lodo físico-químico e biológico, produtos cosméticos obsoletos, resíduo ambulatorial e de laboratório, álcool e emulsão oleosa); Resíduos Classe II: Resíduos não inertes (papel, papelão, resíduos de varrição, resíduos orgânicos e resíduos domésticos); Resíduos Classe III: Resíduos inertes (vidros, metais, plásticos, entulhos).

36. Descargas significativas de água, por tipo

Em novembro de 2002, foi implantada a Estação de Tratamento de Efluentes do Espaço Natura Itapecerica, possibilitando o tratamento de todo o efluente orgânico gerado na unidade. Com isso, os Espaços Natura Cajamar e Itapecerica fecham o ciclo de tratamento de seus efluentes, obedecendo aos parâmetros legais exigidos pelo órgão ambiental.

Em 2002, foram reutilizados 6.509 m³ de água, conforme informado no Indicador 22.

37. Derramamentos significativos de produtos químicos, óleos e combustíveis em termos de número total e volume total

Não aplicável, pois em 2002 não houve nenhuma ocorrência de derramamentos significativos de materiais químicos que possam comprometer a qualidade e integridade do solo.



38. Outras emissões indiretas relevantes de gás (CO₂, CH₄, NO₂, HFCs, PFCs, SF₆)

A Natura entende que as emissões indiretas relevantes provêm das atividades de alguns de seus fornecedores. Todavia, a empresa não monitora essas emissões. Os dados resultantes da emissão de gases na distribuição de produtos da empresa (considerada emissão direta) foram contemplados no Indicador 32.

39- Identifique fontes de água, ecossistemas e habitats significativamente afetados por descargas de água e escoamentos

Nos Espaços Natura em Cajamar e Itapecerica foram construídas Estações de Tratamento de Efluentes, ETE. Em Cajamar, são devolvidos ao Rio Juqueri em média 156 m³/dia, em qualidades físico-químicas e biológicas superiores àquelas que o rio apresenta. Em Itapecerica, a ETE, instalada em novembro de 2002, está em fase de ajustes para avaliar a melhor alternativa ambiental e prevenir possíveis agressões ao ecossistema aquático (ver Indicador 36).

Fornecedores

40. Desempenho dos fornecedores com relação aos componentes de programas e procedimentos, conforme mencionado no capítulo Gestão e Produtividade deste relatório

Em 2002, a Natura desenvolveu um projeto para avaliação do desempenho dos fornecedores em relação aos critérios importantes para o negócio – o projeto Score Card de Fornecedores. Entre os vários critérios que serão avaliados a partir de 2003 estão questões sobre responsabilidade social e ambiental.

A Natura também instituiu seu Comitê de Sustentabilidade, responsável por fornecer subsídios técnicos às áreas de Suprimentos, Tecnologia e Conceitos Avançados e Qualidade Assegurada, no processo de auditoria ambiental dos fornecedores. Dentro da estratégia de implantação do sistema de avaliação de fornecedores, a Natura criou o módulo de avaliação ambiental, que será aplicado a partir de 2003, de acordo com o cronograma previsto no Sistema de Gerenciamento Ambiental da Natura.

Além disso, a empresa iniciou o processo de implantação da ISO 14.001, com coordenação da Gerência de Meio Ambiente e certificação prevista para maio de 2004. Os contratos com fornecedores têm cláusulas específicas quanto a responsabilidade social e meio ambiente.

Produtos e Serviços

41. Impactos ambientais significativos dos principais produtos

O maior impacto ambiental dos produtos Natura está no descarte das embalagens. Por isso, teve início em 2002 um programa para avaliação do ciclo de vida dos produtos. Na primeira etapa, foi realizada a avaliação das embalagens dos produtos comercializados em 2001.

Em 2003, o programa terá continuidade com o monitoramento do impacto ambiental das embalagens e a metodologia de avaliação de ciclo de vida será levada em conta no lançamento dos produtos.

42. Porcentagem do peso dos produtos vendidos que podem ser recuperados no final de sua vida útil e porcentagem do que é realmente recuperado

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--|------|------|------|
| | N.D. | N.D. | N.D. |

A Natura não recupera volume após utilização. Os produtos que retornam com validade vencida são incinerados.

Conformidade

43. Incidentes e penalidades por não cumprimento de todas as declarações, convenções e tratados internacionais aplicáveis e regulamentações nacionais, regionais e locais associadas com questões ambientais

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--------------------------|------|------|------|
| Incidentes e penalidades | 0 | 0 | 0 |

Transporte

44. Impactos ambientais significativos no transporte utilizado pela organização para propósitos logísticos

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|----------|------|------|------|
| Impactos | N.D. | N.D. | N.D. |

Conforme mencionado no indicador 32, a emissão de CO₂ na distribuição de produtos é um dos impactos ambientais significativos nas operações da empresa. Dentro do tripé da sustentabilidade (ambientalmente correto, economicamente viável e socialmente justo), a Natura vem desenvolvendo, junto a seus transportadores contratados, ações de definição de rotas que melhorem o desempenho do trajeto, permitam maior eficácia no uso de combustíveis, reduzam o nível de emissões atmosféricas, como o gás carbônico, e otimizem o tempo de entrega dos produtos.

Geral

45. Gastos totais ambientais por tipo (em R\$ mil)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|-------------|----------------|----------------|
| Investimentos em projetos socioambientais | N.D. | 1.022,9 | 1.596,2 |
| Investimentos no projeto para certificação ISO 14001 | N.A. | N.A. | 27,5 |
| Instalação da Estação de Tratamento de Efluentes em Itapeperica | N.A. | N.A. | 80,0 |
| Investimentos no Programa de Certificação de Ativos | N.D. | N.D. | 257,0 |
| Investimentos na área industrial | N.D. | N.D. | 64,0 |
| Total Geral | N.D. | 1.022,9 | 2.024,7 |

Metas assumidas no Relatório Anual de Responsabilidade Corporativa 2001

| Indicador* | Meta assumida em 2001 | Resultados |
|------------|---|--|
| 2 | Na publicação do Relatório Anual de 2002, teremos o indicador de eletricidade autogerada pelo gerador a diesel. | ☺ Meta atingida. Ver indicador 15, página 49. |
| 10 | Ferramenta de Análise de Ciclo de Vida de produtos será implantada no período de 2002/2003, o que permitirá a avaliação do impacto ambiental dos diversos materiais utilizados e, com isso, direcionar ações que contribuam para minimizar esses impactos. | ☺ Meta atingida para a etapa de 2002, com o início da implantação da análise de ciclo de vida, como parte da certificação ISO 14001. |
| 16 | A Natura colocará em prática, em 2002, um programa de redução de desperdícios de alimentos nos seus restaurantes, com meta de redução de 41% no desperdício registrado ao longo do ano. | ☺ Meta atingida. Em 2002, a Natura reduziu o desperdício de alimentos nos restaurantes em 49% |
| 25 | A empresa prepara-se para obter a Certificação ISO 14001 até 2004 para, em seguida, auditar os fornecedores segundo os critérios de uso sustentável. | ☺ Meta atingida para a etapa de 2002. Iniciada a implantação do programa de certificação ambiental, com a contratação do Bureau Veritas. |
| 28 | Ao longo de 2002/2003, a Natura realizará estudo do Ciclo de Vida dos produtos, objetivando a implantação de eventuais ações compensatórias. | ☺ Meta atingida para a etapa de 2002. |
| 30 | Desde julho de 2000, a Natura utiliza o alfabeto braile nas embalagens e bulas que acompanham os produtos da linha Erva Doce, numa iniciativa voltada a inclusão social de deficientes visuais. A meta de empresa é ampliar este movimento para outras linhas de produtos, estando prevista para 2002 a inclusão nas linhas Chronos e Natura Criança. | ☹ Meta não atingida. Ainda não foi concluído o projeto de utilização do alfabeto braile para as linhas Natura Criança e Chronos. |

* Os indicadores mencionados neste quadro, publicados no Relatório Anual de Responsabilidade Corporativa 2001, obedecem à numeração utilizada naquela versão e não encontram paralelo com o atual modelo. Para maiores informações, consulte o Relatório Natura 2001 no site www.natura.net.

Indicadores de Desempenho Social

Práticas de Trabalho e Trabalho Decente

Emprego

46. Composição da força de trabalho por país

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|------------------|-------|-------|-------|
| Brasil | | | |
| Colaboradores | 3.139 | 3.041 | 2.641 |
| Temporários | N.D. | 201 | 88 |
| Terceiros | N.D. | 270 | 752 |
| Estagiários | N.D. | 38 | 24 |
| Peru | | | |
| Colaboradores | 58 | 60 | 60 |
| Terceiros | 5 | 5 | 7 |
| Estagiários | 0 | 0 | 0 |
| Chile | | | |
| Colaboradores | 61 | 58 | 54 |
| Terceiros | 5 | 5 | 5 |
| Estagiários | 0 | 0 | 0 |
| Argentina | | | |
| Colaboradores | 134 | 134 | 129 |
| Terceiros | 6 | 5 | 5 |
| Estagiários | 0 | 0 | 0 |

47. Geração líquida de emprego e média de turnover segmentada por país

Postos de trabalho – Brasil

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Postos de trabalho em Cajamar | 1.558 | 1.611 | 1.685 |
| Postos de trabalho em Itapecerica | 176 | 0 | 956 |
| Postos de trabalho em Santo Amaro | 1.405 | 1.430 | 0 |
| Total | 3.139 | 3.041 | 2.641 |

Geração de emprego e retenção de funcionários

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--------------------------------------|-------|--------|--------|
| Brasil | | | |
| Empregos gerados no período | 426 | -99 | -400 |
| Índice de turnover dos colaboradores | 8,03% | 13,77% | 6,04% |
| Peru | | | |
| Empregos gerados no período | 1 | 2 | 0 |
| Índice de turnover dos colaboradores | 8,60% | 15,00% | 16,00% |
| Chile | | | |
| Empregos gerados no período | 1 | -3 | -4 |
| Índice de turnover dos colaboradores | 1,60% | 5,20% | 7,40% |
| Argentina | | | |
| Empregos gerados no período | N.D. | 0 | -5 |
| Índice de turnover dos colaboradores | N.D. | N.D. | N.D. |

Programa de Trainees e Bolsa Interna de Oportunidades

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--|-------|-------|-------|
| Número de inscritos no programa de trainees | 8.088 | 8.839 | 8.082 |
| Relação entre aprovados e vagas oferecidas na bolsa de oportunidades | 37% | 21% | 46% |

meta Em 2003, a Natura manterá o índice de turnover abaixo de 7%.

48. Benefícios oferecidos aos colaboradores além dos obrigatórios por lei

Programa Natura Educação – Subsídio de bolsas universitárias, técnicas e de idiomas, para os colaboradores:

Berçário para filhos (com idade até 3 anos 11 meses) de colaboradoras, academia de ginástica na própria empresa, terapias alternativas – acupun-

tura na própria empresa, fonoaudiologia, massagens terapêuticas na própria empresa, plano de saúde com coberturas especiais – desde o início de 2002, a Natura oferece cirurgias de correção para qualquer colaborador com mais de 7 graus de miopia, atendimento psicológico, check up, atendimento clínico na empresa, na prevenção das patologias metabólicas (diabetes, colesterol e triglicérides) e cardiovascular (hipertensão), serviço de prevenção de patologias ligadas ao trabalho – ortopedia, fisioterapia, reeducação postural global, psicologia e audiometria na própria empresa, programa de auto-ajuda para quem pretende parar de fumar, telemedicina (eletrocardiograma por telefone nos casos de emergência), serviço de pediatria (para as crianças do berçário) e assistência funeral.

Relações de Trabalho e Gerenciais

49. Porcentagem de colaboradores representados por sindicatos ou outras entidades de classes

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-----------------------------|------|------|------|
| Colaboradores representados | 100% | 100% | 100% |

50. Políticas e procedimentos envolvendo informação, consulta e negociações com os colaboradores sobre mudanças nas operações da organização

Mesmo sem uma política formal para este fim, a possibilidade de uma mudança é amplamente discutida nos diversos comitês e fóruns formais de decisão (ver Indicador 51). Em seguida, há o planejamento da informação aos envolvidos, que inclui a realização dos Encontros Marcados com a Presidência e com os gestores da área para garantir a transparência no processo de comunicação. No final de 2001 e início de 2002, houve a terceirização da área de Atendimento, conforme descrição abaixo.

A terceirização do Atendimento

Em 2001, a Natura decidiu terceirizar a área de Atendimento, que não faz parte da sua atividade principal e mobilizava há dez anos ampla estrutura interna. Para isso, contratou uma empresa especializada em telemarketing, capaz de absorver imediatamente todos os colaboradores dessa área, em condições semelhantes às oferecidas.

Entre fevereiro e março de 2002, 257 dos 310 colaboradores desligados do Atendimento foram absorvidos pela nova empresa. Para todos os desligados, a Natura preparou um pacote com acréscimo de pagamento de meio salário para cada ano de trabalho, extensão da assistência médica por 3 meses, extensão do auxílio a creche e bolsa de estudos, além dos encargos legais.

Foi constituído, ainda, um serviço de apoio aos colaboradores, que indicou cursos profissionalizantes, auxiliou na preparação de currículos, forneceu consultoria jurídica, orientou sobre o mercado de trabalho e sobre a constituição de pequenos novos negócios para os interessados.

Todo o processo foi acompanhado pelo Sindicato dos Empregados no Comércio do Estado de São Paulo e do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, ao qual também é afiliada a empresa contratada para o serviço de atendimento.

51. Representações formais de colaboradores na tomada de decisão ou gerenciamento, incluindo governança corporativa

A administração conta com diversos Grupos de Trabalho e Comitês, que se estruturam em diferentes níveis e se reúnem regularmente, permitindo uma ampla e freqüente troca de informações entre diretores, gerentes e colaboradores, sempre em busca de soluções compartilhadas. O Comitê de Recursos Humanos, por exemplo, define políticas corporativas de Recursos Humanos, remuneração e desenvolvimento. O Comitê Executivo tem, entre suas responsabilidades, a aprovação das etapas do Sistema de Planejamento Estratégico Natura, o acompanhamento dos resultados consolidados da empresa, das atividades relacionadas aos vetores de crescimento e dos projetos institucionais relevantes, como, por exemplo, Responsabilidade Social, Comunicação e Marca Natura.

Por meio dessa estrutura, os colaboradores são incentivados a opinar, sugerir e criticar de forma livre. Isso pode ocorrer nos Encontros com a Presidência, nos Encontros Marcados, ou por outros canais. É o caso do Fale com a Natura, canal de comunicação entre colaboradores e a empresa que permite a livre expressão de críticas e sugestões, enviadas a um endereço eletrônico ou colocadas em caixas de sugestões.

A Pesquisa de Clima Organizacional é outra importante ferramenta utilizada pela Natura para envolver os colaboradores em decisões relacionadas ao emprego e ao ambiente de trabalho, e desenvolver planos de ação para melhoria em cada área da empresa. Em 2002, 70% das respostas dos colaboradores nesta pesquisa foram favoráveis à empresa.

Vale mencionar ainda Gerenciamento da Satisfação do Cliente Interno, estrutura formada por colaboradores legitimamente escolhidos pelos colegas e por Recursos Humanos, pela qual os colaboradores podem sugerir melhorias, e a Comissão de negociação da Política de Lucros e Resultados (ver Indicador 70).

meta Manter-se no grupo de benchmark da Hay Group - empresa de consultoria em gestão de pessoas, presente em 35 países, e que atende às 500 maiores empresas brasileiras. A Hay Group é responsável pela pesquisa anual de clima organizacional da Natura.

Saúde e Segurança

52. Relato e notificação de acidentes ocupacionais e doenças e seu relacionamento com o Código de Práticas de Relato e Notificação de Acidentes Ocupacionais e Doenças da OIT

Todos os acidentes, com afastamento ou não do trabalho, são registrados, contabilizados e analisados para a determinação de suas causas e implementação de medidas corretivas ou preventivas. Além disso, são notificados ao Ministério da Previdência Social, ao Ministério do Trabalho e Emprego e ao Sindicato da Categoria Profissional correspondente. Estas ocorrências também são divulgadas e discutidas pelos colaboradores através da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho, mas apenas no âmbito interno da empresa (ver Indicadores 53 e 67).

53. Descrição de Comitês formais de Saúde e Segurança, que envolvam gerentes e representantes dos trabalhadores e proporção da força de trabalho coberta por qualquer desses Comitês.

Cada empresa constituída nas unidades operacionais e administrativas possui uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho. Essas Comissões seguem as determinações da legislação – Norma Regulamentadora nº 5 da Portaria 3214/78 do Ministério do Trabalho e Emprego.

As Comissões Internas de Prevenção de Acidentes de Trabalho da Natura representam a totalidade dos colaboradores nas unidades em que trabalham.

54. Lesões típicas, dias perdidos, taxas de absenteísmo e números de fatalidades relacionadas ao trabalho (incluindo trabalhadores subcontratados)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|--------|--------|--------|
| Número de acidentes com afastamento | 13 | 15 | 3 |
| Número de acidentes sem afastamento | 16 | 16 | 8 |
| Média de acidentes de trabalho/colaborador | 0,009 | 0,012 | 0,004 |
| Absenteísmo | 2,74 | 1,93 | 2,83 |
| Dias de trabalho perdidos | N.D. | 241 | 38 |
| Investimento na prevenção de doenças/colaborador (R\$) | 121,06 | 246,63 | 255,00 |
| Investimento na prevenção de acidentes/colaborador(R\$) | 49,19 | 61,08 | 56,08 |
| Número de comunicações ao Instituto Nacional de Seguridade Social, sobre doenças ocupacionais – Cajamar | 6 | 4 | 1 |
| Número de comunicações ao Instituto Nacional de Seguridade Social, sobre doenças ocupacionais – Santo Amaro | 6 | 0 | 1 |

Obs.: Não inclui subcontratados.

55. Descrição de políticas ou programas para HIV/AIDS

A Natura faz parte do Conselho Empresarial Nacional em HIV/AIDS, organismo formado por 24 entidades empresariais convidadas, criado em 1998 pelo Ministério da Saúde.

A maior parte dos casos de AIDS atinge trabalhadores numa faixa etária economicamente ativa, daí a importância da implantação de Programa de Prevenção no local de trabalho.

O Programa de Prevenção e Combate à AIDS tem como objetivo disponibilizar informações para combater a discriminação e a segregação e levar a mudanças de comportamento. A Natura adota uma política que envolve o atendimento e tratamento, além da parceria com os órgãos públicos. Periodicamente, são realizadas campanhas de prevenção.

56. Descrição de acordos formais com sindicatos ou outras representações de classes envolvendo saúde e segurança no trabalho; proporção de força de trabalho coberta por qualquer desses acordos

A Natura segue as determinações relativas à saúde e à segurança, para 100% dos seus colaboradores, conforme determinado pela Consolidação das Leis do Trabalho e demais acordos coletivos dos sindicatos com os quais mantém relacionamento (Químicos, Comerciantes e Agentes Autônomos). Alguns itens incluídos nos acordos e seguidos pela Natura são: remuneração nos primeiros quinze dias do auxílio doença, complementação do auxílio previdenciário, fornecimento de Comunicado de Acidente de Trabalho e adoção de medidas de proteção em relação às condições de trabalho e segurança dos trabalhadores, regimento da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho, garantia de exames médicos e laboratoriais previstos na legislação.

Treinamento e Educação

57. Média de horas de treinamento por colaborador, por ano e por categoria

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Colaboradores em cargos de produção | N.D. | 45 | 41 |
| Colaboradores em cargos de administrativos | N.D. | 19 | 19 |
| Colaboradores em cargos gerenciais | N.D. | 41 | 53 |
| Colaboradores em cargos de diretoria | N.D. | 42 | 32 |
| Total | 45 | 36 | 34 |

58. Descrição de programas para apoiar a empregabilidade de colaboradores e para gerenciar final de carreiras

O Programa Natura Educação, criado para ampliar o acesso dos colaboradores e seus familiares à educação formal e à capacitação profissional, oferece bolsas que subsidiam 15% a 50% das mensalidades de cursos universitários e técnicos, de acordo com a faixa salarial do colaborador; 70% das mensalidades de cursos supletivos e 50% dos cursos de idiomas. O Programa de Educação Continuada subsidia 80% do custo de MBAs e Pós-Graduação.

Centro de Apoio

Nos processos de reestruturação e mudança de local da empresa, a Natura disponibilizou centros de apoio aos colaboradores desligados, oferecendo, entre outros benefícios: suporte psicológico, recursos para melhorar a qualificação profissional e as condições de empregabilidade, como cursos de microinformática e palestras sobre como montar um curriculum vitae, orientação sobre alternativas de recolocação, análise das perspectivas pessoais diante da aposentadoria, facilidades de acesso a novos planos de assistência médica, ao seguro desemprego e Fundo de Garantia do Tempo de Serviço.

meta Em 2003, a empresa iniciará a implantação de um programa de preparação para a aposentadoria para seus colaboradores

59. Políticas e programas específicos de gestão de habilidades ou de aprendizado permanente

A empresa oferece oportunidades internas e externas de educação e treinamento, consolidadas no Guia de Aprendizagem, disponível na Intranet para todos os colaboradores. A ferramenta fornece desde um teste sobre estilo pessoal de aprendizagem até diagnóstico pessoal e coloca à disposição canais de aprendizagem para diversificadas competências. Responsáveis pelo sistema de venda direta, as consultoras Natura fazem parte da rede de relações da empresa e são consideradas profissionais fundamentais para o sucesso do negócio, embora não tenham vínculo empregatício. A Natura investe fortemente no treinamento dessas profissionais, qualificando-as para que, alinhadas às Crenças e Valores da empresa, possam conhecer mais profundamente os seus produtos e conceitos e, como fruto desse trabalho, ampliar a sua própria rede de relacionamentos. Entre 2001 e 2002 houve um aumento de 16%, de 184.771 em 2001 para 214.396, no número de consultoras treinadas.

Diversidade e Oportunidade

60. Descrição de políticas ou programas de iguais oportunidades, sistemas e resultados de monitoramento para garantir seu cumprimento

A Natura se posiciona claramente, em todos os seus documentos de intenções e em sua expressão para a sociedade, pelo respeito à diversidade e à igualdade de tratamento.

As políticas e processos da companhia são elaborados e estruturados de forma a conscientizar e alertar contra comportamentos discriminatórios, em todos os relacionamentos com seus públicos, internos e externos. A opção da Natura pelo estímulo à diversidade e o respeito à individualidade está documentada em todos os seus compromissos com os colaboradores; nas políticas e práticas de recrutamento, contratação e demissão; nas políticas de remuneração e nos programas voltados à qualidade de vida e ao apoio de pessoas portadoras de necessidades especiais.

Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial e a Pesquisa de Clima Organizacional, que implicam consultas diretas aos colaboradores, desde que foram implantados na Natura, não apresentaram em seus resultados qualquer indício de práticas discriminatórias.

A Política de Demissão da empresa foi estruturada com todos os cuidados para evitar práticas discriminatórias, personalismos ou idiosincrasias pessoais como causas de desligamento de colaboradores. Os motivos e os critérios adotados para as demissões precisam ser explicados em entrevistas de desligamento com a área de Recursos Humanos. Por vezes, alguns casos de desligamentos só são efetivados com aprovação da diretoria ou presidência.

Também em seu programa de Qualidade de Vida, a Natura prevê uma atenção especial às mulheres gestantes ou em fase de amamentação.

Programa de Incentivo à Contratação de Pessoas Portadoras de Deficiência

Antes mesmo do lançamento de programa do Governo Federal e da entrada em vigor da lei que obriga empresas a destinar uma parte de suas vagas a portadores de deficiência, a Natura já adotava política nesse sentido. A criação do programa veio para ampliar as oportunidades de trabalho na empresa para essas pessoas.

Receber trabalhadores portadores de deficiência na empresa requer não só a adaptação dos espaços, mas também o preparo dos colaboradores que vão recebê-los. Por isso, a Natura criou a figura dos “padrinhos”, voluntários que desempenham papel importante na integração dos portadores de deficiência auditiva, auxiliando sempre que preciso na comunicação destes com os colegas e os gestores.

Ajuste de Conduta

Em agosto de 2002, a Natura firmou um Ajuste de Conduta com o Ministério do Trabalho, com o objetivo de atingir a meta percentual de contratação de deficientes físicos, calculada pelo total de colaboradores da empresa. A empresa deve informar semestralmente, ao Ministério Público, as providências no sentido de buscar o cumprimento da reserva.

Projeto Enxergar

A Natura, em uma iniciativa pioneira no setor de cosméticos, implantou o Projeto Enxergar, cujo objetivo é ampliar o relacionamento da empresa com portadores de deficiência visual e possibilitar sua inclusão na sociedade.

A primeira ação do Projeto Enxergar ocorreu em setembro de 2001, quando 65 deficientes visuais começaram a participar do Painel Olfativo (avaliação de fragrâncias) no Centro do Consumidor. Dando continuidade a este projeto, a Natura está contratando uma Cooperativa Social para coordenar esta atividade.

Programa Compartilhar

Este programa tem como objetivo proporcionar orientação e apoio aos colaboradores e familiares com filhos portadores de necessidades especiais. Também visa fortalecer a família, através de troca de experiências e informações, suporte técnico e emocional aos colaboradores e familiares. Visa, também, facilitar a obtenção de recursos para tratamento dentro do plano de assistência médica e inclusão social.

Além disso, a Natura oferece o processo de Bolsa de Oportunidades, em que todas as vagas disponíveis na empresa são divulgadas nos murais e Intranet, assegurando abertura e transparência aos processos de aproveitamento interno.

61. Composição dos níveis sêniores gerenciais e da Governança Corporativa (incluindo o Quadro de Diretores e também proporção de mulheres e homens e outros indicadores de diversidade quando culturalmente apropriados)

Portadores de deficiência

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|--|--------|--------|--------|
| Percentual em relação ao total de colaboradores | N.D. | 3% | 2,2% |
| Percentual em cargos gerenciais em relação ao total de cargos de gerência | N.D. | 0 | 0 |
| Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria | N.D. | 0 | 0 |
| Mulheres | | | |
| Percentual em relação ao total de colaboradores | 62,15% | 62,31% | 62,00% |
| Percentual em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais | 49,26% | 54,67% | 55,2% |
| Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria | 0 | 0 | 10% |
| Mulheres Negras e Pardas | | | |
| Percentual em relação ao total de colaboradores | 17,17% | 16,67% | 14,10% |
| Percentual em cargos gerenciais em relação ao n° total de cargos gerenciais | 6,36% | 6,98% | 7,10% |
| Percentual em cargo de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria | 0 | 0 | 0 |
| Homens Negros e Pardos | | | |
| Percentual em relação total de colaboradores | 14,81% | 13,19% | 12,70% |
| Percentual em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais | 3,55% | 3,88% | 3,80% |
| Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria | 0 | 0 | 0 |
| Acima de 45 anos | | | |
| Percentual em relação ao total de colaboradores | 7,00% | 8,90% | 9,00% |
| Percentual em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais | 13,48% | 11,20% | 8,20% |
| Percentual em cargos de diretoria em relação ao total de cargos de diretoria | 66,67% | 83,30% | 40,00% |

Perfil de Salários (R\$ mil)

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Mulheres | | | |
| Salários médios mensais em cargos de produção | 640,76 | 692,00 | 764,00 |
| Salários médios mensais em cargos administrativos | 1.511,74 | 1.738,00 | 2.282,00 |
| Salários médios mensais em cargos gerenciais | 6.299,84 | 7.082,00 | 7.217,00 |
| Salários médios mensais em cargos de diretoria | N.A. | N.A. | N.D. |
| Mulheres Negras e Pardas | | | |
| Salários médios mensais em cargos de produção | 629,10 | 718,00 | 782,11 |
| Salários médios mensais em cargos administrativos | 1.189,31 | 1.336,30 | 2.311,01 |
| Salários médios mensais em cargos gerenciais | 6.567,29 | 8.848,00 | 7.716,85 |
| Salários médios mensais em cargos de diretoria | N.A. | N.A. | N.A. |
| Homens | | | |
| Salários médios mensais em cargos de produção | 813,79 | 904,00 | 1.027,45 |
| Salários médios mensais em cargos administrativos | 2.307,99 | 2.621,00 | 2.798,20 |
| Salários médios mensais em cargos gerenciais | 7.968,95 | 9.336,00 | 9.032,39 |
| Salários médios mensais em cargos de diretoria | 24.430,39 | 28.390,00 | 27.318,17 |
| Homens Negros e Pardos | | | |
| Salários médios mensais em cargos de produção | 688,11 | 919,00 | 942,00 |
| Salários médios mensais em cargos administrativos | 1.270,86 | 1.455,90 | 1.990,54 |
| Salários médios mensais em cargos gerenciais | 7.750,19 | 8.827,60 | 8.382,66 |
| Salários médios mensais em cargos de diretoria | N.A. | N.A. | N.A. |

Obs.: A comparação dos salários médios em cargos gerenciais verificados entre negros e brancos, para homens e mulheres, deve ser considerada levando-se em conta que, por se tratar de salário médio, calculado sobre base variável de colaboradores, reflete valores absolutos não comparáveis entre si.

Direitos Humanos

Estratégia e Sistemas de Gestão

62. Descrição de políticas, diretrizes, estrutura corporativa, e procedimentos para lidar com todos os aspectos de direitos humanos relevantes às operações, incluindo mecanismos de monitoramento e resultados

A Natura segue, em suas políticas e práticas de gestão, princípios estabelecidos na Declaração Universal dos Direitos Humanos, como o da liberdade e igualdade dos seres humanos, sem distinção de raça, cor, sexo, língua, religião, origem étnica ou social. As políticas e práticas contemplam ainda o direito à vida, à liberdade, à segurança pessoal, coíbem o trabalho infantil e garantem a liberdade de reunião e associação. Delas fazem parte ainda condições equitativas de trabalho e de salário e proteções sociais – como alimentação e assistência médica –, especiais para a maternidade e a infância. Além disso, procura dar condições para que se cumpra o direito universal à educação, seja com a concessão de bolsas de estudo, seja pela capacitação direta de seus colaboradores.

Políticas Natura

Política de Gestão de Pessoas:

A Gestão de Pessoas na Natura está baseada em cinco processos: Planejamento e Desenvolvimento de Recursos Humanos, Gestão do Clima Organizacional, Disseminação das Crenças e Valores, Reconhecimento e Recompensa e Comunicação

O processo de Planejamento e Desenvolvimento de Recursos Humanos, parte integrante do Sistema de Planejamento Estratégico Natura, é a espinha dorsal da gestão de pessoas. O produto final do processo são os Planos de Desenvolvimento dos Recursos Humanos das áreas e da companhia, que incluem: desenvolvimento organizacional, mapeamento das competências, gerenciamento do desempenho, processo e programas de formação, capacitação e desenvolvimento, planos de sucessão, planos de recrutamento e seleção.

O Processo de Disseminação das Crenças e Valores define as bases para a criação de um clima organizacional ideal para os colaboradores da Natura, além de ser parte fundamental para a criação e perpetuação da empresa que idealizamos.

O Processo de Gestão do Clima Organizacional merece especial atenção dos líderes, uma vez que só através de um bom ambiente de trabalho e de uma boa qualidade de vida é que serão criadas as condições para o engajamento dos colaboradores, requisito necessário para o aperfeiçoamento contínuo e a inovação.

O processo de Reconhecimento e Recompensa está voltado para criar uma cultura de alto desempenho e para retribuir os esforços e a contribuição de cada um para o sucesso da empresa, de forma a manter os colaboradores motivados e alinhados com suas crenças e valores.

O Processo de Comunicação é que dá vida à gestão de pessoas. Embora existam canais formais e veículos oficiais de comunicação, esse processo é baseado na comunicação informal, que ocorre no dia-a-dia, entre chefes, pares e subordinados.

Política de Recrutamento e Seleção:

A formação de um quadro de pessoal competente, motivado e alinhado com as crenças e valores da empresa é responsabilidade primordial dos gestores de pessoas. O recrutamento e seleção é um dos pilares para a disponibilização desses recursos humanos. Privilegiar o recrutamento interno é uma forma de oferecer oportunidades de crescimento e motivação aos colaboradores.

Política de Educação e Aprendizagem:

A Natura acredita que somente através da educação os indivíduos, as empresas e a sociedade terão condições de enfrentar os desafios que se apresentam. A educação de base é uma obrigação do Estado, mas uma responsabilidade de toda a sociedade. A Natura apoiará institucionalmente, estimulará e ajudará os cidadãos a obtê-la. A formação contínua, que complementa e aperfeiçoa a educação de base, é obrigação do indivíduo, mas será facilitada pela Natura e, quando considerada importante para o desempenho da função ou para o plano de carreira, será parcial ou totalmente paga pela empresa.

O processo de educação e aprendizagem deverá ser construído pelo gestor e o subordinado. As ações devem ser direcionadas para a construção de uma cultura de auto-desenvolvimento, onde o gestor atua como facilitador e orientador e o subordinado como responsável por seu plano de desenvolvimento. Esse plano será baseado nas conclusões do Processo de Desenvolvimento de Recursos Humanos e deverá respeitar a matriz de treinamento.

Política de Remuneração:

Para que cumpra com seus objetivos é necessário que a política seja: transparente, do conhecimento de todos; competitiva, capaz de oferecer oportunidades de remuneração comparáveis às de empresas similares à Natura; flexível, capaz de adaptar-se às condições de mercado e à situação da empresa; orientada para estimular o desempenho de equipes; orientada para resultados e valor da empresa; capaz de remunerar de forma diferenciada a contribuição de cada um no curto, médio e longo prazos.

Política de Ambiente de Trabalho:

A simplicidade, a delegação de responsabilidades, a autonomia e um adequado nível de controle devem estar presentes no dia-a-dia. Tolerância, cumplicidade e parceria devem ser marcas registradas da empresa. A Natura deve ser reconhecida como uma empresa acolhedora, que recebe bem todos aqueles que com ela se relacionam.

Um bom clima organizacional é primordialmente responsabilidade dos gestores de pessoas, apoiado por processos e sistemas da empresa e pela atitude de cada um dos colaboradores. O aperfeiçoamento contínuo se dará através de avaliações do desempenho formais e periódicas, da empresa e de seus colaboradores.

As condições de trabalho devem ser absolutamente seguras e devem ter acompanhamento contínuo. Todo ato inseguro e todo acidente devem ser investigados para permitirem a adoção de medidas que evitem sua repetição. As instalações, equipamentos e postos de trabalho devem obedecer às normas da ergonomia, evitando o surgimento de doenças ocupacionais.

É preciso estimular a diversidade como forma de enriquecimento do conhecimento, análise e criatividade.

O respeito ao meio ambiente e aos princípios que regem a responsabilidade social devem permear todas as atividades.

É preciso assegurar que os "colaboradores terceiros" sejam tratados de acordo com os princípios que regem o tratamento dado aos colaboradores, procurando integrá-los à comunidade Natura.

A Natura entende que uma boa qualidade de vida é sustentada por três vertentes: a realização profissional, a integração social, e a boa saúde, física e mental.

Mecanismos de Gerenciamento e Monitoramento:

Com o objetivo de assegurar a capacidade de desenvolver e manter recursos humanos capacitados, motivados e identificados com as crenças e valores da empresa, a Natura implantou um cronograma de atividades que, ao longo do ano, possibilita o monitoramento dessas práticas, como, por exemplo: Avaliação de Desempenho, Planejamento Estratégico de Recursos Humanos e Disseminação de Resultados.

63. Consideração dos impactos de direitos humanos em investimentos e tomadas de decisões, incluindo seleção de fornecedores e contratados

Além das considerações dos impactos de direitos humanos na relação com os colaboradores, a Natura inclui nas normas e procedimentos da empresa considerações sobre a contratação de prestadores de serviços e terceiros, exigindo que o vínculo empregatício dos colaboradores da contratada esteja perfeita e legalmente registrado, de acordo com a Consolidação das Leis do Trabalho.

A empresa desenvolveu, em 2002, um projeto para avaliação do desempenho dos fornecedores em relação aos critérios importantes para o negócio – o projeto Score Card de Fornecedores. Entre os vários critérios que serão avaliados a partir de 2003 estão questões sobre Responsabilidade Social e Ambiental.

Os contratos com fornecedores têm cláusulas específicas, quanto à responsabilidade social e meio ambiente, como, por exemplo, proibição de trabalho infantil.

Em 2002, como desdobramento do Projeto Enxergar (ver Indicador 60), a Natura apoiou o grupo de portadores de deficiência visual, que buscava a melhor forma jurídica de organização, na constituição de uma Cooperativa Social. A Cooperativa tem sido uma iniciativa importante no sentido de promover a autonomia e ampliar as alternativas de trabalho aos portadores de deficiência, contando com outros trabalhadores socialmente excluídos.

64. Descrição de políticas e procedimentos para avaliar e abordar o respeito aos direitos humanos na cadeia produtiva e nos contratados, incluindo sistemas e resultados de monitoramento

A Natura não possui política específica para este fim. Todavia, estabelece com seus fornecedores de insumos naturais que a extração dos ativos não comprometa o equilíbrio ambiental, não haja trabalho infantil e que as tradições e o estilo de vida das comunidades sejam preservados.

O Processo de Certificação de Ativos (ver Iniciativas e Parcerias Ambientais e Sociais) tem por objetivo garantir que a extração desses materiais seja conduzida de forma ambientalmente sustentável e socialmente justa (ver Indicador 24).

As abordagens referentes aos direitos humanos, de acordo com a GRI, são: não-discriminação, liberdade de associação e negociações coletivas, trabalho infantil, trabalho forçado e obrigatório, práticas disciplinares, práticas de segurança e direitos indígenas, que serão mais aprofundados nos indicadores a seguir.

65. Treinamento dos colaboradores sobre políticas e práticas relacionadas a todos os aspectos de direitos humanos relevantes para as operações

A Natura realizou, em 2002, palestras de sensibilização para colaboradores sobre temas relacionados com o respeito aos direitos humanos, conforme detalhado abaixo:

De Olho Nas Eleições – Palestras realizadas na época das eleições, com cerca de 70 pessoas, abordaram questões de cidadania, valorizando o voto, com temas como: Protagonismo Juvenil; A Mídia e as Eleições; Legislação Eleitoral; Suborno e Corrupção.

Trabalho Infantil – Desde 2001, o assunto erradicação do trabalho infantil vem sendo discutido com as promotoras de vendas. Em 2002, o tema foi incluído no calendário de treinamento desse público, com o envolvimento de 586 promotoras.

Amamentação – As 38 participantes do Curso de Gestantes oferecido pela empresa receberam palestra sobre a importância do aleitamento materno para o bebê e para o vínculo mãe e filho, além de esclarecimentos sobre a legislação referente à questão.

Acolhimento de pessoas portadoras de deficiência – Receber trabalhadores portadores de deficiência na empresa requer não só a adaptação dos espaços, mas também o preparo dos colaboradores que irão recepcioná-los. É preciso sensibilizar e conscientizar. Pensando nisso, a Natura criou a figura dos “padrinhos”, voluntários que desempenham papel importante na integração dos portadores de deficiência auditiva, auxiliando sempre que preciso na comunicação destes com os colegas e os gestores. Para isso, em 2001 eles passaram – junto com os gestores e colaboradores de áreas onde há grande concentração de portadores de deficiência – por um trabalho de sensibilização, que incluiu de palestras, apresentação de filmes e dramatização com bonecos. Em 2002 esse trabalho foi estendido a outras áreas da empresa, e contou com a participação de 67 colaboradores (ver Indicador 60).

Qualidade de Vida – A Natura oferece aos colaboradores um serviço especial para a prevenção e o tratamento de doenças e, dentro dessa linha, promove campanhas e palestras de sensibilização para temas relacionados com a qualidade de vida, como a Campanha de Prevenção de Doenças Sexualmente Transmissíveis e Campanha de Combate ao Tabagismo.

Não-Discriminação

66. Descrição de políticas, procedimentos e programas de prevenção de todas as formas de discriminação nas operações, incluindo sistemas e resultados de monitoramento

Ver Indicador 60.

Liberdade de Associação e Negociações Coletivas

67. Descrição das políticas de liberdade de associação, dos procedimentos e programas para tratar dessa questão.

A Natura valoriza toda forma de expressão de cidadania e democracia e reconhece o direito de sindicalização de seus colaboradores. O relacionamento com os sindicatos é feito por meio de encontros periódicos entre a área de Recursos Humanos e os representantes dos sindicatos. Atualmente, a Natura mantém relacionamento com três sindicatos: Químicos, Comerciais e Agentes Autônomos.

Comissões dos colaboradores que contam com a participação dos sindicatos:

Colaboradores da empresa participam das atividades de negociação do Programa de Participação nos Lucros e Resultados. A comissão é formada por gerentes, supervisores, técnicos administrativos e operacionais, que discutem premissas e metas com representantes da empresa e dos sindicatos.

A Comissão Interna de Prevenção de Acidentes, formada pelos colaboradores, realiza reuniões e promove periodicamente discussões sobre temas específicos, podendo contar com a participação de representantes dos sindicatos.

Trabalho Infantil

68. Descrição da política que exclui o trabalho infantil conforme definido pela Convenção 138 da OIT, incluindo sistemas e resultados de monitoramento

A Natura respeita o Estatuto da Criança e do Adolescente, que proíbe o trabalho infantil, e transformou esses preceitos em cláusula no contrato com os fornecedores. Também é filiada e parceira da Fundação Abrinq, organização não-governamental de defesa dos direitos das crianças.

A erradicação do trabalho infantil vem sendo discutida com as promotoras de vendas desde 2001 e, em 2002, com o acompanhamento a Fundação Abrinq, o tema foi incorporado na programação de treinamento desse público. Nesse ano, 586 promotoras de vendas participaram de eventos onde essa temática foi abordada.

Trabalho Forçado e Obrigatório

69. Descrição de políticas para prevenção de trabalho forçado e compulsório, incluindo sistemas e resultados de monitoramento

Todos os colaboradores são registrados pela Consolidação das Leis do Trabalho e a Natura não registrou nenhuma queixa sobre trabalho forçado. Em relação aos fornecedores, a empresa não audita esse item.

Práticas Disciplinares

70. Descrição de políticas de não-retaliação e sistemas confidenciais e efetivos de queixas e reclamações dos colaboradores

A Natura disponibiliza diversos canais de comunicação entre empresa e colaboradores, para que eles possam encaminhar suas sugestões, queixas ou reclamações, e para que estas tenham o tratamento adequado. Os colaboradores são incentivados a opinar, sugerir soluções e criticar de forma livre. Isso pode ocorrer nos Encontros com a Presidência, nos Encontros Marcados, ou por outros canais. É o caso do Fale com a Natura, canal de comunicação entre colaboradores e a empresa que permite a livre expressão de críticas e sugestões, enviadas a um endereço eletrônico ou colocadas em caixas de sugestões.

Outro canal de comunicação é o Gerenciamento da Satisfação do Cliente Interno, GSCL, implantado em 2000, que surgiu da necessidade de monitorar os planos de ação decorrentes da Pesquisa de Clima Organizacional. Os colaboradores levam a seus representantes, escolhidos pelos colegas e por Recursos Humanos, sugestões, propostas e solicitações que podem abranger desde promoções internas até itinerários dos ônibus. E esses representantes encaminham as questões nas reuniões do GSCL, das quais participam o diretor de Recursos Humanos, a gerência corporativa e o gerente de Recursos Humanos de cada área (ver Indicador 51).

Práticas de Segurança

71. Treinamento de direitos humanos para segurança pessoal

A Natura promove palestras sobre treinamento em segurança, abordando temas como prevenção de acidentes, proteção em equipamentos, uso de Equipamentos de Proteção Individual, comportamento e atitudes adequadas no ambiente de trabalho. Em 2002 foram investidos R\$ 56,08 por colaborador em treinamentos sobre prevenção de acidentes. Ainda em 2002, a Natura iniciou a implementação do Programa Quase Acidente, com vistas à sensibilização dos colaboradores sobre questões relativas a segurança no ambiente de trabalho. Colaboradores da própria empresa, assim como das prestadoras de serviços, são incentivados a participar da identificação de situações que possam levar a acidentes. As indicações que demandam ações corretivas imediatas são encaminhadas para os responsáveis e solucionadas. Outras, que dependem de investimento, são discutidas e analisadas. Em 2002, foram enviados 53 informes, sendo que destes, 8 foram resolvidos, 10 estão em andamento e 35 em avaliação.

Direitos Indígenas

72. Descrição de políticas, diretrizes e procedimentos para apontar as necessidades de povos indígenas

A Natura reconhece e respeita as diferentes culturas e os direitos dos diferentes grupos sócio-culturais presentes no território nacional trabalhando não só a questão indígena, mas também das outras populações tradicionais (ou comunidade local segundo Medida Provisória 2.186-16) como ribeirinhos, caiçaras, caboclos e quilombolas.

Com esta premissa, a Natura tem apoiado estudos especializados envolvendo organizações - tais como ONGs e Universidades - que representam os povos e estudam seus conhecimentos alicerçando os planos de manejo e estratégias de produção e visando atividades sustentáveis que resultem em parcerias duradouras.

Sociedade

Comunidade

73. Descrição de políticas para gerenciar impactos na comunidade em áreas afetadas por atividades da empresa, incluindo resultados de monitoramento

A Natura não possui uma política ampla para gerenciar impactos de suas atividades nas comunidades de Cajamar e Itapeperica da Serra. Ainda, mantém um sistema estruturado com base na norma ISO 14001 para comunicações de impactos ambientais. Em 2003 implantará um sistema de ouvidoria junto as comunidades de Cajamar e Itapeperica da Serra.

74. Prêmios recebidos pelo desempenho social, ético e ambiental

| Reconhecimento | Organização | Objetivo | Categoria Premiada | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|---|--|--|------|------|-----------|
| As empresas mais admiradas no Brasil | Revista Carta Capital e InterScience | A pesquisa reconhece as organizações que mais se destacaram pelo comportamento ético, compromisso social, responsabilidade ambiental e consciência cidadã. | Empresa Mais Admirada do Setor Uma das 10 empresas mais admiradas do Brasil | | | |
| Guia Exame As 100 Melhores Empresas para Você Trabalhar | Revista Exame e Great Place to Work Institute | O guia promove uma avaliação profunda do ambiente de trabalho e das práticas e políticas da gestão de Recursos Humanos das empresas. A avaliação é feita com base em pesquisa realizada entre colaboradores de cada empresa e na qualidade das políticas de Recursos Humanos. | Uma das 100 melhores empresas para se trabalhar | | | |
| Trusted Brand – Marcas de Confiança | Revista Seleções do Reader's Digest | A pesquisa detecta o vínculo duradouro estabelecido entre os leitores e suas marcas prediletas, baseado na forte relação de confiança no produto. | A empresa mais confiável no setor de cosméticos. | | | |
| Prêmio Balanço Social | Abamec, Aberje, Ethos, Fides, Ibase | Prêmio que visa estimular a produção e a publicação de balanços sociais pelas empresas, com o reconhecimento à qualidade das publicações. Pretende, ainda, difundir a importância do balanço social como instrumento de transparência das ações das empresas, diálogo com a sociedade e ferramenta de gestão corporativa, além de gerar referência de práticas de excelência na gestão da responsabilidade social. | Categoria nacional | | | |
| Guia Exame da Boa Cidadania Corporativa | Revista Exame e Instituto Ethos | A publicação tem como principal objetivo a divulgação das melhores práticas de responsabilidade social empresarial, a partir de critérios como abrangência, inovação, sustentabilidade, formação de parcerias e resultados de projetos. | Empresa referência em Responsabilidade Social | | | |
| Financial Times CEO's World Research | Financial Times e Price Waterhouse-Coopers | Pesquisa do jornal britânico Financial Times, realizada com 1000 CEO's em todo o mundo, apontou a Natura, em 2002, como uma das principais empresas entre as reconhecidas mundialmente pelo respeito ao meio ambiente. | Empresas brasileiras mais respeitadas Uma das companhias que melhor utilizam os recursos ambientais em todo o mundo | | | 9° 35° |

Corrupção e Suborno

75. Descrição das políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade com relação a corrupção e suborno

A Natura ainda não possui uma política estruturada para este tema.

Contribuições Políticas

76. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade para gerenciar lobby político e contribuições

A Natura não possui política ou norma relacionada a lobby e contribuições de cunho político. Entretanto, sempre pautada pela ética, por suas Crenças e seus Valores, entende que a empresa deve atuar de forma efetiva e transparente também no âmbito político, com principal atenção aos esforços para a manutenção e aperfeiçoamento dos processos democráticos que regem o País. Sua atuação política é evidenciada nas relações com as comunidades de Itapeçerica da Serra e Cajamar, localidades onde mantém suas instalações, na organização de entidades representativas nestas comunidades, como os Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente. Também promove eventos e fóruns de discussão e esclarecimento de cunho político. O programa "De Olho nas Eleições", que envolve colaboradores e líderes políticos, é promovido nos Espaços Natura nas vésperas das eleições.

Competição e Preço

77. Decisões em tribunais com respeito a casos referentes a antitruste e regulamentações de monopólio

Não foi realizada nenhuma operação societária que representasse ato de concentração econômica.

78. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade para prevenção de práticas de concorrência desleal

A Natura não possui uma política formal que aborde o tema em questão. Entretanto, a empresa é signatária do Código de Conduta diante dos Consumidores e do Código de Conduta diante dos Vendedores Diretos da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Direta e World Federation of Direct Selling Association. É também signatária do Código de Boas Práticas Comerciais da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

Responsabilidade sobre Produtos e Serviços

Saúde e Segurança do Cliente

79. Descrição de políticas para preservar a saúde e segurança do cliente durante o uso de produtos da organização, incluindo sistemas e resultados de monitoramento

A Natura possui uma Política de Segurança de Produtos. Nela, fica estabelecida como prioridade a segurança no uso dos produtos, conforme indicado nas embalagens e demais folhetos explicativos, nas doses e modos recomendados, bem como nas condições previsíveis de uso. O Comitê de Segurança de Produtos, criado em 1998 e composto por médicos, cientistas e consultores internacionais, é responsável pelo delimitamento de políticas e diretrizes no processo de avaliação de segurança de insumos e produtos acabados, visando garantir sua segurança em todos os mercados em que a empresa atua. O Comitê emite pareceres a serem seguidos em todas as etapas do desenvolvimento de novos insumos e produtos acabados, desde sua concepção até a sua colocação no mercado.

A Natura adota como principal estratégia de segurança de produtos a avaliação toxicológica de todas as matérias-primas constantes nas fórmulas, de acordo com padrões internacionais. A empresa adota o Código de Conduta do Reduction, Refinement and Replacement, grupo que reúne indústrias internacionais de cosméticos com o objetivo de desenvolver métodos alternativos aos testes e avaliações com o uso de animais. Para isso, também possui um laboratório de bioquímica e pele reconstituída, com equipamentos de última geração para testes in vitro, em cultura de células. Todos esses testes seguem as indicações de agências internacionais como a Food and Drug Administration. A Natura possui um Centro do Consumidor, onde são realizados testes de eficácia, além de avaliações de desempenho de novos produtos. Por fim, a empresa mantém amostras de cada lote de produtos encaminhados ao mercado, pelo tempo de validade de cada um. Coloca em prática, também, os conceitos de cosmovigilância, ou seja, a avaliação sistemática de reações adversas dos diversos produtos comercializados pela empresa.

80. Número e tipo de instâncias de não-cumprimento de regulamentações com respeito à saúde e segurança do cliente, incluindo as penalidades e multas para estas infrações

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-----------|------|------|------|
| Infrações | 0 | 0 | 0 |

Em razão dos produtos da companhia estarem em conformidade com a regulamentação exigida, não há registro de penalidade ou multa.

81. Número de reclamações recebidas por organismos regulatórios, ou organismos oficiais similares, para inspecionar ou regular a saúde e segurança dos produtos e serviços

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-------------|------|------|------|
| Reclamações | 0 | 0 | 0 |

Em razão dos produtos da companhia estarem em conformidade com a regulamentação exigida, não há registro de penalidade ou multa.

82. Código de conduta voluntário, rótulos de produtos ou prêmios com respeito à responsabilidade social ou ambiental que a organização está qualificada a utilizar ou a receber

A Natura reafirmou seu compromisso com os princípios do Global Compact e é signatária das políticas de relacionamento com consumidores, com vendedores e entre empresas, divulgadas pela Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas. A companhia subscreve ainda o Código de Boas Práticas Comerciais da Associação Brasileira de Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos e do Sindicato da Indústria de Perfumes e Artigos de Toucador no Estado de São Paulo. Respeita o Estatuto da Criança e do Adolescente e segue as diretrizes do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

A Natura é reconhecida como uma empresa ética, social e ambientalmente responsável por representantes da Sociedade Civil e do Governo. A empresa é reconhecida com as seguintes menções: Empresa Amiga da Criança, outorgado pela Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança; Empresa Cidadã, outorgado pela Câmara Municipal de São Paulo; Empresa Solidária, outorgado pela Organização não Governamental Alfabetização Solidária.

Produtos e Serviços

83. Descrição das políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade relacionados a informação e rotulagem dos produtos

Os textos de rotulagem dos produtos cosméticos Natura estão de acordo com a legislação vigente, Resolução nº 79 de 28 de agosto de 2000 e pela Resolução nº 335 de 22 de julho de 1999. Também são observadas as normas que estão vigentes do Instituto de Metrologia (INMETRO – Instituto Nacional de Pesos e Medidas). A Natura utiliza seus rótulos como veículos de conhecimento, onde os consumidores encontram, além de informações detalhadas sobre os produtos e seus benefícios, reflexões sobre temas relacionados aos conceitos que os originaram.

84. Número e tipo de instâncias de não-conformidade com regulamentações a respeito de informações do produto e rotulagem, incluindo penalidades ou multas para estas violações

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-----------|------|------|------|
| Violações | 0 | 0 | 0 |

Em razão dos produtos da companhia estarem em conformidade com a regulamentação exigida, não há registro de penalidade ou multa.

85. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de conformidade relacionadas à satisfação de clientes, incluindo resultados de pesquisas

Para relacionar-se diretamente com consultoras e consumidores, a empresa conta com o Serviço Natura de Atendimento ao Consumidor e o Centro de Atendimento Natura. O SNAC surgiu em 1990 da necessidade de disponibilizar um canal de comunicação direta com o consumidor final. Ele atua efetivamente no gerenciamento da satisfação do cliente, através de uma equipe preparada a prestar informações e indicações de produtos, bem como receber sugestões e críticas, encaminhando-as às áreas responsáveis e acompanhando o processo até sua resolução final.

Os resultados do atendimento são registrados em relatórios, estatísticas e análises. Abaixo, os alguns indicadores monitorados pela área:

Serviço Natura de Atendimento ao Consumidor

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|------|-------|-------|
| Total de ligações atendidas pelo SNAC (em milhares) | 899 | 1.161 | 1.142 |
| Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SNAC | 43% | 29% | 26% |
| Percentual de reclamações não atendidas | 1,5% | 1,5% | 3,2% |
| Tempo médio de espera no telefone até o início do Atendimento | 31" | 24" | 32" |
| Inovações implantadas com base no SNAC | 23 | 23 | 34 |
| Total de denúncias envolvendo o Código de Defesa do Consumidor: | | | |
| Processos Administrativos (Procon) | 31 | 50 | 94 |
| Processos Judiciais (cíveis e criminais) | 51 | 64 | 7 |
| Total de denúncias envolvendo a saúde e segurança do consumidor | 0 | 0 | 2 |

As pesquisas de Imagem e Satisfação dos Consumidores são ferramentas que possibilitam medir a satisfação dos consumidores Natura e identificar suas aspirações e necessidades.

Na pesquisa de Imagem vale ressaltar que, entre 15 atributos apresentados, dois merecem destaque na opinião dos consumidores:

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-------------------------|------|------|------|
| Mulheres | | | |
| Socialmente Responsável | 80 | 75 | 80 |
| Confiança | 80 | 76 | 79 |
| Homens | | | |
| Socialmente Responsável | 65 | 63 | 65 |
| Confiança | 65 | 60 | 64 |

Na pesquisa de Satisfação dos Consumidores o grau de satisfação tem se mostrado consistente:

| | 2000 | 2001 | 2002 |
|-------------------------------|------|------|------|
| Muito Satisfeitas/Satisfeitas | 95% | 95% | 95% |



Propaganda

86. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais da organização e mecanismos para adesão a padrões e códigos voluntários relacionados à propaganda

A Natura não tem uma política específica mas se pauta pelo Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária e segue o código de conduta da Associação Brasileira dos Anunciantes que, entre outros objetivos, procura preservar a responsabilidade social da propaganda, ou seja, o direito dos consumidores não serem atingidos por mensagens enganosas ou que representem agressão aos padrões culturais e morais da sociedade.

87. Número e tipos de violações de regulamentações de marketing e propaganda

Em razão dos produtos da companhia estarem em conformidade com a regulamentação exigida, não há registro de violações.

Respeito à Privacidade

88. Descrição de políticas, procedimentos, sistemas gerenciais e mecanismos de respeito à privacidade do consumidor

A Natura não adota uma política específica de respeito à privacidade do consumidor. Todavia, a empresa é signatária do Códigos de Conduta diante dos Consumidores da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Direta e World Federation of Direct Selling Association, que aborda o Respeito à Privacidade na cláusula 2.12.

A Natura também possui uma Política de Privacidade para a Internet. O site natura.net foi desenvolvido visando assegurar a privacidade e a confidencialidade das informações referentes às pessoas que nela se cadastram.

89. Número de reclamações com respeito a violações de privacidade do consumidor

Em razão da companhia não comercializar ou disponibilizar para terceiros os dados e informações sobre seus consumidores, não há registro de reclamações.

Metas assumidas no Relatório Anual de Responsabilidade Corporativa 2001

| Indicador* | Meta assumida em 2001 | Situação |
|------------|---|--|
| 60 | Reduzir o turnover para, no máximo, 7% em 2002. | ☺ Meta atingida. Turnover 2002: 6,04%. |
| 62 | Criar material de apoio aos gestores para facilitar o processo de disseminação e prática das Crenças e Valores da companhia. | ☺ Meta parcialmente atingida. Não foi criado um material específico para o tema "Crenças e Valores" foi incluído no programa "Gestão de Pessoas" de formação dos gestores. |
| 63 | Aumentar o percentual de respostas positivas de 47% para 50% em 2002, na pesquisa de clima organizacional quando a questão for: "Evidência do envolvimento dos funcionários na modelagem do processo de tomada de decisões associadas ao gerenciamento". | ☺ Meta atingida. O percentual de respostas positivas foi de 51%. |
| 63 | Aumentar o percentual de respostas positivas de 74% para 77% em 2002, na pesquisa de clima organizacional quando a questão for: "Você tem autonomia para tomar decisões necessárias para o cumprimento de suas responsabilidades?" | ☺ Meta atingida. O percentual de respostas positivas foi de 81%. |
| 71 | Implantar programa de preparação para aposentadoria em 2002. | ☹ Meta não atingida. O programa será implantado em 2003. |
| 77 | Programa Natura Educação: manutenção das bolsas de estudo para o programa Educação para o Trabalho, para os cursos de Telemarketing, Universitário e Supletivos 1º e 2º graus. Implantação de 70 bolsas para cursos técnicos e de 100 bolsas para cursos de idioma (inglês e espanhol). | ☺ Meta parcialmente atingida. O número de bolsas oferecidas para os cursos técnicos e de idiomas foi inferior ao previsto (32 para os cursos técnicos e 97 para os cursos de idiomas). |
| 88 | Inserção de todos os direitos diferenciados dos indígenas nos futuros contratos de fornecimento de óleos vegetais. | ☹ Meta não atingida. O modelo de contrato ainda está sendo objeto de avaliação. |

* Os indicadores mencionados neste quadro, publicados no Relatório Anual de Responsabilidade Corporativa 2001, obedecem à numeração utilizada naquela versão e não encontram paralelo com o atual modelo. Para maiores informações, consulte o Relatório Natura 2001 no site www.natura.net.



**iniciativas e parcerias
ambientais e sociais**

iniciativas e parcerias ambientais e sociais

Iniciativas e Parcerias Ambientais

Programa de Certificação de Ativos Naturais ou Vegetais

Objetivos: Certificar ativos da biodiversidade brasileira utilizados na linha Natura Ekos, de forma a garantir que a extração seja feita de maneira economicamente viável, ambientalmente correta e socialmente justa. O programa é desenvolvido, desde 2000, em parceria com o Imaflora, organização não-governamental certificadora, orientada pelos princípios do Forest Stewardship Council e do Sustainable Agriculture Network.

Resultados: ☹ Em 2002, a estratégia da empresa com relação ao Programa foi revista e o cronograma foi alterado. A Natura passou a relacionar-se diretamente com as comunidades parceiras, buscando acelerar a certificação. Em dezembro, 13 ativos estavam em processo de verificação e 9 tinham passado pela etapa de pré-avaliação.

meta 2003 Certificar três ativos (mate verde, cacau e guaraná) em 2003 e dar continuidade ao processo de certificação do cupuaçu, desenvolvido por uma associação de pequenos agrossilvicultores de Rondônia. Outra meta é dar início à preparação e implementação do plano de manejo da andiroba no Estado do Amazonas.

Projeto Plântula

Objetivos: Obter, por meio de extração ou cultivo sustentável, plantas nativas da Mata Atlântica, Amazônia e Caatinga, para a produção de fitoterápicos pela Flora Medicinal, empresa da Natura.

Resultados: Parceria firmada em 2002 com a Centroflora, empresa produtora de extratos, cujo objetivo é avaliar 47 plantas fitoterápicas usadas tradicionalmente no país e empregada pela Flora Medicinal, de modo a garantir o conhecimento da origem e o cultivo de forma sustentável. Em 2002, foram definidas áreas de fornecimento e desenvolvidas 7 plantas; também foram identificadas áreas de fornecimento para 20 plantas, que estão em fase de avaliação.

meta 2003 Identificar fontes sustentáveis para a extração e/ou cultivo de 20 ativos utilizados pela Flora Medicinal.

Projeto Biodiversidade Brasil

Objetivos: Estimular o diálogo e reflexões sobre temas ligados à biodiversidade brasileira, em parceria com a Fundação Padre Anchieta-TV Cultura de São Paulo, por meio de três programas produzidos e exibidos pela emissora: Biodiversidade Debate, a série de documentários Biodiversidade Documento e o quadro Biodiversidade, transmitido no programa Repórter Eco.

Resultados: ☺ Em 2002, foram produzidos dois documentários, 12 debates, 48 quadros do Repórter Eco; realizada ampla cobertura da Semana Mundial do Meio Ambiente, retrospectiva da ECO 92, Fórum Mundial de Meio Ambiente e cobertura jornalística da ECO 2002. O projeto vem permitindo à Natura ampliar sua rede de relações com os principais agentes que gravitam em torno das questões sócio-ambientais brasileiras.

meta 2003 Ampliar a visibilidade e o conhecimento do projeto para o público em geral; produzir e exibir 54 quadros Biodiversidade, 12 programas Biodiversidade Debate e dois documentários no Biodiversidade Documento; lançar o I Concurso Biodiversidade Brasil de Documentários, com a co-produção e exibição do trabalho vencedor.

Projeto Canguçu

Objetivos: Criar parâmetros para medir o impacto da emissão do gás carbônico e apoiar o desenvolvimento de um software capaz de calcular o volume de vegetação necessária para absorver essas emissões. Para tanto, a Natura firmou parceria em 2000 com o Instituto Ecológica, que coordena o Projeto na Ilha do Bananal, Tocantins, reunindo 30 cientistas de todo o mundo. Além disso, o projeto desenvolve atividades com o objetivo de melhorar o padrão de vida das comunidades locais, mediante ações de capacitação.

Resultados: ☺ Em 2002, foram adquiridos equipamentos para medição do fluxo de carbono, permitindo a finalização dos estudos científicos

e a elaboração do software de seqüestro de carbono. Em relação ao aspecto social, o projeto desenvolveu trabalho de capacitação, em saúde familiar, atividades produtivas sustentáveis e educação ambiental nos cinco assentamentos rurais localizados no entorno da Ilha do Bananal, onde estão as famílias que foram removidas da Ilha, após tornar-se área de proteção ambiental permanente.

meta 2003 Lançar o software de seqüestro de carbono no primeiro semestre de 2003 e publicar o resultado dos estudos em revistas científicas internacionais, até dezembro.

Projeto de Educação e Recuperação Ambiental da Mata Atlântica no Vale do Rio Doce

Objetivos: Reconstituir o ecossistema florestal da Mata Atlântica na Fazenda Bulcão, em Aimorés, Minas Gerais, por meio de diferentes formas de intervenção, assim como difundir as tecnologias desenvolvidas e despertar diferentes públicos para as questões ambientais prioritárias.

Resultados: ☺ Com o apoio da Natura, inaugurou-se, em maio de 2002, o Centro de Educação e Recuperação Ambiental, com salas de aula, auditórios, alojamentos para professores e alunos e refeitórios. Até dezembro, foram ministrados 44 cursos para 883 alunos de Aimorés, Minas Gerais, e de vários municípios de entorno. Na recuperação ambiental, cerca de 300 mil mudas já foram plantadas em 125 hectares de áreas degradadas. Na área de floresta de galeria, cerca de 20 hectares foram adensados com 21 mil mudas e 22 hectares de florestas secundárias submetidos ao manejo.

meta 2003 Dar continuidade ao apoio ao projeto, promover a cooperação técnica entre profissionais do projeto e da empresa e avaliar a possibilidade de utilizar ativos da Mata Atlântica em projetos da Natura e da Flora Medicinal.

Projeto Trilhas

Objetivos: Recuperar e implantar trilhas de ecoturismo no Parque Estadual de Ilhabela, litoral de São Paulo. Em 2002, a Natura iniciou apoio à ONG Ilhabela Org, que coordena e desenvolve o projeto em parceria com agentes e associações locais, Prefeitura e moradores, com o objetivo de criar um modelo de ecoturismo associado a um programa de educação ambiental.

Resultados: ☺ Implantadas duas trilhas de ecoturismo – Pico do Baepi e Cachoeiras da Pancada D'Água –, com reconstrução de traçado, estipulação de número de visitantes por dia e produção de material de sinalização e educação ambiental.

meta 2003 Manutenção das trilhas, ampliação da sinalização e divulgação do projeto.

Jardim Botânico do Rio de Janeiro

Objetivos: Apoiar melhorias e manutenção de canteiros de plantas medicinais do Jardim Botânico do Rio de Janeiro e identificar e sinalizar as espécies disponíveis, bem como facilitar o entendimento das suas propriedades.

Resultados: ☺ Recuperação física e paisagística de canteiros, sinalização das espécies e confecção de material de divulgação sobre a coleção de plantas medicinais.

meta 2003 Renovação do apoio institucional, incluindo cooperação técnica entre profissionais do Jardim Botânico, da Natura e da Flora Medicinal.

Projeto Pomar

Objetivos: Recuperar, paisagística e ambientalmente, áreas degradadas nas margens do rio Pinheiros, na cidade de São Paulo. A Natura apoia o projeto desde 2000, ao lado de outras empresas, em parceria com a Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo.

Resultados: ☺ As margens do rio Pinheiros entre as pontes Jaguaré e Transamérica – um trecho de 15 quilômetros – receberam tratamento paisagístico, com jardins. Em 2002, o projeto foi estendido à margem

Resultados 2002: ☺ Atingidos; ☹ Parcialmente atingidos; ☹ Não atingidos

direita do rio. Através da boa execução e desenvolvimento, o projeto alcançou uma importante repercussão e o apoio da Natura contribuiu para que a iniciativa se ampliasse, ganhando visibilidade e despertando o interesse de novos apoiadores.

meta 2003 Manutenção e preservação da área apoiada pela Natura.

Iniciativas e Parcerias Sociais

Programa Crer para Ver

Objetivos: Apoiar técnica e financeiramente, em parceria com a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança, projetos educacionais criativos e inovadores da rede pública de ensino do país. Produtos criados voluntariamente por artistas, designers, publicitários e fornecedores, especialmente para o programa, são vendidos, de forma também voluntária, pelas consultoras da Natura. Os recursos arrecadados num ano são destinados à aplicação em projetos, no ano seguinte.

Resultados: ☺ Desde a implantação, em 1995, o programa apoiou 144 projetos em 3.600 escolas públicas de 21 estados. Em 2002, foram arrecadados R\$ 1,7 milhão, totalizando R\$ 12,4 milhões investidos no programa desde 1995. Os ciclos de análise e aprovação de novos projetos foram suspensos em 2002 diante de reformulação do programa. A mobilização das promotoras e consultoras em torno do Programa ganhou maior sistematicidade e consistência em 2002 e encontrou campo fértil para um crescimento na arrecadação de recursos, uma vez que o portfólio, pela qualidade e tipo dos produtos, teve grande aceitação.

meta 2003 Crescimento de 15% nas vendas de produtos que financiam o programa.

Barracões Culturais da Cidadania

Objetivos: Oferecer espaços de convivência, participação e criação artística à comunidade de Itapeperica da Serra, São Paulo, onde está instalada uma das unidades da Natura, de modo a valorizar e ampliar a cultura local por meio de oficinas de artes plásticas, teatro e música, entre outras ações. A iniciativa do projeto é da Secretaria de Cultura do Município de Itapeperica da Serra

Resultados: ☺ Em 2002, aproximadamente 2.700 pessoas participaram diretamente de 30 modalidades de oficinas. A finalização do documento que sistematiza os indicadores culturais, além de seu caráter inovador, tem sido um importante instrumento de apoio para avaliação e redirecionamento do Projeto, promovendo ações de melhorias e melhor aproveitamento.

meta 2003 Manter o apoio a três oficinas em 2003.

Programa Cidadão em Movimento

Objetivos: Contribuir para a melhoria da qualidade de vida em Cajamar, São Paulo, com a promoção e o apoio ao fortalecimento da sociedade civil, em parceria com a prefeitura, organizações não-governamentais do município e lideranças locais. Compõe-se de dois projetos, Oficinas Culturais e Casa dos Direitos, detalhados a seguir:

a) Oficinas culturais

Objetivo: Ampliar o nível cultural dos jovens da comunidade, por meio do contato direto com expressões artísticas e culturais.

Resultados: ☺ De abril a dezembro de 2002, 110 jovens participaram de oficinas culturais semanalmente. A meta estabelecida em 2002 era a de conseguir a participação de 120 jovens. O projeto chegou a atingir um total de 134 jovens. Desse total, 18 desistiram por terem iniciado alguma atividade profissional que impedia a permanência nas oficinas, e 7 abandonaram por falta de interesse.

meta 2003 Realizar duas oficinas multilinguagens e desenvolver um curso de formação de agentes culturais para os jovens participantes das oficinas.

b) Casa dos Direitos

Objetivos: Contribuir para o fortalecimento das lideranças e dos conselhos sociais do município, especialmente o dos Direitos da Criança e do Adolescente, com o objetivo de influenciar na adoção de políticas públicas democráticas e na mobilização da comunidade na conquista de seus direitos.

Resultados: ☺ Realização, em 2002, do curso Gestores Sociais, oferecido pelo Conselho dos Direitos da Criança e do Adolescente e pela

Natura, com a participação de 46 lideranças da sociedade civil de Cajamar. O número de entidades atuantes no Conselho dos Direitos da Criança e do Adolescente cresceu 100% em relação à gestão anterior. A constituição, em 2002, da Mata Nativa, organização não governamental que atua na área ambiental, contou com o apoio da Natura. O Conselho ganhou presença junto à comunidade, como um espaço efetivo de defesa da criança e do adolescente. A própria comunidade vem reforçando a divulgação do Conselho junto às empresas locais.

meta 2003 Dobrar o número de empresas no município que apoiam iniciativas em favor da criança e do adolescente e realizar três debates públicos sobre temas de interesse dos cidadãos de Cajamar.

Programa de Promoção do Voluntariado

Objetivos: Estimular o exercício da cidadania entre os colaboradores. Compõe-se dos projetos Novos Olhares – Oficinas de Automaquiagem, Contadores de História e da campanha Na Trilha da Leitura, detalhados adiante.

Resultados: ☺ Em 2002, 46% do total dos colaboradores, além de terceiros, realizaram algum tipo de trabalho voluntário ou contribuíram com instituições ou grupos. Desse total, 37% realizaram algum tipo de trabalho ou contribuíram com instituições ou grupos não relacionados a projetos da Natura e 9% atuaram em projetos diretamente promovidos pela empresa. As ações de divulgação do ano do voluntariado, em 2001, repercutiu significativamente na ampliação do número de colaboradores voluntários, em 2002. Além desse fato, o projeto Novos Olhares – Oficinas de Auto-maquagem é uma ação voluntária que foi facilmente abraçada pelos colaboradores, pela linguagem que faz parte do cotidiano da empresa e pelos resultados rápidos e impactantes que a oficina gera.

meta 2003 Ampliar para seis o número de regionais da Natura que participam do Projeto Novos Olhares – Oficinas de Automaquiagem.

a) Novos Olhares – Oficinas de Automaquiagem

Objetivos: Contribuir para melhorar a auto-estima e a qualidade de vida das pessoas em situação de fragilidade ou exclusão social, por meio de oficinas de automaquiagem realizadas pelos profissionais da empresa.

Resultado: ☺ Lançado em abril de 2002, em parceria com a Rede Feminina de Combate ao Câncer, Hospital do Câncer e Instituto Brasileiro de Controle do Câncer-IBCC, todos de São Paulo, e com o Instituto Nacional de Câncer-Inca, do Rio de Janeiro, o projeto atendeu mais de 1.300 pessoas em 80 oficinas.

b) Contadores de História

Objetivos: Valorizar a participação social por meio da arte de contar histórias em instituições para crianças, idosos e jovens.

Resultados: ☺ Em 2002, participaram sistematicamente do projeto 36 colaboradores e terceiros. Foram realizadas 46 visitas em entidades sociais.

c) Campanha Na Trilha da Leitura

Objetivos: Incentivar os colaboradores a doarem livros para escolas públicas de Cajamar, São Paulo.

Resultados: ☺ Em 2002, 706 livros arrecadados foram doados para a Escola Municipal São Benedito que, com o apoio da Natura, constituiu a base para uma biblioteca comunitária.

Programa Natura Educação

Objetivos: Ampliar o acesso dos colaboradores e suas famílias à educação formal e à capacitação para o trabalho.

Resultados: ☺ Em 2002, 46 filhos de colaboradores concluíram o curso Educação para o Trabalho, do Senac, de preparação para o primeiro emprego. Pelo projeto Alô Mercado, em parceria com a Ação Comunitária do Brasil, 25 alunos – filhos e cônjuges de colaboradores – formaram-se no curso de telemarketing. Além disso, 75 bolsas de cursos universitários (meta: 90 bolsas), 32 de cursos técnicos, 23 de cursos supletivos e 97 de cursos de idiomas (meta: 100 bolsas) foram concedidas pela Natura aos colaboradores.

meta 2003 Em 2003, a Natura concederá as seguintes bolsas de estudo: 78 universitárias, 44 técnicas, 95 de idiomas e 25 destinadas ao programa Educação para o Trabalho, em parceria com o Senac. E, ainda, bolsas para novas iniciativas: 20 para o programa Jovem Cidadão, 10 para Informática, além de 50 senhas para acesso ao Click Educação.

Quadro resumo das iniciativas e parcerias em 2002

Iniciativas e parcerias ambientais

| Nome do Projeto | Local | Público Alvo | Investimentos | Parceiros |
|---|--|--|------------------------|---|
| Projeto Biodiversidade Brasil | a partir da capital de São Paulo, para os Estados brasileiros onde a programação da TV Cultura é transmitida | Ambientalistas, pesquisadores, governos, empresários e sociedade civil | R\$ 594,0 mil | TV Cultura e Fundação Padre Anchieta |
| Projeto Canguçu | Ilha do Bananal, Tocantins | Comunidade científica e comunidades locais | R\$ 271,5 mil | Instituto Ecológica |
| Projeto de Educação e Recuperação Ambiental da Mata Atlântica | Aimorés, Minas Gerais | Comunidade local e comunidades científicas | R\$ 198,0 mil | Instituto Terra |
| Projeto Pomar | São Paulo, capital | População paulistana | R\$ 59,6 mil | Secretaria do Meio Ambiente do Governo do Estado de São Paulo |
| Projeto Trilhas | Ilhabela, São Paulo | Comunidade local, turistas e veranistas | R\$ 30,0 mil | Ilhabela Org |
| Total de investimentos (1) | | | R\$ 1.153,1 mil | |

Iniciativas e parcerias sociais

| Nome do Projeto | Local | Público Alvo | Investimentos | Parceiros |
|-----------------------------------|--------------------------------|--|------------------------|--|
| Programa Crer para Ver | 21 Estados brasileiros | Alunos e professores de escolas da rede pública em todo o Brasil | R\$ 1.700,0 mil | Fundação Abrinq e parceiros de negócios da Natura |
| Barracões Culturais da Cidadania | Itapeerica da Serra, São Paulo | Comunidade local | R\$ 98,0 mil | Prefeitura e Secretaria de Cultura de Itapeerica da Serra |
| Programa Cidadão em Movimento | Cajamar, São Paulo | Comunidade local e jovens | R\$ 287,0 mil | Prefeitura de Cajamar; organizações não-governamentais do município, lideranças da sociedade civil |
| Programa Natura Educação | Cajamar, São Paulo | Familiares de colaboradores | R\$ 67,0 mil | Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Senac; Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, Senai; Ação Comunitária Brasil |
| Contadores de História | São Paulo, capital | Colaboradores | R\$ 20,0 mil | Voluntários Natura |
| Campanha Na Trilha da Leitura | Cajamar, São Paulo | Alunos das escolas públicas de Cajamar | R\$ 20,0 mil | Voluntários Natura |
| Projeto Novos Olhares | São Paulo e Rio de Janeiro | Pacientes em tratamento de câncer e seus acompanhantes | R\$ 15,0 mil | Instituto Brasileiro de Combate ao Câncer; Hospital do Câncer e Instituto Nacional do Câncer |
| Total de investimentos (2) | | | R\$ 2.207,0 mil | |

Outros apoios e patrocínios em ações ambientais, sociais e institucionais (exercício 2002)

Projetos sociais e Instituições apoiados com recursos financeiros

Projeto Nossas Crianças (Fundação Abrinq pelos Direitos das Crianças); **Programa Alfabetização Solidária** (Comunidade Solidária); **Projeto Aprendiz** (Associação Projeto Aprendiz); **II Colóquio Internacional de Direitos Humanos** (Pontifícia Universidade Católica/Universidade de São Paulo/Columbia University); **Prêmio Bem Eficiente – Kanitz & Associados**; **Site Prêmio Empreendedor Social Ashoka/Mckinsey 2002**; **Projeto Direitos Humanos nas Escolas** (Centro de Direitos Humanos); **Instituto Faça Parte** (Instituto Brasil Voluntário); **Projeto Oficina Boraceia** (Secretaria Municipal de Assistência Social); **Padaria Artesanal** (Fundo Social de Solidariedade do Estado de São Paulo); **Creche Menino Jesus** (Associação Promocional da Paróquia de Itirapina); **Conferência Ethos de Responsabilidade Social 2002** (Instituto Ethos); **Encontro da Rede Global de Educação para a Paz** (Willis Harman House)

Investimentos em apoios e patrocínios sociais (3): R\$ 479,0 mil

Projetos ambientais e Instituições apoiados com recursos financeiros

Jardim Botânico do Rio de Janeiro; Evento Jóias da Floresta; Evento Amazônia br; Livro Parques Nacionais da América Latina

Investimentos em apoios e patrocínios ambientais (4): R\$ 139,0 mil

Outras Instituições apoiadas com recursos financeiros

Associação Brasileira de Cosmetologia; Fundação Dom Cabral; Fundação Getúlio Vargas; Associação Brasileira de Comunicação Empresarial; Associação Brasileira da Propriedade Intelectual

Investimentos em apoios e patrocínios institucionais (5): R\$ 128,7 mil

Projetos apoiados com renúncia fiscal (Lei Rouanet)

TV Cultura – Fundação Padre Anchieta R\$ 241,0 mil
Livro: Parques Nacionais da América Latina R\$ 63,0 mil

Total (6) R\$ 304,0 mil

Projetos apoiados com produtos de maquiagem

Cinema: Carandiru. **Teatro:** A Filha da ...; A Visita da Velha Senhora; As Mentiras que os Homens Contam; Closet Show; Felizes da Vida; Hamlet; Mozart e Salieri; O Avarento; O Evangelho Segundo Jesus Cristo; O Grande Dia; Passa Tempo; Triângulo Amoroso

Total (7) R\$ 23,0 mil

Total de investimentos em projetos, apoios e patrocínios ambientais (1 + 4 + 6) R\$ 1.596,1 mil
Total de investimentos em projetos, apoios e patrocínios sociais (2 + 3) R\$ 2.686,0 mil
Total de investimentos em projetos, apoios e patrocínios institucionais (5 + 7) R\$ 151,7 mil

Relações transparentes com a Sociedade e Diálogos com Públicos Interessados

Palestras na área de Responsabilidade Social ministradas em 2002

| Evento | Palestra | Organização | Palestrante | Data | Local | Público |
|---|--|--|---------------------------------|--------------------------|-------------------------|--|
| Mesa-redonda "Social Responsibility in Brazil" | Social Responsibility in Brazil | Banco Real ABN AMRO | Guilherme Leal | 08/03/2002 | São Paulo/ SP | Empresários, representantes de associações, diretores da ONG Amigos da Terra e executivos do Banco Real ABN AMRO |
| Fórum de Responsabilidade Social | Responsabilidade Social e Investimento Social Privado | ONG Natal Voluntários | Guilherme Leal | 01/04/2002 | Natal/ RN | Cerca de 240 participantes, entre empresários, jornalistas e universitários |
| Conscientização para a Responsabilidade Social | O Uso Sustentável da Biodiversidade Brasileira | Escola Superior de Propaganda e Marketing | Bruno Zani | 02/04/2002 | São Paulo/SP | Aproximadamente 100 estudantes de graduação da faculdade |
| XV Encontro Interinstitucional de Avaliação das Questões do Trabalho, Saúde e Segurança do Trabalhador de Osasco e Região | Caminhando para a Diversidade | Subdelegacia do Trabalho em Osasco, Conselho Interdisciplinar de Saúde e CIESP da região Oeste | Cristina Pastorello | 17/04/2002 | Osasco/SP | Cerca de 500 representantes de empresas e sindicatos |
| Grandes Temas da Atualidade – Ética e Responsabilidade Social | Uma iniciativa de padronização de informações: o Global Reporting Initiative – GRI – A Experiência Natura | Universidade Estadual de Campinas | Rodolfo Guttilla | 23/04/2002 | Campinas/SP | 30 alunos da Universidade |
| 5º Congresso Brasileiro de Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa e Relações Públicas | Economia e Comunicação – as Fronteiras da Transparência e da Responsabilidade Social | Mega Brasil Comunicação | Rodolfo Guttilla | 24/04/2002 | São Paulo/SP | Cerca de 300 participantes, entre profissionais de comunicação e estudantes |
| 7th International High-level Seminar on Cleaner Production (CP7) | Promoting a Life-Cycle Approach | UNEP DTIE | Philippe Pommez | 30/04/2002 | Praga, República Tcheca | 300 representantes do governo, indústrias e sociedade civil |
| IV Conferência Internacional ANPROTEC Endeavor "Empreendedorismo de Revolução: Desafios para Empreendedores do Novo Brasil" | O Papel Social do Empresário | Endeavour Brasil | Guilherme Leal | 10/05/2002 | São Roque/SP | 350 participantes, entre investidores e empreendedores |
| Conferência Ethos 2002 – Gestão e Impacto Social | Preparação de Lideranças para a Responsabilidade Social | Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social | Rodolfo Guttilla | 06/06/2002 | São Paulo/SP | Cerca de 200 participantes, entre presidentes e executivos de empresas, micro e pequenos empresários, investidores e líderes de entidades empresariais |
| Semana de Engenharia de Alimentos | Responsabilidade Social – Natura | Universidade Estadual de Campinas – Faculdade de Engenharia de Alimentos | Angela Serino | 22/07/2002 | Campinas/SP | 50 estudantes de Engenharia de Alimentos de todo Brasil |
| Conferência: Como Lidar com Alcool e Drogas na Empresa | Programa de Apoio ao Colaborador Dependente Químico e Codependente | Academia de Desenvolvimento Profissional e Organizacional | Cristina Pastorello | 25/07/2002 | São Paulo/SP | Cerca de 50 participantes, entre assistentes sociais e psicólogos |
| Congresso Nacional de Gestão de Pessoas | Tempo de Inclusão: Que Competências Farão a Diferença | Associação Brasileira de Recursos Humanos | Guilherme Leal | 13/08/2002 | São Paulo/SP | Executivos e profissionais da área de gestão de pessoas |
| Simpósio Empresarial Amazônia br | Negócios Sustentáveis para a Amazônia | Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social | Philippe Pommez | 16/08/2002 | São Paulo/SP | Cerca de 100 participantes, entre ambientalistas e empresários |
| Workshop de Produtos Florestais Não-Madeireiros na Indústria de Cosméticos e Fitoterápicos | Negócios Sustentáveis para a Amazônia | Imaflora e Rainforest Alliance | Philippe Pommez | 21/08/2002 | Alter do Chão/PA | Representantes de ONGs e ambientalistas |
| Conferência: Racionalização do Uso e Reuso de Água | Reciclo e Reuso da Água Proveniente dos Efluentes Industrial e Doméstico na Indústria | Academia de Desenvolvimento Profissional e Organizacional | Eliane Anjos | 29/08/2002 | São Paulo/SP | Cerca de 50 executivos de médias e grandes empresas |
| Curso de pós-graduação em Agro-negócio com Ênfase em Empreendedorismo, disciplina Marketing Ambiental | Case Natura – Meio Ambiente | Universidade Federal do Paraná | Eliane Anjos | 14/09/2002 | Curitiba/PR | 120 profissionais do Paraná do setor de agribusiness, alunos do curso |
| The Americas Conference on Corporate Social Responsibility | Partnerships in Successful Programs of Corporate Social Responsibility | Inter-American Development Bank | Guilherme Leal | 23/09/2002 | Miami, EUA | Cerca de 300 representantes de ONGs e outros órgãos dos setores público e privado |
| GVPEC – Programa de Educação Continuada – Curso Responsabilidade Social Empresarial | Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores | Fundação Getúlio Vargas | Itamar Correia | 25/09/2002 | São Paulo/SP | Cerca de 30 alunos do curso |
| Ecolatina – 5ª Conferência Latino-Americana sobre Meio Ambiente | Comportamento Ambiental: Conhecimento x Atitude Gerenciamento de Passivos Ambientais | IETEC Educação Ecológica | Eliane Anjos | 26/09/2002 27/09/2002 | Belo Horizonte/MG | 56 participantes, entre empresários, representantes de ONGs e universitários 110 participantes entre empresários e universitários |
| GVPEC – Programa de Educação Continuada – Curso Responsabilidade Social Empresarial | Impacto na Comunidade do Entorno e Relações com a Comunidade Local | Fundação Getúlio Vargas | Angela Serino e Isabel Ferreira | 02/10/2002 | São Paulo/SP | Cerca de 30 alunos do curso |
| IV SIMAI – Seminário Internacional de Meio Ambiente Industrial | Balço Ambiental e Social: Como Implementar Ferramentas que Dêem Visibilidade às Ações Empresariais Brasileiras | Revista Meio Ambiente Industrial | Eliane Anjos | 25/10/2002 | São Paulo/SP | Cerca de 70 participantes, entre técnicos, estudantes, engenheiros e ambientalistas |
| GVPEC – Programa de Educação Continuada – Curso Responsabilidade Social Empresarial | Oficina com o Guia Ethos – Preparação do Balço Social | Fundação Getúlio Vargas | Rodolfo Guttilla | 28/10/2002 | São Paulo/SP | Cerca de 30 alunos do curso |
| Reunião anual da USAID | Limites para a Produção Sustentável nos Mercados em Larga Escala | USAID/Brasil | Eliane Anjos | 08/11/2002 | Ilhéus/BA | Cerca de 50 representantes de ONGs |
| Tendências e Desafios do RH em 2003 | Responsabilidade Social, Cidadania e os Resultados Operacionais | Institute for International Research | Angela Serino | 10/12/2002 | São Paulo/SP | Cerca de 30 profissionais da área de Recursos Humanos |

Compromisso com Liderança e Influência Social

Representação em entidades de classe e associações

| Entidade/Associação | Representantes Natura | Tipo de representação | Mandato |
|--|--|--|---|
| ABC – Associação Brasileira de Cosmetologia (www.abc-cosmetologia.com.br) | Rosana Oliveira | Representante | |
| ABCF – Associação Brasileira de Combate à Falsificação | Eneida Barbare André Livonesi | Representantes | |
| ABERJE – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (www.aberje.com.br) | Rodolfo Guttilla | Presidente do Conselho Deliberativo | 2002/2004 |
| ABEVD – Associação Brasileira das Empresas de Venda Direta (www.abevd.org.br) | 1. Alessandro Carlucci 2. Rodolfo Guttilla 3. Pedro Villares | 1. Vice-presidente e Coordenador do Comitê de Pesquisas 2. Coordenador do Núcleo de Comunicação 3. Coordenador do Comitê de Relações Acadêmicas | 1. 2002/2004 2. 2001/2004 3. 2002/2004 |
| ABIA – Associação Brasileira das Indústrias Alimentícias (www.abia.org.br) | Rosana Oliveira | Representante | |
| ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumarias e Cosméticos (sipatesp@wm.com.br) | Pedro Luiz Passos | Vice-Presidente | Até jun/2004 |
| ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas (www.abnt.org.br) | Aldo Leme | Representante | |
| ABPI – Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (www.abpi.org.br) | Eneida Barbare | Representante da Natura nos seguintes comitês: Comitê de Direito Autoral, Comitê de Patentes, Comitê de Marcas, Comitê de Transferência de Tecnologia | |
| ABT – Associação Brasileira de Telemarketing (www.abt.org.br) | Manoel Prates | Representante | |
| ACELP – Associação de Comunicação Empresarial dos Povos de Língua Portuguesa | Rodolfo Guttilla | Presidente do Conselho | |
| Agência de Desenvolvimento de Itapeverica da Serra | 1. Rodolfo Guttilla 2. Marcelo Soderi | 1. Vice-Presidente 2. Representante | 1. 2002/2004 2. 2002/2004 |
| AIPPI – Association Internationale pour la Protection de la Propriété Industrielle (www.aippi.org) | Eneida Barbare | Representante | |
| AMCHAM – Câmara Americana do Comércio de São Paulo (www.amcham.com.br) | Rodolfo Guttilla | Representante no Comitê de Corporate Affairs | |
| ANPEI – Associação Nacional de P,D&E das Empresas Inovadoras (www.anpei.org.br) | Elizabete Vicentini | Diretora | Até Jun/2004 |
| ASPI – Associação Paulista da Propriedade Industrial (www.aspi.org.br) | Eneida Barbare | Representante | |
| Associação de Comunicação Empresarial dos Países do Cone Sul | Rodolfo Guttilla | Presidente Executivo | Desde Jul/99 |
| ASUG – Associação dos Usuários SAP do Brasil (www.asug.com.br) | Anna Sant'Anna | Representante | |
| CEAL – Conselho de Empresários da América Latina (www.ceal-int.org) | Guilherme Peirão Leal | Representante | |
| Cempre – Compromisso Empresarial para Reciclagem (www.cempre.org.br) | Eliane Anjos | Representante | |
| Conselho de Direitos da Criança e do Adolescente de Cajamar | Angela Serino | Conselheira e Suplente da Indústria e Comércio | Até Dez/2004 |
| CRQ – Conselho Regional de Química (www.crq.org.br) | Eduardo Luppi | Representante | |
| FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (www.fiesp.org.br) NAS – Núcleo de Ação Social (www.fiesp.org.br) | 1. Pedro Luiz Passos 2. Rodolfo Guttilla 3. Eliane Anjos | 1. Delegado Representante do SIPATESP junto à FIESP 2. Coordenador Adjunto do Núcleo de Ação Social 3. Representante no Departamento de Meio Ambiente | 1. Até Set/2004 2. Até Jun/2004 |
| Fundação Abrinq pelos Direitos das Crianças (www.fundacaobrinq.org.br) | 1. Guilherme Peirão Leal 2. Angela Serino 3. Rodolfo Guttilla 4. Pedro Villares | 1. Membro do Conselho Administrativo e Membro do Comitê Diretor do Programa Crer pra Ver 2. Membro do Comitê Técnico e do Comitê Diretor do Programa Crer pra Ver 3. Membro do Comitê Diretor do Programa Crer pra Ver 4. Membro do Comitê Diretor do Programa Crer pra Ver | 1. Desde 1992 e desde 1996 2. Desde 1996 3. Desde 2000 4. Desde 2002 |
| Fundação Dom Cabral (www.domcabral.org.br) | Guilherme Peirão Leal | <ul style="list-style-type: none"> Membro do Conselho Curador Presidente da Assembléia dos Presidentes do CTE – Centro de Tecnologia Empresarial Membro do Conselho Internacional do INSEAD – The European Institute of Business Administration | Jun/00 a Jun/03 |
| G50 – Grupo de Empresários da América Latina | Guilherme Peirão Leal | Representante | |
| GIFE – Grupo de Instituições, Fundações e Empresas (www.gife.org.br) | Angela Serino | Representante | |
| IBEF – Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças (www.ibef.com.br) | Jorge Casmerides | Representante | |
| IBRI – Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (www.ibri.org.br) | Marcel Goya | Representante | |
| IEDI – Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (www.iedi.org.br) | Guilherme Peirão Leal | Membro do Conselho de Administração | |
| Instituto AKATU (www.akatu.org.br) | Guilherme Peirão Leal | Membro do Conselho de Administração | |

Compromisso com Liderança e Influência Social

Representação em entidades de classe e associações (continuação)

| Entidade/Associação | Representantes Natura | Tipo de representação | Mandato |
|---|---|--|------------------------------------|
| Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (www.ethos.org.br) | 1. Guilherme Peirão Leal 2. Rodolfo Guttilla 3. Angela Serino | 1. Membro do Conselho Deliberativo Representantes da Natura junto ao Ethos: 1. Titular 2. Suplente 1 3. Suplente 2 | |
| SIPATESP – Sindicato da Indústria de Perfumaria e Artigos de Toucador no Estado de São Paulo (www.abihpec.org.br) | 1. Pedro Luiz Passos 2. Rodolfo Guttilla | 1. Vice-Presidente e Coordenador do Grupo de Trabalho de Relações Industriais 2. Suplente da Diretoria | 1. Até Jun/2004 2. Até Jun/2004 |
| WFDSA – World Federation of Direct Selling Associations (www.wfdsa.org) | Pedro Luiz Passos | Representante | |
| WWF – Brasil (www.panda.org.br) | Guilherme Peirão Leal | Membro do Conselho Deliberativo | Desde Dez/2001 até Dez/2004 |

Contatos dos representantes da Natura nas Entidades e Associações

| Nome | Função | E-mail | Telefone |
|-------------------------|---|-------------------------------|-----------------|
| Alessandro Carlucci | Vice-Presidente de Comercialização | alessandrocarlucci@natura.net | 55 11 4147 8511 |
| Anna Santanna | Gerente de Desenvolvimento de Sistemas | annasantanna@natura.net | 55 11 4446 2240 |
| Aldo Leme | Gerente do Projeto ISO 14001 | aldoleme@natura.net | 55 11 4446 2690 |
| Angela Serino | Consultora Interna de Responsabilidade Social | angelaserino@natura.net | 55 11 4446 2360 |
| Eduardo Luppi | Diretor de Pesquisa e Desenvolvimento | eduardoluppi@natura.net | 55 11 4446 2311 |
| Eliane Anjos | Gerente de Meio Ambiente | elianeanhos@natura.net | 55 11 4446 2485 |
| Elizabeth Vicentini | Gerente de Tecnologia de Biodiversidade | elizabethvicentini@natura.net | 55 11 4446 2851 |
| Eneida Barbare | Gerente de Marcas e Patentes | eneidabarbare@natura.net | 55 11 4446 2860 |
| Itamar Correia da Silva | Vice-Presidente de Operações & Logística | ltamarsilva@natura.net | 55 11 4446 2401 |
| Guilherme Peirão Leal | Presidente Executivo | guilhermeleal@natura.net | 55 11 4446 2202 |
| Jorge Casmerides | Controller | jorgecasmerides@natura.net | 55 11 4446 2910 |
| Manoel Prates | Gerente de Atendimento | manoelprates@natura.net | 55 11 4147 8350 |
| Marcel Goya | Gerente de Planejamento Econômico | marcelgoya@natura.net | 55 11 4446 2713 |
| Marcelo Soderi | Gerente de Relações Institucionais | marcelosoderi@natura.net | 55 11 4446 2540 |
| André Livonesi | Advogado | andrelivonesi@natura.net | 55 11 4446 2403 |
| Pedro Luiz Passos | Presidente de Operações | pedropassos@natura.net | 55 11 4446 2200 |
| Pedro Villares | Diretor de Vendas Brasil | Pedrovillares@natura.net | 55 11 4147 8331 |
| Rodolfo Witzig Guttilla | Diretor de Assuntos Corporativos | rodolfoguttilla@natura.net | 55 11 4446 2561 |
| Rosana Oliveira | Supervisora de Assuntos Regulatórios | rosanaoliveira@natura.net | 55 11 4446 2862 |



Índice remissivo

Global Reporting Initiative

Ao incorporar integralmente as diretrizes da Global Reporting Initiative, GRI, a Natura inclui neste Relatório Anual o índice remissivo, de acordo com a versão 2002 das recomendações daquela entidade. O índice tem como objetivo, além de facilitar o acesso a informação e aos indicadores, avaliar o grau de adesão da empresa às diretrizes da GRI. Maiores informações sobre o modelo GRI podem ser obtidas no site www.globalreporting.org.

| Visão e Estratégia | | Indicadores de Desempenho Econômico | | | | Indicadores de Desempenho Social | | | | | |
|---|-----------------------------|--|----------------------------------|---|--|---|---|--|---|-------------------------------|--------------------------|
| item | página | Tema | Essenciais indicador | Essenciais página | Adicionais indicador | Adicionais página | Tema | Essenciais indicador | Essenciais página | Adicionais indicador | Adicionais página |
| 1.1 | 6-9 | Clientes | EC1(1) | 3, 15, 18, 46, 78, 86 | | | Práticas de Trabalho e Trabalho Decente | LA1(46) | 17, 56 | LA12(48) | 23, 32, 56-57 |
| 1.2 | 2-5 | | EC2(2) | * | | | | LA2(47) | 32, 56 | | |
| Perfil | | | | | | | | | | | |
| 2.1 | 12 | Fornecedores | EC3(3) EC4(4) | 46, 78, 86 46 | EC11 | ** | Relações de Trabalho e Gerenciais | LA3(49) LA4(50) | 57 32, 57 | LA13(51) | 26-27, 41, 57 |
| 2.2 | 12-13, 32 | Colaboradores Financiadores e | EC5(5) EC6(6) | 46, 77 22, 46, 77 79-80, 84, 86 | | | Saúde e Segurança | LA5(52) LA6(53) LA7(54) LA8(55) | 57 58 58 58 | LA14 LA15(56) | ** 58 |
| 2.3 | 12-13 | | | | | | | | | | |
| 2.4 | 13 | Acionistas | EC7(7) | 3, 14-15, 18-19, 21, 47 78, 85-86 | | | Treinamento e Educação | LA9(57) | 21, 58 | LA16(58) | 23, 32, 58-59, 70 |
| 2.5 | 13, 42-43 | | | | | | | | | | |
| 2.6 | 13 | Setor Público | EC8(8) | 47, 77, 80-82, 84, 86 | EC12(11) | 48 | Diversidade e Oportunidade | LA10(60) LA11(61) | 8, 24, 59 17, 60 | | |
| 2.7 | 12-13, 42-43 | | | | | | | | | | |
| 2.8 | 14-17, 46 | Impactos Econômicos Indiretos | EC9(9) EC10(10) | 47 5, 7, 22, 38, 47-48, 69-71 | EC13(12) | 16, 48 | Estratégia e Sistemas de Gestão | HR1(62) HR2(63) HR3(64) | 4, 21-24, 32, 58-61, 70 24, 36, 61-62 5, 18, 24, 38, 50, 62, 69 | HR8(65) | 62 |
| 2.9 | 3, 30-32, 36-38 | | | | | | | | | | |
| 2.10 | 45 | | | | | | | | | | |
| 2.11 | 11 | Indicadores de Desempenho Ambiental | | | | | | | | | |
| 2.12 | 11 | | | | | | | | | | |
| 2.13 | 45 | | | | | | | | | | |
| 2.14 | 32, 43, 45, 57 | | | | | | | | | | |
| 2.15 | 10-11 | | | | | | | | | | |
| 2.16 | 45 | | | | | | | | | | |
| 2.17 | N.A. | | | | | | | | | | |
| 2.18 | 45 | | | | | | | | | | |
| 2.19 | 45 | | | | | | | | | | |
| 2.20 | 39, 45, 54 | | | | | | | | | | |
| 2.21 | N.D. | | | | | | | | | | |
| 2.22 | 45, 74 | | | | | | | | | | |
| Estrutura de Governança e Sistemas de Gestão | | | | | | | | | | | |
| 3.1 | 26-27, 57 | Energia | EN1(13) EN2(14) | 49 49 | EN17(17) EN18 EN19(18) | 18, 32, 49 ** 49 | Trabalho Infantil | HR6(68) | 28, 36, 63 | | |
| 3.2 | 26 | | | | | | | | | | |
| 3.3 | 26, 39 | Água | EN3(15) EN4(16) | 25, 49 49 | EN20(20) EN21(21) EN22(22) | 50 50 50 | Trabalho Forçado e Obrigatório | HR7(69) | 63 | | |
| 3.4 | 39-40 | | | | | | | | | | |
| 3.5 | 61 | | | | | | | | | | |
| 3.6 | 25, 28-29, 45 | Biodiversidade | EN5(19) | 25, 37, 49 | EN23(25) EN24(26) EN25(27) EN26(28) EN27(29) EN28(30) EN29(31) | 51 51 51 52 52, 69-70 52 52 | Práticas Disciplinares | | | HR9 HR10(70) | ** 63 |
| 3.7 | 6-9, 27-28, 38 | | | | | | | | | | |
| 3.8 | 26 | Emissões, Efluentes e Resíduos | EN6(23) | 50 | EN30(38) EN31 EN32(39) | 54 ** 18, 25, 37, 53 | Práticas de Segurança | | | HR11(71) | 63 |
| 3.9 | 8, 28 | | | | | | | | | | |
| 3.10 | 4, 22-24, 30, 32-33, 67, 86 | | | | | | | | | | |
| 3.11 | 22-24, 30, 32-33 | Direitos Indígenas | EN7(24) | 5, 18, 24, 38, 50, 69 | EN11(35) EN12(36) EN13(37) | 25, 37, 38, 53 18, 25, 37, 53 53 | Comunidade | SO1(73) | 63 | SO4(74) | 41, 64 |
| 3.12 | 24, 32, 41 | | | | | | | | | | |
| 3.13 | 39-40 | Contribuições Políticas | EN8(32) EN9(33) EN10(34) | 53 53 53 | EN33(40) | 4, 18, 24, | Saúde e Segurança do Cliente | SO2(75) | 64 | SO5 | ** |
| 3.14 | 27-28, 65, 67 | | | | | | | | | | |
| 3.15 | 72-74 | | | | | | | | | | |
| 3.16 | 24-25, 50-51, 54, 69 | Comunidade | EN11(35) EN12(36) EN13(37) | 25, 37, 38, 53 18, 25, 37, 53 53 | EN20(20) EN21(21) EN22(22) | 50 50 50 | Corrupção e Suborno | SO3(76) | 64 | SO6(77) SO7(78) | 64 27, 64 |
| 3.17 | 3, 11 | | | | | | | | | | |
| 3.18 | 21, 32, 45, 57 | Conformidade | EN14(41) EN15(42) | 5, 25, 38, 54 54 | EN33(40) | 4, 18, 24, | Saúde e Segurança do Cliente | PR1(79) | 39, 65 | PR4(80) PR5(81) PR6(82) | 65 65 27-28, 64-65 |
| 3.19 | 5, 18, 20-25, 69-71 | | | | | | | | | | |
| 3.20 | 4-5, 24-25, 54 | Fornecedores | | | EN33(40) | 4, 18, 24, | Produtos e Serviços | PR2(83) | 65 | PR7(84) PR8(85) | 65 30, 66 |
| | | Produtos e Serviços | EN14(41) EN15(42) | 5, 25, 38, 54 54 | | 25, 36-38, 54 | | | | | |
| | | Conformidade | EN16(43) | 55 | | | Propaganda | | | PR9(86) PR10(87) | 67 67 |
| | | Transporte | | | EN34(44) | 36, 55 | | | | | |
| | | Geral | | | EN35(45) | 55, 71 | Respeito à Privacidade | PR3(88) | 27, 67 | PR11(89) | 67 |

Obs: No quadro acima, as colunas que remetem aos indicadores essenciais e adicionais obedecem à nomenclatura determinada pela GRI mas também apresentam - na mesma coluna, ao lado e entre parênteses - a numeração utilizada neste relatório. Nomenclatura GRI - EC, indicadores econômicos; EN, indicadores ambientais; LA, indicadores laborais; HR, indicadores referentes aos direitos humanos; SO, indicadores sociais; PR, indicadores referentes a produtos e serviços.

* Indicadores Essenciais não incluídos no relatório:

EC2 - A Natura considera essa informação estratégica, exclusivamente destinada ao uso da gestão interna.

** Indicadores Adicionais não incluídos no relatório:

EC11, EN18, EN31, LA14, HR9, HR13, HR14 e SO5



demonstrações financeiras

BALANÇOS PATRIMONIAIS LEVANTADOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2002 E 2001

| ATIVO (R\$ mil) | Controladora | | Consolidado | |
|--|----------------|---------------|----------------|----------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| CIRCULANTE | | | | |
| Disponibilidades | 40 | 1 | 45.733 | 28.738 |
| Aplicações financeiras | 2.457 | — | 38.643 | 34.880 |
| Créditos a receber de contratos "swap" | — | — | 27.569 | — |
| Contas a receber de clientes | — | — | 159.804 | 128.160 |
| Estoques | — | — | 74.578 | 54.552 |
| Impostos a recuperar | 546 | 946 | 8.001 | 5.953 |
| Adiantamentos a funcionários | — | — | 3.124 | 3.009 |
| Contas a receber de sociedades ligadas | 46.629 | — | — | — |
| Imposto de renda e contribuição social diferidos | 887 | 494 | 16.609 | 11.514 |
| Conta corrente com acionistas | — | 3.910 | — | 4.222 |
| Outras contas a receber | 1.086 | 394 | 5.804 | 5.482 |
| Total do circulante | 51.645 | 5.745 | 379.865 | 276.510 |
| REALIZÁVEL A LONGO PRAZO | | | | |
| Contas a receber de sociedades controladas e ligadas | 4.152 | 1.256 | 8.036 | 5.814 |
| Incentivos fiscais | — | — | 1.538 | 1.371 |
| Imposto de renda e contribuição social diferidos | — | — | 12.673 | 21.289 |
| Contas a receber por venda de ações | 997 | 772 | 997 | 772 |
| Depósitos judiciais e outros | — | — | 3.546 | 809 |
| Total do realizável a longo prazo | 5.149 | 2.028 | 26.790 | 30.055 |
| PERMANENTE | | | | |
| Investimentos | 96.859 | 86.212 | 5.925 | 6.883 |
| Imobilizado | — | — | 265.811 | 269.010 |
| Variação cambial diferida | — | — | 3.795 | 11.397 |
| Total do permanente | 96.859 | 86.212 | 275.531 | 287.290 |
| TOTAL DO ATIVO | 153.653 | 93.985 | 682.186 | 593.855 |

| PASSIVO (R\$ mil) | Controladora | | Consolidado | |
|---|----------------|---------------|----------------|----------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| CIRCULANTE | | | | |
| Empréstimos e financiamentos | 265 | 115 | 104.681 | 103.226 |
| Fornecedores nacionais | 4 | 2 | 52.744 | 37.648 |
| Fornecedores estrangeiros | — | — | 2.015 | 3.208 |
| Salários e encargos sociais | — | — | 35.644 | 31.566 |
| Obrigações tributárias | 46 | 27 | 54.372 | 36.754 |
| Remuneração de debêntures a pagar | — | — | 4.080 | — |
| Dividendos a distribuir | 16.000 | — | 16.000 | — |
| Contas a pagar para sociedades ligadas | 3.292 | — | 3.292 | — |
| Outras contas a pagar | — | 25 | 15.785 | 37.820 |
| Total do circulante | 19.607 | 169 | 288.613 | 250.222 |
| EXIGÍVEL A LONGO PRAZO | | | | |
| Empréstimos e financiamentos | 32.208 | 31.056 | 148.879 | 165.269 |
| Debêntures a pagar | — | — | 130.659 | 130.659 |
| Contas a pagar – sociedades controladas | 5.102 | 23.541 | — | — |
| Obrigações tributárias | — | — | — | 6.697 |
| Outras contas a pagar | — | — | 17.230 | 2.017 |
| Total do exigível a longo prazo | 37.310 | 54.597 | 296.768 | 304.642 |
| PARTICIPAÇÃO DOS MINORITÁRIOS | — | — | 69 | (228) |
| PATRIMÔNIO LÍQUIDO | | | | |
| Capital social | 85.950 | 29.319 | 86.950 | 29.319 |
| Reservas de capital | 562 | 3.196 | 562 | 3.196 |
| Reservas de lucros | 9.224 | 5.864 | 9.224 | 5.864 |
| Lucros acumulados | — | 840 | — | 840 |
| Total do patrimônio líquido | 96.736 | 39.219 | 96.736 | 39.219 |
| TOTAL DO PASSIVO | 153.653 | 93.985 | 682.186 | 593.855 |

DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO PARA OS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2002 E DE 2001

| (R\$ mil) | Controladora | | Consolidado | |
|---|---------------|-----------------|------------------|------------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| Vendas Brutas no mercado interno | — | — | 1.367.560 | 1.143.653 |
| Vendas Brutas no mercado externo | — | — | 34.972 | 28.710 |
| Outras Vendas | — | — | 1.022 | 261 |
| RECEITA OPERACIONAL BRUTA | — | — | 1.403.554 | 1.172.624 |
| Impostos sobre vendas, devoluções e abatimentos | — | — | (420.135) | (359.519) |
| RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA | — | — | 983.419 | 813.105 |
| CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS | — | — | (297.982) | (258.966) |
| LUCRO BRUTO | — | — | 685.437 | 554.139 |
| RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS | | | | |
| Com Vendas | — | — | (376.619) | (317.229) |
| Administrativas e gerais | (88) | (237) | (116.682) | (114.348) |
| Despesas Financeiras | (5.250) | (3.145) | (140.627) | (121.203) |
| Receitas Financeiras | 4.181 | 2.303 | 96.187 | 48.736 |
| Resultado da Equivalência Patrimonial | 29.698 | (14.025) | — | — |
| RESULTADO OPERACIONAL | 28.541 | (15.104) | 147.696 | 50.095 |
| RESULTADOS NÃO OPERACIONAIS | — | — | 4.210 | 1.127 |
| LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IMPOSTO DE RENDA, DA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL E DAS PARTICIPAÇÕES | 28.541 | (15.104) | 151.906 | 51.222 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social | 393 | 367 | (32.872) | (9.871) |
| LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DAS PARTICIPAÇÕES | 28.934 | (14.737) | 119.034 | 41.351 |
| Participações: | | | | |
| Debêntures | — | — | (75.817) | (42.252) |
| Empregados | — | — | (14.329) | (14.098) |
| LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) ANTES DA PARTICIPAÇÃO DE MINORITÁRIOS | 28.934 | (14.737) | 28.888 | (14.999) |
| Participação de minoritários | — | — | 46 | 262 |
| LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) DO EXERCÍCIO | 28.934 | (14.737) | 28.934 | (14.737) |
| LUCRO LÍQUIDO (PREJUÍZO) POR AÇÃO DO CAPITAL SOCIAL NO FINAL DO EXERCÍCIO - R\$ | 1,41 | (1,34) | | |

DEMONSTRAÇÕES DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO PARA OS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2002 E DE 2001

| CONTROLADORA (R\$ mil) | Capital Social | Reservas de capital | | Reservas de lucros | | Lucros Acumulados | TOTAL |
|---|----------------|---|-------------------------------|--------------------|--------------|-------------------|---------------|
| | | Resultado na venda de ações em tesouraria | Subvenções para investimentos | Legal | Retenção | | |
| SALDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2000 | 29.319 | 7.198 | 1.726 | 5.864 | — | 15.577 | 59.684 |
| Incentivos fiscais do imposto de renda de controladas | — | — | 982 | — | — | — | 982 |
| Valores a receber de acionistas | — | (6.710) | — | — | — | — | (6.710) |
| Prejuízo do exercício | — | — | — | — | — | (14.737) | (14.737) |
| SALDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2001 | 29.319 | 488 | 2.708 | 5.864 | — | 840 | 39.219 |
| Incentivos fiscais do imposto de renda de controladas | — | — | 556 | — | — | — | 556 |
| Aumento de capital: | | | | | | | |
| Com lucros e reservas | 9.731 | (482) | (2.708) | (5.860) | — | (681) | — |
| Por subscrição realizada | 47.900 | — | — | — | — | — | 47.900 |
| Lucro líquido do exercício | — | — | — | — | — | 28.934 | 28.934 |
| Reserva legal | — | — | — | 1.447 | — | (1.447) | — |
| Reserva de retenção de lucros | — | — | — | — | 7.773 | (7.773) | — |
| Juros sobre Capital Próprio | — | — | — | — | — | (3.873) | (3.873) |
| Dividendos a distribuir | — | — | — | — | — | (16.000) | (16.000) |
| SALDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2002 | 86.950 | 6 | 556 | 1.451 | 7.773 | — | 96.736 |

**DEMONSTRAÇÕES DAS ORIGENS E APLICAÇÕES DE RECURSOS
PARA OS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2002 E DE 2001**

| (R\$ mil) | Controladora | | Consolidado | |
|--|---------------|-----------------|----------------|----------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| ORIGEM DE RECURSOS: | | | | |
| Das operações: | | | | |
| Lucros (Prejuízo) líquido do exercício | 28.934 | (14.737) | 28.934 | (14.737) |
| Itens que não afetam o capital circulante | | | | |
| Depreciações e amortizações | — | — | 28.777 | 25.111 |
| Variações monetárias e cambiais líquidas dos itens a longo prazo | (281) | 878 | 63.696 | (7.763) |
| Complemento da provisão para contingências | — | — | 10.299 | — |
| Outras provisões | — | — | 279 | 550 |
| Imposto de renda e contribuição social diferidos | — | — | 2.283 | (15.026) |
| Resultado da equivalência patrimonial | (29.698) | 14.025 | — | — |
| Valor líquido do imobilizado baixado/vendido | — | — | 1.901 | 3.109 |
| Juros sobre capital próprio recebidos | 3.873 | — | — | — |
| Dividendos recebidos de controlada | 15.734 | 3.000 | — | — |
| Participação de minoritários | — | — | (46) | 262 |
| | 18.562 | 3.166 | 136.123 | (8.494) |
| Dos Acionistas: | | | | |
| Integralização de capital | 47.900 | — | 47.900 | — |
| De Terceiros: | | | | |
| Subscrição de debêntures | — | — | — | 1.858 |
| Incentivos Fiscais Imposto de Renda | — | — | 556 | 982 |
| Transferência do realizável a longo prazo para o circulante | — | — | 6.414 | 3.730 |
| Aumento do exigível a longo prazo | 2.320 | 778 | 15.410 | 143.230 |
| Participação minoritária | — | — | 343 | (496) |
| Total das origens | 68.782 | 3.944 | 206.746 | 140.810 |
| APLICAÇÕES DE RECURSOS: | | | | |
| Adições aos investimentos | — | 18.617 | — | — |
| Adições ao imobilizado | — | — | 26.371 | 38.755 |
| Aumento do realizável a longo prazo | 2.855 | 1.231 | 3.750 | 2.219 |
| Transferência do exigível a longo prazo para o circulante | 19.592 | — | 91.788 | 73.388 |
| Dividendos a distribuir | 16.000 | — | 16.000 | — |
| Juros sobre capital próprio | 3.873 | — | 3.873 | — |
| Total das aplicações | 42.320 | 19.848 | 141.782 | 114.362 |
| AUMENTO (REDUÇÃO) DO CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO | 26.462 | (15.904) | 64.964 | 26.448 |
| VARIAÇÕES DO CAPITAL CIRCULANTE REPRESENTADAS POR: | | | | |
| Aumento (redução) no ativo circulante | 45.900 | (16.737) | 103.355 | 20.363 |
| Aumento (redução) no passivo circulante | 19.438 | (833) | 38.391 | (6.085) |
| AUMENTO (REDUÇÃO) DO CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO | 26.462 | (15.904) | 64.964 | 26.448 |

**NOTAS EXPLICATIVAS ÀS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS
PARA OS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2002 E DE 2001
(Em milhares de reais)**

1. CONTEXTO OPERACIONAL

A atividade da Sociedade compreende a participação, como sócia ou acionista, em outras sociedades. As controladas têm como objeto principal a indústria, o comércio, a importação e a exportação de cosméticos, perfumaria em geral e produtos de higiene e saúde.

2. APRESENTAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

As demonstrações contábeis foram elaboradas conforme as práticas contábeis adotadas no Brasil e as normas e os procedimentos estabelecidos pela Comissão de Valores Mobiliários – CVM. Alguns dos saldos relativos às demonstrações contábeis referentes ao exercício findo em 31 de dezembro de 2001, apresentadas para fins de comparação, foram reclassificados em relação à publicação daquele ano visando permitir uma melhor comparabilidade com as demonstrações contábeis de 31 de dezembro de 2002.

3. PRINCIPAIS PRÁTICAS CONTÁBEIS

a) Resultado das operações

Apurado em conformidade com o regime contábil de competência dos exercícios.

b) Aplicações financeiras

São investimentos temporários de alta liquidez que vencem em menos de três meses. Compõem-se de investimentos a serem mantidos até suas datas de vencimento e estão registrados ao custo, acrescido dos rendimentos incorridos até as datas de encerramento dos exercícios.

c) Provisão para créditos de liquidação duvidosa

Constituída com base na análise dos créditos a receber, em face dos riscos envolvidos, sendo considerada suficiente para cobrir eventuais perdas na realização.

d) Estoques

Registrados pelo custo médio de aquisição ou produção, ajustados ao valor de mercado, quando aplicável.

e) Investimentos

Investimentos em empresas controladas estão avaliados pelo método de equivalência patrimonial.

f) Imobilizado

Registrado pelo custo de aquisição corrigido monetariamente até 31 de dezembro de 1995 e acrescido de juros capitalizados. A depreciação é calculada pelo método linear. As taxas de depreciação utilizadas estão de acordo com a vida útil-econômica estimada dos bens, conforme demonstrado na nota explicativa nº 15.

g) Diferimento das variações cambiais

A variação cambial do exercício de 2001 foi diferida com base no disposto na Deliberação CVM nº 409/01 e Lei nº 10.305/01. Os valores diferidos estão demonstrados na nota explicativa nº 16.

h) Passivos circulante e exigível a longo prazo

Demonstrados por montantes a pagar, acrescidos, quando aplicável, dos correspondentes encargos e variações monetárias e cambiais incorridos até as datas dos balanços.

i) Imposto de renda e contribuição social

Apurados de acordo com os critérios estabelecidos pela legislação tributária em vigor. Os impostos diferidos atribuíveis a diferenças temporárias, prejuízos fiscais e base negativa de contribuição social são registrados no ativo ou passivo pela sua realização futura.

j) Empréstimos

Atualizados pelas variações cambiais e pelos juros incorridos até as datas dos balanços, conforme previsto contratualmente.

k) Provisões para perdas eventuais

Atualizadas até as datas dos balanços pelo montante provável de perda, observada a natureza de cada contingência. Os fundamentos e a natureza das provisões estão descritos na nota explicativa nº 19.

l) Receitas e despesas financeiras

Representam juros e variações monetárias e cambiais decorrentes de aplicações financeiras, empréstimos e financiamentos.

m) Juros sobre capital próprio

Os juros sobre capital próprio são contabilizados em despesas financeiras, como requerido pela legislação fiscal. Entretanto, para efeito de apresentação das demonstrações contábeis, os juros sobre o capital próprio estão sendo apresentados como distribuição do lucro líquido do exercício, nas demonstrações das mutações do patrimônio líquido.

4. CRITÉRIOS DE CONSOLIDAÇÃO

As demonstrações contábeis consolidadas em 31 de dezembro de 2002 e de 2001 foram preparadas de acordo com os princípios de consolidação previstos na legislação societária brasileira e nas instruções normativas da CVM, abrangendo as demonstrações contábeis da Sociedade e de suas controladas diretas e em conjunto, conforme a seguir:

| | Participação (%) | |
|---|------------------|--------|
| | 2002 | 2001 |
| Participação direta: | | |
| Natura Cosméticos S.A. | 99,99 | 99,99 |
| Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. | 99,99 | 99,99 |
| Participação em conjunto: | | |
| Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. | 99,99 | 99,99 |
| Natura Logística e Serviços Ltda. | 99,99 | 99,99 |
| Natura Cosméticos S.A. – Chile | 99,97 | 99,97 |
| Natura Cosméticos S.A. – Peru | 99,85 | 99,85 |
| Natura Cosméticos S.A. – Argentina | 99,99 | 99,99 |
| Natura Brasil Cosmética Ltda. – Portugal | 99,99 | 99,99 |
| Commodities Trading S.A. – Uruguai | 100,00 | 100,00 |
| Nova Flora Participações Ltda. | 99,43 | 97,67 |

Na elaboração das demonstrações contábeis consolidadas, foram utilizadas demonstrações encerradas na mesma data-base e consistentes com as práticas contábeis descritas na nota explicativa nº 3. Foram eliminados os investimentos na proporção da participação da investidora nos patrimônios líquidos e nos resultados das investidas, os saldos ativos e passivos, as receitas e despesas e os resultados não realizados decorrentes de operações entre as empresas consolidadas. Nas empresas controladas pela Sociedade foram destacadas as participações dos acionistas minoritários. As demonstrações contábeis de controladas sediadas no exterior foram convertidas para reais com base nas taxas correntes das moedas estrangeiras vigentes na data das respectivas demonstrações contábeis. No caso do investimento na Argentina, antes de efetuar a conversão para reais foi refletida a desvalorização cambial ocorrida entre o peso em relação ao dólar conforme demonstrado na nota explicativa nº 14.

Durante o exercício de 2001, houve as seguintes mudanças na estrutura societária:

- Mudança de razão social das empresas Natura Financiadora S.A. – Crédito, Financiamento e Investimento para Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. e Natura Informática Ltda. para Natura Logística e Serviços Ltda.
- Em 30 de novembro de 2001 a Sociedade cedeu e transferiu a totalidade das cotas que possuía na empresa Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. à Natura Cosméticos S.A. A transação foi feita com base no valor patrimonial da empresa na referida data.

5. APLICAÇÕES FINANCEIRAS

| | Controladora | | Consolidado | |
|--|--------------|----------|---------------|---------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| Certificados de Depósitos Bancários – CDBs – Pós | 2.457 | — | 23.641 | 8.172 |
| Fundos de investimento | — | — | 15.002 | 26.708 |
| | <u>2.457</u> | <u>—</u> | <u>38.643</u> | <u>34.880</u> |

6. CONTAS A RECEBER DE CLIENTES

| | Consolidado | |
|---|----------------|----------------|
| | 2002 | 2001 |
| Contas a receber de clientes | 171.458 | 138.051 |
| Provisão para créditos de liquidação duvidosa | (11.434) | (9.691) |
| Provisão para devolução de mercadorias | <u>(220)</u> | <u>(200)</u> |
| | <u>159.804</u> | <u>128.160</u> |

7. ESTOQUES

| | Consolidado | |
|---|----------------|----------------|
| | 2002 | 2001 |
| Produtos acabados | 38.369 | 22.856 |
| Matérias-primas e materiais de embalagem | 33.757 | 25.118 |
| Produtos em elaboração | 6.585 | 5.396 |
| Material promocional | 2.467 | 2.218 |
| Importação em andamento | 200 | 797 |
| Provisão para perdas na realização dos estoques | <u>(6.800)</u> | <u>(1.833)</u> |
| | <u>74.578</u> | <u>54.552</u> |

8. IMPOSTOS A RECUPERAR

| | Controladora | | Consolidado | |
|---|--------------|------------|--------------|--------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| Contribuição social a compensar | — | — | 578 | 820 |
| IRPJ a compensar | 390 | — | 804 | 1.749 |
| Imposto de renda sobre aplicações financeiras | 134 | 795 | 705 | 795 |
| ICMS a compensar | — | — | 1.903 | 885 |
| IPI a compensar e outros | <u>22</u> | <u>151</u> | <u>4.011</u> | <u>1.704</u> |
| | <u>546</u> | <u>946</u> | <u>8.001</u> | <u>5.953</u> |

9. INCENTIVOS FISCAIS

| | Consolidado | |
|---|----------------|----------------|
| | 2002 | 2001 |
| Incentivos fiscais | 4.928 | 4.372 |
| Provisão para perdas com incentivos fiscais | <u>(3.390)</u> | <u>(3.001)</u> |
| | <u>1.538</u> | <u>1.371</u> |

10. IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

a) Diferido

O imposto de renda e a contribuição social diferidos, incluídos nas demonstrações contábeis, são provenientes de diferenças temporárias, prejuízos fiscais e base negativa de contribuição social, conforme demonstrado a seguir:

| | Controladora | | Consolidado | |
|---|--------------|------------|---------------|---------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| Curto prazo: | | | | |
| Imposto de renda e contribuição social diferidos sobre diferenças temporárias | <u>887</u> | <u>494</u> | <u>16.609</u> | <u>11.514</u> |
| | <u>887</u> | <u>494</u> | <u>16.609</u> | <u>11.514</u> |
| Longo prazo: | | | | |
| Imposto de renda sobre prejuízos fiscais e contribuição social negativa | — | — | 12.673 | 15.169 |
| Imposto de renda e contribuição social diferidos sobre diferenças temporárias | <u>—</u> | <u>—</u> | <u>—</u> | <u>6.120</u> |
| | <u>—</u> | <u>—</u> | <u>12.673</u> | <u>21.289</u> |
| | <u>887</u> | <u>494</u> | <u>29.282</u> | <u>32.803</u> |

A expectativa da Administração para a realização desses créditos é no prazo máximo de cinco anos.

b) Corrente

Reconciliação do imposto de renda e da contribuição social

| | Controladora | | Consolidado | |
|--|--------------|------------|-----------------|----------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| Lucro (Prejuízo) contábil do exercício, antes do imposto de renda e da contribuição social e líquido das participações das debêntures e dos empregados | 28.541 | (15.104) | 61.760 | (5.128) |
| Encargos (imposto de renda e contribuição social) à alíquota de 34% | (9.704) | 5.135 | (20.998) | 1.744 |
| Diferenças permanentes | 10.097 | (4.768) | (2.916) | (5.682) |
| Prejuízo gerado nas controladas | — | — | (6.670) | (10.463) |
| Diferimento da variação cambial | — | — | (2.585) | 3.875 |
| Outros | — | — | 297 | 655 |
| Imposto de renda e contribuição social | <u>393</u> | <u>367</u> | <u>(32.872)</u> | <u>(9.871)</u> |
| Imposto de renda e contribuição social devidos no exercício | — | — | (29.351) | (28.007) |
| Imposto de renda e contribuição social diferidos no exercício | <u>393</u> | <u>367</u> | <u>(3.521)</u> | <u>18.136</u> |
| | <u>393</u> | <u>367</u> | <u>(32.872)</u> | <u>(9.871)</u> |

II. PARTES RELACIONADAS

Os saldos a receber e a pagar por transações com empresas controladas são demonstrados a seguir:

| | Controladora | | Consolidado | |
|--|---------------|--------------|---------------|--------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| Ativo circulante: | | | | |
| Contas a receber: | | | | |
| Natura Cosméticos S.A. | 31.213 | — | — | — |
| Dividendos a receber: | | | | |
| Natura Cosméticos S.A. | 5.435 | — | — | — |
| Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. | 6.689 | — | — | — |
| Juros sobre capital próprio: | | | | |
| Natura Cosméticos S.A. | <u>3.292</u> | — | — | — |
| | <u>46.629</u> | — | — | — |
| Realizável a longo prazo: | | | | |
| Operações de mútuo: | | | | |
| Natura Participações S.A. | <u>4.152</u> | <u>1.256</u> | <u>8.036</u> | <u>5.814</u> |
| | <u>4.152</u> | <u>1.256</u> | <u>8.036</u> | <u>5.814</u> |
| Passivo circulante: | | | | |
| Dividendos a distribuir: | | | | |
| Natura Participações S.A. | 16.000 | — | 16.000 | — |
| Juros sobre capital próprio: | | | | |
| Natura Participações S.A. | <u>3.292</u> | — | <u>3.292</u> | — |
| | <u>19.292</u> | — | <u>19.292</u> | — |

Controladora Consolidado

2002 2001 2002 2001

Exigível a longo prazo:

| | | | | |
|--|--------------|---------------|---|---|
| Operações de mútuo: | | | | |
| Natura Cosméticos S.A. | — | 20.039 | — | — |
| Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. | 1.600 | — | — | — |
| Natura Logística e Serviços Ltda. | <u>3.502</u> | <u>3.502</u> | — | — |
| | <u>5.102</u> | <u>23.541</u> | — | — |

As transações com empresas controladas são demonstradas a seguir:

| | Venda de produtos | | Compra de produtos | |
|---|-------------------|----------------|--------------------|----------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| Natura Cosméticos S.A. | — | — | 555.228 | 478.001 |
| Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. | 565.580 | 484.776 | — | — |
| Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. | — | — | 346 | — |
| Natura Logística e Serviços Ltda. | — | — | — | 105 |
| Flora Medicinal JMS Ltda. | — | — | 774 | — |
| Natura Cosméticos S.A. - Chile | — | — | 1.874 | 1.558 |
| Natura Cosméticos S.A. - Peru | — | — | 2.587 | 1.577 |
| Natura Cosméticos S.A. - Argentina | — | — | 4.771 | 3.535 |
| | <u>565.580</u> | <u>484.776</u> | <u>565.580</u> | <u>484.776</u> |

| | Venda de serviços | | Contratação de serviços | |
|---|-------------------|---------------|-------------------------|---------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| Natura Cosméticos S.A. | — | — | 103.945 | 64.052 |
| Indústria e Comércio de Cosméticos Natura Ltda. | — | — | 15.270 | 6.902 |
| Natura Logística e Serviços Ltda. | 74.283 | 49.109 | — | — |
| Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. | <u>52.212</u> | <u>25.647</u> | <u>7.280</u> | <u>3.802</u> |
| | <u>126.495</u> | <u>74.756</u> | <u>126.495</u> | <u>74.756</u> |

A Sociedade realiza transações com partes relacionadas, as quais são efetuadas a preços e condições normais de mercado. As transações referem-se principalmente a operações mercantis, de serviços e empréstimos entre as empresas ligadas.

12. VALORES A RECEBER DE ACIONISTAS

a) Conta corrente com acionistas

Em 31 dezembro de 2001, a Sociedade tinha saldo em conta corrente, a receber, dos seus acionistas, o qual estava sujeito a encargos financeiros equivalentes aos obtidos nas captações de recursos financeiros no mercado.

b) Contas a receber por venda de ações

Em 28 de julho de 2000, a Sociedade vendeu 154.000 ações ordinárias nominativas para dois acionistas da Sociedade. O valor resultante da venda das ações será liquidado até o ano de 2010, acrescido de juros de 3% ao ano. No exercício de 2001, o montante de R\$6.710 foi reclassificado para a rubrica "Reservas de capital" até que este seja integralizado.

13. INVESTIMENTOS

Os investimentos são representados por:

| | Controladora | | Consolidado | |
|-----------------------------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| Investimentos em controladas | 96.859 | 86.212 | — | — |
| Ágio na aquisição de investimento | — | — | 8.015 | 8.015 |
| Amortização do ágio | — | — | (2.404) | (1.603) |
| Outros investimentos | — | — | 314 | 471 |
| | <u>96.859</u> | <u>86.212</u> | <u>5.925</u> | <u>6.883</u> |

O ágio apurado na aquisição feita pela subsidiária indireta Nova Flora Participações Ltda. está fundamentado em laudo de avaliação emitido por peritos independentes com sustentação, principalmente, na expectativa de rentabilidade futura e está sendo amortizado em dez anos. Os investimentos nas controladas estão demonstrados como segue:

| | Natura Cosméticos S.A. | Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda. | Total |
|---|------------------------------|--|---------|
| Cotas (Ações) do capital social das controladas | 35.955 | 5.008 | — |
| Quantidade de cotas (ações) possuídas | 35.951 | 5.007 | — |
| Percentual de participação | 99,99% | 99,99% | — |
| Patrimônio líquido das controladas | 100.480 | 12.387 | 112.867 |
| Participação no patrimônio líquido | 100.470 | 12.386 | 112.856 |
| Lucro líquido das controladas | 21.741 | 7.960 | 29.701 |

Valor contábil do investimento na controladora:

| | | | |
|--|---------------|--------------|---------------|
| Saldos em 31 de dezembro de 2001 | 78.175 | 8.037 | 86.212 |
| Recebimento de dividendos | — | (3.610) | (3.610) |
| Dividendos a distribuir | (5.435) | (6.689) | (12.124) |
| Juros sobre capital próprio | (3.873) | — | (3.873) |
| Incentivos fiscais do imposto de renda | 556 | — | 556 |
| Resultado da equivalência patrimonial | <u>21.739</u> | <u>7.959</u> | <u>29.698</u> |
| Saldos em 31 de dezembro de 2002 | <u>91.162</u> | <u>5.697</u> | <u>96.859</u> |

14. INVESTIMENTO NA ARGENTINA

Em 2001, o Governo Argentino adotou medidas significativas, incluindo suspensão dos pagamentos de serviços da dívida pública, saída do regime de conversibilidade, desvalorização do peso argentino e imposição de severas restrições à disponibilidade dos recursos depositados no sistema financeiro.

Os impactos nas demonstrações contábeis da operação na Argentina, em decorrência da desvalorização do peso em relação ao dólar em 31 de dezembro de 2001 (peso = 1,70/dólar = 1,00), foram refletidos, conforme Interpretação Técnica nº 01/02 do IBRACON - Instituto dos Auditores Independentes do Brasil (investimentos de empresas brasileiras na Argentina), nas demonstrações contábeis individuais e consolidadas da Sociedade, refletindo negativamente no patrimônio líquido e no resultado daquele exercício. Para o exercício de 2002, a taxa de câmbio utilizada para conversão foi de 3,49 pesos para 1 dólar.

15. IMOBILIZADO

O ativo imobilizado está assim composto:

| | Taxas de depreciação | | Consolidado | |
|--|----------------------|-----------------|-----------------|------|
| | ao ano 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| Edifícios | 4 | 126.832 | 122.612 | |
| Instalações | 10 | 57.452 | 53.018 | |
| Máquinas e equipamentos | 10 | 63.309 | 58.284 | |
| Veículos | 20 | 9.066 | 8.427 | |
| Moldes | 20 | 17.761 | 15.625 | |
| Móveis e utensílios | 10 | 10.729 | 9.382 | |
| Máquinas e equipamentos de informática | 20 | 24.109 | 23.083 | |
| Benfeitorias em imóveis de terceiros | 12 | 211 | 11.095 | |
| Cessão de direitos de uso de software | 20 | 14.622 | 12.317 | |
| Terrenos | — | 15.910 | 15.910 | |
| Adiantamentos a fornecedores | — | 1.617 | 1.427 | |
| Outros | — | <u>12.528</u> | <u>10.948</u> | |
| | | 354.146 | 342.128 | |
| Depreciação/Amortização acumulada | | <u>(88.335)</u> | <u>(73.118)</u> | |
| | | <u>265.811</u> | <u>269.010</u> | |

16. VARIAÇÃO CAMBIAL DIFERIDA

A Sociedade optou pelo diferimento das variações cambiais líquidas decorrente dos ajustes de ativos e passivos em moeda estrangeira apurados durante o exercício findo em 31 de dezembro de 2001, com base no disposto da Deliberação CVM nº 409/01 e Lei nº 10.305/01.

| | Consolidado | |
|---------------------------|-----------------|----------------|
| | 2002 | 2001 |
| Variação cambial diferida | 18.491 | 18.491 |
| Amortização acumulada | <u>(14.696)</u> | <u>(7.094)</u> |
| | <u>3.795</u> | <u>11.397</u> |

17. EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS

| Modalidade | Controladora | | Consolidado | | Encargos | Garantia |
|--|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------------------------------|--|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 | | |
| Importação | — | — | 6.452 | 72.762 | Juros de 7,2% a.a. + variação cambial | Aval da Natura Empreendimentos S.A. |
| BNDES | — | — | 16.468 | 28.021 | Juros de 3,5% a.a. + TJLP | Alienação fiduciária e aval da Natura Empreendimentos S.A. |
| BNDES | 32.473 | 31.171 | 58.364 | 50.865 | Juros de 4% a.a. + TJLP | Alienação fiduciária e fiança bancária |
| BNDES-EXIM | — | — | — | 2.635 | Juros de 1,95% a.a. + TJLP | Aval da Natura Cosméticos S.A. |
| BNDES-FINAME | — | — | 2.511 | 2.171 | Juros de 4,0% a.a. + TJLP | Alienação fiduciária e aval da Natura Empreendimentos S.A. |
| BNDES-Poc | — | — | 6.012 | 10.229 | Juros de 4,6% a.a. + TJLP | Aval da Natura Empreendimentos S.A. |
| ACE | — | — | 1.914 | — | Juros de 6,9% a.a. + variação cambial | Notas promissórias e aval da Natura Empreendimentos S.A. |
| FINEP | — | — | 16.881 | — | Juros de 3% a.a. + TJLP | Aval da Natura Empreendimentos S.A. |
| Conta garantida | — | — | 397 | — | Juros de 105% do CDI | Aval da Natura Empreendimentos S.A. |
| Empréstimos e financiamentos bancários | — | — | 144.561 | 101.812 | Juros de 8,2% a.a. + variação cambial | Notas promissórias e aval da Natura Empreendimentos S.A. |
| Total | 32.473 | 31.171 | 253.560 | 268.495 | | |
| De curto prazo | 265 | 115 | 104.681 | 103.226 | | |
| De longo prazo | 32.208 | 31.056 | 148.879 | 165.269 | | |

Os vencimentos do exigível a longo prazo estão demonstrados como segue:

| | Consolidado | |
|-----------|-------------|---------|
| | 2002 | 2001 |
| 2003 | — | 71.506 |
| 2004 | 87.134 | 82.028 |
| 2005 | 34.310 | 11.735 |
| Após 2006 | 27.435 | — |
| | 148.879 | 165.269 |

Os financiamentos em moeda nacional oriundos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES estão garantidos principalmente pelas unidades industriais de Itapeverica da Serra e Cajamar.

A Sociedade firmou um contrato de empréstimo com a FINEP, em 3 de dezembro de 2001, no montante de R\$39.153, com carência para pagamento do principal em 36 meses. As primeiras liberações desse empréstimo ocorreram durante o ano 2002 no montante de R\$16.309. Os recursos estão sendo utilizados no desenvolvimento de novos produtos no segmento de biodiversidade.

18. OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS

As obrigações tributárias são representadas por:

| | Controladora | | Consolidado | |
|--------------------------------|--------------|------|-------------|--------|
| | 2002 | 2001 | 2002 | 2001 |
| Passivo circulante: | | | | |
| ICMS | — | — | 27.513 | 20.969 |
| COFINS | 29 | 22 | 5.153 | 5.040 |
| PIS | 17 | 5 | 1.318 | 1.079 |
| IRPJ | — | — | 4.104 | 3.078 |
| CSLL | — | — | 1.783 | 1.253 |
| IRRF | — | — | 14.437 | 1.512 |
| IPI | — | — | — | 669 |
| REFIS | — | — | — | 2.771 |
| Outros | — | — | 64 | 383 |
| | 46 | 27 | 54.372 | 36.754 |
| Exigível a longo prazo: | | | | |
| REFIS | — | — | — | 6.697 |

A Sociedade aderiu ao Programa de Recuperação Fiscal – REFIS em dezembro de 2000, tendo declarado todos os seus débitos de tributos à Secretaria da Receita Federal - SRF. As condições mais vantajosas para amortização da dívida, entre elas o alongamento do prazo de pagamento e a mudança de indexador (SELIC para TJLP), foram fatores determinantes para a adesão ao REFIS. No momento da adesão a esse programa, foi desembolsado pela Sociedade o montante de R\$11.665, sem impacto no resultado daquele exercício. O financiamento do REFIS foi liquidado em 31 de outubro de 2002.

19. PROVISÃO PARA PERDAS EVENTUAIS

As controladas têm processos judiciais de natureza trabalhista, tributária e cível em andamento que envolvem responsabilidades contingentes. Os processos encontram-se em fase de defesa administrativa ou em julgamento.

Levando em consideração a análise de seus assessores legais, a Administração da Sociedade constituiu provisão nos montantes de R\$15.609 em 2002 e R\$5.010 em 2001 para cobrir eventuais perdas com os referidos processos, classificadas como provisão para perdas eventuais na rubrica “Outras contas a pagar – curto e longo prazos”.

20. PARTICIPAÇÃO DE EMPREGADOS

A Sociedade tem um programa de participação dos empregados nos resultados. A metodologia para a apuração do montante distribuído em 2002 e 2001 levou em consideração o alcance de metas operacionais.

21. PLANO DE OPÇÃO SOBRE AÇÕES

Em conformidade com a resolução adotada pelos acionistas em 31 de março de 1998, o Conselho de Administração está autorizado a conceder opções aos seus diretores, gerentes e empregados elegíveis para subscrever um número de ações representando até 5% do total de ações da Sociedade.

Por intermédio do programa, os participantes poderão adquirir, em prazo e por preço previamente fixados, ações da Sociedade, desde que atingidas as metas previstas no regulamento e atendidos todos os seus termos e condições.

O participante do programa terá o prazo máximo de cinco anos contados da assinatura do contrato de opção para exercer as opções que se tornarem maduras. Entende-se por opção madura aquela que atender aos objetivos delimitados para o exercício do direito de subscrição ou compra de ações.

O preço de subscrição ou de compra de cada ação corresponderá ao valor da ação da Sociedade na data da assinatura do contrato de opção, respeitado o limite mínimo do patrimônio líquido contábil da ação. O preço será atualizado monetariamente pelo Índice de Preços ao Consumidor Ampliado - IPCA do IBGE até a efetiva data de subscrição ou compra para os anos 2002 e 2001. Para os anos 1998 e 1999 estão atualizados pelo Índice Geral de Preços de Mercado – IGP-M. O total de opções concedidas e não exercidas até 31 de dezembro de 2002 é de 233.436.

Em 14 de março de 2001, a Sociedade promoveu a troca das opções de compra ou subscrição de suas ações já outorgadas aos opcionistas por opções da Natura Participações S.A.

22. DEBÊNTURES

| | Consolidado | |
|--------------------------------|----------------|----------------|
| | 2002 | 2001 |
| Circulante: | | |
| Remuneração das debêntures | <u>4.080</u> | <u>—</u> |
| Exigível a longo prazo: | | |
| Debêntures a pagar | <u>130.659</u> | <u>130.659</u> |

Em Assembléia Geral Extraordinária realizada em 14 de abril de 1998, foi autorizada a emissão de 140.000.000 de debêntures nominativas, endossáveis e não conversíveis em ações, no valor de R\$140.000, sem vencimento prefixado. De 1998 a 2002 foram subscritas 130.659.000 debêntures, que totalizam R\$130.659.

As debêntures autorizadas asseguram aos seus titulares uma remuneração correspondente à proporção das debêntures emitidas de até 70% dos lucros antes da provisão para imposto sobre a renda apurados em 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada ano.

A partir de 2002 a forma de cálculo das debêntures é representada pela participação das debêntures nos lucros da emitente, antes da provisão para imposto de renda, apurados em 30 de junho e 31 de dezembro de cada ano.

23. PATRIMÔNIO LÍQUIDO

a) Capital social

Em 30 de dezembro de 2002, a acionista Natura Participações S.A. aportou capital na Sociedade com créditos mantidos com a controladora Natura Cosméticos S.A. no valor nominal de R\$47.900.

O capital social realizado em 31 de dezembro de 2002 é de R\$86.950. O capital subscrito e integralizado está representado por 20.550.000 ações ordinárias sem valor nominal.

b) Juros sobre capital próprio

A Administração da Sociedade em reunião da Diretoria irá propor o pagamento de juros sobre o capital próprio, nos termos do Estatuto Social, da Deliberação CVM nº 207/86 e da Lei nº 9.249/95, "ad referendum" da próxima Assembléia Geral Ordinária, a realizar-se até o dia

30 de abril de 2003. O valor total bruto, de juros sobre o capital próprio é de R\$3.873, que será considerado no cálculo do dividendo mínimo obrigatório, líquido do Imposto de Renda Retido na Fonte – IRRF, relativo ao exercício encerrado em 31 de dezembro de 2002.

c) Distribuição de dividendos

O estatuto social assegura um dividendo mínimo anual correspondente a 25% do lucro líquido do exercício. A proposta do dividendo relativo ao exercício de 2002, que será encaminhada para aprovação dos acionistas em assembléia geral, no montante de R\$16.000, atende aos direitos garantidos estatutariamente, conforme demonstrado a seguir:

| Controladora | |
|---|----------------|
| | 2002 |
| Lucro líquido do exercício | 28.934 |
| Reserva legal sobre o lucro acima | <u>(1.447)</u> |
| Base de cálculo para os dividendos mínimos | <u>27.487</u> |
| Dividendos mínimos obrigatórios (25%) | 6.872 |
| Dividendos propostos | 16.000 |
| Dividendos propostos por ação | 0,78 |
| Valor excedente ao dividendo mínimo obrigatório | 9.128 |

d) Reserva de retenção de lucros

A reserva de retenção de lucros foi constituída nos termos do artigo 196 da Lei nº 6.404/76 e tem como objetivo a aplicação em futuros investimentos.

24. INSTRUMENTOS FINANCEIROS

A Sociedade e suas controladas participam de operações envolvendo instrumentos financeiros, todos registrados em contas patrimoniais, que se destinam a atender às suas necessidades, bem como a reduzir a exposição a riscos de mercado, de moeda e de taxa de juros. A Sociedade e suas controladas não operam no mercado de derivativos. A administração desses riscos é efetuada por meio de definição de estratégias, estabelecimento de sistemas de controle e determinação de limites de exposição cambial. Em razão disso, a Sociedade mantém em 31 de dezembro de 2002 e de 2001 operações de "swap" com instituições financeiras no montante aproximado de R\$180.218 (US\$51.006) e R\$194.852 (US\$83.162), respectivamente. Essas operações geraram ganhos e perdas, respectivamente, no montante de R\$27.569 registrado no ativo circulante e de R\$25.775 registrado na rubrica "Outras contas a pagar" no passivo circulante.

As condições e os prazos dos financiamentos estão apresentados na nota explicativa nº 17. Os valores estimados de mercado dos instrumentos financeiros, ativos e passivos, em 31 de dezembro de 2002 e de 2001, representam, adequadamente, os valores reconhecidos nas demonstrações contábeis.

As aplicações financeiras são substancialmente realizadas por prazos inferiores a três meses e as taxas pactuadas refletem as condições usuais de mercado no final do exercício.

25. SEGUROS

A Sociedade mantém cobertura de seguros em montante considerado suficiente pela Administração para cobrir eventuais riscos sobre seus ativos e/ou responsabilidades.

DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA EM 31 DE DEZEMBRO DE 2002 E DE 2001

| (R\$ mil) | Consolidado | |
|--|------------------|-----------------|
| | 2002 | 2001 |
| Atividades Operacionais | | |
| Lucro (Prejuízo) líquido do exercício | 28.934 | (14.737) |
| Ajustes: | | |
| Depreciações e amortizações | 28.777 | 25.111 |
| Variações monetárias e cambiais líquidas | 96.806 | (7.763) |
| Perda (Ganho) decorrente dos contratos de "swap" | (52.629) | 25.873 |
| Complemento da provisão para contingências | 10.299 | 245 |
| Outras provisões | 6.113 | 2.403 |
| Imposto de renda e contribuição social diferidos | 3.521 | (18.136) |
| Valor líquido do imobilizado baixado/vendido | 1.901 | 3.109 |
| Remuneração de debêntures | 60.654 | 33.802 |
| Participação de minoritários | (46) | 262 |
| | 184.330 | 50.169 |
| (Aumento) Redução dos ativos: | | |
| Contas a receber | (35.652) | (15.793) |
| Em estoques | (24.994) | 21.888 |
| Outras contas a receber | (8.489) | 4.655 |
| (Aumento) Redução dos passivos: | | |
| Fornecedores | 14.339 | 1.182 |
| Salários e encargos sociais | 3.845 | 11.259 |
| Obrigações tributárias | 8.748 | 25.026 |
| Outras contas a pagar | 8.803 | 1.743 |
| Caixa líquido gerado nas atividades operacionais | 150.930 | 100.129 |
| Atividades de investimento | | |
| Aquisição em imobilizado | (26.371) | (38.775) |
| Caixa líquido utilizado nas atividades de investimentos | (26.371) | (38.775) |
| Atividades de financiamento | | |
| (Redução) Aumento em empréstimos de curto e longo prazos | (103.801) | 18.811 |
| Remuneração de debêntures | — | (29.994) |
| Caixa líquido utilizado nas atividades de financiamento | (103.801) | (11.183) |
| Aumento líquido nas disponibilidades | 20.758 | 50.191 |
| Saldo inicial do caixa | 63.618 | 13.427 |
| Saldo final do caixa | 84.376 | 63.618 |
| Variação no caixa | 20.758 | 50.191 |

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2002 E DE 2001

| (R\$ mil) | Consolidado | | | |
|---|------------------|-------------|------------------|-------------|
| | 2002 | | 2001 | |
| RECEITAS | 1.381.953 | | 1.148.337 | |
| Vendas de mercadorias, produtos e serviços | 1.399.007 | | 1.168.755 | |
| Provisão para devedores duvidosos – reversão/constituição | (21.264) | | (21.545) | |
| Não operacionais | 4.210 | | 1.127 | |
| INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS | (612.747) | | (547.692) | |
| Custo das mercadorias e serviços vendidos | (285.675) | | (310.600) | |
| Materiais, energia, serviços de terceiros e outros | (327.072) | | (237.092) | |
| VALOR ADICIONADO BRUTO | 769.206 | | 600.645 | |
| RETENÇÕES | (28.777) | | (25.111) | |
| Depreciação e amortização | (28.777) | | (25.111) | |
| VALOR ADICIONADO PRODUZIDO PELA SOCIEDADE | 740.429 | | 575.534 | |
| VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA | 96.187 | | 48.736 | |
| Receitas financeiras | 96.187 | | 48.736 | |
| VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR | 836.616 | | 624.270 | |
| DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO | (836.616) | 100% | (624.270) | 100% |
| Pessoal e encargos | (171.255) | 20% | (166.293) | 27% |
| Impostos, taxas e contribuições | (413.723) | 49% | (305.565) | 49% |
| Despesas financeiras e alugueis | (146.933) | 18% | (125.159) | 20% |
| Participação do capital no resultado | (75.817) | 9% | (42.252) | 7% |
| (Lucros)/prejuízo do exercício | (28.934) | 3% | 14.737 | -2% |
| Participação minoritária no resultado | 46 | — | 262 | — |

PARECER DOS AUDITORES INDEPENDENTES

Ao Conselho de Administração e aos Acionistas da

Natura Empreendimentos S.A.:

- 1) Examinamos os balanços patrimoniais individual (controladora) e consolidado da Natura Empreendimentos S.A. e empresas controladas, levantados em 31 de dezembro de 2002, e as demonstrações do resultado, das mutações do patrimônio líquido e das origens e aplicações de recursos correspondentes ao exercício findo naquela data, elaborados sob a responsabilidade de sua Administração. Nossa responsabilidade é a de expressar uma opinião sobre essas demonstrações contábeis.
- 2) Nosso exame foi conduzido de acordo com as normas brasileiras de auditoria e compreendeu: (a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância dos saldos, o volume de transações e os sistemas contábeis e de controles internos das Sociedades; (b) a constatação, com base em testes, das evidências e dos registros que suportam os valores e as informações contábeis divulgadas; e (c) a avaliação das práticas e das estimativas contábeis mais representativas adotadas pela Administração das Sociedades, bem como da apresentação das demonstrações contábeis tomadas em conjunto.
- 3) Conforme descrito na nota explicativa nº 16, a Sociedade optou pelo diferimento da variação cambial conforme a Deliberação CVM nº 409/01 e Lei nº 10.305, de 7 de novembro de 2001. As práticas contábeis adotadas no Brasil requerem que os efeitos de flutuações nas taxas de câmbio sejam reconhecidos no resultado, no período em que ocorreram. Como consequência, em 31 de dezembro de 2002 o lucro do exercício está a menor em R\$7.602 mil.
- 4) Em nossa opinião, exceto pelo efeito mencionado no parágrafo 3, as demonstrações contábeis referidas no parágrafo 1 representam adequadamente, em todos os aspectos relevantes, a posição patrimonial e financeira individual e consolidada da Natura Empreendimentos S.A. e empresas controladas em 31 de dezembro de 2002, o resultado de suas operações, as mutações de seu patrimônio líquido e as origens e aplicações de seus recursos referentes ao exercício findo naquela data, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil.
- 5) As informações suplementares contidas nos Anexos I e II, referentes às demonstrações do fluxo de caixa e do valor adicionado, respectivamente, são apresentadas com o propósito de permitir análises adicionais e não são requeridas como parte das demonstrações contábeis básicas. Essas informações foram por nós examinadas de acordo com os procedimentos de auditoria mencionados no parágrafo 2 e, em nossa opinião, estão adequadamente apresentadas, em todos os aspectos relevantes, em relação às demonstrações contábeis tomadas em conjunto.
- 6) As demonstrações contábeis referentes ao exercício findo em 31 de dezembro de 2001, apresentadas para fins de comparação, foram examinadas por outros auditores independentes que emitiram parecer de auditoria em 22 de fevereiro de 2002, o qual continha ressalva quanto ao diferimento da variação cambial conforme a Deliberação CVM nº 409/01 e Lei nº 10.305/01. Em 31 de dezembro de 2001 o efeito para o ativo e patrimônio líquido foi de R\$11.397 mil a maior; e o prejuízo do exercício a menor no mesmo montante.

São Paulo, 1º de fevereiro de 2003

DELOITTE TOUCHE TOHMATSU Auditores Independentes
CRC 2 SP 011609/O-8

Edimar Facco
Contador – CRC 1 SP 138635/O-2

Natura

Relatório Anual – Exercício 2002

Conselho Editorial: Luiz Seabra, Guilherme Peirão Leal, Pedro Luiz Passos, Alessandro Carlucci, David Uba, Itamar Correia da Silva, Marcelo Araujo e Philippe Pommez

Edição e Coordenação: Vice-Presidência de Finanças e Informações e Diretoria de Assuntos Corporativos

Coordenação Editorial e Redação de Textos:

Antonio Felix e José Paulo Kupfer

Pesquisa e Apuração de Indicadores e Apoio na Identificação do Conteúdo: Sônia Loureiro

Conformidade das Informações e do Conteúdo:

Sérgio Esteves e Paulo Branco, AMCE Negócios Sustentáveis

Direção de Arte e Projeto Gráfico: Wilson Spinardi Junior, Modernsign Design e Inovação

Edição de Arte: Rogério de Stacchini Trezza, Modernsign Design e Inovação

Assistência de Arte: Renata Steffen, Modernsign Design e Inovação

Fotolito: Unidade Dois

Impressão: Gráficos Burti

Equipe da Natura responsável pela apuração, fornecimento de indicadores e informações deste relatório:

Aldo Leme, Alessandro Mendes, Ana Luisa Nossar, Andrea Aguiar, Andrea Eboli, Angela Serino, Beatriz Cardoso, Beatriz Torres, Bruno Zani, Carla Moreira, Celia Porto, Claudia Falcão, Cristiane Moraes, Cristina Pastorello, Daniel Miyoshi, Diana Sonobe, Eduardo Luppi, Eliane Anjos, Elizabete Vicentini, Elizeth Vieira, Flávio Pesiguelo, Gabriela Sanchez, Gabriela Scannapiero, Giuliana Ortega, Helene Marcelle, Isabel Ferreira, Jean Gesztesi, Jorge Casmerides, José Ventura, Juan Rivadeneyra, Karen Cavalcanti, Karina Aguiar, Laura Gambeta, Leonardo Kriguer, Luiz Antonio Carlos, Marcel Goya, Márcio Mansur, Márcio Tomoyosi, Maria Rosa Meira, Mauro Melo, Moacir Salzstein, Plínio Yasbek, Renata Paioli, Renato Wakimoto, Rita Eltsinof, Rogério Desidério, Rosimara Lopes, Sebastião Sampaio, Stefânia Valle, Tarcila Chiodin, Vanessa Piratelo, Viviane Amorosino

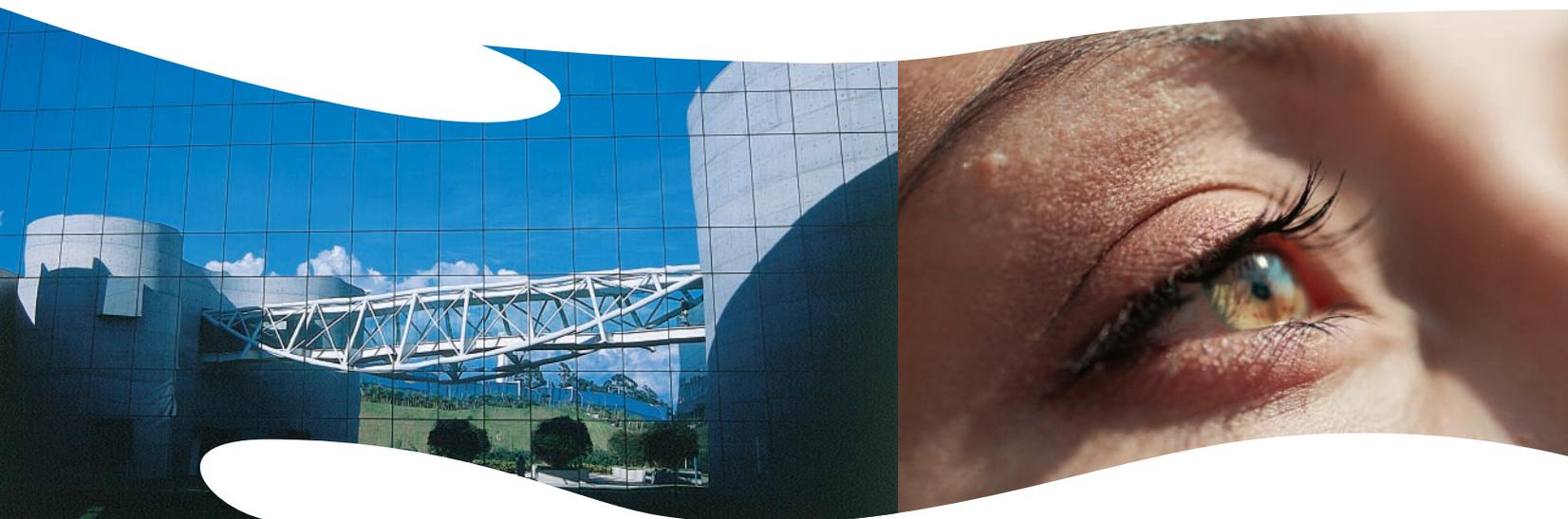


Este relatório foi composto em Gill Sans e impresso em papel Reciclato 240 g/m² na capa e Reciclato 150 g/m² no miolo. A linha Reciclato da Cia. Suzano é o primeiro papel offset 100% reciclado, produzido em escala industrial a partir de aparas pré e pós-consumo. Desta edição foram impressos 2.000 exemplares, em português, e 1.000 exemplares em inglês e espanhol. Desse total, 300 exemplares receberam como sobrecapa xilogravuras numeradas de 001 a 300 e assinadas pelo autor, Valdeck de Garanhuns.

São Paulo, outono de 2003.

CRÉDITOS FOTOGRÁFICOS Arnaldo Pappalardo: *Linha Natura Ekos*, pg. 1; *Natura Mamãe e Bebê*, pg. 27; Danilo Borges: *Natura Ekos*, capa e pg. 13; *Maquiagem*, pg. 11; *Faces de Natura*, pg. 25; Eduardo Simões: *Oficina de Xilogravura*, pgs. 22 e 74; Fabiano Feijó: *Criança do Projeto Crer Pra Ver*, pg. 23; Gabriel Matarazzo: *Produtos Natura Fotoequilíbrio*, pg. 43; Jair Lanes: *Chronos*, pg. 33; Mário Fontes: *Helena Sasazima*, capa e pgs. 13 e 32; Audrey de Carvalho, última capa e pg. 24; Debora Silva, pgs. 11, 15, 33 e 35; Óleo Trifásico Ekos, pgs. 15 e 40; *Natura Fotoequilíbrio*, pg. 19; *Canela*, pg. 23; Annyk Terenziani, pg. 24; Silvia Mecozzi, pg. 32; Guilherme Rosco, pg. 34; Layla Santos, pg. 38; Paulo Gozzi: *Erva Doce*, pg. 35; Ricardo Benichio: *Presidentes e Diretoria Natura*, pgs. 5 e 28-29; Roberto Linsker: *Fachada do Espaço Natura*, última capa e pg. 27; *Picking Natura*, pg. 20; *Centro de Distribuição*, pg. 21; *Cesto com Buritis*, pg. 31; Aurélio Leal, pg. 36; *Linha de Produção Natura*, pg. 37; *Oficina de Xilogravura*, pg. 39; *Colaboradora Natura*, pg. 43; Thomas Kremer: *XYZ*, pg. 43; Wilson Spinardi Junior: *Pontal*, pg. 25.

CRÉDITOS DAS XILOGRAVURAS Jiane Maschette: *Árvore*, pg. 1; Lenice Costa de Oliveira: *Coqueiros*, capa e pgs. 4, 12 e 50; *Tucano*, pg. 30; Lidiomar Brito Farias: *Mulher Gato*, contra-capas; *Oficina de Xilogravura*, pgs. 18 e 44; Maira Lacerda: *Sereia* (detalhe), pg. 42; *O Contador*, pg. 76; Regina de Fatima Drosina Oliveria: *Brincadeira de Roda*, pg. 2; *Escola*, pgs. 10 e 68; *Forró* (detalhe), pg. 31; *Colheita de Buriti*, pgs. 42 e 54; Valdeck Costa de Oliveira: *Consultora e Consumidora*, capa e pgs. 14 e 66; *Teatro de Mamulengo*, pg. 6-7; *Bumba Meu Boi*, pg. 9; *Brincantes do Reisado* (detalhe), pg. 23; *Produtos Natura*, pg. 47; Valter José Souza: *Reunião*, pg. 26; Vanusa de Jesus Lopes Siqueira: *Coqueiros na Montanha*, pg. 30.



www.natura.net