

O programa Amazônia e a governança ambiental global: A ação da Natura orientada pelo Objetivo do Desenvolvimento Sustentável sobre Consumo e Produção Responsáveis (ODS 12)

The programa Amazônia and the global environmental governance: The Natura's action oriented by the Sustainable Development Goal about Ensure Sustainable Consumption and Production Patterns (SDG 12)

Bárbara Benevides Torres *

Débora Helena Barros Ribeiro **

Flávia Henriques Góes de Medeiros ***

Gabriel Neves dos Santos Rodrigues ****

Igor Alves Lopes *****

Resumo

Este artigo tem como objetivo compreender como a Natura, por meio do Programa Amazônia, contribui para o fortalecimento da Governança Ambiental Global (GAG) ao buscar cumprir o objetivo do Desenvolvimento Sustentável de Consumo e Produção Responsáveis (ODS 12). Para tanto, o artigo foi estruturado por meio da metodologia de estudo de caso, analisando os dados sob o ponto de vista do aparato conceitual da GAG. Dessa maneira, com-

preendeu-se que a Natura é um importante ator corporativo participante de ações que visam o cumprimento do ODS 12 - a qual, por meio do Programa Amazônia, incorpora práticas de consumo e produção responsáveis em suas práticas. Ademais, a Natura contribui para reforçar a GAG por meio de sua participação no Comitê Brasileiro do Pacto Global.

Palavras-chave: Natura. Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. Programa Amazônia. Governança Ambiental Global. Sustentabilidade.

*Graduação em Relações Internacionais pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH). Contato: torresbbarbara@gmail.com

**Graduação em Relações Internacionais pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH). Contato: debora_hbr@outlook.com

***Graduação em Relações Internacionais pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH). Contato: hgoesmedeiros@gmail.com

****Graduação em Relações Internacionais pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH). Contato: gabriel_neves01@hotmail.com

*****Graduação em Relações Internacionais pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH). Contato: ro.gi.igor@hotmail.com

Abstract

This article aims to understand how Natura, through the Programa Amazônia, contributes to the strengthening of Global Environmental Governance (GEG), at the same that seeks to fulfill the Sustainable Development Goals about ensure Sustainable Consumption and Production Patterns (SDG 12). To achieve that, the article was structured through case study methodology, analyzing the data from the point of view of the conceptual apparatus of GEG. That way,

it is understood that Natura is an important participant corporate actor of actions that aim the accomplishment of the SDG 12 - which, through Programa Amazônia, incorporates sustainable practices of consumption and production patterns. Furthermore, Natura contributes to reinforce GEG by participating in the Comitê Brasileiro do Pacto Global.

Keywords: Natura. Sustainable Development Goals. Programa Amazônia. Global Environmental Governance. Sustainability.

Introdução

O presente trabalho será estruturado a partir do entendimento sobre Governança Ambiental Global (GAG), a qual pode ser definida de acordo com Najam (*apud* ANDRADE, 2009, p. 215) como um “conjunto coerente de organizações, instrumentos de política internacional - tratados, instituições, agências -, mecanismos de financiamento, regras, procedimentos e normas que regulam o processo de proteção mundial do meio ambiente”. Tendo em vista que nas últimas décadas as empresas privadas passaram a participar mais ativamente da ordem ambiental global, essas alcançaram um maior reconhecimento internacional por suas ações sustentáveis.

Para que neste artigo seja fundamentada a análise acerca do tema de GAG foi escolhida uma das maiores multinacionais do Brasil, a Natura S.A. A Natura é, segundo Alves, Martins e Paulista (2016), uma das poucas empresas do país que se preocupam com o tema de sustentabilidade, portanto, desde sua fundação, faz uso de recursos naturais em vários de seus produtos de maneira consciente, o que beneficia e ajuda a manter as condições ambientais e reduz os danos causados ao meio ambiente. Ao exercer práticas de gestão sustentável a empresa visa melhorar a qualidade de vida das pessoas e construir um mundo melhor. Ademais, a Natura vai além de uma atuação que visa somente o impacto local, buscando contribuir também com as questões transnacionais no que diz respeito aos problemas ambientais mundiais. Tendo isso em vista, essa empresa procura se inserir como um ator relevante na Governança Ambiental Global (ALVES; MARTINS; PAULISTA, 2016).

Ademais, ao desenvolver ações com impacto positivo sobre o meio ambiente, a Natura foi adicionada ao ranking de empresas mais sustentáveis do mundo, pois exerce os critérios necessários como o

de produtividade energética, emissões de carbono, uso de água, tributos pagos, performance sustentável, dentre outros. Recebeu por diversas vezes o título de empresa mais sustentável do ano, em que são considerados três fatores relativos à sustentabilidade - social, ambiental e econômica - e, em 2015, obteve o prestigiado prêmio ambiental da Organização das Nações Unidas (ONU) (SILVA, 2017).

Diante desta ação de gestão e desenvolvimento a Natura criou o Programa Amazônia, que tem como propósito o avanço do desenvolvimento sustentável na região por meio da inovação, ciência, tecnologia e aumento das cadeias produtivas. Com a criação deste e de inúmeros outros programas a Natura colabora significativamente para que sejam cumpridos os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) - objetivos estes que foram formulados para “erradicar a pobreza, promover a prosperidade e o bem-estar para todos, proteger o meio ambiente e enfrentar as mudanças climáticas” (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2018). Sendo assim, estas diferenças notáveis da empresa a torna um exemplo a ser analisado diante do conceito de GAG ao abordar, especificamente, sua atuação perante o cumprimento do ODS 12 de Consumo e Produção responsáveis.

O comprometimento da Natura com os ODS caracteriza-se como uma contribuição para a GAG, uma vez que a empresa age em conjunto com organizações como a Organização das Nações Unidas (ONU) por meio do Pacto Global. O Pacto é uma iniciativa voluntária que promove valores e práticas que mobilizam a comunidade empresarial internacional para o desenvolvimento sustentável. Tendo em vista a atuação da empresa, pode-se compreender a formação de uma parceria entre atores públicos e privados, engajando diversos segmentos da sociedade para uma atuação, tanto no nível global quanto local, em torno da resolução dos problemas ambientais (ANDRADE, 2009).

A partir do conceito acima apresentado busca-se compreender como a Natura, por meio do Programa Amazônia, contribui para o fortalecimento da Governança Ambiental Global (GAG) ao buscar cumprir o Objetivo do Desenvolvimento Sustentável de Consumo e Produção Responsáveis (ODS 12). Para tanto, deve-se (i) conceituar a Governança Ambiental Global e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, com ênfase nas metas do ODS 12 de Consumo e Produção Responsáveis; (ii) contextualizar e definir historicamente a Natura e o Programa Amazônia; (iii) compreender como as ações

do Programa Amazônia cumprem com as diretrizes propostas no ODS 12 e (iv) observar a ação empresarial da Natura como uma forma de cooperação para a Governança Ambiental Global. A partir de um maior conhecimento sobre os objetivos, é concebível cogitar que a Natura, como uma empresa que visa o desenvolvimento sustentável, tem ações dentro do Programa Amazônia voltadas para o cumprimento do ODS 12 e, ao ser signatária do Pacto Global e integrante do Comitê Brasileiro do Pacto Global (CBPG), a empresa contribui para o fortalecimento da Governança Ambiental Global, resultando em um reconhecimento da empresa como uma importante liderança internacional dentre as multinacionais brasileiras.

Esta pesquisa pode ser localizada quanto a sua descrição metodológica como uma pesquisa qualitativa, por objetivar, em sua formulação, preceitos analíticos de origem subjetiva. Dessa forma, esta pesquisa preocupa-se fundamentalmente com os elementos imateriais contidos nos dados. Segundo seus objetivos, este estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória, na qual se utilizará do procedimento técnico de estudo de caso - uma vez que o desenvolvimento da análise buscará responder a pergunta problema e alcançar o esclarecimento dos objetivos por intermédio das perspectivas contidas no aparato conceitual da GAG.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e o ODS 12

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) compreendem um novo conjunto de metas universais que os Estados membros da ONU deverão adotar para estruturar suas agendas políticas ao longo de 15 anos desde a data de sua assinatura. Os ODS seguem a mesma linha de reflexão presente nos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), os quais tiveram como foco oito áreas fundamentais - pobreza, educação, igualdade de gênero, doenças, mortalidade infantil, meio ambiente, saúde materna e parceria global - e foi firmado pelos governos em 2001, expirando no final do ano de 2015. As negociações entre os Estados membros da ONU para a criação dos ODS iniciaram-se em 2013 e a redação final das metas e dos 17 novos objetivos, bem como o preâmbulo e a declaração que os acompanha, foram acordados em agosto de 2015 (UNITED NATIONS, 2018).

À vista disso, será abordado neste trabalho o ODS 12 de Consumo e Produção Responsáveis. Esse objetivo tem como foco

a preservação dos padrões de produção e de consumo sustentáveis e a conscientização das pessoas e empresas quanto às práticas sustentáveis. Ele é composto por 8 metas, sendo elas a (i) implementação do Plano Decenal de Programas sobre Produção e consumo sustentáveis; (ii) até 2030 alcançar a gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais; (iii) reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial - tanto no varejo quanto no consumo; (iv) reduzir a liberação de produtos químicos e saber maneja-los de forma saudável para o meio ambiente; (v) reduzir a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso; (vi) incentivar empresas a adotar práticas sustentáveis; (vii) promover práticas de compras públicas sustentáveis; (viii) garantir que as pessoas por todo o mundo tenham acesso a informações relevantes e conscientização para o desenvolvimento sustentável; (viii.a) apoiar países em desenvolvimento a fortalecer suas capacidades científicas e tecnológicas; (viii.b) desenvolver e implementar ferramentas para monitorar os impactos do desenvolvimento para o turismo e (viii.c) racionalizar subsídios ineficientes aos combustíveis fósseis (NAÇÕES UNIDAS, 2018).

Os ODS exercem um papel fundamental com relação às empresas, pois ao redefinir seus conceitos para cumprir tais objetivos se torna viável a conquista de uma governança global e também são geradas novas oportunidades de negócios que irão favorecê-las. Porém, para cumprir os desafios impostos pelos ODS será necessária uma compreensão de todas as consequências que estes podem provocar no setor produtivo das mesmas, a fim de apurar quais indicadores são adequados para as balanças das empresas em diversas áreas. Dessa forma, conforme exposto, os ODS se tornam um fator essencial para o desenvolvimento empresarial (GUIA DOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL PARA AS EMPRESAS, 2016).

O aparato conceitual da Governança Ambiental Global

O processo de globalização trouxe para a contemporaneidade diversas mudanças referente às maneiras como os Estados comunicam entre si em variados aspectos. A partir disso, as fronteiras tornaram-se mais porosas, proporcionando um fluxo de informações mais intenso e induzindo um maior desenvolvimento econômico nos países. Entretanto, na esfera ambiental, a crescente interde-

pendência ecológica entre os Estados levou à criação de adversidades sobre questões transfronteiriças, tendo em vista que ações degradantes ao meio ambiente em um território pode gerar *spillover* em outros países. Quando elevado à uma escala global, esse problema ambiental pode levar a conflitos por recursos e pela busca de tecnologias produtivas. Além disso, a mudança climática também passou a ser uma questão importante para o ecossistema, uma vez que a concentração dos gases de efeito estufa adquire um aspecto preocupante. Com isso, o debate ambiental internacional se torna uma pauta indispensável na agenda dos Estados, visando ações coletivas nas áreas socioeconômicas, políticas e ambientais (ANDRIGHETTO; CENCI; SAAVEDRA, 2016).

A primeira grande ação internacional de temática ambiental foi a Conferência de Estocolmo em 1972, que enfatiza a importância dos Estados e organizações internacionais de proteger o ecossistema. Posteriormente outros encontros foram realizados para reafirmar a necessidade de preservação, como a Rio 92 (1992), a Cúpula de Johannesburgo (2002) e a Rio+20 em 2012. De todas essas conferências foram extraídos Relatórios Internacionais do Meio Ambiente, como a Declaração de Estocolmo, a Agenda 21, o Relatório Brundtland e a Declaração de Johannesburgo, que ajudaram a criar métodos que auxiliam os atores internacionais a adotar medidas de proteção e sustentabilidade, além de promover e difundir ainda mais os debates internacionais referentes ao tema (LORENZETTI; CARRION, 2012).

Todas essas ações em prol do meio ambiente foram parte da construção de uma ordem ambiental global desde a década de 1970, a qual pode ser compreendida dentro de uma perspectiva de estruturação de governança no sistema internacional. Tal entendimento é possível uma vez que o conceito de governança evoluiu com a globalização, passando a abarcar, além do aspecto econômico, as características sociais, políticas e culturais que envolvem a relação entre o Estado e a sociedade. Dessa forma, a governança ultrapassa a noção de administração estatal, mas se aproxima da ideia de cooperação entre governo e sociedade.

[...] padrões de articulação e cooperação entre atores sociais e políticos e arranjos institucionais que coordenam e regulam transações dentro e através das fronteiras do sistema econômico”, incluindo-se aí “não apenas os mecanismos tradicionais de agregação e articulação de interesses, tais como os partidos políticos e

grupos de pressão, como também redes sociais informais (de fornecedores, famílias, gerentes), hierarquias e associações de diversos tipos (SANTOS, 1997, p. 342).

Portanto, compreende-se que as ações internacionais coordenadas sobre a questão ambiental configuram parte da Governança Ambiental Global, a qual é definida por Andrade (2009) como um “conjunto coerente de organizações, instrumentos de política internacional, mecanismos de financiamento, regras, procedimentos e normas que regulam o processo de proteção mundial do meio ambiente.” (NAJAM et al., 2016 apud ANDRADE, 2009, p. 215) A GAG é construída a partir de um caráter estatocêntrico, ou seja, os Estados são os principais responsáveis por articular políticas sobre o meio ambiente. Entretanto, com o passar do tempo, percebeu-se que o sistema de GAG ancorado sobretudo nas ações estatais não foi suficiente para resolver os problemas ambientais.

Tendo em vista que quando a questão a ser discutida refere-se aos problemas ambientais, tal assunto tem efeitos mundiais que transcendem a autoridade, soberania ou singularidade de um ator específico, pois afeta todas as partes do globo. Assim, a questão ambiental possui um caráter transfronteiriço, demandando uma participação em conjunto nas tomadas de decisões e ações que buscam resolver esse assunto, o qual essencialmente se caracteriza como um bem público internacional - posto que essa demanda interliga todos os atores em uma interdependência ecológica desse bem que, além de público, também é escasso (LORENZETTI; CARRION, 2012).

Acima do domínio estatocêntrico, o meio ambiente representa uma temática que trata também da ação de ONGs, Organizações Internacionais, atores do setor privado e membros da sociedade civil. Com isso, faz-se necessário o esforço de todos os atores em conjunto para a conquista de um resultado favorável. Todavia, a ação dos atores sem coordenação pode, ao invés de gerar os resultados positivos esperados por cada ator em sua ação singular, culminar em consequências desastrosas para o coletivo. É necessário um compartilhamento de ideias e soluções e a coordenação das ações dos atores para o bem público ambiental (LORENZETTI; CARRION, 2012).

A partir da década de 90 e da abertura para a participação de atores não estatais, deu-se início a um processo de decisão mais robusto e dinâmico em que destacou-se a participação das empresas. A entrada das organizações privadas nas discussões ambientais

preencheu parte da carência de efetividade que estava instaurada nas negociações sobre o meio ambiente, possibilitando, assim, uma maior fluidez no processo decisório. Da mesma forma, as empresas obtiveram um papel muito relevante na implementação de medidas e mecanismos favoráveis, dentro de acordos multilaterais, à agenda do meio ambiente. Outro triunfo da participação das companhias na GAG é a formulação de regimes internacionais privados sobre o meio ambiente, bem como a parceria com atores estatais em cooperações híbridas, ou seja, público-privadas (ANDRADE, 2009).

A descentralização do processo decisório na GAG não só é benéfica para a manutenção e controle dos recursos do meio ambiente, mas também é extremamente necessária e deve ser incentivada e sistematizada para que, assim, as políticas verdes no âmbito global tenham seus ganhos absolutos potencializados. Torna-se necessária, para que a GAG alcance o seu fortalecimento, a reformulação das políticas institucionais presentes no sistema internacional, o que possibilitaria uma atuação mais eficiente das empresas a fim de que estas assumam também o papel de tomadoras de decisão e criadoras de regras e normas dentro dos regimes. Com isso, os problemas presentes na composição estatocêntrica seriam solucionados e a agenda do meio ambiente se tornaria mais expressiva (ANDRADE, 2009).

Os interesses do setor privado sofrem efeitos diretos provenientes dos regimes ambientais e, da mesma forma, as empresas impactam o meio ambiente e as regulações em torno dessa temática. Em razão disso, é importante a participação dos atores corporativos, sendo que tal atuação pode ser exercida por meio de investimentos, inovações tecnológicas, produção de bens e serviços e parcerias que visem uma melhor forma de crescimento sem grandes impactos ambientais (ANDRADE, 2009). Sendo assim, as empresas podem contribuir para resoluções efetivas e duráveis, direcionando tanto para uma preservação ambiental, quanto para um desenvolvimento econômico sustentável.

Com um maior vínculo entre setor empresarial, o governo e as políticas ambientais globais, a implementação das medidas também torna-se mais eficaz de forma local, impactando de maneira positiva não só o meio ambiente, mas o bem-estar da sociedade – uma vez que há uma relação internacional e nacional de investimento, comércio e finanças (ANDRADE, 2009). Ainda assim, a questão ambientalista é complexa e demanda o esforço e conscien-

tização para que os efeitos negativos sejam revertidos e/ou diminuídos. Para tanto, é importante que haja a cooperação e participação de todas as partes na esfera ecológica, contribuindo para uma melhor efetividade da GAG.

Metodologia

Antes de seguir para o desenvolvimento da análise propõe-se caracterizar e localizar esta pesquisa quanto a sua definição metodológica. De acordo com os objetivos propostos, este trabalho enquadra-se melhor dentro das pesquisas qualitativas, pois, segundo Silveira e Córdova (2009, p.32), “a pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais”. Busca-se então compreender os fatos dando maior enfoque na qualidade subjetiva que pode ser extraída dos mesmos do que o dado como um fim em si mesmo (FONSECA, 2002).

De acordo com seus objetivos, este artigo pode ser caracterizado como uma pesquisa exploratória, pois possui como finalidade a obtenção de um melhor esclarecimento sobre as relações de seu objeto. Um dos benefícios desse modelo de pesquisa seria que este proporciona ao pesquisador a possibilidade de uma análise multi aspectual de seu objeto, lhe conferindo uma visão mais ampla sob as variadas perspectivas que perpassam o estudos das agendas ambientais da governança global (FREITAS; PRODANOV, 2013).

Segundo os procedimentos técnicos, os dados que serão posteriormente analisados serão obtidos por intermédio do estudo de caso. Conforme Freitas e Prodanov (2013), o estudo de caso constitui-se no levantamento de dados por meio do detalhamento profundo e exaustivo de uma entidade bem definida, que para este artigo seria a Natura e seu Programa Amazônia. Esta pesquisa visa coletar e analisar dados e informações com o propósito de estudar os porquês da ocorrência de determinados fenômenos observáveis na ação empresarial da Natura no Programa Amazônia.

Os dados foram extraídos de relatórios anuais disponibilizados pela Natura - uma atividade baseada no seu compromisso com a transparência - e foram cruzados com a literatura sobre o desenvolvimento sustentável, os ODS e o Pacto Global. Buscou-se por meio de artigos, revistas, periódicos acadêmicos, pesquisas e livros observar se havia veracidade nos dados disponibilizados pela

Natura, com o objetivo de prezar pela cientificidade do conteúdo deste estudo - em que foi encontrado material de revistas de renome que reiteraram os relatórios, como *Aberje*, *Exame* e *Abril*. Com isso, após o levantamento de dados e a exploração detalhada sobre as particularidades do objeto de pesquisa em questão, foi realizada a análise por meio da interpretação dos dados do ponto de vista do aparato conceitual da GAG, correlacionando-os com as perspectivas e objetivos contidos no ODS 12. Dessa forma, pela ótica de tal aparato, serão observadas as ações empresariais da Natura presentes no Programa Amazônia.

A Natura e o Programa Amazônia

A Natura S.A é uma empresa do ramo de cosméticos criada em 1969, a qual procurou se adaptar ao mercado e se destacar em meio aos seus concorrentes. Com foco em inovação a empresa buscou reforçar seu comprometimento com o meio ambiente e com o planeta, criando em 1983 refil para seus produtos. Em 1994, a Natura deu seu primeiro passo rumo à internacionalização, iniciando uma operação na Argentina. No início dos anos 2000, a empresa lança a Natura Ekos, uma de suas linhas mais conhecidas por valorizar a biodiversidade brasileira. Outra iniciativa importante foi a interrupção de testes em animais que ocorreu em 2006, o que permitiu que a empresa demonstrasse mais uma vez seu comprometimento com o planeta (NATURA, 2011).

Dando continuidade à inovação e ao respeito com o meio ambiente, a Natura lança em 2011 o Programa Amazônia, por meio do qual busca promover a competitividade econômica das comunidades agroextrativistas com as quais a empresa atua, juntamente com o objetivo de fomentar o desenvolvimento social e ambiental da região amazônica. O Programa Amazônia baseia-se em 3 pilares, sendo eles (i) ciência, tecnologia e inovação - buscando investir em inovações tecnológicas nacionais e internacionais com o foco na biodiversidade; (ii) cadeias produtivas da sociobiodiversidade – objetiva expandir e investir em capacitação e (iii) fortalecimento institucional, o qual busca empoderar as instituições locais e adquirir parcerias (NATURA, 2016).

A Natura procura, por meio de sua missão, visão e valores, ser uma marca reconhecida mundialmente pela qualidade de seus produtos e respeito ao meio ambiente, visando alcançar seus objetivos

até 2050. Seus valores são contribuir para uma mudança cultural e educacional com foco econômico, com o intuito de gerar impactos positivos para o planeta, dado que os valores de uma empresa nos dias atuais não são somente medidos pelo valor econômico, mas também pela visão sustentável (NATURA, 2014).

Ademais, a Natura visa desenvolvimento humano e social sustentáveis por meio das plataformas colaborativas, compreendendo que devem ser integrados à sua cultura organizacional os aspectos financeiro, social, ambiental e cultural. A Natura busca alcançar seus objetivos de sustentabilidade por meio da sociobiodiversidade, visando a utilização de produtos e serviços que preservem a biodiversidade e o relacionamento com as comunidades locais que participam da produção a partir da criação de negócios sustentáveis. Assim, a empresa entende que é necessário empoderar as instituições locais e incentivar medidas conjuntas de ação - com a participação dos governos locais, comunidades de base e empresas - que resulte no desenvolvimento sustentável (NATURA, 2016).

Para obter êxito no Programa Amazônia a Natura conta com a contribuição e parceria de múltiplos atores, os quais cooperam de diferentes formas para a sustentação e inovação das metas do programa. Considerando os elementos que abrangem o conceito de *stakeholders*, a comunidade local da Amazônia representa um dos principais parceiros para o programa, uma vez que a região possui diversos agricultores familiares que dependem de atividades agroextrativistas para sobreviver. De acordo com os dados apresentados pela revista Exame (2017) o programa incluía 28 comunidades fornecedoras e gerava um impacto em, aproximadamente, 2.841 famílias. Com a implementação do programa, a Natura gera melhores oportunidades para os produtores locais, criando cadeias produtivas que visam o comércio ético e justo entre a empresa e os agricultores - repartindo os benefícios em 83 partes entre as comunidades fornecedoras (EXAME, 2017). Dessa forma, é possível que haja crescimento competitivo e econômico das famílias, podendo gerar maiores rendas e promover o desenvolvimento inclusivo e sustentável da região (NATURA, 2017).

Ademais, a Natura depende de parcerias que se enquadram na área de ciência e tecnologia, ajudando com conhecimentos e investimentos específicos. Sendo assim, a empresa possui parceria com instituições acadêmicas e de ensino de grande peso na região, sendo algumas delas a Universidade Federal do Amazonas (UFAM) e

a Universidade Federal do Pará (UFPA). Além disso, abrange relações com diversas instituições de pesquisas e investigações, como a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam) e o Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (Inpa), as quais têm a possibilidade de investir não só em trabalhos locais, mas também em pesquisadores, cientistas e estudantes (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DAS EMPRESAS INOVADORAS, 2018). A Natura também dispõe de parcerias com inúmeras instituições privadas, quais sejam Coca Cola e Symrise; Organizações Não Governamentais (ONGs) como a ONG Mão Amiga; agências governamentais brasileiras, por exemplo a Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado do Amazonas e a Fundação Banco do Brasil, além de agências estrangeiras como a *United States Agency for International Development* (USAID) (NATURA, 2017).

A Natura tem o compromisso de beneficiar todos os *stakeholders* e, para isso, a empresa deve atualizar sua gestão periodicamente, adotando um posicionamento mais correto ao preocupar-se com o meio ambiente e desenvolvimento comunitário (SANTOS; ALVES, 2013). Para conseguir esse feito, a gestão empresarial da Natura usa a ferramenta de marketing para alcançar a população e disseminar sua proposta, promovendo uma causa, ideia ou comportamento que contribui na questão de transparência e prestação de contas da empresa.

Outro apontamento da Natura como parte da visão da empresa é a ambição de ser uma marca de expressão mundial, sendo reconhecida por seu comportamento exemplar, pelas parcerias positivas com outras empresas e pela qualidade de seus produtos e serviços (NATURA, 2017). O caminho trilhado pela Natura tem colaborado para a conquista de mercado e influência internacional que a empresa almeja - especialmente no âmbito regional pela sua expansão na América Latina -, seguindo práticas de sustentabilidade, transparência e ética. Nesse sentido, a Natura tem como objetivo atuar em todos os países da América Latina até 2020, uma vez que já atua em sete países (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, México e Peru). Além dos países latino-americanos, a Natura &Co - que inclui a The Body Shop e a Aesop - está presente em 72 países no total, gerando uma receita de 9,9 bilhões de reais, além de empregar 1,7 milhões de consultoras (EXAME, 2018).

O cumprimento do ODS 12 e seus efeitos para a GAG

O Pacto Global foi criado pela ONU no ano 2000 com o intuito de estimular as empresas a adotarem medidas que sejam sustentáveis e que estejam vinculadas às áreas de direitos humanos, do trabalho, meio ambiente e no combate a corrupção. Essas quatro áreas são consideradas cruciais para a sobrevivência do mercado global e também em relação ao comércio multilateral. O Pacto busca incentivar o interesse das empresas em alinhar suas estratégias com os dez princípios universais relacionados com as quatro áreas ditas anteriormente (PACTO GLOBAL, 2018a).

Para as empresas esses princípios são apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos proclamados internacionalmente; garantir que as práticas comerciais não sejam cúmplices em abusos dos direitos humanos; defender a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva; eliminar todas as formas de trabalho forçado ou compulsório; abolir o trabalho infantil; eliminar a discriminação do emprego; apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais; desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental; incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis; e combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina. As empresas que aderirem ao Pacto devem integrar estes princípios em suas estratégias corporativas, em sua cultural e operações diárias (PACTO GLOBAL, 2018b).

O Pacto Global tem caráter voluntário, dessa forma, ele não obriga, regula ou policia as práticas de gestão das empresas, mas proporciona maneiras para promover o desenvolvimento sustentável mediante o comprometimento e inovação das lideranças corporativas. Em 2003 foi criado no Brasil, com o apoio do Instituto Ethos, o Comitê Brasileiro do Pacto Global (CBPG), com a finalidade de estimular a adesão de empresas brasileiras às ideias do Pacto Global e desenvolver a Responsabilidade Empresarial no país. O CBPG é formado por diversas organizações e essas devem, impreterivelmente, ter aderido ao Pacto Global (PACTO GLOBAL, 2018c).

Atualmente, fazem parte do Pacto mais de 9.000 empresas e o CBPG é composto por 40 organizações. A Natura S.A. aderiu ao Pacto em julho de 2000 e ao Comitê Brasileiro do Pacto Global em 2003 (PACTO GLOBAL, 2018c) e, desde então, trabalha para cumprir os objetivos de ambos. Dito isso, a empresa criou diversas

formas para abranger tais metas como, por exemplo, a criação do Programa Amazônia em 2011, no qual apresenta iniciativas nas áreas de inovação, tecnologia e ciência para ajudar no desenvolvimento sustentável da região Pan Amazônica. Apresenta também relatórios anuais que apontam sua evolução no desenvolvimento de mercado, no combate à corrupção, na ética de comércio, sustentabilidade, transparência, na execução dos ODS, dentre outros.

Especificamente, a Natura visa atingir o cumprimento do ODS 12 em diversas de suas ações, transpassando os diferentes níveis do processo produtivo - da extração dos insumos na região amazônica à etapa final da venda do produto ao consumidor. Uma das partes mais importantes refere-se aos *stakeholders*, os quais são a base de apoio para o alcance dos objetivos da empresa. Os benefícios concedidos pela Natura aos *stakeholders* são pautados em uma concepção de sustentabilidade e igualdade, visando projetos que contribuem para a melhoria social dos locais onde a empresa exerce influência (NATURA, 2017).

Nos negócios sustentáveis baseados na sociobiodiversidade a Natura atua em favor do desenvolvimento social e econômico das comunidades agroextrativistas e das sociedades locais onde possui unidades industriais de produção, investindo em iniciativas sociais que valorizam tanto o crescimento individual, quanto o desenvolvimento coletivo dos grupos locais. Para tanto, a empresa investe em infraestrutura e qualificação técnica, além de projetos culturais e de programas voltados para educação e saúde. Ademais, a empresa reconhece a importância dos insumos presentes nas regiões em que possuem acesso e consideram, também, a relevância do conhecimento e trabalho dos indivíduos locais. Assim, a interação da empresa com a sociedade local e o meio ambiente – seja nas áreas de extração, produção ou distribuição dos produtos – é um importante fator para o crescimento da instituição, levando a projetos que são formulados com o intuito de preservar suas fontes materiais e incentivar a força de trabalho, mantendo boas relações sociais estratégicas e éticas (NATURA, 2017).

Com o investimento em projetos sociais e culturais a Natura também colabora para a formação de indivíduos com base nos objetivos da empresa, fortalecendo sua cadeia de produtores e estimulando o desenvolvimento de lideranças que possam contribuir com a mesma visão. O modelo de gestão da Natura, fundamentado na integração da sociobiodiversidade e dos princípios financeiros, também

é levado para diferentes públicos que tenham a mesma perspectiva de sustentabilidade, aumentando o número de fornecedores, colaboradores e outros atores abertos para a cooperação. Com isso, a Natura consegue ampliar as formas de produção e a movimentação do fluxo de negócios na região amazônica, expandindo ainda mais seu raio de ação no território extrativo e nas demais regiões influenciadas.

A relação entre os propósitos do Programa Amazônia e o ODS 12 sobre produção e consumo responsáveis são materializados na marca Natura Ekos, linha de produtos criada em 2000, que utiliza ativos da biodiversidade da Amazônia. Os produtos Ekos tem sua produção conectada aos preceitos de desenvolvimento com as comunidades locais com a valorização dos insumos e manutenção da floresta em pé. Junto a isso, a produção dessa linha faz parte das ações de produção da empresa e de manejo responsável dos recursos naturais utilizados em suas cadeias produtivas sustentáveis – as quais são um conjunto de processos de transformação dos insumos realizados de maneira sustentável e que permitem a rastreabilidade das etapas de fornecimento (NATURA, 2016).

As cadeias produtivas sustentáveis ganharam força a partir da instalação do Ecoparque em Benevides (PA) em 2014 para fabricação de sabonetes. A inauguração desse novo complexo visa o compartilhamento de recursos na região e o fortalecimento do desenvolvimento sustentável. Os resultados são alcançados via redução dos custos de produção, assim como por meio da agregação de valor local e maior geração de empregos para as comunidades apoiadoras da empresa. Todo o processo é fortalecido com o aumento das parcerias de diversas cooperativas e a partir das inovações de ciência e tecnologia da Natura (NATURA, 2014).

Uma das principais inovações da Natura diz respeito às embalagens produzidas pela empresa. Os produtos Ekos são armazenados em embalagens feitas com uma porcentagem relevante de materiais recicláveis e que também podem ser recicladas após o seu uso (QUARTIM, 2008). Além disso, a Natura adota uma postura de conscientização na redução de lixo produzido ao estimular seus clientes a utilizarem refis de seus produtos, gerando impacto positivo sobre as relações de consumo responsável onde atua. A empresa estabeleceu-se como pioneira em tais práticas quando começou a disponibilizar os refis de seus produtos ainda na década de 1980, destacando seu compromisso inicial com o meio ambiente que permanece até os dias atuais (VIEIRA, 2017).

O Programa Amazônia, por meio dos processos de reciclagem e inovações em suas embalagens, contribui também para minimizar o impacto da emissão de carbono, uma vez que a empresa compreende que não tem capacidade de reduzir completamente o volume do CO₂. Dessa forma, a Natura se compromete com Projetos de Compensação de Carbono, os quais visam preservar a atmosfera e a biodiversidade com a redução gradual da emissão de Gases do Efeito Estufa (GEE). Ademais, em parceria com o Itaú Unibanco, a Natura busca incentivar outras empresas a neutralizar a emissão de carbono a fim de combater as mudanças climáticas (CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 2018).

Com essa atuação, a empresa demonstra participação ativa e de liderança frente à construção de uma governança ambiental em meio ao setor corporativo. Esse modelo de atuação estratégica da empresa evidencia o seu compromisso com o meio ambiente. Entretanto, a Natura também é beneficiada por estímulos governamentais para a manutenção das suas boas práticas ancoradas na sustentabilidade. O governo brasileiro dispõe de diversos incentivos financeiros fiscais/creditícios e de investimento, dentre os quais somaram para a Natura 20,7 milhões de reais em 2017 (NATURA, 2017).

Todos esses esforços da Natura em cumprir as diretrizes dos ODS, juntamente com o seu enquadramento dentro da GAG, evidenciam o posicionamento positivo da empresa com relação a ética, que é um termo muito discutido no meio empresarial nos dias atuais. O comportamento ético e moral e o cumprimento de demandas sociais se tornam relevantes para a obtenção do título de empresa sustentável. Isso concede às empresas um formato que as diferenciam no mercado, conquistando uma reputação benéfica e atraindo grandes vantagens competitivas e institucionais (ZYLBERSZTAJN, 2002).

Diante disso, a boa reputação da Natura com suas políticas de preservação do meio ambiente tem garantido à empresa um bom reconhecimento internacional, visto que foi nomeada “uma das empresas mais éticas do mundo” em 2018, ao lado de nomes como DELL, L’oreal, e Microsoft, sendo a única brasileira de 135 companhias. Esse título foi concedido pelo Ethisphere Institute, conhecido por definir e desenvolver padrões éticos empresariais (ETHIS-PHERE INSTITUTE, 2018). Além disso, a Natura foi reconhecida

pela ONU com o prêmio “Campeões da Terra”, que é o maior prêmio ambiental certificado pela organização. O prêmio apoia empresas que seguem as diretrizes dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que criam soluções e estratégias para a adoção da sustentabilidade. Ademais, no ano de 2014, a Natura foi conferida como Benefit Corporation (B Corp) por suas conquistas no âmbito de responsabilidade ambiental e social (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL, 2015).

Além dos prêmios e reconhecimentos internacionais mencionados, a empresa ainda foi nomeada a 6ª Empresa mais sustentável do planeta, pela *Globescan and Sustainability* em 2014; a 2ª marca de maior influência pela IPSOS; ganhou o prêmio de “Marca mais valiosa da América Latina” pela *Interbrand*; prêmio de “Melhor empresa para se trabalhar com até 500 funcionários” pelo Instituto GPTW; empresa brasileira de melhor reputação no *Reputation Institute*; conquistou o 17º lugar no ranking das “50 marcas de cosméticos mais valiosas do mundo”, pelo *Brand Finance*; entre outros (NATURA, 2014). Todos esses prêmios enfatizam a Natura como uma empresa importante no cenário internacional, sendo um exemplo de gestão sustentável para empresas que estão iniciando no mercado, ou para empresas que pretendem mudar o seu comportamento.

Considerações finais

No decorrer deste artigo foi discutido como a Natura, por intermédio do Programa Amazônia, tem uma participação positiva para a consolidação e fortalecimento da Governança Ambiental Global - partindo de seu comportamento ao procurar alcançar as metas contidas no Objetivo do Desenvolvimento Sustentável de Consumo e Produção Responsáveis (ODS 12). Desse modo, buscou-se observar as ações da empresa que a enquadram em uma perspectiva global de atuação responsável e sustentável.

Dessa forma, ao longo do desenvolvimento deste artigo foi apresentado um esclarecimento sobre os principais pontos e perspectivas das ações da Natura dentro do programa Amazônia, sendo esta uma empresa que possui em suas atividades corporativas grandes preocupações socioambientais e age com o intuito de conservação do meio ambiente. Assim, de forma objetiva, este trabalho definiu historicamente e contextualizou o seu objeto de pesquisa,

sendo ele a empresa Natura e seu programa, com o propósito de compreender as nuances e as inter-relações entre os compromissos aos quais a empresa se submeteu e a sua aspiração de participar como um ator relevante na GAG.

Outro ponto que foi observado no decorrer deste estudo foi o aprofundamento teórico relacionado a GAG e aos ODS, em que destaca-se o décimo segundo objetivo que se refere ao consumo e a produção responsável. Nesse momento mais teórico foi percebido a grande ligação e convergência dessas duas unidades referenciais de preservação e também de conservação do meio ambiente. Apresentou-se, ainda neste momento, a concepção histórica desses elementos que exprimem a interdependência ecológica global do meio ambiente, que seria o maior bem público no mundo.

Em sequência trabalhou-se com a caracterização das ações da Natura, dentro do Programa Amazônia, que referiam-se aos pressupostos contidos no ODS 12. Destacou-se nessa questão a atuação da Natura frente a sociobiodiversidade, em que observou-se as estratégias da empresa no desenvolvimento econômico e social das comunidades agroextrativistas da Amazônia. Cabe ressaltar também a atuação da empresa em sua cadeia de produção sustentável, que na linha Natura Ekos considera a valorização dos insumos no manuseio dos recursos naturais da região amazônica. Com isso, a empresa apresenta grandes resultados de sustentabilidade que lhe asseguraram também o reconhecimento internacional por meio de inúmeros prêmios.

Por conta da descentralização da GAG e da maior participação das empresas – as quais nas últimas décadas vem tomando caráter central na formulação de regras, normas e regimes que retratam a preservação sustentável – na produção e no consumo responsável do meio ambiente, pôde-se perceber o potencial de atuação da Natura na GAG. No dado momento da pesquisa foi observado o comprometimento da Natura na participação no CBPG; a transparência expressa pela empresa ao desenvolver relatórios anuais como forma de cumprir os ODS e o interesse em garantir um vínculo de reconhecimento social, visando sua participação na GAG.

Com o desenvolvimento desta pesquisa pôde-se verificar a participação da Natura no fortalecimento da GAG ao expor as ações e os objetivos da empresa ao cumprir as metas internacionais propostas nos ODS, sobretudo no ODS 12. Além disso, foi demonstrado o almejo da Natura em cooperar com os esforços mundiais na go-

vernância global e o reconhecimento adquirido internacionalmente pela empresa por suas estratégias e ações. Com isso, cabe relatar que os objetivos propostos no desenvolvimento deste trabalho foram alcançados, pois conceituou-se a GAG e o ODS 12; definiu-se e foi contextualizado historicamente a Natura e o Programa Amazônia; alcançou-se a compreensão das ações da Natura que cumprem com o ODS 12; e, por último, foi retratado a participação cooperativa da Natura dentro da GAG.

A relevância deste estudo para o meio científico encontra-se na observação de estratégias empresariais, que não só contribuem para o fortalecimento de suas relações socioambientais e a sua contribuição com a preservação do meio ambiente, mas, também, por conta de tais ações contribuir para a consolidação da GAG e dos regimes ambientais internacionais. Tal participação tem, portanto, caráter indispensável para o incentivo e incorporação das demais empresas, objetivando resultados mais satisfatórios na manutenção da preservação do meio ambiente. Pode-se afirmar então que as hipóteses propostas foram comprovadas ao confirmar que o cumprimento da Natura com o ODS 12 contribui para a GAG e fortalece o reconhecimento da empresa como uma importante liderança internacional dentre as multinacionais brasileiras.

Referências

ANDRADE, José Célio Silveira. Participação do Setor Privado na Governança Ambiental Global: Evolução, Contribuição e Obstáculos. **Contexto Internacional**, Rio de Janeiro, vol. 31, n. 2, mai./ago. 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/mZaKfw>>. Acesso em: 19 set. 2018.

ANDRIGHETTO, Aline; CENCI, Daniel Rubens; SAAVEDRA, Jaime Fernando Estensoro. **Governança Ambiental Internacional e Sustentabilidade: Construindo o Socioambientalismo. Perspectivas Latinoamericanas en el Debate Ambiental Mundial entre 1992 y 2012. Los casos de Chile, Ecuador y Brasil.** 2016. Disponível em: <<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/1816/1194>>. Acesso em: 21 set. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL. **Natura é reconhecida com principal prêmio ambiental da ONU.** 2015. Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/natura-e-reconhecida-com-principal-premio-ambiental-da-onu-7/>>. Acesso em: 17 set. 2018.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DAS EMPRESAS INOVADORAS. 2018. **Natura Articula Parcerias para Desenvolver Inovação na Amazônia**. Disponível em: <<http://anpei.org.br/anpeinews/natura-articula-parcerias-para-desenvolver-inovacao-na-amazonia-2/>>. Acesso em: 31 mar. 2019.

ALVES, Raphaelly Antunes; MARTINS, Romário Carlos; PAULISTA, Paulo Henrique. **Estudo de Caso na Empresa Natura: Práticas Sustentáveis e Criação de Valor Compartilhado**. Educação e Ciência para a Cidadania Global. Centro Universitário de Itajubá. 2016. Disponível em: <http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2016/anais/arquivos/RE_0942_0645_01.pdf>. Acesso em: 17 set. 2018.

CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. 2018. **Natura e Itaú Unibanco convidam empresas a aderir ao Programa Compromisso com o Clima**. 2018. Disponível em: <<https://cebds.org/noticias/natura-e-itaunibanco-convidam-empresas-aderir-ao-programa-compromisso-com-o-clima/#.XKKWCIVKjIV>>. Acesso em: 01 abr. 2019.

ETHISPHERE INSTITUTE. **The 2018 World's Most Ethical Companies Honoree List**. 2018. Disponível em: <<https://www.worldsmoethicalcompanies.com/honorees/>>. Acesso em: 25 set. 2018.

EXAME. **Natura é a empresa mais sustentável do ano**. 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/revista-exame/a-empresa-mais-sustentavel-do-ano-natura/>>. Acesso em: 31 mar. 2019.

EXAME. **Os Novos Planos da Natura para se multiplicar e Ganhar o Mundo**. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/os-novos-planos-da-natura-para-se-multiplicar-e-ganhar-o-mundo/>>. Acesso em: 31 mar. 2019.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila. Disponível em: <http://leg.ufpi.br/subsiteFiles/lapnex/arquivos/files/Apostila_-_METODOLOGIA_DA_PESQUISA%281%29.pdf>. Acesso em: 12 set. 2018.

FREITAS, Ernade César de; PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. Universidade Feevale. 2ª Edição. Rio Grande do Sul, 2013. Disponível em: <<http://bit.ly/2jYUJvl>>. Acesso em: 17 set. 2018.

GUIA DOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL PARA AS EMPRESAS. **Diretrizes para implementação dos ODS na estratégia dos negócios**. 2016. Disponível em: <<http://cebds.org/wp-content/uploads/2015/11/Guia-dos-ODS.pdf>>. Acesso em: 03 set. 2018.

LORENZETTI, Julia Vaz; CARRION, Rosinha Machado. **Governança Ambiental Global: Atores e Cenários**. Fundação Getúlio Vargas. 2012. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/5492/4212>>. Acesso em: 20 set. 2018.

NAÇÕES UNIDAS. **Objetivo 12. Assegurar Padrões de Produção e de Consumo Sustentáveis**. 2018. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/ods12/>>. Acesso em: 20 set. 2018.

NATURA. **Natura lança “Programa Amazônia”**. 2011. Disponível em: <http://natu.infoinvest.com.br/ptb/3936/Release_Programa_Amazonia.pdf>. Acesso em: 17 set. 2018.

NATURA. **Prêmios e Reconhecimentos**. 2014. Disponível em: <http://www.natura.com.br/sites/default/files/static/relatorio/pdf/5_4_premios_e_reconhecimentos.pdf>. Acesso em: 18 set. 2018.

NATURA. **Relatório Anual Natura 2016**. 2016. Disponível em: <http://www.natura.com.br/sites/default/files/ra_natura_2016_1_.pdf>. Acesso em: 10 set. 2018.

NATURA. **Relatório Anual Natura 2017**. 2017. Disponível em: <<https://rede.natura.net/html/home/2019/fevereiro/home/natura-ra-gri-2017.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **17 Motivos para transformar nosso mundo**. 2018. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/>>. Acesso em: 17 set. 2018.

PACTO GLOBAL. **Os Dez Princípios**: Pacto Global. 2018a. Disponível em: <<http://pactoglobal.org.br/10-principios/>>. Acesso em: 28 set. 2018.

PACTO GLOBAL. **O que é?** Pacto Global. 2018b. Disponível em: <<http://pactoglobal.org.br/o-que-e/>>. Acesso em: 28. set. 2018.

PACTO GLOBAL. **CBPG - Comitê Brasileiro do Pacto Global**. 2018c. Disponível em: <<http://pactoglobal.org.br/cbpg-comite-brasileiro-do-pacto-global/>>. Acesso em: 28 set. 2018.

QUARTIM, Elisa. **Natura Ekos com PET reciclado**. Embalagem Sustentável. 2008. Disponível em: <<http://embalagensustentavel.com.br/2008/08/11/natura-ekos-com-pet-reciclado/>>. Acesso em: 25 set. 2018.

SANTOS, Maria Helena de Castro. Governabilidade, Governança e Democracia: Criação da Capacidade Governativa e Relações Executivo-Legislativo no Brasil Pós Constituinte. **DADOS – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 40, n 3, p. 335-376, 1997. Disponível em: <<https://goo.gl/BdizFm>>. Acesso em: 19 set. 2018.

SANTOS, Simone Aparecida; ALVES, André Luis Centofante. **Responsabilidade Social Empresarial: Um Estudo de Aplicação dos Indicadores ETHOS – O Caso Natura**. Na Vanguarda do Conhecimento: diálogos e debates. Cap. 45. Uni-FACEF. São Paulo, 2013. Disponível em: <http://pos.unifacef.com.br/_livros/Vanguarda_Conhecimento/Artigos/Simone_Aparecida_Santos.pdf>. Acesso em: 19 set. 2018.

SILVA, Alexandre. **Natura e sua Responsabilidade Social no Brasil**. 2017. Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/natura-e-sua-responsabilidade-social-brasil-alexandre-silva>>. Acesso em: 17 set. 2018.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. A pesquisa científica. In: GERHARDDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Orgs.). **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 120 p.

UNITED NATIONS. **The Sustainable Development Agenda**. 2018. Disponível em: <<https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>>. Acesso em: 03 set. 2018.

VIEIRA, Renata. **Natura é a empresa mais sustentável do ano**. Revista Exame. 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/revista-exame/a-empresa-mais-sustentavel-do-ano-natura/>>. Acesso em: 26 set. 2018.

ZYLBERSZTAJN, Décio. Organização Ética: um ensaio Sobre comportamento e Estrutura das Organizações. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 6, n. 2, maio/ago. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v6n2/v6n2a08.pdf>>. Acesso em: 27 set. 2018.

Recebido em: 01.12.2018

Aprovado em: 14.03.2019