

AGTU – THE GLOBAL UNIVERSITY

**O EMPREENDEDORISMO SOCIAL DA EMPRESA DE COSMÉTICOS
NATURA SUAS INOVAÇÕES E LIDERANÇAS.**

AUTOR: JANE MARIA LEÃO DE OLIVEIRA

RESUMO: Este artigo vem relata sobre o empreendedorismo social da empresa de cosméticos Natura, as suas inovações e lideranças, com o intuito de entender como ela funciona, quais suas preocupações com o meio ambiente e se suas lideranças trabalham de maneira ética. Todos os tópicos trabalhados estão embasados com referenciais teóricos que relatam sobre o empreendedorismo sociais e a liderança ética.

Palavras-chaves: Empreendedorismo Social; Empresa Natura e Liderança Ética.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo vem relatar a respeito do empreendedorismo social quais seus impactos na sociedade, com destaque a empresa Natura que com o passar dos anos se tornou cada vez

mais sustentável e voltada para as questões ambientais e ao mesmo tempo preocupada com a desigualdade social, e principalmente o papel de uma liderança que trabalhe de maneira ética e social. São poucas as empresas no Brasil que tem visão e aplicação desta forma de empreender de maneira social em conjunto com a valorização do meio ambiente.

Inicialmente é importante compreender que o empreendedorismo social é um conceito que possibilita a construção de negócios onde o maior impacto são melhorias à sociedade. Ou seja, as empresas sociais existem, principalmente, para promover soluções que geram mudanças na realidade de pessoas ou de comunidades vulneráveis. Assim elas podem fazer isso oferecendo capacitação, emprego, oportunidades de tratamento de saúde, atuando na preservação ao meio ambiente, entre outras possibilidades (SANTOS Jr., 2020).

Neste artigo vem relatar um exemplo mais específico de empreendedorismo social, tendo como base a empresa Natura as suas inovações e a liderança ética, e se seus métodos realmente trabalham de maneira sustentável e preocupada com o bem estar da sociedade. Todos esses pontos estão devidamente explanados neste artigo com a introdução, os objetivos desse estudo, a fundamentação teórica com seus pontos principais, a conclusão e o referencial teórico utilizado na pesquisa.

2 OBJETIVOS

O objetivo principal deste estudo é entender como o empreendedorismo social tem ganhado espaço através das empresas sociais, como empreender e ao mesmo tempo inovar e atuar com práticas sustentáveis através de uma liderança ética. Os objetivos específicos deste estudo temos os seguintes:

- Identificar como esse empreendedorismo social tem influenciado na sociedade em geral.
- Aplicar fundamentos que envolva inovações sempre ligadas ao empreendedorismo social, mas respeitando o meio ambiente.
- Entender como uma liderança ética beneficia o andamento e o sucesso de uma empresa.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para construção deste artigo é necessário explicar sobre alguns pontos que são importantes para verificar como as inovações e uma liderança ética vem modificando a forma das empresas se adaptarem a esse novo meio. Dividido em empreendedorismo social da empresa Natura e liderança ética.

3.1 Empreendedorismo social da empresa Natura

O empreender de maneira social é uma grande tendencia atualmente, pois a sociedade necessita que essas questões sejam prioridade. A Empresa Indústria e Comércio de Cosméticos Berjeaout Ltda, foi fundada em 1969 pelo brasileiro Antônio Luiz Seabra em sociedade com o francês Jean Pierre Berjeaout. A nomenclatura foi adotada inicialmente pela empresa, que posteriormente adotou o nome “Natura”, em decorrência da utilização de ativos vegetais na composição dos produtos da marca (BOEHE, PONGELUPPE e LAZZARINI 2012).

Se tornou uma referência nesse setor de empreendedorismo social, pois a partir da década de 90 aperfeiçoou suas convicções em relação à forma de agir e do compromisso com a sociedade e ao meio ambiente. Configurou-se o intuito da empresa, como a criação e comercialização de produtos e serviços que promovessem o bem-estar e o estar bem (Muller, 2017). Assim a empresa mostrou-se preocupada não apenas no lucro de seus produtos, mas no bem estar de seus clientes. Para as empresas, trabalhar com produtos naturais, especialmente da Amazônia, tem sido um desafio, pois demanda um grande investimento em logística, P&D e marketing dos produtos para promover sua aceitação pelos consumidores (NATURA & CO, 2022).

Para que houvesse o aumento da sua produção a empresa buscou parceria e criou submarcas como a Ekos, iniciando relações com as comunidades tradicionais para o fornecimento de insumos da biodiversidade. Valorizando e recompensando o trabalho dos pequenos agricultores e famílias extrativistas que se sustentam da atividade. Assim a linha Ekos, foi desenvolvida e fundamentada na valorização da cultura, da tradição e da biodiversidade brasileiras. Com isso, a prática de estruturar cadeias sustentáveis de extração de recursos da biodiversidade em suas atividades empresariais passou a ser um dos pilares nas atividades empresariais. (ALVES, MARTINS E PAULISTA, 2017).

A empresa retira grande parte de seus produtos da natureza, mas trabalha de maneira sustentável valorizando os pequenos agricultores, fazendo o replantio dos produtos explorados. Esses fatores de certa forma chama a atenção da sociedade para utilizar produtos que estão engajados nesse processo, gerando mais renda para os grandes proprietários e os trabalhadores que se beneficiam desse empreendimento social.

3.2 Liderança ética

Para que uma empresa seja um sucesso tanto em inovações tecnológicas como em questões sociais voltadas para a sustentabilidade, é de suma importância nesse ambiente existir um líder nato que trabalhe com ética e compromisso com seus funcionários. Buscando um ambiente harmonioso onde todos os envolvidos exerçam suas funções com empenho e dedicação.

Os estilos de liderança e o comportamento ético funcionam como influenciadores do bem-estar das pessoas no trabalho, e a liderança ética vem sendo apontada como um indicador positivo e gerador de bem-estar organizacional (Cheng et al., 2022). Deste modo foi necessário repensar a liderança e a forma como se atua no seio das organizações, que estão inseridas em um sistema de interação com a sociedade.

O líder ético está envolvido em práticas baseadas na honestidade e sempre trata de seus funcionários de maneira justa. Líderes com essas características demonstram sentimentos de confiança e gratidão, e promovem assim atitudes que reforçam a conduta ética e os comportamentos positivos entre os profissionais. Deste modo deixam o ambiente de trabalho mais agradável, aumentando o comprometimento e o desempenho de cada um, tornando-se modelos a serem seguidos (AlShehhi et al., 2021).

Na empresa Natura seus líderes desde o início buscaram trabalhar nessa linha de pensamento desde sua criação. Recentemente também apresentou sua nova visão de sustentabilidade, abordando as diretrizes que nortearão a sua atuação empresarial até 2050, com ambições e compromissos até 2020. Os princípios que orientaram o desenvolvimento desse novo modelo de atuação, está a economia circular, incentivo ao consumo consciente, responsabilidade pela cadeia de valor, geração de impacto social por meio de incentivo a educação e novos modelos de negócios sustentáveis. “A sociedade atribuirá maior valor

àquelas companhias que exercerem um papel de agente de transformação socioambiental. Queremos ampliar o potencial de nossa empresa na ação geradora de negócios aliados a mudança cultural e educacional”, afirmou João Paulo Ferreira, vice-presidente Comercial e de Sustentabilidade da Natura (NATURA, 2014).

É necessário entendermos como funciona na prática essa liderança adotada pela empresa Natura atualmente. Em abril de 2023, Natura divulgou proposta de reformulação da estrutura de governança corporativa, deliberada e aprovada em Assembleia Geral dos Acionistas. O Conselho de Administração vigente a partir de então passou de 13 para nove membros. Essa estrutura está voltada em trabalhar de maneira ética e sustentável, pois em 2022 foi reconhecida mais uma vez como uma das empresas mais éticas do mundo pelo Ethisphere Institute, líder global na definição de padrões para práticas de negócios éticas (NATURA & CO, 2022).

4 CONCLUSÃO

Fazendo um apanhado geral do que foi relatado neste artigo percebemos que o empreendedorismo social e uma liderança ética ainda vem caminhando a passos lentos, mas é notório a sua importância para a convivência em sociedade, com os avanços atualmente o indivíduo está mais voltado para as questões ambientais e mais preocupado em agir de forma sustentável sem agredir o meio ambiente, então tudo que está voltado para essa área lhe chama a atenção.

Enfim a empresa de cosméticos e produtos Natura, demonstra obter uma estrutura empresarial voltada para as questões ambientais, através das publicações nas mídias e nos diversos artigos que ponderam sobre essas questões, mas vale ressaltar que é importante

compreender mais a fundo sobre essa temática, fazer uma análise mais criteriosa. Mas é imprescindível entender que a mesma sempre vem buscando se adequar ao padrão de negócios sociais.

REFERÊNCIA

AlShehhi, H., Alshurideh, M., Kurdi, B. al, & Salloum, S. A. (2021). **The Impact of Ethical Leadership on Employees Performance: A Systematic Review**. In Advances in Intelligent Systems and Computing: Vol. 1261 AISC. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58669-0_38.

Alves, R. A., Martins, R. C., & Paulista, P. H. (2017). **ESTUDO DE CASO NA EMPRESA NATURA: PLANEJAMENTO E DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO**. *Revista Univap*, 22(40), 767. Disponível em: <https://doi.org/10.18066/revistaunivap.v22i40.1564>. Acessado em 02 de fevereiro de 2025.

BOEHE, D. M. ; PONGELUPPE, L. S. ; LAZZARINI, S. G. . **Natura e o Desenvolvimento de uma Cadeia de Fornecimento Sustentável na Amazônia**. 2012. (Desenvolvimento de material didático ou instrucional - Estudo de caso). Disponível em: <https://www.insper.edu.br/wp-content/uploads/2018/09/naturadesenvolvimento-cadeia-fornecimento-sustentavel-amazonia.pdf>. Acesso em 29 de jan. 2025.

Cheng, J., Zhang, L., Lin, Y., Guo, H., & Zhang, S. (2022). **Enhancing employee wellbeing by ethical leadership in the construction industry: The role of perceived organizational support**. *Front Public Health*.

MULLER, Ricardo. **Inovação de modelo de negócios: a entrada da Natura no formato multicanal**. Dissertação de Mestrado . Disponível em :
https://www.teses.usp.br/index.php?option=com_jumi&fileid=17&Itemid=160&id=A7A974774BBA&lang=pt-br. Acesso 01 de jan. de 2025.

NATURA & CO. **Relatório Integrado Natura & CO**. América Latina. Relatório Anual 2021. Disponível em: <https://ri.naturaeco.com/esg/relatorios-anuais/>. Acesso em: 29 jan. 2025.

Natura. **Pense Impacto positivo, visão de sustentabilidade para 2050**. Relatório Anual 2014. Disponível em: www.natura.com.br/www/relatorioanual. Acessado em 02 de jan. de 2025.

SANTOS Jr., A. S. **Empreendedorismo Social: o que é, características e estudos de caso**. 2020. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/empreendedorismo-social/>. Acesso em: 26 de jan. 2025.