

# COM O RADAR LIGADO

*Para detectar falhas, buscar soluções e renovar suas ideias, a Natura investe no contato estreito e colaborativo com seus stakeholders* | **ROBSON VITURINO**

**E**M OUTUBRO, A NATURA COLOCOU NOS CATÁLOGOS DE SEU QUASE 1 MILHÃO de consultoras a linha Clássicos — série de produtos lançados originalmente a partir de 1984 e que estavam fora de circulação havia algum tempo. A volta desses itens ao mercado foi resultado de uma votação da qual participaram funcionários, consultoras e consumidores. Em um site criado especialmente para isso, 9 500 pessoas de várias partes do Brasil indicaram um cosmético que gostariam que fosse relançado. O nome da linha também foi uma escolha democrática, que contou com a participação de mais de 2 000 pessoas de 239 cidades de diversos estados. A ação faz parte de um programa criado no final de 2007 com o objetivo de envolver os públicos considerados estratégicos pela Natura — os chamados stakeholders — nas iniciativas da empresa. “É preciso descer do salto alto e ver que não é possível fazer tudo sozinho”, diz Alessandro Carlucci, presidente da Natura.

Única companhia a fazer parte das dez edições do GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE e considerada a Empresa Sustentável do Ano em 2008, a Natura é reconhecida há tempos por seu esforço em aprimorar as relações com os públicos que vivem em sua órbita. No entanto, esse contato era feito de forma intuitiva, quase desestruturada. “Não havia nada sistemático. Quando a empresa era menor, bastava que os executivos estivessem em contato com os

stakeholders”, afirma Carlucci. Como o negócio tem crescido de forma surpreendente (após uma expansão de 14% nas receitas no ano passado, a Natura foi eleita a Empresa do Ano na edição de 2009 de MELHORES E MAIORES, de EXAME), tornou-se um desafio manter o radar captando o que se passa fora de Cajamar, na Grande São Paulo, onde fica a sede da empresa. Por isso, Carlucci e seu time desenvolveram um projeto com base no contato estreito e periódico de seus executivos com seis públicos definidos como estratégicos — consumidores, consultoras, funcionários, fornecedores, comunidades extrativistas e imprensa. Por meio de sites ou encontros, os “donos dos públicos”, como são chamados os responsáveis por cada grupo, têm a missão de recolher as opiniões dos stakeholders sobre assuntos importantes para a Natura, como desenvolvimento sustentável, biodiversidade e venda porta a porta.

Essa forma de trabalho mais colaborativa já é utilizada pela área de pesquisa e desenvolvimento da Natura há alguns anos. Hoje, mais de 50% de toda a inovação da empresa nasce do Open Innovation (Inovação Aberta), programa de estímulo à pesquisa em conjunto com universidades de várias partes do mundo. O objetivo agora é estender essa fórmula a outros centros nervosos do negócio. “Se consigo captar demandas que surgirão no futuro, posso inovar. E essa é uma fonte de diferencial competitivo”, afirma Carlucci. ■

## CHECK-LIST DA SUSTENTABILIDADE

Como a empresa se comporta em relação a alguns dos itens mais importantes analisados pela pesquisa do Guia EXAME  sim  não

- Publica e audita Relatório de Sustentabilidade no Brasil
- A remuneração dos executivos está vinculada a metas de desempenho econômico, ambiental e social
- Possui auditoria interna que se reporta diretamente ao conselho de administração
- O planejamento estratégico adota medidas para a redução da pobreza
- O planejamento estratégico adota medidas para a redução da corrupção
- Identifica, monitora e estabelece metas para reduzir os impactos indiretos de sua operação
- Elaborar inventário das emissões de gases de efeito estufa de suas atividades no Brasil
- Tem metas de redução das emissões
- Responsabiliza-se pela saúde, segurança e qualidade de vida dos terceirizados
- Monitora os fornecedores quanto a seu envolvimento com trabalho forçado ou compulsório



**ALESSANDRO CARLUCCI,  
PRESIDENTE DA NATURA:**  
*a equipe de executivos mantém  
contato periódico com públicos  
estratégicos, como consumidores e  
consultores, para se antecipar às  
demandas que vão surgir no futuro*