

Speech Sr. Luiz Seabra
Evento Ethos/GRI
Espaço Natura
9 de agosto de 2001

Caros e

Caros participantes do seminário internacional *Relatório Anual e Balanço Social: o modelo GRI e a experiência brasileira.*

Amigos e parceiros do Instituto Ethos de Responsabilidade Social, ^{F. m. p.} do Global Reporting Initiative e demais entidades representativas aqui presentes

Meu caro Pedro Luiz Passos, ~~nosso~~ presidente de operações, e demais ~~colegas~~, ^{colaboradores} profissionais da Natura, aqui presentes.

da Natura

- Hoje é um dia de celebração.
- Celebramos a presença de todos vocês - alguns nos visitando pela primeira vez - no nosso Espaço recentemente inaugurado. Esse espaço reúne o maior e mais moderno centro integrado de pesquisa, desenvolvimento, produção e distribuição de cosméticos da América Latina.

- pela primeira vez 11/3*
- Celebramos também a visita, ~~inédita~~ em nosso país, dos representantes do Global Reporting Initiative, cujo arrojado modelo de relatório social é o tema principal deste evento.

- Celebramos a oportunidade de sediarmos, também pela primeira vez, a um evento do Instituto Ethos de Responsabilidade Social, do qual somos associados e parceiros de ~~longa data~~. *Em nosso país desde a primeira hora.*

- 7*
- Hoje é um dia de celebração porque estamos nos reunindo para discutir o tema da sustentabilidade sob uma nova perspectiva, proposta no modelo do GRI.
 - Este modelo de relatório permite às empresas que o adotam, lançar um novo olhar sobre as atividades econômicas, sociais e ambientais realizadas e sobre os rumos a tomar nessas questões.
 - É um modelo muito arrojado para os padrões de publicações de resultados no Brasil e certamente em todo o mundo.

- Essa certeza é decorrente da informação que somente um reduzido grupo de 30 empresas em todo o mundo utiliza ou estuda utilizar este modelo de *report*. A Natura é a primeira empresa brasileira a adotar, simultaneamente, os modelos de relatório do Instituto Ethos e do GRI.

- Finalmente, hoje é um dia especial porque celebramos o valor da transparência.
- Transparência não se restringe à habilidade de se *mostrar*, de se *apresentar*, mas também de saber como *enxergar* o outro. Ser transparente é saber construir relacionamentos – e construir relacionamentos é a base da história de sucesso da Natura.
- Desde que nasceu, há 32 anos, a Natura tornou-se um *case* de sucesso pela valorização da transparência e pela sua vocação em cultivar e preservar relacionamentos com qualidade.
- Transparência é, por fim, um dos Valores da Natura, uma empresa que vive seus processos abertamente, é contra as ambiguidades, manipulações e discriminações; é uma empresa que compartilha suas dúvidas e a busca de respostas.

- Quero finalizar registrando que acredito ser ~~esse~~ um momento muito representativo, de grande importância para a sociedade contemporânea, pela profundidade e seriedade dos temas aqui levantados e debatidos. Que os resultados ~~desse~~ encontro desdobrem-se em novas iniciativas, em discussões produtivas e ações concretas.
- Um ótimo dia de trabalho a todos.