

Sernatura

colaborador

Mãe sempre presente

PROTAGONISTAS EM VÁRIOS PAPEIS,
MULHERES SE DESDOBRAM PARA
DESEMPENHAR O MELHOR DELES,
O DE MÃE Pág. 6

A colaboradora Sandra
Andrade com os filhos
Arthur (esq.) e Victor

Entrevista

A canadense Lake Sagaris, escritora
e jornalista, fala sobre cidadania Pág. 4

Notícias

Workshop reflete sobre
a Natura em 2038 Pág. 9



natura
bem estar bem

MAIO



DIA MUNDIAL DO TRABALHO

No final do século XIX, condições de trabalho desumanas provocaram inúmeras manifestações de operários ao redor do mundo. Uma delas foi a greve geral de Chicago, que reuniu, em 1º de maio de 1886, milhares de trabalhadores nas ruas da cidade. No confronto com a polícia, prisões, feridos e mortos. Cinco anos mais tarde, em memória aos operários que lutaram por jornadas mais dignas, o Congresso Socialista de Bruxelas, Bélgica, instituiu o Dia Mundial do Trabalho como uma data de luta e reivindicação por melhores condições de trabalho. No Brasil, ele é comemorado desde 1895 e, desde 1924, é feriado nacional. Há países em que o Dia do Trabalho é celebrado em outras datas. É o caso da Austrália, em que o dia varia de acordo com a região, e dos Estados Unidos, em que é comemorado na primeira segunda-feira de setembro.



NATURA MUSICAL ABRE INSCRIÇÕES

Pode ser a gravação de um disco, a circulação de um show pelo País ou um filme sobre música. Projetos artísticos como esses, alinhados ao nosso objetivo de valorizar e disseminar a música brasileira, poderão receber nosso patrocínio por meio do Natura Musical que lança, no mês que vem, seu quinto Edital Nacional. Para participar da edição 2008, os interessados deverão inscrever suas iniciativas no site www.naturanet/patrocínio entre 3 de junho e 4 de agosto. Os projetos, que passarão por um processo de seleção pública, precisam estar inscritos ou aprovados nas Leis Rouanet ou do Audiovisual. Desde o lançamento do Natura Musical em 2005, realizamos, além dos editais nacionais, outros três regionais em Minas Gerais e um piloto em São Paulo, no ano passado. No total, já foram patrocinados mais de 100 projetos de todas as regiões do País.

7a9
MAIO



CONFERÊNCIA GLOBAL DO GRI

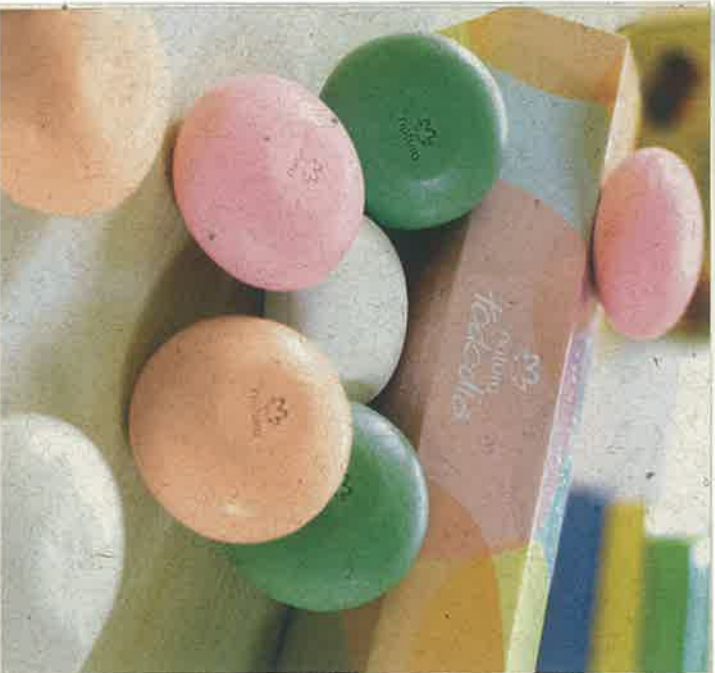
Nossa empresa marcará presença em um dos principais encontros globais sobre sustentabilidade, a Conferência Global do GRI (Global Reporting Initiative), que acontece em Amsterdã, Holanda. Alessandro Carlucci, nosso diretor-presidente, é um dos palestrantes convidados a participar do evento, que discute como os relatórios de sustentabilidade podem ajudar organizações, empresas e seus públicos de relacionamento a conquistar um futuro mais sustentável.

A RIQUEZA DO CACAU EM NATURA EKOS

A tradição do cacau, fruto tropical tão presente em nossa cultura, e os segredos de suas sementes nos inspiraram a lançar Natura Ekos Cacao. A nova linha apresenta cinco novos produtos que exploram o frescor das matas cacaueiras e a riqueza das sementes do fruto, de onde se extrai uma manteiga com alto teor de ômega 9, transformada em texturas protetoras, fáceis de espalhar e com rápida absorção. A Polpa Desodorante para Pernas e Pés oferece proteção máxima para essas partes do corpo geralmente bastante ressecadas. A Polpa Cremosa Corporal tem densa cremosidade, o que a diferencia de outros produtos desodorantes hidratantes do mercado. A Manteiga Esfoliante traz a delicada esfoliação do açúcar em sensorial cremoso que remove as células mortas e proporciona à pele um suave filme protetor. A Manteiga Labial, em embalagem delicada e prática, hidrata e protege intensamente os lábios. E para prolongar a sensação de bem-estar ao longo do dia, uma nova fragrância de desodorante colônia: Frescor de Cacao, que traz a refrescância das sombras dos cacaueiros e da polpa de seu fruto. Todo o cacau que utilizamos é orgânico, ou seja, no plantio não há uso de agrotóxicos ou queimadas. Ele é fornecido pela Cooperativa de Produtores Orgânicos do Sul da Bahia – Cabruca – cujo sistema de cultivo preserva matas intactas, contribuindo para a manutenção de vastos corredores de biodiversidade na Mata Atlântica.

A nova linha Natura Ekos Cacao é composta por cinco produtos





Uma das opções de presente para os namorados é Tododia Confeitos de Açúcar, com oito sabonetinhos

CARBONO NEUTRO: NOVIDADES EM JUNHO

No próximo mês, divulgaremos os projetos escolhidos para a neutralização das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEEs) da Natura em 2007 e iniciaremos uma nova seleção de projetos para compensar o volume de GEEs que nossa empresa irá emitir ao longo deste ano. Por meio do Edital Carbono Neutro 2008, ONGs, empresas e outras instituições poderão apresentar suas iniciativas inovadoras e que incluam outros benefícios socioambientais – como a geração de renda para comunidades e a conservação da biodiversidade – além da redução das emissões ou do "sequestro" dos gases da atmosfera. As informações sobre o edital estarão disponíveis a partir de junho em www.natura.net/carbononeutro. No site também será possível consultar uma nova versão do Case Carbono Neutro, com as principais atualizações do nosso inventário de emissões, metas e planos de redução, além de detalhes dos cinco projetos que escolhemos para compensar as emissões de 2007.



Rafael Quintiro

PRESENTES PARA SE APAIXONAR

Entre os casais apaixonados, o desejo de se fazer lembrar pode se manifestar de várias formas por meio de um cartão, de um beijo ou de um presente escolhido: a dedo para celebrar o Dia dos Namorados. Por isso, nossa empresa criou presentes especiais para marcar a data nesse ano, atendendo aos mais diversos estilos de namorados. São onze opções de presentes. Entre elas, Tododia Confeitos de Açúcar, um conjunto de oito sabonetes sortidos em barra puro vegetal. Outro presente é Kaia! Aventura Masculino, que vem com um desodorante colônia (25ml), um creme para barbear não-espumante (60g) e um gel após barba (60g). Uma opção que promete fazer sucesso entre as mulheres é o Ecos Cupuaçu, que traz uma manteiga esfoliante (175g) e uma bruma de leite hidratante desodorante corporal (150ml). Todos os presentes, com exceção da opção Tododia, são acompanhados por caixas nas cores vermelha, laranja e azul, com fitas e decoradas com o conceito "Estar Presente". Essas embalagens também podem ser adquiridas de forma avulsa.

PARCEIROS INTERNACIONAIS

A estratégia de levar nossa marca para países da América Latina por meio de distribuidores já começou. Até o início de junho, esperamos definir os empreendedores que irão distribuir nossos produtos e disseminar nossos valores na Costa Rica e no Uruguai, com a previsão da abertura de uma dessas operações no início de 2009. A seleção do parceiro leva em conta tanto a capacidade de gestão do negócio quanto sua identificação com nosso jeito de ser. Esse modelo de expansão, com parceiros que conhecem bem a realidade local, permitirá nossa internacionalização de forma mais acelerada. Ele foi idealizado para mercados pequenos que não justificam os investimentos de abertura de uma operação própria, mas que em conjunto representam um volume relevante de negócios. Os distribuidores serão 100% proprietários do negócio, vão importar nossos produtos e vendê-los por meio da venda direta. Nossa empresa dará o suporte necessário ao empreendedor para garantir que nossa marca seja construída com a proposta de valor preservada. Hoje, já operamos com um modelo similar na Bolívia, onde desenvolvemos uma parceria de bons resultados com um distribuidor local há mais de 20 anos.

O NÚMERO

10,82%

É o índice de crescimento da Receita Líquida Consolidada que nossa empresa registrou no primeiro trimestre de 2008, comparado ao desempenho do mesmo período no ano passado.

A IMAGEM

Em 1997, surgiu a primeira publicação de nossa empresa dirigida a todos os colaboradores. Era o Nosso Jornal, que circulou durante quatro anos até ser substituído pelo Ser Natura Colaborador.



Ano 1 - nº 1 - junho - 1997

Editorial

Meus seres amigos: PALABENS!!!

Parabéns pelo trabalho que todos vocês estão realizando diariamente. O crescimento da Natura é fruto do esforço de todos os colaboradores. O sucesso da empresa é resultado da união de todos os colaboradores. A Natura é uma empresa que valoriza o trabalho em equipe e a colaboração entre todos os colaboradores. A Natura é uma empresa que valoriza o trabalho em equipe e a colaboração entre todos os colaboradores.



Caros colaboradores, a Natura é uma empresa que valoriza o trabalho em equipe e a colaboração entre todos os colaboradores. A Natura é uma empresa que valoriza o trabalho em equipe e a colaboração entre todos os colaboradores.

Qualidade de Vida

Movimento pela saúde

Trabalhar em equipe é uma das ações mais importantes para a Qualidade de Vida. A Qualidade de Vida é um conceito que envolve a saúde física, mental e emocional. A Qualidade de Vida é um conceito que envolve a saúde física, mental e emocional.



A Qualidade de Vida é um conceito que envolve a saúde física, mental e emocional. A Qualidade de Vida é um conceito que envolve a saúde física, mental e emocional.

A Qualidade de Vida é um conceito que envolve a saúde física, mental e emocional. A Qualidade de Vida é um conceito que envolve a saúde física, mental e emocional.

Lake Sagaris

Presidente da organização Ciudad
Viva e idealizadora do Mapa Verde
de Santiago do Chile

Foto: Kéo Ferraz

Nos últimos dez anos, a escritora e jornalista canadense Lake Sagaris vem dedicando boa parte de seu tempo ao fortalecimento da cidadania. Morando no Chile desde 1981, o que a move é o desejo de fazer com que organizações e sociedade tenham maior influência nas definições de políticas e ações em temas como saúde pública e meio ambiente. A idéia, segundo gosta de ressaltar, é fazer com que esses grupos de cidadãos, ou mesmo cada indivíduo, sejam ouvidos e respeitados, ganhem mais "poder".

Lake conhece bem esse mecanismo. Pois foi justamente em conjunto com seus vizinhos e outros habitantes de Santiago que combateu a implantação de uma auto-pista urbana em bairros centrais da capital chilena. Dessa experiência nasceu Ciudad Viva, uma organização comunitária de base com foco no fortalecimento da participação cidadã no desenvolvimento urbano sustentável. Agora, como presidente de Ciudad Viva, sua última iniciativa é a realização do Mapa Verde de Santiago, uma ferramenta que ajuda cidades no mundo inteiro a se tornarem mais justas, mais amáveis, mais sustentáveis, que temos recebido ao longo dos anos.

A produção do Mapa foi possível graças ao trabalho voluntário de mais de 100 pessoas de diferentes organizações comunitárias e de Ciclistas Unidos do Chile, além de colaboradores Natura naquele país. O resultado é um mapa que traz as ruas de Santiago com indicações de pontos de interesse como museus, parques, centros culturais, associações civis e lugares bonitos e inspiradores para se ir. Há, ainda, destaque para ciclovias ou ruas "amigas" de pedestres e bicicletas. Nessa entrevista, Lake nos conta como o Mapa Verde pode contribuir no fortalecimento da cidadania e na construção de um ambiente urbano em que seus moradores sejam mais participantes e felizes.

SER NATURA COLABORADOR O que é um Mapa Verde?

LAKE SAGARIS Um mapa verde traz, basicamente, informações sobre a vida verde em uma cidade, como localização de parques e de postos de reciclagem, ciclovias, caminhos para se fazer a pé. No caso específico do de Santiago, também incluímos informações sobre museus, centros culturais, bibliotecas, edifícios e locais históricos, entidades do governo e organizações da sociedade civil. Isso faz com que ele seja o mais completo de todos os mapas verdes existentes no mundo hoje em dia.

SNC Em qual experiência vocês se basearam para criar o Mapa Verde de Santiago?

LAKE SAGARIS Nos inspiramos na da Green Map, uma ONG norte-americana que promove o desenvolvimento urbano sustentável usando mapas verdes como instrumento. Foi a Green Map que produziu o primeiro mapa verde, o de Nova York, em 1992. Ciudad Viva se tornou parceira da Green Map já há alguns anos e para fazer o mapa de Santiago utilizamos o mesmo sistema internacional de iconografia.

SNC Quanto tempo foi necessário para produzir o mapa de Santiago?

LAKE SAGARIS Mais de um ano. Trabalhamos com mais de 100 voluntários, desenvolvemos oficinas em paralelo como as que fizemos com crianças e um grupo de terceira idade. Com as crianças, criamos o Mapa da Imaginação, um convite para que pensassem como seria a Santiago que desejariam no futuro e qual seria nosso papel para tornar esse desejo realidade. Com os adultos, realizamos um Mapa da Memória, em que cada um contribuiu com fotos, relatos de uma Santiago que não existe mais.

SNC Para uma cidade, ter um Mapa Verde é importante?

LAKE SAGARIS Sim, com certeza. O mapa pode ser uma poderosa ferramenta de mudança. Funciona como uma espécie de agente provocador. Porque quando mapeamos o espaço em que vivemos, também estamos mapeando nossos desejos, sonhos, compromissos. Isso significa refletir sobre o modo como desfrutamos de nossa cidade, sobre o que queremos no futuro para ela e para nossas vidas.

SNC Como aconteceu a aproximação com a Natura?

LAKE SAGARIS Em 2006, soubemos, por meio da Ashoka, que a Natura estava procurando um parceiro social. Apresentamos nosso projeto, assim como outras organizações também o fizeram. Era um projeto que valorizava o uso consciente das vias públicas com as comunidades e incentivava o uso de bicicleta. Ficamos muito satisfeitos quando soubemos que ele havia sido escolhido. Para nós foi importante estabelecer essa parceria.

SNC Por quê?

LAKE SAGARIS Em Ciudad Viva, somos muito críticos e zelosos de nossa autonomia. Somos cidadãos, ninguém nos paga para sermos cidadãos e por isso não devemos nada a ninguém. Porém, vimos a necessidade de nos aproximar e de trabalhar com empresas porque precisávamos chegar às pessoas que estão dentro delas. Falar com essas pessoas, proporcionar um novo olhar para que elas tivessem a chance de mudar, de experimentar novas idéias. É a parceria com Natura permitiu que concretizássemos essa nossa intenção, sem perder autonomia, que era nosso grande receio.

"QUANDO MAPEAMOS O ESPAÇO EM QUE VIVEMOS, TAMBÉM ESTAMOS MAPEANDO NOSSOS DESEJOS, SONHOS, COMPROMISSOS"

SNC E como tem sido a experiência com nossa empresa?

LAKE SAGARIS Muito interessante e criativa. Continuamos exercendo nosso direito de opinar e criticar. A impressão que me dá é que, tanto Ciudad Viva como Natura, necessitam dessa parceria, porque ambos têm capacidade de fazer muita coisa boa juntos. Veja só. Natura também apoia nosso jornal (La Voz de la Chimba). É um apoio incondicional e de extrema importância para um meio de comunicação comunitário, como o nosso. No Mapa Verde, a participação ativa de colaboradores da empresa, como Verónica Lacoste e Guto Pedreira, foi essencial em certos momentos. Lembro que tínhamos feito uma primeira versão, preocupados em cumprir os prazos do projeto, que não ficou muito boa. Nessa hora, Guto disse: vamos analisar mais uma vez, dar uma nova volta. E foi nessa outra volta que o projeto se tornou algo muito mais completo, como tínhamos pensado desde o início. Isso é parceria de verdade.

SNC E agora vocês começarão a envolver nossas consultoras...

LAKE SAGARIS Sim. Queremos trabalhar com elas uma nova estratégia de locomoção pela cidade. Esse vai ser um trabalho muito, muito interessante. Há tempos queremos desenvolver uma reflexão sobre como as pessoas se locomovem. Ou seja, pensar que podem usar a forma de se locomover para viver melhor. Optar pela caminhada ou bicicleta no lugar de ir de carro. Hoje, nós mulheres temos tantos papéis a cumprir que muitas vezes não temos tempo de ir a uma academia. Eu, por exemplo, ando de bicicleta todo dia e sou saudável por isso.

SNC E como será esse trabalho em conjunto?

LAKE SAGARIS As consultoras são mulheres que transitam por toda a cidade, vão a diferentes bairros no mesmo dia e têm as mesmas preocupações: a respeito da saúde que tenho comigo e com minha família. Por isso, em uma reunião, lancei a idéia de criarmos um grupo para refletirmos sobre o tema da locomoção e várias aceitaram o convite. Isso é muito estimulante. É o que torna a parceria com a Natura tão rica. Esse aprendizado constante, para os dois lados. É como se tivéssemos plantado uma árvore e, de repente, nos dessemos conta de que não é só uma árvore, mas todo um sistema ecológico. Ainda, temos muito o que fazer.

multimídia

Para saber mais sobre mapas verdes, acesse www.greenmap.org. Para conhecer o trabalho da Ciudad Viva e o Mapa Verde de Santiago, navegue em www.ciudadviva.cl e www.mapaverde.cl.

Nesta página, Rosi recebe o abraço de Mayara, Gabriel e Fernanda. Ao lado, Rosa e seu filho mais novo, Rodrigo. Abaixo, Sandra com Arthur e o pequeno Victor



Mulher Mãe Maravilhosa

Elas se desdobram em mil facetas para dar conta da maternidade e das responsabilidades do dia-a-dia

Truque. Essa deve ser a palavra secreta, preferência das mães de hoje. Afinal, para conciliarem tantas tarefas, só mesmo à base de mágica. Falta comida na despensa? Ela providencia. Uma reunião no trabalho logo cedo e não pode deixar o filho na escola? Ela dá um jeito. Ainda tem o marido, o namorado, a academia e o salão de beleza? Sim, porque antes de mães, são mulheres.

No meio desse turbilhão de coisas a fazer, as mães acertam, erram, aprendem. Talvez o maior desafio, atualmente, seja manter a relação harmoniosa com os filhos, mesmo sem estar presente o tempo todo. Isso se intensificou com a entrada da mulher no mercado de trabalho, na década de 60. Uma conquista do sexo feminino. "As mães não foram trabalhar só para ajudar em casa. A mulher gosta de trabalhar", ressaltava a psicóloga Eliana Pomme, nossa parceira há 15 anos no desenvolvimento da linha Natura Mãe e Bebê e também no curso de gestantes, em que dá aulas de vivência corporal.

Gostar de trabalhar move a promotora de São Paulo capital, Rosa Gayer. Os filhos aprenderam cedo a dividir a mãe com sua carreira: "Fiquei muito pouco com eles depois do nascimento. A sorte é que me organizei para ir em casa amamentar a cada três horas", conta.

Aos 61 anos, Rosa não sente qualquer tipo de culpa em relação à educação, dada a Rebeca, 29 anos, e Rodrigo, 27 anos: "Temos uma relação maravilhosa, sempre passei meus conceitos a eles do que era certo e errado. E coloquei limites. Acho que a mãe tem que ser firme e evitar dizer 'não' e logo em seguida 'sim', isso atrapalha na criação", comenta a PV experiente.

O QUE IMPORTA É O VÍNCULO

Na verdade, o que garante às crianças um crescimento saudável e uma vida adulta emocionalmente equilibrada resume-se em uma palavra: vínculo. É essa ligação intensa e de qualidade entre mãe e filho que ajuda, segundo especialistas, a superar qualquer adversidade do dia-a-dia.

Na opinião de Eliana, o primeiro passo para criar um bom vínculo é a mãe estar "inteira" com o filho no tempo que tem disponível. Nada de tarefas simultâneas,

como ver televisão ou falar ao telefone: "Tem só 20 minutos? Ótimo, esteja integralmente com seu filho. Dê carinho, ouça-o e mostre a ele que é único".

É o que faz a assistente de gerência da área de Comunicação Institucional, Sandra Andrade. O filho Victor, de 1 ano e 9 meses, vai com ela para Cajamar todos os dias. Sandra se programa para almoçar no horário que Victor já terá acordado da soneca. E passa no berçário para lhe dar um banho ou um suco: "Dá para matar a saudade e mostrar a ele que estou por perto", diz a colaboradora que também é mãe de Arthur, de 6 anos: "Quando ele chega da escola, ajudo a se trocar, dou o jantar, pergunto como foi o dia, brinco e me desdobre para que ele também se sinta especial".

NO BRASIL,

DO TOTAL DE

3.030 COLABORADORAS,

1.583 SÃO MÃES

AMOR E SEGURANÇA

Para os especialistas, criar o vínculo desde a gravidez – conversando com o bebê na barriga, por exemplo –, e nos primeiros anos de vida, é fundamental. É que crianças seguras do amor da mãe lidam mais facilmente com a separação. Ela sabe que a mãe sai, mas volta para ficar com ela. E isso traz mais segurança para lidar com outras questões.

A importância do vínculo é comprovada em estudos. Um adulto tem mais chances de ser desequilibrado quando não tem um bom vínculo com a mãe – ou quando há a falta dela. Isso acontece porque quando o bebê vem ao mundo, ele não sabe se relacionar e vai aprender a partir do jeito que a mãe olha para ele: se o olhar é agressivo, ele terá esse olhar, se é carinhoso, assim será o seu.

Eliana diz que tanto a forma de olhar da mãe, como a maneira que ela cuida do filho, são seus primeiros atos educativos: "Mãe é modelo de relacionamento para outros que vão acontecer ao longo da vida. Se você não foi abraçado por ela, pode achar difícil abraçar a namorada".

E o pai também tem papel importante, já que pode proporcionar um ambiente acolhedor para mãe e filho. Se a mãe é cuidada, fica mais fácil para ela dar amor.

A MAIOR PARTE

DOS 2.615 FILHOS

DE COLABORADORAS

TEM ATÉ 10 ANOS

DE IDADE



Donas do próprio destino

Por mais que compartilhem o peso do dia-a-dia com alguém, muitas mães se sentem sobrecarregadas. As angústias se dividem entre a vontade de ser uma boa profissional e a falta de tempo para se dedicar aos filhos, ao marido, à casa e a si mesmas. Algumas abandonam a carreira. Outras não.

Freqüentemente, essas mulheres não escapam de julgamentos e cobranças. Como a de que é preciso estar com o corpo impecável logo após a gravidez. Muitas delas, mesmo não concordando com estereótipos, acabam entregando os pontos para se sentirem aceitas pela sociedade. O que não é bom para ninguém.

"Não devemos nos render a padrões", enfatiza Eliana ao afirmar que as mães têm de estar de bem consigo mesmas, com a auto-estima "em dia", conscientes, entre outras coisas, do corpo real que podem ter, um corpo de verdade! "Estar bem, se sentir bem. Esse é o primeiro passo para mãe, filho e família desenvolverem uma relação de qualidade", pondera.

Eliana faz questão de salientar que, para a mãe, é importante estabelecer um bom equilíbrio entre cuidar do filho e colocar em prática seus desejos. "Um filho traz muitos ganhos, mas também perdas. Por essa razão, é essencial fazer uma boa gestão dos conflitos, necessidades, conquistas e alegrias", diz, completando: "Os filhos desejam alguém de bem com a vida ao lado deles. Então, se o que faz a mulher se sentir melhor é passear com o marido uma vez por semana, fazer ginástica ou trabalhar, tem que batalhar por isso".

Cuidando de Quem Cuida

Nossa empresa acredita na importância do vínculo de amor entre mães e filhos como base para formação de pessoas melhores. Por isso, investe em ações que apóiam nossas colaboradoras para que vivam bem seus "momentos" como profissional, mulher e mãe.

O programa Cuidando de Quem Cuida, lançado há um ano, apóia nossas colaboradoras de ponta a ponta na maternidade com curso para gestantes, encontros pós-parto, berçário e orientação nos processos de adoção.

Os encontros pós-parto, por exemplo, fazem diferença para quem acabou de ter o filho ou vai lidar com a volta ao trabalho após a licença maternidade. "É um



Como faz Rosicleide Pereira, operadora de máquina da Bacia Rio São Francisco (antiga fábrica de Perfumes). Com três filhos – Mayara, 16 anos, Fernanda, 14 anos, e Gabriel, 7 anos –, Rosi aprendeu a ter "jogo de cintura" e administrar as responsabilidades do cotidiano.

Pela manhã, fica em casa com a mais velha e o caçula. Quando sai para o trabalho – das 14h às 22h –, a filha do meio ainda não chegou. E quando volta à noite, a menina já está dormindo: "É claro que isso me incomoda, mas tento falar com ela durante o dia por telefone sempre que tenho uma brecha. E se percebo que é preciso conversar sobre algum acontecimento da escola, por exemplo, naquele mesmo dia acordo a Fernanda quando chego em casa. Nos fins de semana procuro dar o máximo de atenção", diz. E Rosi confia que está fazendo a coisa certa: "Meus filhos são ótimos e entendem que preciso trabalhar para dar o melhor a eles".

momento de temores, instabilidade, insegurança. Como a mãe está muito sensível, ela precisa de acolhimento", explica a psicóloga Sílvia Pinheiro Machado, nossa parceira há 13 anos no curso de gestantes e responsável pela implantação desse atendimento.

Desde seu lançamento, cerca de 130 mulheres se beneficiaram deste programa. "Nos sentimos orgulhosos de proporcionar a nossas colaboradoras orientação e ferramentas para auxiliá-las a cuidar do vínculo do amor fundamental entre mãe e filho", comenta Ricardo Furlan, gerente de Relacionamento com o Colaborador.

Reciclar para transformar

Projeto Reciclagem, que incentiva a coleta seletiva na Colômbia, recebe grande adesão de consultoras desde sua implantação em janeiro deste ano

Uma ação implantada este ano em nossa operação na Colômbia, para estimular consultoras e consumidores a se envolverem

na reciclagem, está dando o que falar. Várias empresas que atuam no país estão nos procurando para conhecer o Projeto Reciclagem, que tem como lema "Em vez de gerar lixo, você pode gerar transformação". A educação sobre a importância de separar os resíduos é a base do trabalho, já que a prática não é tão difundida na Colômbia.

Para plantar a semente e começar a mudar esse quadro, desenvolvemos materiais educativos, colocamos nossas promotoras e consultoras em contato com os recicladores cujas vidas elas ajudam a "transformar", e reconhecemos quem colabora com o projeto.

O envolvimento ainda está sendo construído, mas os resultados animam: de 67 CNs participantes no lançamento, em janeiro, temos hoje quase 200. Apenas no primeiro ciclo recolhemos 1,2 tonelada de materiais, hoje já estamos em 3,1 toneladas por ciclo.

"Como há muito o que se fazer na Colômbia em relação à reciclagem, comemoramos cada adesão ao projeto. E não é só pelo benefício ao meio ambiente. Com a ação, ajudamos a tirar o reciclador da marginalização, já que a CN tem contato com ele inclusive nos Encontros Natura", ressalta Roberta Havro, gerente de marketing de relacionamento América Latina.

COMO FUNCIONA

Como o foco é educar para a reciclagem, distribuímos para nossas consultoras dois tipos de folhetos: um com informações para ela mesma, sobre a separação dos resíduos, e outro também com orientações para entregar a seus clientes. "Mostramos às CNs que elas são importantes agentes de transformação social, na medida em que dão o exemplo e envolvem mais gente nas ações de reciclagem", diz Roberta.

Marcos Suguio



A CN Tatiana Lemus, de Recife, participa do projeto de reciclagem entregando embalagens usadas de produtos Natura para a transportadora parceira

Quando faz o primeiro pedido de cada ciclo, a consultora recebe junto com os produtos cinco sacolas de plástico 100% reciclado. É nelas que a CN vai separar qualquer tipo de resíduo reciclável e não só embalagens Natura. Os materiais podem ser entregues em 12 Centros de Acopio (centros de coleta) ou na Casa Natura. A consultora é orientada a preencher uma etiqueta com sua identificação e a sacola é pesada e registra-se o volume doado. Em cada ponto há uma urna para depósito dessas etiquetas, e quando completar quatro delas, a CN recebe um presente.

Existe ainda uma outra opção de entrega das sacolas. Quatro cooperativas podem buscar o material na casa das consultoras que assim preferirem. Mas isso é possível apenas para aquelas que moram no mesmo bairro onde

estão essas cooperativas. Nesse caso, os recicladores recebem as etiquetas com a identificação das CNs e depositam na urna quando chegam à cooperativa.

Todo o material recolhido é processado pelos integrantes da ARB – Associação dos Recicladores de Bogotá – que separa e vende os resíduos. Nossa parceira no projeto, a ARB, reúne 20 cooperativas, com mais de dois mil associados em Bogotá, a capital. O trabalho da entidade é inovador e inclui uma sede no centro da cidade – com benefícios para os recicladores como um berçário para seus filhos – além de uma planta de reciclagem de plásticos. Para as duas iniciativas doamos recursos financeiros.

"Já estamos estruturando a implantação de um projeto semelhante no Peru. A idéia é levar esse tipo de ação para todas as operações até 2010", afirma Roberta.

RECIFE E SÃO PAULO

No Brasil, o projeto reciclagem de produtos Natura também mobiliza consultoras de Recife e de três regiões da cidade de São Paulo que, voluntariamente, contribuem para a transformação da realidade local.

As CNs recolhem de seus clientes embalagens e materiais de nossa marca sem utilidade e entregam tudo à transportadora parceira no momento em que recebem seu pedido, otimizando a logística do processo.

Em seguida, as transportadoras Rapidão Cometa, em Recife, e Dias Entregadora, em São Paulo, encaminham o material recolhido às cooperativas locais de catadores Pro-Recife e Catasampa, respectivamente.

O objetivo do projeto é contribuir com o meio ambiente e com a inclusão social de catadores que deixam de trabalhar nas ruas e lixões e passam a atuar de forma digna em cooperativas.

O projeto já apresenta resultados: entre fevereiro de 2007 até fevereiro deste ano foram doadas 103 toneladas de materiais com a participação de 9.400 consultoras.

E o futuro?

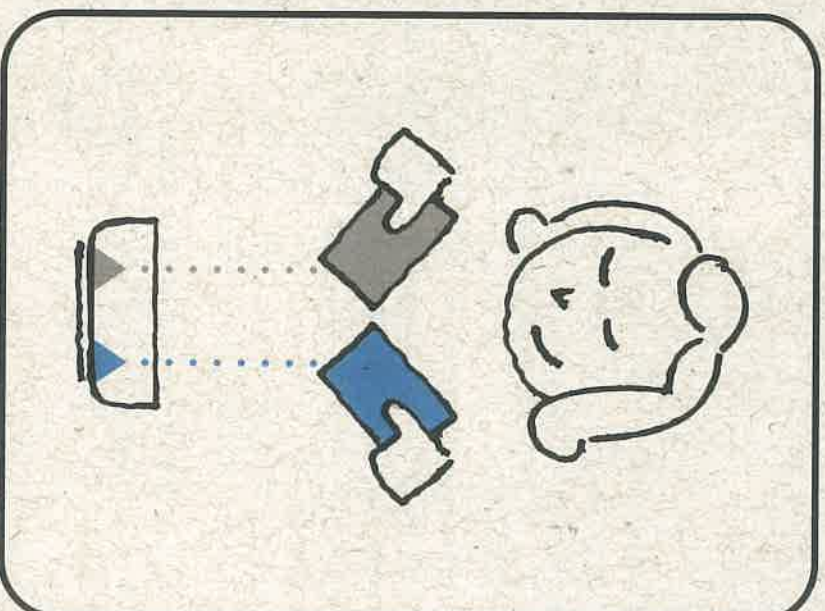
Nas turmas do Workshop de Sustentabilidade, colaboradores discutem a Natura de 2038

Carregar o telefone no bolso e atendê-lo no meio da rua era algo impossível de se imaginar há menos de três décadas. Até que alguém inventou o celular. Você imagina como serão nossos produtos no futuro? Haverá água, por exemplo, para fazer nossos shampoos daqui a 30 anos?

Questões como essas já começaram a ser levantadas em nossa empresa, principalmente para provocar a reflexão sobre o papel que desempenhamos como agentes da sustentabilidade. As decisões tomadas hoje sobre nosso negócio precisam cada vez mais ter como base tanto a evolução da marca e das pessoas, quanto a preservação dos recursos naturais que serão deixados às gerações futuras.

Esse exercício, de pensar a Natura do futuro, com práticas ainda mais sustentáveis, é parte do Workshop de Sustentabilidade destinado a gestores. Esta atividade já aconteceu na última turma do ano passado e agora na do mês de março. A próxima está prevista para julho.

Embora o workshop esteja voltado aos gestores em um primeiro momento, Denise Assis, gerente da área de Educação Corporativa, salienta que pensar na empresa de amanhã é uma responsabilidade de todos os colaboradores: "Nosso futuro não depende de uma pessoa ou de uma área. Aliás, cada um pode e deve desenvolver essa característica de inovar com foco na sustentabilidade. Essa será uma das competências mais valorizadas daqui para a frente".



Guto Lacaz

EM 2038

Na dinâmica realizada no workshop de sustentabilidade, formaram-se grupos de diversas áreas para refletir sobre os diferentes aspectos do negócio para 2038.

Cada um apresentou suas propostas para o futuro sob o ponto-de-vista de Produtos; Canais; Produção, Distribuição e Logística; e Valor Agregado. E não houve limites à imaginação. "Em princípio, algumas propostas podem até soar meio estranhas e impossíveis, mas todas têm uma lógica", comenta Denise.

Para um dos grupos, será possível comprar um produto, na forma de imagem ou som, e recebê-lo pelo celular, depois de colocar sua impressão digital no aparelho. Imediatamente, a pessoa terá a sensação de estar utilizando o que comprou. Além desses artigos sensoriais, haverá muitos produtos em pó, como os shampoos, diante da escassez de água. A partir das características de seu cabelo, o próprio consumidor poderá combinar os ingredientes.

E a nossa proposta de valor em 2038, qual será? Para quem refletiu sobre isso, o bem estar bem continuará sendo nosso carro chefe. A diferença é que iremos cada vez mais atender às necessidades reais da sociedade. E a base para esse trabalho será levar educação e

tecnologia às comunidades locais. Um exemplo: ensinar pessoas em cada comunidade a produzir seus cosméticos utilizando matérias-primas da própria região. Outra ideia do grupo foi a possibilidade de continuarmos a vender cosméticos, mas associados a serviços, como um SPA.

Para quem pensou sobre a produção, ficou claro que será possível desenvolver fábricas em diversas regiões do mundo. E cada comunidade de seu entorno será responsável por operacionalizar todo o processo, da extração dos insumos até a distribuição dos pedidos.

E o nosso canal de vendas, como será no futuro? Para o grupo encarregado do tema, viveremos numa era altamente tecnológica, com necessidade de maior humanização nos contatos entre as pessoas. Por isso, em 2038, seremos mundialmente reconhecidos por nossas crenças, já que a essência da empresa estará em sintonia com a necessidade da época. Teremos inúmeras Casas Natura, fixas ou móveis, que serão uma referência mundial de experiência sensorial e relacionamento. E as CNs que se cadastrarem nessas Casas e levarem consumidores até lá saberão online quando eles comprarem algo na loja - e serão gratificadas por isso. "Toda inovação surge assim: ao mexer nas ideias, elas brotam. E que surjam muitas, sempre com foco na sustentabilidade", diz Denise, ao lembrar que em breve este exercício poderá ser feito por todos nós por meio da Incubadora de Inovações Inova Natura, para apresentarmos nossas ideias inovadoras de um futuro mais sustentável.

minha área

BACIA RIO DA PRATA (ANTIGAS FÁBRICAS DE CREMES E DE MAQUIAGEM)

Por Juliana Michelin

Quem visita o Espaço Natura, em Cajamã, não consegue tirar os olhos das paredes de vidro que revelam o interior das fábricas. Às vezes, recebem um "tchauzinho" dos colaboradores da produção. "Quando entrei na empresa e fiz essa visita senti um clima de descontração nesses

momentos, teve um colaborador que até dançou para nós", diverte-se Juliana Michelin, analista de manufatura da Bacia Rio da Prata (unificação das fábricas de Cremes e Maquiagem). Colaboradora há nove meses, ela diz que hoje, do lado de lá das paredes transparentes, já se acostumou com os olhares curiosos de quem vê aquele ambiente pela primeira vez.

Com cerca de 460 colaboradores, a Bacia Rio da Prata produz cremes (em bisnagas e alguns potes) e maquiagens - pós, batons e cremosos. Segundo Juliana, as fábricas são as únicas áreas da empresa que trabalham no modelo Gestão Semi-Autônoma, o GSA. Algumas decisões são tomadas em conjunto pelos colaboradores que atuam em linhas semelhantes, divididos por células. Cada célula administra seu trabalho, de olho nos indicadores de desempenho, e apresenta seus resultados. Mas tudo precisa estar alinhado com a estratégia do negócio para que, no final, nossa empresa saia ganhando.

Juliana explica que todas as fábricas receberam nomes de Bacias hidrográficas brasileiras para valorizar não o produto feito em cada uma e sim a gestão por pessoas. "As células de cada Bacia possuem nomes de afluentes, no nosso caso, rios da Bacia do Rio da Prata. Isso representa a força das várias 'águas' em direção a um objetivo comum", diz Juliana.

O apoio às oito células é dado pelos analistas de manufatura. Cada um cuida de um pilar do TQM (Gestão da Produtividade Total), como manutenção autônoma; melhoria específica; manutenção planejada; educação e treinamento; qualidade; e segurança, saúde e meio ambiente; bem como da programação da produção, sob responsabilidade dos analistas de planejamento. "Os analistas têm uma sala junto com o gerente, mas acabam ficando a maior parte do

"É EMOCIONANTE VER
UM COMERCIAL NA TV
DE UM PRODUTO QUE
VOCÊ VIU NASCER"

tempo nas linhas. É o que acontece no meu pilar - manutenção autônoma (MA) -, em que tenho que estar por perto dos colaboradores e de seus equipamentos. O objetivo da MA é que cada colaborador tenha domínio sobre suas máquinas para que seja possível prever sinais de falhas e defeitos e tomar providências de forma a prevenir que os problemas não se tornem mais graves", diz Juliana ao comentar também as vantagens da semi-autonomia: "há mais flexibilidade e agilidade nos processos, pois as pessoas que realmente conhecem o dia-a-dia participam das decisões tomadas".

As diretrizes 'do quê produzir e como' - para que não haja perdas nos processos são muito bem definidas pelo planejamento de produção, procedimentos e pela metodologia TPM, a base para o trabalho nas fábricas.

"É tudo muito dinâmico e você tem que gostar do ambiente de fábrica aprendendo até a conhecer as máquinas pelos seus ruídos. Ser uma pessoa de fácil relacionamento também é importante, porque há interface com muita gente. E é preciso sentir gosto pela adrenalina de ter que entregar a quantidade de produtos que a empresa precisa com o padrão de qualidade e prazo estabelecidos", comenta Juliana.

Nessa rotina, é importante a gestão diária dos indicadores de desempenho: "Ficamos de olho neles a cada minuto, porque nosso controle não pode esperar até o final do mês. Máquina parada aumenta o risco de as consultoras não terem nossos produtos em mãos".

No final, como numa orquestra, os "músicos" dão um show. Tanto nas linhas de envase - que ficam lado a lado -, quanto nas áreas de fabricação, onde estão máquinas que misturam as matérias-primas dos cremes, ou que ainda produzem efeitos como a micronização, ou diminuição das partículas, das maquiagens. Nesses setores o acesso de pessoas é mais restrito, para evitar contaminação. Aliás, a atenção aos cuidados de segurança e boas práticas de fabricação estão presentes em toda a fábrica, onde é preciso usar toucas, luvas, aventais descartáveis, sapatos de segurança, protetor auricular entre outros equipamentos de proteção individual.

"No final disso tudo, é emocionante ver um comercial na TV de um produto que você viu nascer. E os times das fábricas sentem muito orgulho quando sabem que um item está vendendo bem. Se é preciso fazer uma força-tarefa para atender à demanda, arregaçam as mangas, como já fizeram com o batom zip, da linha Faces. Por vontade própria, os colaboradores se revezaram até nos horários das refeições para não deixar os equipamentos parados", conta Juliana.





hobby

CLÁUDIO ESCHECOLLA
Líder Regional do Norte
e Centro-Oeste

Sábado, 7 horas da manhã. Beatriz, de 14 anos, e Pedro, de 3 anos, já estão de pé para acompanhar o pai, Cláudio EscheCOLLA, ao mercado Ver-o-Peso, em Belém (PA). Na véspera, escolheram o prato que vão preparar no domingo. A cena se repete pelo menos uma vez por mês: "Na cozinha, enquanto eles me ajudam a preparar o almoço, conversamos sobre a escola, coisas assim. É um momento só nosso, de aproximação", diz o líder regional do Norte e Centro-Oeste que tem como hobby não a culinária, mas todo o ritual de servir e unir as pessoas em torno da mesa.

A família costuma ser a "cobaia" de Cláudio no teste das receitas — principalmente com ingredientes regionais como o jambu — e que depois serão servidas

a outras pessoas. É que ele costuma convidar amigos para apreciar suas especialidades, como o nhoque com massa feita de betinjela, que demora 24 horas para ficar pronto. "Essa aprendi com o chef de um restaurante, mas boa parte vem dos mais de 80 livros de receitas que tenho em casa", informa Cláudio, que aprendeu a cozinhar com 18 anos quando morava sozinho.

E como a paixão é pelo "ritual", os convidados também são envolvidos na preparação. Na cozinha, em uma mesa que Cláudio mandou fazer, as pessoas ajudam a preparar a salada. Enquanto isso, o anfitrião aproveita para servir um dos vinhos de sua adega. "Sou apaixonado pela combinação da gastronomia com essa bebida. Fiz vários cursos sobre vinhos quando era colaborador no Chile, onde essa paixão se acentuou", diz ao lembrar também que o cuidado de cada detalhe da decoração da mesa também faz parte do hobby.

Cláudio conta que às vezes os rituais não têm nenhuma sofisticação. E que a comida nem fica tão boa: "Mas, mesmo quando dá errado, valeu aquele momento de confraternização, porque a gente se diverte e fica junto. É uma troca de energia muito prazerosa", comenta.

a dica é sua

O que fazer para agir de forma inovadora?

Dar espaço à curiosidade e criatividade. Ver tudo com outros olhos. Ficar atento a oportunidades de mudança. Essas são algumas dicas de nossos colegas para sermos inovadores.

Ficar atento

É preciso ficar atento porque sempre há o que inovar. Eu, por exemplo, trabalho há 13 anos no Picking e, em 2007, ajudei a melhorar a conferência dos itens. Percebi que havia dificuldade em conferir os produtos menores, como maquiagens, e sugeri ao PFL (Picking Fora de Linha) que colocasse os itens pequenos separados dos

demais, em uma bandeja plástica. Com essa sugestão, ganhei até um prêmio oferecido pela Fábrica de Idéias, um canal para que colaboradores do Picking apresentem suas inovações. Outra dica é anotar a idéia para não esquecer e acreditar que vai dar certo!

Ione Aparecida Roque, auxiliar de operações do Picking, Cojamar

Sair da rotina

O principal é sair da rotina, do padrão, analisar as nossas necessidades e as dos outros. Outro dia fiz uma apresentação para novos colaboradores da minha área e, no final, criei uma dinâmica, separando as pessoas em grupos, aplicando exercícios e estimulando a apresentação dos resultados, para

que as pessoas fixassem melhor o que tinham aprendido. Deu certo: inovar com simplicidade, sem necessariamente ser uma idéia genial.

Cleide Silva, analista comercial da área de Planejamento-Mercadológico e Vendas, Itapeperica da Serra.

Outro olhar

Ser inovador é olhar para o cotidiano, só que "enxergando" de uma forma diferente. Por exemplo, sou coordenador de um projeto em uma ONG, a Latitude, em São Paulo. Um dia pensei por que os moradores da comunidade onde estamos não podem fazer sabão usando restos de óleo de cozinha, que seriam jogados fora depois das frituras? A partir daí fizemos uma oficina para ensiná-los a produzir e, hoje, eles economizam ao deixar de comprar sabão e ainda ajudam o meio ambiente. Inovar não é ter uma idéia mirabolante, pode ser dar uma utilidade essencial a algo simples.

Alan Passero, técnico da área de Tecnologia de Fitoprotetos, Cojamar

sernatura

Publicação mensal editada pela Comunicação Interna aos colaboradores da Natura. Editora: Cristina Amadio, Assistente: Renata Dias, Jornalista Responsável: Rodolfo Gutilla - MTB 17.739. Produção Editorial: ULUM Editorial. Edição de Arte: Modernsign. Foto da capa:

Kiko Ferrite. Revisão: Via de Acesso. Impressão: Mayral Trazem. 5,5 mil exemplares em português e 1 mil exemplares em espanhol. A opinião dos entrevistados e articulistas não reflete necessariamente a opinião da Natura.

natura
bem estar bem

ABERJE

Maio 2008



Novos planos para o SNC

Parte de um processo evolutivo, nosso jornal mensal ganha nova periodicidade

Mudar, renovar, evoluir fazem parte de nossa vida. Seja nas atividades mais simples, como o trajeto que fazemos do trabalho para casa, ou nas complexas, quando planejamos e executamos novos projetos.

É essa dinâmica que nos empurra para a frente, sempre em direção ao novo. Sempre em busca de desafios e oportunidades. E é ela que nos motivou a rever a nossa maneira de fazer comunicação interna com o objetivo de garantir evolução constante às informações dirigidas a todos nós. A idéia é proporcionar uma comunicação mais próxima do colaborador, mais envolvente e calorosa, assim como nosso jeito de ser.

Assim, a partir de junho já teremos novidades. O Ser Natura Colaborador (SNC), que vem acompanhando nossa trajetória há oito anos, deixa de circular mensalmente. Por enquanto, a idéia é trazê-lo em edições especiais sempre que haja necessidade. E, quem sabe no futuro, dar uma nova cara para a publicação.

DIFERENTE E PREMIADO

A história do Ser Natura Colaborador começou em 1997. Naquela época, a área de Recursos Humanos criou o "Nosso Jornal". Dois anos depois, a Gerência de Marca assumiu o veículo que passou a ter o nome que conhecemos hoje. Em 2000, uma nova reestruturação aconteceu sob a gestão da Diretoria de Assuntos Corporativos, o que deu origem, no ano seguinte, a um projeto editorial e gráfico revitalizado. Em 2005, outra renovação. O SNC ganhou novo formato, projeto gráfico e conteúdo editorial. Da primeira edição à atual, foram 86 números.

Ao longo desses anos, muitas histórias passaram por essas páginas: de momentos marcantes do nosso negócio aos registros de nosso dia-a-dia – no trabalho e na vida pessoal. A proposta do Ser Natura Colaborador, com edição e forma diferenciadas do padrão encontrado na comunicação empresarial, ainda é referência para muitas outras publicações corporativas, além de premiada. Em 2006, profissionais de comunicação o elegeram Melhor Jornal Interno no Prêmio ABERJE/SP.

Embora bem avaliado, chegou o momento de o SNC dar espaço para um canal de diálogo que esteja em sintonia com a estratégia de negócio de nossa empresa e que confira maior agilidade à comunicação interna. Mas isso já são cenas do próximo capítulo...aguarde!



Momento de transformar...

saiba mais na página 12



 natura
bem estar bem

bem estar bem
natura 

sernatura
colaborador

Momento de
evoluir