

# Compromiso con la Vida

*Natura &Co  
America Latina*

**Natura &CO**  
América  
Latina



# Compromissos

## Natura &Co

### América Latina



En 2020, el grupo Natura &Co se comprometió con la Visión 2030, también conocida como "Compromiso con la Vida", que incluye una serie de compromisos y acciones – en un plazo de 10 años– para abordar algunos de los problemas más acuciantes del mundo: hacer frente a la crisis climática y proteger la Amazonia, garantizar la igualdad y la inclusión, y orientar nuestro negocio hacia la circularidad y la regeneración.

Tres años después de su lanzamiento y con avances en todos los frentes, Natura &Co expresa la necesidad de revisar las metas originales establecidas para 2030. En este período, vivimos un contexto desafiante como sociedad, con la pandemia de Covid-19 y la Guerra en Ucrania, cuyos impactos han afectado profundamente a la humanidad. Además, estamos atravesando una reestructuración de nuestro propio negocio. La revisión del Compromiso con la Vida pretende dar cuenta de estas transformaciones y, al mismo tiempo, de los cambios ocurridos internamente en la empresa.

En esta revisión, traemos una mirada enfocada en América Latina, reforzando el poder que la región representa para los negocios, especialmente después de la llegada de Avon. Actualmente, las operaciones de las marcas del grupo se encuentran en 15 países latinos. Al cierre de 2022, involucraron a más de 4 millones de Consultoras de Belleza que venden productos a través de venta directa, alrededor de 900 tiendas propias y franquiciadas, 16.000 empleados, cinco fábricas y 19 centros de distribución.



Nuestros objetivos,  
por pilar

## Objetivos

# Enfrentar la **Crisis Climática** y Proteger la **Biodiversidad**

### Transición Climática

- Alcanzar **cero emisiones netas** (net zero) en nuestras **propias instalaciones** (**alcances 1 y 2**) para 2030
- Reducir el **42% de las emisiones** de gases de efecto invernadero de la cadena de valor (**alcance 3**), aumentando el compromiso de nuestros proveedores y consumidores
- Continuar compensando el **100% de las emisiones restantes de Natura & Co America Latina**, adquiriendo al menos el **50% de estos créditos en proyectos en la Amazonía**, principalmente de comunidades agroextractivas

### Proteger la Amazonia

- Contribuir a la protección y/o regeneración de **3 millones de hectáreas** de selva amazónica (de 2 millones en 2020) y extender nuestra asociación a **45 comunidades agroextractivas** (de 34 en 2020)
- Contribuir a la bioeconomía a través de la innovación, alcanzando **55 bioingredientes** de la sociobiodiversidad amazónica (de 39 en 2020)
- Aumentar en **cuatro veces** las compras de insumos de la sociobioeconomía amazónica (respecto a 2020)
- **Duplicar los recursos compartidos** con nuestras comunidades (en relación con 2020)
- Involucrar a **20 millones de personas** por año, en acciones vinculadas a la Causa Amazonía Viva

### Proteger la Biodiversidad

- Actuar para que los países cooperen entre sí para establecer **reglas armonizadas de repartición de beneficios**, dirigidas principalmente a los pueblos y comunidades tradicionales (PCT)
- **Informar nuestros impactos y dependencias** de la biodiversidad para 2025, sobre la base de estándares internacionales reconocidos
- Tener el **100% de nuestras cadenas de suministro críticas libres de deforestación** y conversión de vegetación nativa, con verificación independiente:
  - **Para 2025:** para compras directas de palma, soja, papel y alcohol
  - **para 2030:** expandir a las cadenas indirectas de palma, papel, soja y alcohol, mica y algodón



## Objetivos

# Defender los **Derechos Humanos** y **Ser Más Humanos**

### Nuestra Gente

- Asegurar el **50% de mujeres en puestos de liderazgo senior** en Natura & Co América Latina, a partir de 2023
- Salarios equitativos: **cerrar la brecha salarial injustificable de género y racial** a partir de 2023
- Asegurar al menos el **30% de las posiciones gerenciales ocupadas por personas de grupos subrepresentados** (personas negras e indígenas, LGBTQIAP+, personas con discapacidad y otros, según el contexto local)
  - En Brasil: **garantizar 25% de personas negras** en cargos gerenciales a partir de 2025; y 30% a partir de 2030
- **Salario digno** (*living wage*) o superior para todos los empleados a partir de 2023

### Nuestra Red Más Amplia: consultoras y comunidades

- Incrementar en **10% el índice de desarrollo humano de las consultoras** y mejorar el progreso social de las **comunidades agroextractivas**, generando impactos medibles en **ingresos dignos, salud y bienestar, educación y ciudadanía** – basados en la equidad de género y racial
- **Estimular y facilitar la participación ciudadana de nuestra red**, principalmente en las causas de la Amazonía, la educación, la salud de las mujeres y el enfrentamiento a la violencia contra las mujeres y las niñas
- **Promover los derechos humanos de nuestras comunidades agroextractivas**, incluidos los pueblos indígenas y tradicionales

### Intolerancia a las Violaciones de los Derechos Humanos

- **Trazabilidad y/o certificación completa para cadenas de suministro críticas:**
  - **Para 2025:** aceite de palma, mica, papel, alcohol, soja y algodón
  - **Para 2030:** cadenas críticas en América Latina (incluidas las cadenas libres de deforestación y de conversión de vegetación nativa)
- **Identificar, prevenir y mitigar los riesgos para los derechos humanos en nuestra cadena de valor** para 2027, promoviendo el acceso a la remediación y potenciando el impacto positivo

## Objetivos

# Abrazar la **Circularidad** y la **Regeneración**

### Circularidad en el Embalaje

- El **50%** de todo el plástico en nuestros envases tendrá **contenido reciclado** (en peso)
- **100%** de nuestros embalajes serán **reutilizables, recargables, reciclables o compostables**
- Asumir la responsabilidad por la **correcta disposición de todos nuestros residuos de envases** habilitando sistemas de recolección donde no existe una infraestructura de reciclaje adecuada

### Circularidad de Fórmulas

- Tener al menos un **95% de ingredientes renovables o de origen natural** para la marca Natura
- Tener al menos un **95% de fórmulas biodegradables**
- El **100%** de las nuevas fórmulas **tendrán una menor huella ambiental**, medida por la evaluación del ciclo de vida (ACV)

### Soluciones Regenerativas

- **Actuar en asociación para crear conciencia y desarrollar capacidades y soluciones regenerativas** que transformen los sistemas y generen un impacto ambiental y social positivo, permitiendo que todos prosperen.
- Asegurar que el **100% del volumen**, de al menos **dos de los principales commodities de nuestro negocio**, se produzcan **con prácticas regenerativas**
- Tener el **30% de los ingredientes clave** suministrados por **comunidades y pequeños agricultores con prácticas regenerativas**, verificados / certificados por un tercero independiente
- Asegurar que el **100% de las comunidades y los pequeños proveedores** de ingredientes clave tengan prácticas éticas de abastecimiento y regenerativas.
- **Generar un impacto social y ambiental positivo medible de US\$ 4 por cada US\$ 1** de ingresos reportados

Los desafíos  
urgentes exigen  
*compromisos  
más ambiciosos*

