



# Regenerar e Prosperar

## Estratégia

*para a América Latina*

GRI 2-1, 2-6, 3-3

O ano de 2024 foi um momento de assentar as bases de um novo ciclo estratégico, ancorado nas raízes do propósito de cultivar a beleza e as relações para gerar impactos econômicos, sociais e ambientais positivos – e expandindo suas sementes ao dar início a um Ecossistema de Bem Estar Bem.



*"A Natura, com sua trajetória de escuta, inovação e compromisso com o impacto positivo, segue moldando caminhos de transformação."*

**Fiona Watson** – Vice-presidente de Desempenho Corporativo e Prestação de Contas do WBCSD

"A Natura é reconhecida pelo WBCSD (Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável) como uma liderança global e latino-americana em negócios sustentáveis, com compromissos claros em clima, natureza e equidade. A marca contribui de forma pioneira para a contabilidade de impacto, com experiências concretas na medição e valorização dos capitais natural, social e

humano — como, por exemplo, nas comunidades fornecedoras da Amazônia e nas redes de consultoras.

Esse olhar ampliado tem influenciado diretamente os debates no conselho do WBCSD, incluindo o desenvolvimento do iP&L (Integrated Profit and Loss) e a contribuição para iniciativas como a TNFD (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures) e a TISFD (Taskforce on Inequality and Social-related Financial Disclosures), que promovem transparência sobre riscos e impactos ambientais, sociais e econômicos. Para o WBCSD, o futuro exige mais do que mitigar riscos. Construir uma economia regenerativa implica desenvolver negócios que contribuam ativamente para a saúde dos sistemas sociais e ambientais.

Essa visão está no centro da Visão 2050 do WBCSD, que reconhece a regeneração como uma das grandes mudanças de mentalidade necessárias para que a população mundial — estimada em mais de 9 bilhões de pessoas — possa viver bem, respeitando os limites do planeta. A Natura, com sua trajetória de escuta, inovação e compromisso com o impacto positivo, segue moldando caminhos de transformação”

## Fiona Watson

A América Latina representa a maior parte da receita líquida de Natura &Co e é responsável por toda a operação global da Natura e pelas atividades da Avon na região, onde operamos em 14 países. Os últimos dois anos foram de intensas entregas e resultados e, ao mesmo tempo, de dedicação ao desenho de um novo ciclo para a América Latina. Nossa estratégia foi avançar na combinação das operações regionais e evoluir na construção de um modelo multimarca, multicanal e multimercado para o negócio.

Nesse ano, consolidamos as bases de nosso ciclo estratégico em **Regenerar e Prosperar**. Tendo como alicerce nossa Razão de Ser, o Bem Estar Bem, criamos um ecossistema que compartilha o propósito comum de inovar para nos tornarmos um negócio regenerativo que gera impacto positivo em todas suas ações. O Ecossistema do Bem Estar Bem hoje está constituído por duas grandes marcas, a Natura e a Avon, plataformas de serviços como o Emaná Pay e a Bluma e uma grande rede de pessoas: clientes, pessoas colaboradoras, Consultoras de Beleza, comunidades agroextrativistas, fornecedores e outros parceiros de negócios. Nosso diferencial inovador é a capacidade de mobilizar esse ecossistema poderoso na geração de soluções regenerativas em consonância com o crescimento dos negócios.

## Pilares estratégicos para a América Latina

- **Multimarca, multicanal e multimercado:** um ecossistema com presença nas mais diversas necessidades e experiências de consumidores, com conhecimento e capacidade de entregar inovação relevante nas categorias e nos mercados-chave.
- **Inovação regenerativa:** olhar para a diferenciação e liderança de nossas marcas, com atratividade e relevância, que aplique o jeito Natura de ser em produtos, serviços, processos e modelos de negócio baseados no conceito de regeneração.
- **Foco no cliente:** estamos presentes em todos os momentos e preferências da jornada dos clientes, com experiências diferenciadoras e encantadoras.

## Comitê Executivo



**A esquerda à direita na foto:** Agenor Leão de Almeida Junior - VP Negócios Brasil; Sílvia Vilas Boas - VP de Finanças ; Paula Benevides - VP de Pessoas; Joselena Romero - VP Operações, Logística e Suprimentos; Paula Ferreira de Andrade Romano - VP Omnicanalidade; João Paulo Ferreira - CEO; José Manuel Silva - VP Emana Pay, Novos Negócios, TI, Dados & Analytics; Tatiana Ponce - VP Marca, Marketing e Inovação; Diego Fernando de Leone - VP Negócios América Hispânica; Ana Beatriz Costa - VP Sustentabilidade, Jurídico, Reputação e Governo

