



Internacionalização

Outubro/2004

A empresa Natura

Fundada em 1969

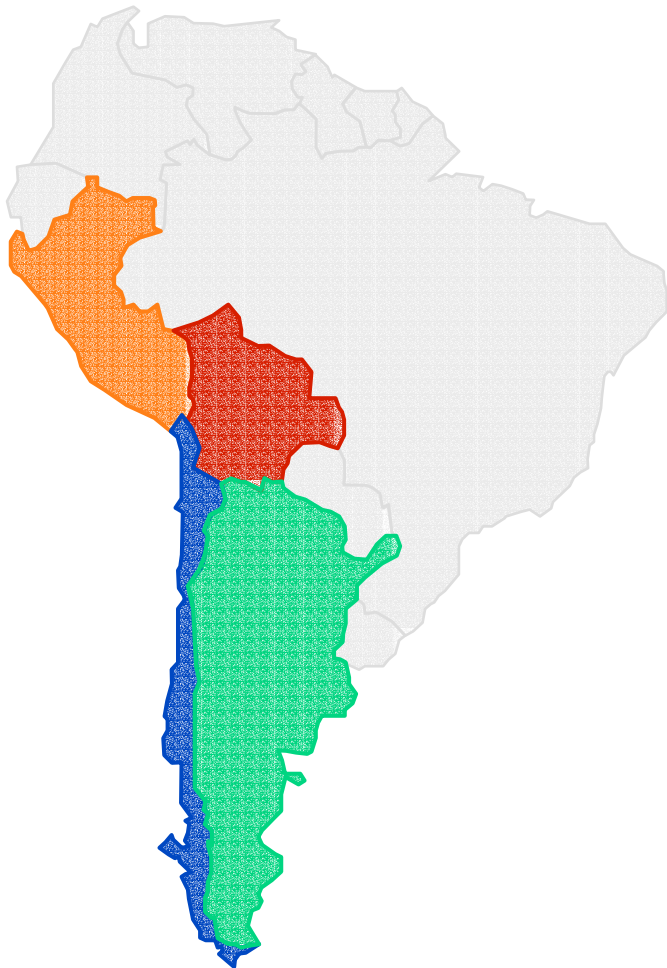
Maior empresa de cosméticos da América do Sul

Volume de Negócios R\$ 1,9 bilhão em 2003

Mais de 3.000 funcionários

Mais de 300.000 consultoras

Divisão Sul



Reprodução do modelo comercial brasileiro

Venda Direta

Argentina

- desde 1994

Peru

- desde 1994

Chile

- desde 1994

Representação comercial

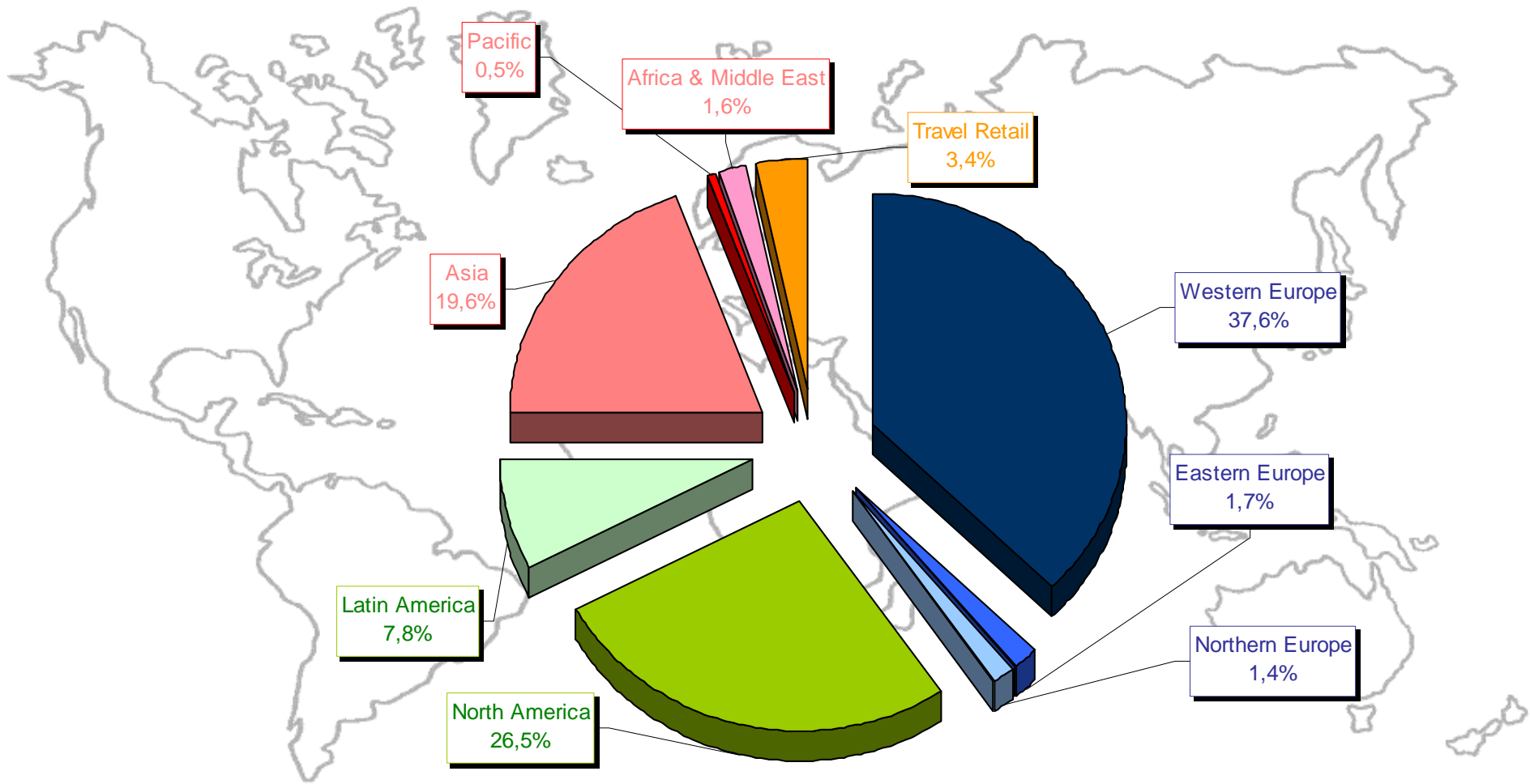
Bolívia

- desde 1990

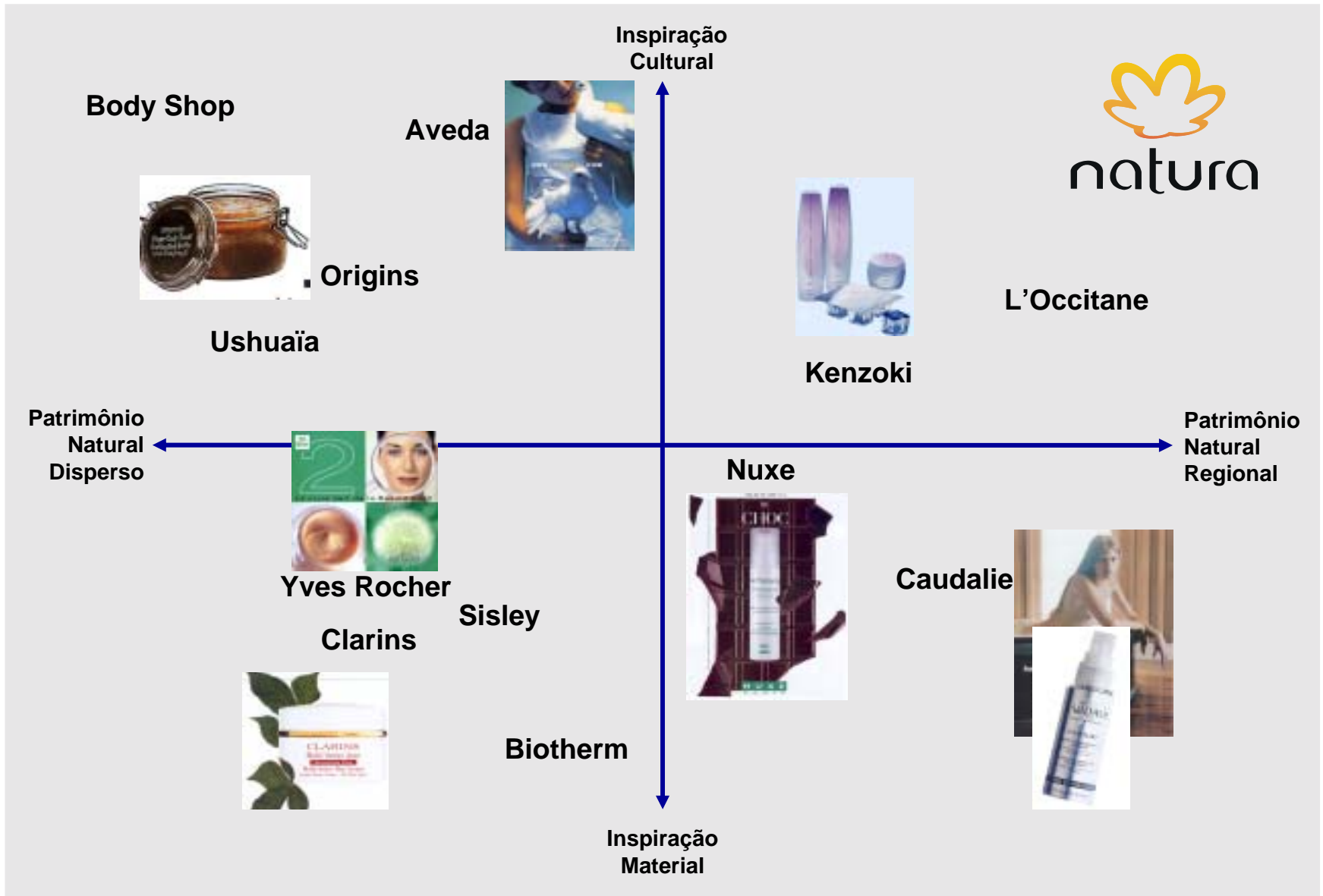
Internacionalização

A Europa e América do Norte respondem por 67,2% das vendas mundiais. A Europa ocidental é o maior mercado com 37,6%....

THE WORLD OF BEAUTY BY AREA IN 2002



Competição com foco em ingredientes naturais



Nossa Razão de Ser é promover o Bem Estar Bem.

Bem-estar é a relação harmoniosa, agradável do indivíduo consigo próprio, com seu corpo.

Estar bem é a relação empática, bem-sucedida, prazerosa de um indivíduo com o outro, com seu mundo.

Bem Estar Bem é a dinâmica decorrente da interação dessas relações.

Visão

A vida é um encadeamento de relações.

Nada no universo existe por si só.
Tudo é interdependente.

Acreditamos profundamente que na percepção da importância das relações existe a oportunidade de uma grande revolução humana na busca da paz, harmonia, da beleza do ser.



Natura EKOS

A mais recente expressão dessa visão baseia-se :

- Na utilização sustentável da biodiversidade brasileira
- Inspirada pelo conhecimento tradicional no uso de plantas desta diversidade
- Com comprovação científica de seus benefícios



Natura Ekos é a expressão concreta desta visão. Uma linha completa com mais de 80 produtos de cuidados pessoais para banho, pós-banho, hidratação e perfumação, lançada no Brasil em 2000. Inspirada no uso tradicional de ativos da biodiversidade brasileira e incorporados nos produtos atendendo ao conceito de desenvolvimento sustentável – economicamente viável, socialmente justa e ambientalmente responsável.



- Retorno econômico para as reservas extrativistas e para as comunidades tradicionais, buscando levar para os locais de origem dos ativos mais do que o valor pela compra destes ativos (ex: capacitação advinda do Programa de Certificação de Ativos- instrumento utilizado para comprovação do manuseio e extração de forma sustentável, mantendo a riqueza natural para as gerações futuras)
- Respeito pelo modo de vida das populações locais
- Programa de Certificação de Ativos: agrega valor ao trabalho e ao produto final comercializado pelas comunidades.



Internacionalização da
Natura, começando com a
marca Natura Ekos.

Natura EKOS

« Alegria »



généreuse



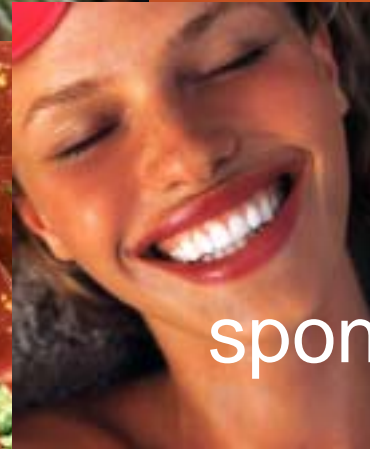
sincère



surprenante



rayonnante



spontannée

Lições aprendidas pesquisas França e Inglaterra



- Maior receptividade a abrangência dos conceitos (sustentabilidade) na Inglaterra do que na França. Neste último, maior interesse no aspecto do uso do conhecimento tradicional
- Resposta positiva a origem brasileira (a riqueza da Biodiversidade brasileira, alegria, cores). Questionamento sobre a tradição do Brasil na área cosmética e também sobre a capacidade de uma empresa brasileira em garantir o cumprimento dos compromissos.
- Necessidade de demonstrar a capacidade tecnológica da empresa e as embalagens precisam refletir a origem (Brasil).
- Tanto na Inglaterra como na França a Linha Ekos é percebida como um produto de alto valor agregado com posicionamento de preço alto da escala, devendo ser distribuída em distribuição seletiva “grands magasins”, boutiques.
- Foi reforçado o sentimento de Ekos ser uma linha de produtos com potencial de sucesso no mercado europeu.

Foco na linha Natura Ekos

- Proposta cosmética que valoriza o bem-estar, baseada no uso da biodiversidade brasileira
- Legitimidade em oferecer produtos que expressem o jeito de ser dos brasileiros
- Expressa de forma mais concreta as crenças e valores da Natura

Canal de venda alternativo

- Loja *flagship* para construção da marca
- Expansão para distribuição seletiva, o canal melhor desenvolvido na Europa

