IDH CN
Índice de Desenvolvimento *Humano da Consultora* de Beleza Natura

Mara Esther, Consultora
de Beleza de Hortolândia/SP

1.2 M
Consultoras de Beleza Natura

Criado com base no IDH desenvolvido pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) da ONU, o IDH-CN é a nossa principal ferramenta de avaliação de impacto social. **Por meio dela obtemos dados comportamentais, culturais e demográficos amostrais, que representam as nossas mais de 1,2 milhão de Consultoras de Beleza Natura no Brasil.** *A partir de suas leituras construímos diretrizes para a modelagem e operação do negócio, além de iniciativas que promovam o desenvolvimento da nossa rede.*

1 —
O perfil da rede

Antônia Aurineuda da Silva,
Consultora de Beleza
de Fortaleza/CE

2 —
IDH Saúde

3 —
IDH Conhecimento

4 —
IDH Trabalho

5 —
Próximos passos

6 —
Conheça mais

O perfil da rede de Consultoras de Beleza Natura, segundo dados do levantamento realizado em 2022, ano em que a pesquisa obteve o maior alcance.

92% são mulheres

57% são pessoas negras
56,2% Brasil segundo IBGE

79% com um ou mais filhos

12.8 anos de estudo

63% são casadas

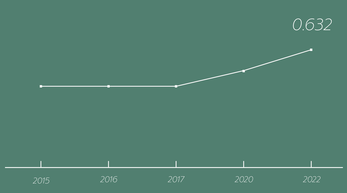
Marta Rejane da Silva Vieira,
Consultora de Beleza
de Santa Maria da Boa Vista/PE

0.632
é o IDH médio da Consultora de Beleza
em uma escala que vai de 0 a 1

3,6%
é a taxa de crescimento do índice em relação à última leitura
a edição anterior ocorreu em 2020

1,8%
é a média de crescimento do índice, após um ano na atividade de Consultoria de Beleza Natura

Mesmo diante do contexto complexo vivido nos últimos anos em todo o Brasil, com a pandemia de Covid-19, baixo crescimento econômico, alta da inflação e altas taxas de desemprego, a última leitura do IDH-teve o maior aumento já registrado desde a sua criação, há quase 10 anos.



Estrutura Teórica
IDH CN

O IDH-CN é composto por três dimensões: saúde, conhecimento e trabalho.

Pilares avaliados
no IDH Saúde

Atendimento
Acesso à serviços públicos e privados de saúde e qualidade da prestação do atendimento.

Estilo de Vida
Informações sobre o cotidiano da saúde como exercícios físicos, qualidade do sono, obesidade, tabagismo e etc.

Em 2022, houve um crescimento de 6,7% na dimensão de saúde, impulsionado pela aproximação da rede com o tema que esteve tão em pauta nos últimos dois anos.

A hipótese é que no período pós-pandemia, houve uma maior apropriação e interesse pelo tema da saúde e valorização do Sistema Único de Saúde (SUS).

IDH Saúde

Pilar

Estilo de Vida

↓ *17%* é a queda no pilar de Estilo de Vida

A pandemia teve um impacto significativo na saúde mental dos brasileiros. As medidas de isolamento social e as preocupações com a saúde, finanças e incerteza em relação ao futuro afetaram negativamente a saúde mental das pessoas em todo o país. É possível observar um aumento significativo em sintomas de ansiedade, estresse, depressão, problemas de sono e fadiga crônica.

100% da rede possui acesso a atendimento médico via telemedicina e suporte psicológico gratuitos, oferecidos pela Natura

+4 mil atendimentos realizados, do início da pandemia até hoje

Nos últimos anos, a Natura tem produzido conteúdos educativos sobre prevenção de doenças crônicas, qualidade de vida e acesso ao sistema público de saúde para ampliação da consciência cidadã e para que as pessoas se reconheçam como sujeitos de direito.

8,9%

de crescimento no índice da dimensão Conhecimento vs 2020

Patrícia Alves Moniz, Consultora de Beleza de Brasília/DF

Pilares avaliados *no IDH Conhecimento*

Inclusão digital
Acesso e uso da internet.

Educação Financeira
Gestão e Conhecimento Financeiro

Cidadania
Interesse e conhecimento do contexto atual do Brasil e do mundo

IDH Conhecimento

A dimensão Conhecimento, nesta leitura, é impulsionada por todos seus pilares, que refletem temas trabalhados intensamente pela Natura nos últimos dois anos.

ano de 2020

ano de 2022

IDH Conhecimento

Pilar Inclusão Digital

7%

é o crescimento em relação ao ano de 2020

O efeito da pandemia e a transferência das atividades cotidianas para o mundo digital são amplamente observadas na leitura de 2022. A inclusão digital cresce e observamos uma rede mais conectada e confiante no mundo digital.

88%

das Consultoras acessam a internet pelo celular

80%

das Consultoras de Beleza fazem compras online

1,5M

de acessos mensais, em média, nas plataformas de *social selling* oferecidas pela Natura

32M

de acessos obtidos na Revista Digital interativa, em 2022

O crescimento expressivo do uso das ferramentas digitais reflete os esforços para a inclusão digital da rede realizado pela Natura, através, dentre outras iniciativas, das ferramentas digitais que garantiram que as Consultoras pudessem continuar gerando renda e prosperando em seus negócios, mesmo em um cenário de isolamento físico imposto pela pandemia.

No último ano, a Natura observa um crescimento de mais de 30% de Consultoras utilizando o Espaço Digital, a sua própria loja virtual, para expandir a sua carteira de clientes.

750
mil Consultoras

utilizaram as ferramentas de *social selling* oferecidas pela Natura, em 2022

24%

é o crescimento em relação ao índice de 2020

O crescimento expressivo de 24% reflete também os esforços da Natura para o desenvolvimento da rede neste pilar.

34%

participação média da atividade de Consultoria na renda familiar da rede

IDH Conhecimento

Pilar Educação Financeira

IDH Conhecimento

Por outro lado, cresce o número de Consultoras de Beleza que declara ter dívidas no Serasa, com o banco ou com cartões de crédito, entre outros.

*Cerca de **44% das Consultoras declaram que a sua renda chega até o fim do mês**, um aumento expressivo versus 2020, em que o dado era de 30%.*

Antônia Aurineide da Silva, Consultora de Beleza de Fortaleza/CE

A Natura tem trabalhado para melhorar os índices de endividamento da rede por meio da educação. Em 2022, mais de 85 mil Consultoras de Beleza Natura participaram de capacitações sobre o tema, em que aprenderam conceitos financeiros básicos como juros, relação de risco e retorno e inflação.

85 mil
Consultoras de Beleza

capacitadas em conceitos financeiros básicos

7/10

Consultoras de Beleza acertaram uma operação sobre taxas de juros

Cristina de Socorro Ribeiro Rengifona, Consultora de Beleza de Belém/PA

A conta digital Natura e Avon Pay, meio em que as Consultoras de Beleza recebem os lucros provenientes das vendas realizadas em seus espaços digitais da Natura, também tem contribuído positivamente. Isso porque as Consultoras têm acesso a informações sobre suas transações financeiras de forma transparente e podem monitorar os ganhos da Consultoria de Beleza, gastos e saldo em tempo real.

30%

das Consultoras de Beleza inativas na conta digital voltaram a realizar transações, após concluir as capacitações sobre educação financeira oferecidas pela Natura

*Segundo o IDH, **a taxa de Consultoras de Beleza Natura que usam o *internet banking* cresceu 40% em relação à última leitura**, realizada há dois anos.*

600
mil Consultoras

têm conta digital Natura e Avon Pay aberta

IDH Conhecimento

Temos trabalhado para ampliar o acesso financeiro, oferecer ferramentas de gestão e capacitação sobre o tema para que essa renda seja gerida de maneira saudável pelas Consultoras de Beleza Natura e possa impactar positivamente seu desenvolvimento humano.

IDH Conhecimento

Pilar Cidadania

29%

é o crescimento em relação ao Índice de 2020

Esse pilar avalia a relação das Consultoras de Beleza Natura com a vida pública e notícias relevantes do cenário nacional e internacional.
As hipóteses são de que a polarização partidária, as eleições presidenciais e pobra pandemia aceleraram o engajamento pelo consumo de notícias e relação com a vida pública.

Historicamente, atuamos em prol de causas de interesse público, em busca de uma sociedade mais justa e sustentável. Em um ano de eleições, como for 2022, estimular esse diálogo foi ainda mais relevante. Valorizar o exercício ativo da cidadania e ampliar a participação e a consciência política são essenciais para o fortalecimento da democracia.

Jhully Domingos, Consultora de Beleza de Cruzeiro do Sul/AC

*Segundo o IDH, em 2022, **87% das Consultoras de Beleza Natura declararam que consomem notícias on-line**, o que representou aumento de 3 pontos percentuais versus 2020.*

Incentive uma **criança ou jovem** a **voltar pra escola** hoje.

Assim, a gente muda, **juntas e juntos**, a nossa **realidade**.

voltapraescola.natura.net

CRECHE VER

Temos colocado intencionalidade na ampliação da consciência cidadã de nossas redes. Nesse contexto, protagonizamos três campanhas de sensibilização e mobilização em 2022.

"Volta às aulas", com o Instituto Natura, no início do ano, num contexto de altos índices de evasão escolar, sintoma herdado da pandemia, que sensibilizou cerca de 290 mil Consultoras de Beleza a incentivarem crianças e jovens do seu convívio a regressarem para a escola.

+290.000

Consultoras de Beleza sensibilizadas

Juntos, podemos nos mobilizar ainda mais pela floresta em pé.

Assine a petição pela Amazônia em PA nas lojas Natura

A campanha "Amazônia de Pé", no ar até hoje, incentiva que as Consultoras de Beleza Natura assinem e sejam agentes de mobilização do projeto de lei de iniciativa popular para proteção da floresta amazônica e de seus povos originários.

Um Voto por uma Vida Melhor

A campanha "Por um Voto Consciente" convidou a rede a refletir sobre a importância do exercício cidadão de votar. Já que a população total de Consultoras de Beleza Natura (e Representantes da Beleza Avon) representa quase 1,5% do eleitorado feminino brasileiro.

7,2%

de queda no índice
da dimensão Trabalho
vs.2020

Antônia Aurineuda da Silva,
Consultora de Beleza
de Fortaleza/CE

Pilares avaliados
no IDH Trabalho

Experiências positivas e negativas

Nessa dimensão, avaliamos as experiências positivas e negativas nas relações de trabalho que a Consultora de Beleza Natura estabelece (dentro e fora da Natura) e seus impactos.

IDH Trabalho

Embora as experiências positivas tenham maior representatividade na dimensão Trabalho, observamos que, em 2022, as experiencias negativas cresceram.

A hipótese é que o ambiente de trabalho presencial, um importante espaço de construção de relações, reconhecimento e aprendizado, sofreu alguns impactos negativos ao ser substituído pelo ambiente digital de trabalho. Sinais como estresse, esgotamento emocional, sobrecarga e insegurança estão entre os sintomas mais pontuados nas experiências negativas.

Experiências positivas (média / últimos 6 meses)

Experiências negativas (média / últimos 6 meses)

A renda proveniente da Consultoria de Beleza Natura está intimamente ligada a melhora do IDH. Observamos tanto para Brasil quanto para Hispana, que países com aumento da renda Natura acima das inflações locais, apresentaram uma queda menor no IDH Trabalho.

Raça e etnia são variáveis de alta elasticidade para o IDH. Por meio da autodeclaração racial, identificamos que as Consultoras negras ou indígenas possuem uma renda familiar inferior e dependem mais da atividade de Consultoria de Beleza quando comparadas às brancas ou amarelas.

Há poucos meses, **assumimos um compromisso público antirracista.** *Assim, um dos nossos principais objetivos é* **aumentar a renda de Consultoras de Beleza negras**, *dilema endereçado por meio de um novo projeto, que irá remodelar o negócio para oferecer uma venda por relações mais inclusivas e justas para esse grupo.*

A violência de gênero caiu em relação à última leitura de 2022, mas segue apresentando um número alarmante: um quarto das Consultoras de Beleza Natura relatam já ter sofrido algum tipo de violência doméstica.
Esse número aumenta para Consultoras de Beleza mais vulneráveis, negras e indígenas. Por isso, oferecemos um mecanismo de acolhimento psicossocial e orientação jurídica especializada para casos de violência de gênero ou violências raciais. Além de cursos para letramento sobre os dois temas.

25%

relatam já ter sofrido algum tipo
de violência doméstica

Principais correlações
do IDH-CN com o negócio

Por meio de estudos e comparações estatísticas já realizadas em edições anteriores do IDH e também para edição atual, confirmamos que anos de estudo, renda familiar e tempo de relação com a Natura são alavancas para o Índice de Desenvolvimento Humano da nossa rede.

1,8%

é o o crescimento no IDH geral
da Consultora de Beleza, após
o primeiro ano na atividade

Nilcimar Maria dos Santos de Souza, Consultora de Beleza de Duque de Caxias/RJ

Os próximos passos *do IDH-CN no Brasil*

Uma de nossas metas para 2023 é avançar para a individualização do IDH-CN. Os dados coletados desde a entrada da Consultora de Beleza na rede e ao longo de sua jornada, serão utilizados para chegar a uma nova leitura, que permitirá potencializar as inovações sociais de forma descentralizada, com viés regional.
O IDH individualizado representará uma nova etapa na nossa agenda de impacto social. Teremos dados para segmentar serviços e estratégias de acordo com a necessidade latente de cada Consultora de Beleza Natura.

Outro avanço importante nos planos da companhia é a leitura do IDH também para as Representantes da Beleza Avon, em um modelo combinado, a partir da próxima mensuração.

Um dos objetivos para o futuro da mensuração é ***compartilhar os conhecimentos, adquiridos a partir do estudo, com outras empresas e instituições.***

Para nós, da Natura, é urgente mudar as práticas empresariais atuais para uma lógica que gere mais valor a todos os envolvidos.

Queremos compartilhar soluções e conhecimento com a iniciativa privada, terceiro setor e órgãos governamentais. *Afinal, é por meio da inovação social e da colaboração que nós vamos encontrar a longevidade do nosso negócio e o mundo precisa de negócios regenerativos.*

"Ao mensurar os impactos da atividade de Consultoria na vida das Consultoras de Beleza Natura, adquirimos conhecimento profundo sobre a nossa rede, o que possibilita a criação de estratégias de gestão e investimento social para que possamos, cada vez mais, oferecer um modelo de negócios inclusivo, justo e confiável."

Agenor Leão, vice-presidente de Negócios da Natura no Brasil

Rosimeire Oliveira,
Consultora de Beleza
de Araraquara/SP

Quer conhecer

o IDH-CN ainda melhor?

Se você é colaborador, cliente, fã da marca,
estudante ou público em geral,
envie um e-mail para:
movimentonatura@natura.net

Se você é da imprensa,
envie um e-mail para:
natura@webershandwick.com

Obrigado.

Natura Negócios Brasil
Agenor Leão

Centro de Expertise em Inovação Social da Natura
Geraldo Aleandro de Souza Júnior
Ligia Candido Gonçalves
Denise Cristina de Souza Moioli
Ana Amélia Freitas Sousa
Andrea Aparecida da Silva
Aline Lima
Luli Yonemaru

Hmetrics
Flávio Comim

Natura &CO