

A Beleza e a Sustentabilidade

Autores:

Andreia Cristina Resende de Almeida¹
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro –
UFRRJ/andreia.almeida.res@gmail.com

Heloísa Helena Albuquerque Borges Quaresma Gonçalves²
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO/heloborges@uniriotec.br

Resumo

O trabalho teve por objetivo geral realizar uma análise das empresas de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos que participaram do Prêmio Eco de Sustentabilidade, desde 2010. O prêmio Eco de Sustentabilidade foi lançado em 1982 pela Amcham no intuito de promover o reconhecimento de empresas que adotam práticas socialmente responsáveis. A palavra ECO do título do prêmio se refere à fusão das palavras empresa e comunidade, revelando o interesse de seus criadores nas ações das empresas para com a comunidade/sociedade. A metodologia utilizada foi de abordagem qualitativa, com pesquisa bibliográfica, telematizada, documental e estudo de caso. Os resultados obtidos apontaram para uma tendência de mudanças socioambientais nos modelos de negócios na medida em que empresas reconheceram os limites que a natureza impõe ao modo de produção.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Modelo de Negócios; Cosméticos

Abstract

The aim of this article was to analyze the Personal Hygiene, Perfumery and Cosmetics companies that have won the Eco Sustainability Award, since 2010. The Eco Sustainability Award was launched in 1982 by Amcham in order to promote the recognition of companies that adopt socially responsible practices. The word ECO in the title of the award refers to the fusion of the words company and community, revealing the interest of its creators in the actions of companies towards the community / society. The methodology used was a qualitative approach, with bibliographical, telematic, documentary and case study research. The results pointed to a trend of socio-environmental changes in business models as companies recognized the limits that nature imposes on the way of production.

Keywords: Sustainability; Business Model; Cosmetics

1. INTRODUÇÃO

Os efeitos dos desequilíbrios ecológicos e sociais tem um caráter global, e decorrem do desenvolvimento progressivo do modelo de produção adotado na economia capitalista. É preciso migrar para outro modo de ser e de produzir de maneira sustentável (SACHS, 1993; HART, 2004; ELKINGTON, 2004).

Independente do seu porte, origem, ou setor de atuação, as empresas têm se deparado nas duas últimas décadas com desafios provocados pelas pressões de externalidades territoriais, econômicas e do ecossistema para dar continuidade a suas atividades. Os impactos de suas operações produtivas que causam reflexos tanto na sociedade quanto no meio ambiente devem ser monitorados e as empresas vêm controlando esses impactos e/ou atenuando seus efeitos. Seja por meio de mensuração, avaliação e análise dos fatores ou variáveis internas e externas que impactam suas operações, a questão da sustentabilidade socioambiental se revela como um fator preponderante.

O objeto de estudo foi delimitado na indústria de cosméticos brasileira, que, conforme a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2017), o Brasil é o quarto maior mercado mundial do setor, ficando atrás somente dos Estados Unidos, da China e do Japão. Em termos de consumo global de produtos cosméticos, o país é responsável por cerca de 7% desse mercado global, apesar das turbulências econômicas e políticas das duas últimas décadas e da concorrência cada vez mais acirrada.

Entretanto, a indústria de cosméticos possui um lado “feio” - insustentável- que são a utilização em seus processos produtivos de compostos químicos poluentes ou microplásticos, excesso de embalagens, matéria-prima extraída de forma irresponsável ou por meio de trabalho escravo. É claro que não se pretende fazer generalizações, mas não se pode negar uma face contraditória da indústria voltada para os cuidados pessoais e a beleza.

A sustentabilidade ganhou nos últimos anos um lugar de destaque no campo de interesse e objeto de estudo de acadêmicos de todo o mundo. As áreas de conhecimento como educação, administração, economia, sociologia, biologia, direito, engenharia ambiental, dentre outras, tem se debruçado sobre a temática o que implica numa abordagem transversal.

A suposição inicial que norteou o desenvolvimento do estudo foi que a prática da gestão ambiental na indústria de cosméticos se configura como um diferencial competitivo tendo em vista que uma parcela significativa de consumidores tem decidido pelo consumo de produtos associados a um estilo de vida saudável e preservação do meio ambiente.

Assim, o trabalho teve por objetivo geral realizar uma análise das empresas de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos que participaram do Prêmio Eco de Sustentabilidade na categoria Sustentabilidade, desde 2010. E, buscou-se responder: Quais foram as práticas de sustentabilidade adotadas pelas empresas de cosméticos atuantes no Brasil que ganharam o prêmio Eco de Sustentabilidade desde 2010, na categoria sustentabilidade?

2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada foi a abordagem qualitativa, com a análise de multicase (Yin, 2010). Foi realizado um levantamento bibliográfico em teses, artigos acadêmicos e revistas digitais. Além da investigação bibliográfica e telematizada, foram

analisados os documentos digitais disponibilizados na ABIPHEC e na página do prêmio Eco de Sustentabilidade, buscando-se identificar indicadores de mudanças na prática empresarial voltada para a sustentabilidade.

Os dados documentais foram coletados nas duas empresas de cosméticos que receberam o Prêmio Eco desde 2010. As empresas foram O Boticário Franchising S.A. na categoria Estratégia, Liderança e Inovação em Sustentabilidade (ELIS) com o projeto Gestão de Sustentabilidade do Grupo Boticário de 2011. O Grupo Boticário também foi premiado em 2016 com o projeto Fabricação de loções hidratantes corporais a frio: pioneirismo em ecoeficiência, na categoria processos que inclui Práticas de Sustentabilidade; e, a outra premiada foi a empresa *Laces and Hair* na categoria produtos com o projeto Coloração Vegetal LCS: A Primeira Coloração Permanente para Cabelo 100% Vegetal no Brasil.

Os documentos foram tratados a partir das seguintes categorias: produtos e serviços voltados para sustentabilidade socioambiental, e ações/processos relacionados com a sustentabilidade socioambientais.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 O Conceito de Sustentabilidade

A problemática ambiental e ecológica adquiriram importância nas discussões sociais, econômicas e políticas desde o século XX com a busca de um caminho alternativo às posições econômicas prevalentes nas organizações produtivas devido ao modo de produção capitalista e crescimento econômico, norteados pela ilusão de que os recursos naturais são ilimitados. Assim, o conceito de sustentabilidade imerso no consumo exacerbado e no produzir, produzir, produzir vem se esgarçando na medida em que certas organizações produtivas vêm se apropriando do conceito como estratégia de marketing, desconsiderando os limites e as vulnerabilidades dos recursos naturais que são limitados. Embora tenha havido a partir da Conferência de Estocolmo de 1972 e na sequência em 1974, no âmbito da Organização das Nações Unidas (ONU), do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), a Declaração de Cocoyoc, que foi resultado de uma reunião da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) e do PNUMA, propostas na direção de reversão de um quadro de esgotamento dos recursos limitados da natureza onde se defendia a ideia que o desenvolvimento seria resultado de um processo endógeno, e que cada sociedade se encarregaria de definir sua perspectiva ou sua visão de desenvolvimento.

Já em 1980, a World Conservation Union (IUCN) juntamente com a World Wildlife Fund (WWF), a pedido do PNUMA, produziram o documento World Conservation Strategy, onde aparece pela primeira vez o termo “desenvolvimento sustentável”. Mas, é a partir da publicação do relatório Brundtland – denominado Nosso Futuro Comum – em 1987 resultado da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), que a expressão passou a ser reproduzida mais amplamente.

O relatório de Brundtland teve um papel relevante na divulgação do termo “desenvolvimento sustentável”, a partir de seu reconhecimento oficial e declarando o

meio ambiente com limite de crescimento. A reunião de Cúpula das Nações Unidas para o Meio Ambiente, realizada em 1992 na cidade do Rio de Janeiro também se configura num evento marcante, pois foi firmada a Agenda 21 e a ideia de um desenvolvimento sustentável ganhou a adesão de muitos países. Os países estabeleceram um compromisso para o desenvolvimento de um elenco de ações econômicas, sociais e ambientais. Dessa forma, o conceito de desenvolvimento sustentável está baseado no tripé desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e preservação do meio ambiente.

O conceito da sustentabilidade pode e tem que ser considerado a luz da abordagem transdisciplinar, pois está relacionado às áreas do conhecimento como a social, econômica e política. O termo Sustentabilidade ou Desenvolvimento Sustentável pode ser entendido como aquele plausível “de satisfazer as necessidades da geração atual, sem que se comprometam as necessidades das gerações futuras” (Relatório Bruntland – WCED, 1987).

3.2 Práticas Empresariais Sustentáveis e a Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (HPPC)

Os termos sustentabilidade socioambiental, justiça ecológica, sistema de gestão ambiental assumiram desde o século passado um papel de relevância na reflexão sobre as mudanças no comportamento de consumo, nas práticas empresariais e nos respectivos modelos de negócios. É fato a complexidade ambiental a que as organizações estão submetidas com avanços e desafios cada vez maiores. É premente que se descubram novas formas de gerenciar essas novas realidades na busca pela sustentabilidade. (ELKINGTON,1994; BARBIERI, 2011).

Do ponto de vista sistêmico, as empresas constituem um sistema aberto em constante interação com o meio, captam recursos no ambiente para transformá-los por meio de suas operações em produtos – por produtos podem-se entender como tangíveis ou intangíveis como os serviços - para seus clientes ou consumidores. Nessa perspectiva, as empresas são responsáveis pelas consequências de suas ações, o que inclui os impactos diretos que envolvem sua cadeia produtiva e o ciclo de vida de seus produtos.

Observa-se na literatura que as organizações têm incorporado às ações de responsabilidade social corporativa, políticas e práticas relacionadas com a problemática ambiental. A Responsabilidade Social Corporativa pode ser compreendida como o compromisso contínuo da empresa com seu comportamento ético e com o desenvolvimento econômico, promovendo a qualidade de vida de seus colaboradores e da sociedade como um todo. É justamente nesse ponto da ética e da melhoria da qualidade de vida que se pode fazer a relação com a questão da sustentabilidade ambiental. Entretanto, pode-se afirmar que iniciativas empresariais na direção da sustentabilidade se devem a razões que podem não ser na direção de um desenvolvimento sustentável, como por exemplo, a obtenção de uma vantagem competitiva perante seus concorrentes ao incorporar a temática ambiental em seu

planejamento estratégico de forma instrumentalizada e sem efetiva contrapartida ao respeito aos limites do ecossistema. (BARBIERI e CAJAZEIRA, 2009).

Mesmo assim, o termo pode também ser utilizado para melhorar o desempenho corporativo nas dimensões social e econômica ao passo que acarreta benefícios para a melhoria da qualidade de vida, além de permitir a redução de custos com a diminuição dos resíduos e do desperdício. Por outro lado, além da parte social, produtos ecológicos e que utilizam uma tecnologia limpa de produção ou que possuem eco-eficiência podem também se configurar como uma força ou um diferencial competitivo ao passo que é crescente o número de consumidores atentos à questão ecológica e ambiental de produção.

Observa-se que as empresas mudam suas estratégias em resposta à pressões de várias fontes, sejam elas políticas, sociais, econômicas ou regulatórias que obrigam as organizações a atentarem para as questões ambientais, sobretudo se a operação produtiva é caracterizada como poluidora do meio ambiente. BARBIERI (2011).

Conforme o Mapa Estratégico da Indústria Brasileira 2018-2022, publicado pela revista da Confederação Nacional da Indústria Brasileira (2018), mais do que um modismo, a preocupação com os impactos ambientais é um movimento mundial. O estudo, publicado na referida revista, revela que as preocupações com as mudanças climáticas e com o uso de produtos menos poluentes estão se intensificando, e essa é uma questão presente nas pautas do legislativo de vários países. A opção de compra por parte do consumidor passa por evitar produtos que são poluentes, que colocam em risco a saúde dos ecossistemas marinhos e de água doce, além de colocar em risco a saúde humana com a contaminação de fontes de água potável, entre outros, de acordo com GOMES (2017).

Segundo Barbieri (2011) é urgente o aprimoramento dos modelos gerenciais com vistas a adaptar as organizações ao desenvolvimento sustentável. Dessa forma, as pesquisas que se referem às formas da institucionalização da gestão ambiental de âmbito não apenas local, mas também global, e ao desenvolvimento de tecnologias sustentáveis e inovadoras tem ganhado cada vez mais importância.

O investimento na questão da sustentabilidade nas práticas gerenciais foi observado nas empresas selecionadas para pesquisa que foram O Boticário *Franchising* S.A. com o projeto Gestão de Sustentabilidade do Grupo Boticário de 2011; e, O Grupo Boticário com o projeto Fabricação de loções hidratantes corporais a frio de 2016; e, a empresa *Laces and Hair* na categoria produtos com o projeto Coloração Vegetal LCS: A Primeira Coloração Permanente para Cabelo 100% Vegetal no Brasil.

O Grupo Boticário possui mais de 40 anos desde que inaugurou seu negócio de farmácia de manipulação em 1977. As marcas O Boticário, Eudora, quem disse, Berenice? e *The Beauty Box* compõem o grupo do Boticário com um produção que ultrapassa 300 milhões de itens ao ano, conforme informações de seu relatório de sustentabilidade de 2016. Conforme o estudo de 2016 apresentado no referido relatório, o grupo foi avaliado como uma organização com boas ou ótimas práticas de sustentabilidade (71% dos entrevistados), cerca de 60% dos entrevistados afirmaram que conhecem as iniciativas de recolhimento e reciclagem de embalagens. Ainda na pesquisa apresentada no relatório de sustentabilidade do grupo, 93% do público interno

da empresa afirmaram que o grupo Boticário tem preocupação com questões sociais e ambientais. Em se tratando de público externo (consumidores), a empresa afirma que a reputação em sustentabilidade é um influenciador de decisão de compra, e que 70,3% afirmaram que consideram ações sustentáveis da marca ao comprar cosméticos.

Segundo Rech et al (2015) o grupo O Boticário tem desenvolvido ações voltadas para práticas de sustentabilidade como os esforços de melhoria nas matérias primas e embalagens, na ecoeficiência; desde 2012 15 projetos foram implantados para redução de embalagem com a diminuição de 14% na quantidade de materiais utilizados; em 2014 foram desenvolvidos estudos e metodologias de avaliação de ecotoxicidade para as matérias primas para medir o impacto ambiental e o uso de ingredientes enxaguáveis; entre outras ações relacionadas com a sustentabilidade socioambiental.

A empresa *Laces and Hair* é um salão de beleza localizado em São Paulo, que lançou o primeiro produto de coloração de cabelo 100% natural no país. Segundo informações de seu sítio oficial da empresa, o produto é resultado de uma combinação de ervas, caules e flores da Índia e que foram processados na França. A idealizadora do produto foi da proprietária Cris Dios que se inspirou na própria natureza. Devido a sua composição, a proprietária informa que o produto é biodegradável e, está é a principal diferença em relação às tintas tradicionais vendidas no mercado que apresentam uma grande variedade de produtos químicos sintéticos nocivos. O processo de execução da tintura nos cabelos dos clientes também é diferente em relação ao processo tradicional pois, não é adicionado água oxigenada, tornando o processo mais lento. Essa coloração recebeu o Prêmio Eco de sustentabilidade em 2017, o que nos revela a preocupação com o processo de execução de um serviço pautado pela preservação do ecossistema.

Segundo informações de Itamar Cechetto que é o chefe executivo da empresa *Laces and Hair* (2018) existe um aumento de oferta de fornecedores com matérias-primas orgânicas e, por outro lado a mudança de comportamento do consumidor para a beleza mais verde é uma tendência, juntamente com o consumo consciente no estilo de vida. Com relação aos processos, o sítio informa as práticas de reuso de água de chuva nas lavagens como práticas que o salão busca implementar.

Essas informações, tanto do grupo O Boticário quanto da empresa *Laces and Hair*, selecionadas para a pesquisa aqui apresentada parcialmente, se coadunam com nossa suposição inicial de que a prática da gestão ambiental na indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos se configuram como um diferencial competitivo tendo em vista as mudanças crescentes no mercado consumidor.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante elevar a conscientização e importância dos investimentos das empresas na gestão ambiental de seus processos produtivos, pois os benefícios vão além da melhoria da imagem no mercado. Uma gestão ambiental a partir da ética da responsabilidade traduzida em práticas sustentáveis concretas podem acabar se incorporando no cotidiano dos colaboradores, dos fornecedores e da comunidade do entorno, com impactos na redução do desperdício, adoção de produção limpa e melhoria da qualidade de vida em geral. Quanto a indústria de cosméticos a beleza humana que

faz o sentido de sua existência não deveria ser apenas em termos de aparência cosmética e melhoria da imagem da empresa perante a sociedade, livrando-a de arcar com multas e obtendo receitas ambientais, mas sim em prol da beleza de um processo de fato sustentável em toda cadeia produtiva que respeita o meio ambiente e a vida no planeta.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIHPEC, Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Sítio corporativo disponível em <http://www.abihpec.com.br>. Acessado em: 18 de Julho de. 2018.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

BARBIERI, J; CAJAZEIRA, J. E; **Responsabilidade Empresarial e Empresa Sustentável. da teoria à prática**. São Paulo: Ed. Saraiva. 2009.

CARVALHO, A.P., BARBIERI, J.C. **Inovações socioambientais em cadeias de suprimento: um estudo de caso sobre o papel da empresa focal**; In São Paulo, v. 10, n.1, p.232-256, Jan./Mar. 2013.

CECHETTO, Itamar. Depoimento do chefe executivo da empresa Laces and Hair. Disponível em www.lacesandhair.com.br. Acessado em 31 de julho de 2018.

DIAS, R. **Gestão ambiental responsabilidade social e sustentabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2011.

DIOS, Cris. Depoimento da proprietária da empresa Laces and Hair. Disponível em www.lacesandhair.com.br. Acessado em 31 de julho de 2018.

DONAIRE, D. **Gestão ambiental na empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2008.

DOWBOR, L. **Descentralização e meio ambiente**. In: Para pensar o desenvolvimento sustentável. São Paulo, Brasiliense:. 2 ed. pp. 103-112. 1994.

ELKINGTON, J. **Enter the Triple Bottom Line**. In A. HENRIQUES, & J. RICHARDSON (Orgs.), The triple bottom line, does it all add up? assessing the sustainability of business and csr (pp. 1-16). London: Earthscan. 2004.

ESTADÃO, edição 2018 **A beleza da sustentabilidade: indústria de cosméticos se reformula para produzir de maneira mais verde**. Disponível em <https://economia.estadao.com.br/blogs/ecoando/a-beleza-da-sustentabilidade-industria-de-cosmeticos-se-reformula-para-produzir-de-maneira-mais-verde> Acesso em 31 de julho de 2018.

EUROMONITOR. New lifestyles system data: 2016 global consumer trends survey results. Disponível em: <http://blog.euromonitor.com/2016/09/new-lifestyles-system-data-2016-global-consumer-trends-survey-results.html> Acesso em: 10/07/2018.

GOMES, S. S. F. **Os determinantes da procura de (bio)cosméticos e produtos biológicos de cuidados pessoais** (Dissertação de mestrado) Mestrado em Economia e Gestão do Ambiente pela Faculdade de Economia do Porto. Set., 2017.

HART, Stuart & Mark Milstein. **Criando Valor Sustentável**. RAE executivo, 3 (2): 66-79, Maio/Jul 2004. (Tradução: Pedro F. Bendassolli). Artigo originalmente publicado na Academy of Management Executive 17 (2): 56-69, Maio 2003.

MEADOWS, Donella H.; MEADOWS, Dennis L. & RANDERS, Jorgen. **Beyond the limits- confronting global colapse envisioning a sustanaible future.** Vermont: Chelsea Green Publishing Company, 1992.

MINTEL. Brasil 17. **Tendências de consumo 2017.** Disponível em: <http://brasil.mintel.com/tendencias-de-consumo> Acesso em: 10/07/2018.

Relatório de Sustentabilidade de Boticário. Disponível em www.grupoboticario.com.br. Acesso em 20 de junho de 2018.

RECH, M., MACHADO, D.G., RECKZIEGEL, V., SOUZA, M.A. **Práticas de sustentabilidade voltadas à green logistic: um estudo multicaso em empresas de cosméticos atuantes no brasil** Anais do IV SINGEP – São Paulo – SP – Brasil, 2015
Relatório Bruntland – WCED, 1987.

Revista da Confederação Nacional da Indústria. Ano 3, nº 20. Março, 2018.

ROSA, T. A. D. **Sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável: os debates e embates frente a complexidade dos termos.** 2011. 85 p. Dissertação (Mestrado em Educação) - UNIVALI – Universidade do Vale do Itajaí, Santa Catarina, 2011.

SACHS, I. **Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente.** São Paulo: Studio Nobel e Fundação de Desenvolvimento Administrativo (Fundap), 1993.