

ETEC “Prof.^a ANNA DE OLIVEIRA FERRAZ”

Técnico em Administração

Bruna Eduarda dos Reis

Franciele Crepaldi Ribas

Iasmim Ramos

Micaella Monique Arca

**O IMPACTO DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NAS INDÚSTRIAS DE
COSMÉTICOS**

**Araraquara
2021**

Bruna Eduarda dos Reis
Franciele Crepaldi Ribas
Iasmin Ramos
Micaella Monique Arca

**O IMPACTO DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NAS INDÚSTRIAS DE
COSMÉTICOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a ETEC "Prof.^a Anna de Oliveira Ferraz", do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, como requisito para a obtenção do título de Técnico em administração sob a orientação do(a) Professor(a) Gabriela Messias da Silva e Cristiano Jose Penachi Bosco

Araraquara
2021

Bruna Eduarda dos Reis
Franciele Crepaldi Ribas
Ismin Ramos
Micaella Monique Arca

O IMPACTO DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NAS INDÚSTRIAS DE COSMÉTICOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Profa. Anna de Oliveira Ferraz como exigência parcial para obtenção do título de **Técnico em administração**.

Aprovado em ____ de _____ de 201____.

Banca Examinadora:

Prof. Orientador: Cristiano Jose Penachi Bosco

Prof. Orientadora: Gabriela Messias da Silva

Prof. Avaliador: Jose Roberto Grecco

Dedicamos esta obra aos nossos familiares.

AGRADECIMENTO

Agradecemos a Deus pois sem ele eu não teria forças para essa longa jornada, agradecemos aos meus professores e aos meus colegas que me ajudaram na conclusão do TCC.

Não é a força, mas a constância dos bons resultados que conduz os homens à felicidade.

FRIEDRICH NIETZSCHE

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar e explicar a necessidade de equiparar as necessidades ambientais com os hábitos humanos, surgiu a discussão e a efetivação do conceito de sustentabilidade em diversas áreas do mercado produtivo. O pensamento sustentável tem aumentado a procura por produtos mais ecológicos que possibilitem um consumo mais consciente e prático. Entretanto dentro do mercado de cosméticos no Brasil não foi diferente, as empresas vêm buscando adotar técnicas e práticas de produção mais sustentáveis visando não somente lucros, mas também garantir a preservação do meio ambiente de modo geral. Tendo em vista esses aspectos observados, o presente trabalho busca fazer uma análise sobre o que é sustentabilidade e quais são os seus pilares. Evidência-se o mercado de cosméticos no Brasil; a importância da sustentabilidade dentro desses mercados, quais são as práticas adotadas para um desenvolvimento sustentável e os seus impactos causados pela implementação dessas práticas.

Palavras-chave: Consumo consciente. Sustentabilidade. Cosméticos. Práticas sustentáveis.

ABSTRACT

The objective of this paper is to analyze and explain the need to equate environmental needs with human habits, the discussion and effectuation of the concept of sustainability in several areas of the productive market has arisen. Sustainable thinking has increased the demand for more ecological products that enable a more conscious and practical consumption. However, within the cosmetics market in Brazil it was no different, companies have been seeking to adopt more sustainable production techniques and practices aiming not only at profits, but also to ensure the preservation of the environment in general. In view of these aspects observed, this paper seeks to analyze what sustainability is and what its pillars are. The cosmetics market in Brazil is evidenced; the importance of sustainability within these markets, which practices are adopted for sustainable development and the impacts caused by the implementation of these practices.

Keywords: Conscious consumption Sustainability. Cosmetics. Sustainable practices.

Lista de Figuras

Figura 1- medidas sustentáveis, você adota	28
Figura 2- qual das medidas abaixo, você pratica	28
Figura 3- você acha que o consumo exagerado de plásticos que vem de produtos de cosméticos, é prejudiciais	29
Figura 4- as empresas de cosméticos que tem ações sustentáveis te deixam com mais vontade de consumi-las	29
Figura 5- você é a favor de produtos veganos e embalagens naturais, sim e se não porque	30
Figura 6- qual das empresas abaixo, você consome	30

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 ECONOMIA E MEIO AMBIENTE	11
2 SUTENTABILIDADE	14
2.1 Pilares da sustentabilidade.....	15
2.2 Índice de sustentabilidade empresarial (ISE).....	15
3 COSMÉTICOS.....	17
3.1 Produtos de grau 1	17
3.2 Produtos de grau 2	18
4 MERCADO DE COSMÉTICOS NO BRASIL.....	19
5 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	20
5.1 Desenvolvimento sustentável nas indústrias cosméticos.....	21
6 MUDANÇAS IMPLEMENTADAS PELAS INDÚSTRIAS NA CADEIA DE PRODUÇÃO	23
6.1 Benefícios decorrentes das mudanças	23
7 CENÁRIO DO MERCADO DE COSMÉTICOS NO BRASIL APÓS AS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS.....	25
8 QUESTIONÁRIO	27
CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
REFERÊNCIAS.....	32
Anexo A – Declaração de Autenticidade	35

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos aumentou a preocupação das empresas com a sustentabilidade, pois todas as fontes de matérias primas são limitadas e se não houver um controle sobre como essas matérias são utilizadas e reutilizadas, num futuro não muito distante essas fontes podem se esgotar. Segundo entrevista de Rafaela Souza ao Brasil Escola a sustentabilidade refere-se ao princípio da busca pelo equilíbrio entre a disponibilidade dos recursos naturais e a exploração deles por parte da sociedade. Ou seja, visa equilibrar a preservação do meio ambiente e o que ele pode oferecer em consonância com a qualidade de vida da população.

As ações sustentáveis só geram vantagens, pois as práticas de hoje vão permitir que no futuro haja um mundo mais equilibrado, onde empresas e pessoas consigam evoluir sem causar mais danos ao meio ambiente. E sem prejudicar o futuro do planeta para as próximas gerações. Porém as práticas de sustentabilidade são um caminho encontrado para melhorar a imagem de empresas, e diminuir custos de produção, colaborando acima de tudo com o meio ambiente.

Ademais a competitividade dentro do mercado das indústrias de cosméticos tem feito com que elas busquem inovação e diferencial através da sustentabilidade na fabricação de seus produtos afim de agregar valor de mercado de forma mais consciente.

Essas práticas sustentáveis são de suma importância para o futuro das empresas e principalmente para a sociedade. De modo geral, quando as indústrias investem em sustentabilidade elas agregam valor ao produto fazendo com que a sociedade consuma de forma mais consciente.

Portanto, com esse trabalho pretende-se analisar a importância e qual o impacto que a sustentabilidade traz as empresas de cosméticos e como essas melhorias nos produtos são observadas pelo consumidor final.

1 ECONOMIA E MEIO AMBIENTE

Em 1972 a ONU (Organização das Nações Unidas) convocou a Conferência sobre o Ambiente e o ser Humano, em Estocolmo (Suécia). Onde estava em pauta o manifesto ambiental que são 19 princípios para inspirar a humanidade na conscientização do mundo. Eles acreditavam que o meio ambiente era uma fonte inesgotável de matérias-primas e que os recursos eram infinitos, mas ao longo do tempo notaram que fenômenos como secas, a chuva ácida e a inversão térmica, fizeram com que essa visão ambiental do mundo começasse a ser questionada.

Chegamos a um ponto na História em que devemos moldar nossas ações em todo o mundo, com maior atenção para as consequências ambientais. Através da ignorância ou da indiferença podemos causar danos maciços e irreversíveis ao meio ambiente, do qual nossa vida e bem-estar dependem. Por outro lado, através do maior conhecimento e de ações mais sábias, podemos conquistar uma vida melhor para nós e para a posteridade, com um meio ambiente em sintonia com as necessidades e esperanças humanas [...](ONU, 1972)

Por essa razão a sustentabilidade é tão significativa em todos os âmbitos. O Laurence D. Fink fundador e CEO da BlackRock maior gestora de investimentos do mundo fez uma carta aos presidentes das maiores empresas com a finalidade de exigir um esforço maior no combate ao aquecimento global e com as mudanças climáticas.

Em carta enviada hoje aos nossos clientes, a BlackRock anunciou uma série de iniciativas para posicionar a sustentabilidade no coração da nossa estratégia de investimento. Estas incluem: fazer da sustentabilidade uma parte integrante da construção do portfólio e da gestão de risco; desinvestir daqueles com alto risco de sustentabilidade, como os produtores de carvão para termoeletricas; lançar novos produtos de investimento que filtrem os combustíveis fósseis; e fortalecer nosso compromisso com a sustentabilidade e a transparência em nossas atividades de gestão de investimentos. (FINK, 2020).

Fink acredita firmemente que a economia anda com a sustentabilidade em pro ao meio ambiente. O investidor escreve carta todos os anos, e todos os CEO's de grandes empresas prestam atenção no que ele tem para dizer, na carta de 2020 no começo do ano ele diz:

[...] Os investidores estão cada vez mais considerando estas questões e reconhecendo que o risco climático é um risco de investimento. Na verdade,

as alterações climáticas são quase sempre uma das principais questões que os clientes em todo o mundo abordam com a BlackRock. Da Europa à Austrália, da América do Sul à China, da Flórida ao Oregon, os investidores estão perguntando como devem ajustar seus portfólios. Eles estão procurando entender tanto os riscos físicos associados às mudanças climáticas, como também as formas pelas quais as regulamentações climáticas terão impacto nos preços, custos e demanda em toda a economia. Estas questões estão conduzindo uma reavaliação profunda do risco e do valor dos ativos. E como os mercados de capitais projetam riscos futuros, verem

as mudanças na alocação de capital acontecerem mais rapidamente do que as mudanças no clima. Num futuro próximo – e mais cedo do que muitos preveem – haverá uma realocação significativa de capital [...] (FINK, 2020).

Ademais, as empresas que seguiram esse contexto que tem pautas sociais saíram destacadas na pandemia devido ao COVID-19. essas pautas chamam-se ESG “Environmental, Social and Governance” e em português significa “ambiental, social e governança”. De acordo com o site Savecerrado trata-se de um conjunto de ações e práticas adotadas por empresas que visam a preservação de recursos naturais; a redução do consumo de energia, bem como a utilização de fontes de energia renováveis; a redução dos gases que causam o efeito estufa; a contenção da poluição, o descarte correto e o devido processamento de lixo, o combate à escassez de água, entre outras práticas que se referem ao meio ambiente e a conservação de nosso planeta.

Já quando nos referimos ao social, os princípios da ESG ditam práticas a serem adotadas neste âmbito, como o respeito aos direitos humanos e às leis trabalhistas; a proteção de dados e privacidade; a satisfação dos clientes; o engajamento dos funcionários; a melhora nas condições de trabalho; a promoção e aumento da diversidade nas equipes; a saúde e segurança dos funcionários.

Por fim, a letra G, que se refere à governança ou governança corporativa. Essa parte trata de boas práticas de administração e gestão de uma empresa seguindo os conceitos ESG.

Exemplo de uma empresa que segue o ESG segundo o site Safari Capital a Natura que foi fundada em 1969 por Luiz Seabra. Já em 1983, a Natura se tornou a primeira marca de cosméticos no Brasil a oferecer refil. Em 1995, criaram a linha Crer Para Ver, cujo lucro é revertido em ações para melhoria da educação no país. Em 2006, baniram testes de produtos e ingredientes em animais. Em 2007, criaram o Programa Carbono Neutro com metas de redução das emissões de gases de efeito

estufa em toda a cadeia produtiva. Em 2011, lançaram o Programa Amazônia, com o objetivo de direcionar investimentos para a região. E estas são apenas algumas das iniciativas socioambientais ao longo dos anos, muito antes do tema ficar tão em evidência.

2 SUSTENTABILIDADE

Segundo a WWF “World Wildlife Fund” o que foi traduzido como “Fundo Mundial da Natureza” diz que o Brasil é o quarto país no mundo que produz mais lixo São 11.355.220 toneladas e apenas 1,28% de reciclagem. Só está atrás dos Estados Unidos (1º lugar), da China (2º) e da Índia (3º). Até 2050, se nada for feito para diminuir a produção de lixo, a quantidade descartada pelas pessoas, empresas e governos pode crescer 70% sobre o que foi observado em 2016.

O consumo exagerado, é atualmente o nosso maior problema, pois as indústrias buscam extrair o máximo de recursos do nosso planeta para suprir esse consumo desenfreado da população. E a população por sua vez, está caminhando a passos lentos rumo a conscientização, como mostra a reportagem de Amelia Gonzalez,G1(2018); o instituto Akatu realizou uma pesquisa sobre consumo consciente e 76% dos 1.090 entrevistados, homens e mulheres como mais de 16 anos, não praticam o consumo consciente. “Entre os mais conscientes, 24% têm mais de 65 anos, 52% são da classe AB e 40% possuem ensino superior”. Uma pesquisa feita pela Fundação Dom Cabral com mais de 400 empresas mostra que 78% delas afirmaram que a preocupação com o tema sustentabilidade está na estratégia de negócios, mas apenas 36% têm ações concretas nesta área. Essas mesmas companhias que formam os 78% ainda percebem ações voltadas para a sustentabilidade somente como uma valorização de sua marca e imagem, não levando em conta que as fontes de matérias primas são limitadas e a falta do pensamento ecológico coloca as próximas gerações em risco.

Assim, tomando-se por preceito a sustentabilidade, foi definida pela ONU em 1987 como “o desenvolvimento que responde às necessidades do presente sem comprometer as possibilidades das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades”; podemos ainda subdividir essa definição em três aspectos que visam buscar as melhorias necessárias para a produção e consumo conscientes que são eles social, ambiental e econômico. Essas três vertentes são conhecidas como a tríplice da sustentabilidade.

2.1 Pilares da sustentabilidade

Em 1994 John Elkington criou os pilares da sustentabilidade conhecido também como Triple Bottom Line logo após a ONU, em 1987, ter lançado o relatório “Nosso futuro comum” na Comissão Mundial.

A sustentabilidade tem como bases três aspectos , social, econômico e ambiental que tratam respectivamente da integração de todos os indivíduos da sociedade, proporcionando a eles as condições necessárias para que exerçam sua cidadania, o reaproveitamento de matérias primas, o desenvolvimento de métodos de produção mais econômicos, o uso consciente dos recursos naturais e também o planejamento para a reposição dos mesmos.

Essas três vertentes são consideradas principais para um negócio sustentável. De acordo com Tecnicon Sistemas Gerais as vantagens que o pilares da sustentabilidade podem trazer a uma corporação são, economia de matérias, variedades de produtos, aumento de produtividade, uma boa imagem para empresa, inovação, redução de custo, adequação aos padrões ambientais entre outros benefícios.

Vale ressaltar que esses três pilares devem ter seus resultados sempre alinhados com os da empresa pois não devem ser definidos como ações pontuais ou ser usados como resultados compensatórios; por esse motivo necessita de planejamento, acompanhamento e avaliação dos resultados.

2.2 Índice de sustentabilidade empresarial (ISE)

Em 2005 foi criado o índice de sustentabilidade empresarial que foi financiada pela International Finance Corporation (IFC) que originalmente é um método de análise de sustentabilidade das empresas listadas na B3. Esse índice examina a sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança.

Entre os objetivos da criação desse índice está a busca por estimular a responsabilidade ética das corporações, criar um ambiente compatível com as demandas. Ademais, de acordo com o site infomoney, esse indicador também

[...] Cria diferenciações em termos de qualidade, nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, equidade, transparência e prestação de contas. Também leva em conta a natureza do produto e o desempenho empresarial. No caso do desempenho, são avaliadas as dimensões econômico-financeira, social, ambiental e mudança do clima... (INFOMONEY)

3 COSMÉTICOS

Produtos Cosméticos, de Higiene Pessoal e Perfumaria são definidos como preparações feitas com substâncias naturais ou sintéticas, para serem utilizados externamente nas diversas partes do corpo humano, com o objetivo de limpá-los, perfumá-los alterar sua aparência, corrigir odores corporais, protegê-los e/ou mantê-los em bom estado.

A palavra “cosméticos” vem do grego kosmetikós, que significa, “que serve para ornamentar”. Embora pertençam a mesma categoria, a diferença entre cosméticos, produtos de higiene pessoal e perfumes está na formulação de cada produto, finalidade de uso e áreas do corpo que se destinam.

Destaca-se que o Brasil é o 4 maior consumidor mundial de produtos cosméticos, atrás dos Estados Unidos, China e Japão, respectivamente.

A busca pela beleza e o avanço da idade tem estimulado muitos estudos com o objetivo de desenvolver produtos cosméticos cada vez melhores. Aliado a isto, o consumo está cada dia mais exigente, buscando por cosméticos multifuncionais, ou seja, cosméticos que apresentam mais de um benefício, como o hidratante que possui ação anti-idade, firmador e protetor. A loção de limpeza que limpa a pele, tonifica e é adstringente ao mesmo tempo. A praticidade e a funcionalidade em um único produto.

Os produtos cosméticos são classificados em dois grupos: produtos de grau 1 e de grau 2, os critérios para essa classificação foram definidos em função da probabilidade de ocorrência de efeitos não desejados devido ao uso inadequado do produto, sua formulação, finalidade de uso, áreas do corpo a que se destinam e cuidados a serem observados durante a utilização.

3.1 Produtos de grau 1

São produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes que se caracterizam por possuírem propriedades básicas, cuja comprovação não seja

inicialmente necessária. Desta forma não requerem informações detalhadas quanto ao seu modo de usar e suas restrições de uso, devid ás suas características, como:

- Água de colônia;
- Perfume;
- Creme ou loção hidratante;
- Esmalte;
- Maquiagem;
- Shampoo e condicionador;

3.2 Produtos de grau 2

São produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes que possuem indicações específicas, cujas características exigem comprovação de segurança e/ou eficácia, bem como informações e cuidados, modo e restrições de uso, como:

- Pasta de dente anticárie, antiplaca ou antitártaro;
- Hidratante contendo ácidos;
- Maquiagem contendo protetor solar;
- Hidratante antiestria;
- Gel para tratamento de acne;

4 MERCADO DE COSMÉTICOS NO BRASIL

Como dito o Brasil é o 4º país mais consumidor de produtos cosméticos, os produtos brasileiros são exportados para um total de 174 países segundo o Ministério da Economia e a Secretaria de Comércio Exterior, sendo a Argentina responsável por quase um quarto (24,8%) do valor exportado em 2020.

“Uma análise desse mercado, também realizada pela Nielsen, aponta que produtos mais sustentáveis crescem mais rápido. Em comparação com os não sustentáveis, itens cruelty free (produzidos sem testes em animais) têm crescimento 61% maior. Já aqueles com ingredientes naturais apresentam um ritmo de crescimento de 124%.” O consumo de produtos veganos são positivos para o bem-estar e o meio ambiente, a opção por essas linhas de cosméticos que trazem benefícios para a pele, para o cabelo, para o espírito, e o mais importante sem o sofrimento animal cresce a cada dia. O veganismo entrou para ficar.

Durante a pandemia a procura por produtos antibacterianos e naturais aumentou muito, as empresas para se reinventarem apostaram no desenvolvimento desses produtos com ativos antibacterianos, e sustentáveis. Com o novo modo e mais tempo para se informar as pessoas estão percebendo que os hábitos diários podem impactar o meio ambiente, com essa mudança de comportamento a busca por cosméticos naturais cresce e cria um mercado promissor. Produtos como shampoos e condicionadores em barra são tendências, além de não terem embalagens poluentes, usam apenas 2% de água na sua produção e, são formados por produtos naturais que quando voltam para o meio ambiente, servem de alimentos para os peixes. A sustentabilidade, a natureza, o respeito ao meio ambiente estão em alta, vem sendo muito debatido, consumidores mais conscientes olhando além da embalagem.

5 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Desenvolvimento sustentável trata-se da preocupação com a natureza, uma forma das pessoas atingirem um nível satisfatório de desenvolvimento social e econômico e de realização humana e cultural, possibilitando o uso adequado dos recursos da terra. O desenvolvimento sustentável surgiu em 1987 no Relatório Brundtland, foi elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento pertencente a ONU (Organizações das Nações Unidas). Desde então ele ganha destaque em várias empresas de cunho socioambiental e econômico.

O planejamento e reconhecimento são fundamentais para lidar de forma sustentável, representando uma nova forma de desenvolvimento econômico, social e meio ambiente.

No desenvolvimento sustentável há princípios que o compõe:

- Desenvolvimento econômico:

Para obter o crescimento de um desenvolvimento econômico o país tem que ter em mente que é necessário ter capital, investimento e lucro.

- Desenvolvimento social:

Já o desenvolvimento social entende-se por obter melhores condições de vida, também é levado em conta a pluralidade cultural como uma grande riqueza da humanidade.

- Conservação ambiental:

A conservação ambiental refere-se ao uso consciente dos recursos naturais e ecossistemas.

A prioridade do desenvolvimento sustentável é contemplar as esferas econômicas, sociais e ambientais respeitando o meio ambiente. No ano de 2015 um evento de escala global reuniu países para orientar a cooperação internacional e a política Nacional até o ano de 2030, e desenvolveram 17 objetivos sustentáveis:

- Erradicar a pobreza;
- Erradicar a fome;

- Saúde de qualidade;
- Educação de qualidade;
- Igualdade de gênero;
- Água potável e saneamento;
- Energias renováveis e acessíveis;
- Trabalho digno e crescimento econômico;
- Indústrias, inovação e infraestruturas;
- Redução das desigualdades;
- Cidades e comunidades sustentáveis;
- Consumo e produção responsáveis;
- Ação contra a mudança global do clima;
- Vida na água;
- Vida terrestre;
- Paz, justiça e instituições eficazes;
- Parcerias e meios de implementação.

O Brasil é considerado um país de destaque internacional quando o assunto se trata de sustentabilidade, habitação, transporte, alimentação, bens de consumo, são itens que o mantém na lista de países sustentáveis junto a 13 países, como, Alemanha, Austrália, Canadá, China, Espanha, Estados Unidos, França, Inglaterra, Hungria, Índia, Japão, México e Rússia.

5.1 Desenvolvimento sustentável nas indústrias cosméticas

A natura oferece uma solução para o desmatamento de florestas, fazendo assim parte do movimento B-corp grupo mundial de empresas que unem lucro com benefícios socioambientais, além da marca fazer a utilização de um selo chamado UEBT que reconhece que é usado apenas ingredientes de origem sustentável.

A B-corp vem trabalhando nisso desde 2014 colocando empresas que associam crescimento econômico à promoção do bem-estar social e ambiental. O

projeto UBET vem desde 2017 garantindo que os ingredientes sejam naturais respeitando pessoas, floresta e diversidade.

Uma outra empresa que pratica a sustentabilidade é a oboticario, a marca tem lojas sustentáveis com produtos veganos, cruelty free, orgânicos, e até produtos que são feitos com o aproveitamento do plástico verde. O plástico que seria jogado fora foi reaproveitado, triturado até ser transformado em blocos sustentáveis servindo para ser usado no piso, parede e teto da loja. Em 2017 mais de 600 produtos que a empresa lançou apresentaram melhoria no termo sustentável, tanto em formulação, embalagem e fabricação.

6 MUDANÇAS IMPLEMENTADAS PELAS INDÚSTRIAS NA CADEIA DE PRODUÇÃO

“As empresas que não mudam tendem ao fracasso”

Flavio Andrade (2010)

Ultimamente empresas que praticam a sustentabilidade têm obtido melhores resultados em questão de rendimento do que empresas que não apostam na inovação, em novas tecnologias e que estão propensas a falhar.

Atualmente os consumidores se preocupam muito com o meio ambiente e buscam produtos que atendem esse requisito, portanto, as empresas tiveram que se adaptar a essa mudança para conseguir atender esse novo campo de consumidor.

A Inovação sustentável tem ganhado um destaque imenso em instituições e no mercado global. Ela consiste na aplicação de novidade apresentando diversas formas, como, técnicas, científicas. Ela mostra que é possível inovar de diversas formas dentro de uma indústria, e uma inovação conseqüentemente se resulta em uma mudança tanto de mentalidade como de métodos, processos organizacionais e até mesmo de ferramentas.

Inovações acontecem dentro da gestão, nos processos produtivos ou na melhoria de um produto, e para isso é necessário pessoas, negócios e tecnologias.

6.1 Benefícios decorrentes das mudanças

Alguns benefícios que a sustentabilidade traz são:

- Crescimento consciente;
- melhoria na relação com o consumidor;
- abordagem socioecológica;
- vantagem competitiva;
- redução de custos;

- incentivo à inovação e colaboração para redução de impactos e mudanças climáticas.

A prática é importante pois favorece muitas empresas que usam um paradigma atual de crescimento que apresenta graves problemas.

Para tornar uma produção mais sustentável é necessário otimizar processos para fazer mais com menos, outra opção é melhorar o uso de embalagens, investir em materiais com fontes renováveis, reaproveitar resíduos para buscar a melhora do rendimento produtivo, a natura por exemplo lançou um desafio chamado “innovation challenge” que propõe zerar resíduos de suas embalagens.

7 CENÁRIO DO MERCADO DE COSMÉTICOS NO BRASIL APÓS AS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

Atualmente o cenário após as práticas sustentáveis vem sendo modificado. Uma das renomadas empresas, como a Natura, já adotou e vem adotando práticas sustentáveis, que visam a conservação do ecossistema.

Segundo o site da Natura “Investimos em um modelo de desenvolvimento que valoriza o manejo da Floresta Amazônica e práticas agrícolas sustentáveis, combatendo o desmatamento. É por isso, entre outras razões, que fazemos parte do movimento B-Corp – grupo mundial de empresas que unem lucro com benefícios socioambientais – e nossa marca Ekos tem o selo UEBT (Union for Ethical Biotrader), que reconhece que usamos ingredientes de origem sustentável e mantemos uma relação ética com comunidades fornecedoras. ”

A natura atualmente trabalha com certificações, assim desde 2014 foi integrada uma rede global de empresas que associam crescimento econômico à promoção do bem-estar social e ambiental. A certificação B Corp reforça o compromisso com o desenvolvimento sustentável mundial.

A natura conta também com o selo The Leaping Bunny, da Cruelty free international, uma das organizações mais respeitadas na luta pelo fim de teste em animais, assim a Natura é livre de crueldade animal desde 2006, mas só recebeu a certificação em setembro de 2018.

A Natura conta com o selo UEBT, sigla em inglês que traduzido é União para o BioComércio Ético, associação internacional sem fins lucrativos, tornou visível nos produtos Ekos, em 2018, os três pilares que norteiam os seus negócios como um todo: comércio justo, conservação da biodiversidade brasileira e relacionamento de confiança com a comunidade. O selo confirma que todos os ingredientes vegetais da formulação dos produtos Ekos passaram por um sistema que avalia os princípios de biocomércio ético da UEBT, como a existência de práticas que garantam a manutenção dos ecossistemas, repartição justa dos benefícios pelo uso da biodiversidade e do conhecimento tradicional associado, respeito pelas condições de trabalho, entre outros pontos.

Gerar impactos social e ambiental positivos é o objetivo, zelar por toda a cadeia de valor, conciliando objetivos de negócios, ambientais, sociais e humanos, desde a extração de matérias-primas, até o descarte das embalagens após o uso pelo consumidor.

A natura prioriza ingredientes vegetais, com recursos renováveis, em 2017, cerca de 84% das matérias-primas já tinham essa origem. Em 2017 também cerca de R\$ 172 milhões foram investidos em inovação.

Foi criado também o programa Amazônia em 2011, que impulsionou a geração de negócios sustentáveis na região. De 2010 a 2017 foi acumulado mais de R\$ 1,2 bilhões em volume de negócios na área. A natura compra matéria-prima para a produção de seus produtos de 34 comunidades locais, incentivando técnicas produtivas, que já contribuíram para a conservação de 1,8 milhão de hectares de florestas em pé, consequentemente para a redução do desmatamento, que é um dos principais responsáveis pelas emissões de gases de efeito estufa no Brasil. Além de tudo a Natura desde 2007 é uma empresa 100% carbono neutro.

A Natura, MapBiomás e a InfoAmazônia, se juntaram para criar o PlenaMata, uma iniciativa que joga luz a um dos principais desafios do Brasil, e do mundo, o desmatamento da Amazônia, unir esforços para acabar com esse problema e, ao mesmo tempo, apoiar e valorizar o desenvolvimento dessa região, as comunidades agroextrativistas e a economia da floresta em pé sempre foi um dos nossos compromissos. Essa iniciativa contribui ativamente trazendo dados em tempo real e histórias sobre o que acontece na região, A iniciativa vai nos ajudar a monitorar a floresta e também será um espaço para mobilização da sociedade a favor da conservação e regeneração da Amazônia.

8 QUESTIONÁRIO

Criamos um formulário no Google Forms, para pesquisa e apontamentos, sobre as práticas sustentáveis, a partir desta pesquisa, foi possível analisar dados relevantes, sobre o atual cenário dos brasileiros, na atuação de práticas sustentáveis.

Podemos notar que 90,4% adotam medidas sustentáveis, mas apenas 90% prática, como citadas a diminuição do consumo exagerado, utilizar produtos reciclados e dentre essas apenas 19,2% consomem produtos de marcas sustentáveis, assim então 9,6% não adotam essa prática. Apenas 1,9% de 98,1%, não concordam que o excesso de plásticos que vem de produtos de cosméticos é prejudicial para o planeta. Podemos notar que 94,2% têm vontade de consumir de empresas que praticam ações sustentáveis, os outros 5,8% dizem não ter vontade. Mas 100% consideram importantes as empresas adotarem práticas sustentáveis. Nota-se que 88,5% são a favor de produtos veganos e embalagens naturais, pois acreditam que atitudes assim contribuirá com o equilíbrio ao meio ambiente. Sobre empresas sustentáveis, 44,2% consomem Natura, e 40,4% O Boticário, assim 10% consomem de outras marcas.

Assim podemos ver, que a maioria enxerga que práticas sustentáveis são importantes, e que a maioria adota medidas sustentáveis. Sobre as empresas que apoiam esta causa, a maioria consome dessas marcas, com isso notamos que, é de extrema importância empresas que adotam essa causa, e contribuem para o desenvolvimento do meio ambiente de forma equilibrada.

Contagem de Sobre medidas sustentáveis, você adota?

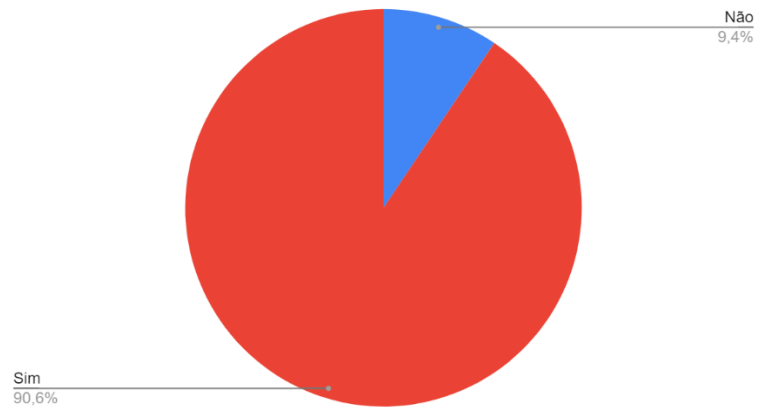


Figura 1- medidas sustentáveis, você adota

Contagem de Qual das medidas abaixo, você pratica?

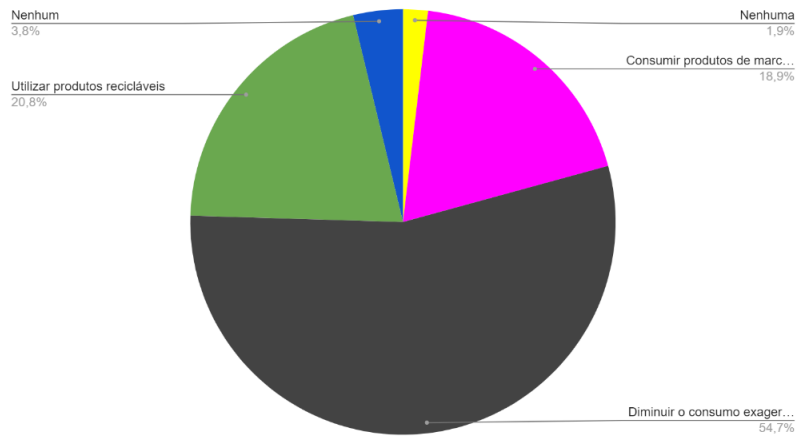


Figura 2- qual das medidas abaixo, você pratica

Contagem de Você acha que o consumo exagerado de plásticos, que vem de produtos de cosméticos, são prejudici...

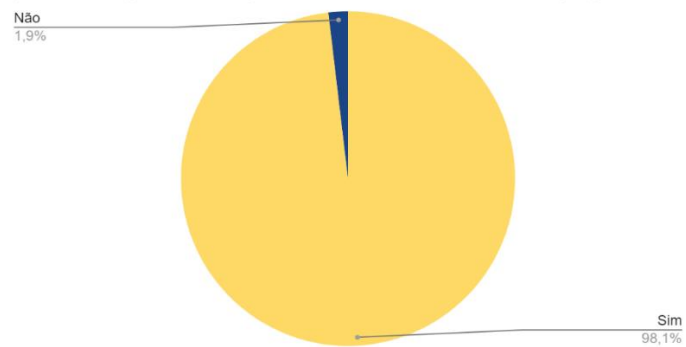


Figura 3- você acha que o consumo exagerado de plásticos que vem de produtos de cosméticos, é prejudiciais

Contagem de Às empresas de cosméticos que tem ações sustentáveis te deixam com mais vontade de consumi-las ?

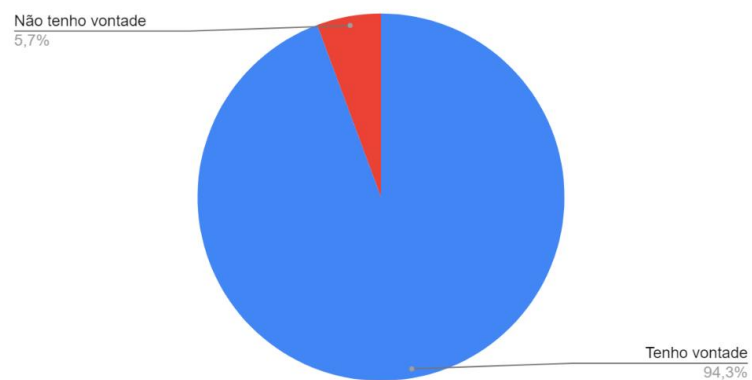


Figura 4- as empresas de cosméticos que tem ações sustentáveis te deixam com mais vontade de consumi-las

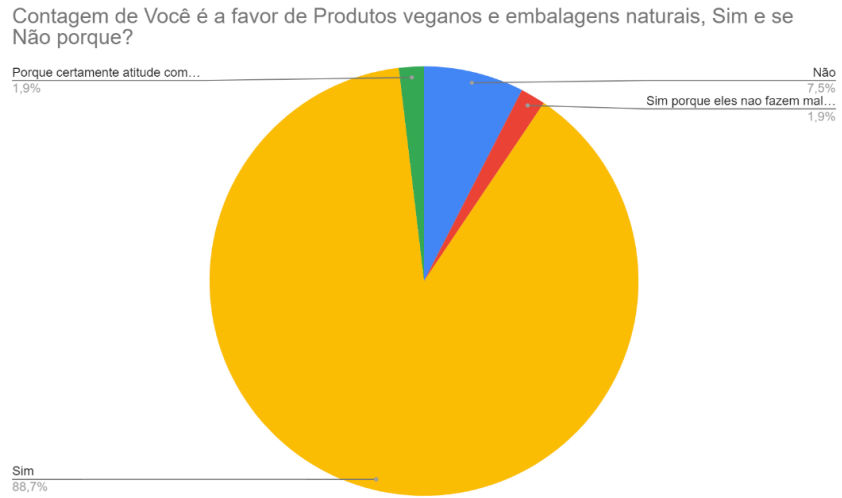


Figura 5- você é a favor de produtos veganos e embalagens naturais, sim e se não porque

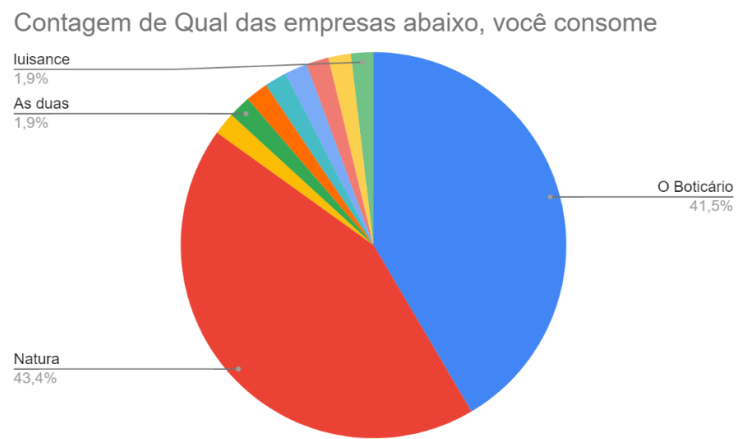


Figura 6- qual das empresas abaixo, você consome

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a percepção de que as matérias primas não são infinitas, a sustentabilidade se torna um ponto importante para as empresas e para nós no dia a dia. Ao adotar a sustentabilidade as empresas ganham uma publicidade positiva, por não estarem envolvidas em escândalos, o engajamento dos colaboradores tende a melhorar pois assim eles sentem que fazem parte de algo maior, e que cuida do nosso meio ambiente. Há um retorno para a sociedade se investir em formas de produções menos ou nada poluentes, haveria uma melhoria da qualidade do ar, já que haveria a redução dos gases que causam o efeito estufa. O ganho de vantagem competitiva é certo, vendo que as pessoas estão mais conscientes e se tornam aliados dessas marcas e divulgam suas ações direcionadas a um mundo melhor.

Com esse estudo chegamos à conclusão que 94,2% do consumidor final tem vontade de consumir de empresas que praticam ações sustentáveis, os outros 5,8% dizem não ter vontade. 100% consideram importante as empresas adotarem as práticas sustentáveis pois acreditam que atitudes assim contribuirá com o equilíbrio ao meio ambiente.

Como limitações desse estudo ao pesquisarmos sobre “o cenário da empresa de cosméticos após a sustentabilidade” não encontramos o esperado já que apesar de ser um assunto em pauta e que muitas empresas querem aderir, é algo que ainda está mais no papel do que na prática.

Espera-se que essa pesquisa seja uma forma de contribuição nas ações das empresas e dos consumidores, pois acredita-se que a práticas sustentáveis será capaz de reduzir os impactos gerados pelas indústrias. A sensibilização da geração atual é a base para um meio ambiente melhor e qualidade de vida para as gerações futuras.

REFERÊNCIAS

A ONU e o meio ambiente. Nações Unidas Brasil . 2020. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente>. Acesso em: 30 ago. 2021.

COMO as empresas têm inovado levando em conta a sustentabilidade. eosconsultores. 2017. Disponível em: <https://www.eosconsultores.com.br/inovacao-e-sustentabilidade/>. Acesso em: 11 out. 2021.

COSMÉTICOS grau 1 e 2: qual a diferença?. Pharmaceutica Jr. 2020. Disponível em: <https://pharmaceuticajr.com.br/blog/cosmeticos-grau-1-e-2-qual-a-diferenca/>. Acesso em: 8 set. 2021.

DA Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente Humano, em Estocolmo, à Rio-92: agenda ambiental para os países e elaboração de documentos por Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Senado. Brasília . Disponível em: <https://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/rio20/a-rio20/conferencia-das-nacoes-unidas-para-o-meio-ambiente-humano-estocolmo-rio-92-agenda-ambiental-paises-elaboracao-documentos-comissao-mundial-sobre-meio-ambiente-e-desenvolvimento.aspx>. Acesso em: 31 ago. 2021.

DATTO , Felipe . **Desenvolvimento sustentável: conceito, origem e exemplos** **Desenvolvimento sustentável: conceito, origem e exemplos**. Meio sustentável. 2020. Disponível em: <https://meiosustentavel.com.br/desenvolvimento-sustentavel/>. Acesso em: 10 out. 2021.

ENTENDA os três pilares da sustentabilidade. Tera Ambiental . 2021. Disponível em: <https://www.teraambiental.com.br/blog-da-tera-ambiental/entenda-os-tres-pilares-da-sustentabilidade>. Acesso em: 30 ago. 2021.

FINK, Laurence. **Uma mudança estrutural nas finanças**. blackrock. 2020. Disponível em: <https://www.blackrock.com/br/larry-fink-ceo-letter>. Acesso em: 30 ago. 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIRALDI, Renata ; ADJUTO, Graça . **Brasil é o 4º país que mais produz lixo no mundo, diz WWF**. Agência Brasil. Brasília , 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2019-03/brasil-e-o-4o-pais-que-mais-produz-lixo-no-mundo-diz-wwf>. Acesso em: 3 set. 2021.

GONZALEZ, Amelia. **Pesquisa mostra que 76% não praticam consumo consciente no Brasil**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/natureza/blog/amelia-gonzalez/post/2018/07/25/pesquisa->

mostra-que-76-nao-praticam-consumo-consciente-no-brasil.ghtml> Acesso em: 05 jun. 2021.

ÍNDICE de Sustentabilidade Empresarial ISE. Infomoney. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/cotacoes/ise/>. Acesso em: 3 set. 2021.

KALKUHL, Matthias ; WENZ, Leonie . **The impact of climate conditions on economic production. Evidence from a global panel of regions.** Eco Debate. 2020. Volume 103 p. Disponível em: <https://www.ecodebate.com.br/2020/08/20/aquecimento-global-pode-causar-maiores-danos-as-nossas-economias-do-que-o-esperado/>. Acesso em: 1 set. 2021.

MAIORIA das empresas que investem em sustentabilidade buscam melhoria da imagem, diz IBGE. G1 Globo. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/07/03/maioria-das-empresas-que-investem-em-sustentabilidade-buscam-melhoria-da-imagem-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 3 set. 2021.

MARCÍLIO , Maria (Org.). **Declaração de Estocolmo sobre o ambiente humano - 1972.** biblioteca virtual de direitos humanos . São Paulo. Disponível em: <http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Meio-Ambiente/declaracao-de-estocolmo-sobre-o-ambiente-humano.html>. Acesso em: 30 ago. 2021.

O SURPREENDENTE mercado de beleza no Brasil e seu público. Negócios SC. 2021. Disponível em: <https://negociossc.com.br/blog/o-surpreendente-mercado-de-beleza-no-brasil-e-seu-publico/>. Acesso em: 8 set. 2021.

PARDINI, Daniel ; JESUS, Priscila. **Mudanças nas práticas organizacionais com a implementação do programa de gerenciamento da cadeia de suprimentos (GCS) em uma multinacional do setor siderúrgico.** Scielo Brasil. Belo Horizonte, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jistm/a/Q387fhqhz6w95MQY5CQCSfx/?lang=pt>. Acesso em: 10 out. 2021.

PENTEADO, Olga . **O futuro do mercado de beleza: novos hábitos trazidos pela pandemia devem continuar em alta mesmo depois da crise.** Vogue. 2020. Disponível em: <https://vogue.globo.com/beleza/noticia/2020/08/o-futuro-do-mercado-de-beleza-novos-habitos-trazidos-pela-pandemia-devem-continuar-em-alta-mesmo-depois-da-crise.html>. Acesso em: 8 set. 2021.

PEREIRA, Denise *et al.* **Inovação sustentável nas empresas de cosméticos.** Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/eso2621.pdf>. Acesso em: 10 out. 2021.

PINHO, Inara. **Como surgiu o termo Desenvolvimento Sustentável: Cronologia da evolução da consciência ambiental no mundo.** IbiJus. Rio de Janeiro , 2019. Disponível em: <https://www.ibijus.com/blog/302-como-surgiu-o-termo-desenvolvimento-sustentavel>. Acesso em: 10 out. 2021.

PORTAL plenamata: de olho no que acontece na amazônia. Natura. Disponível em: https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/plenamata?iprom_id=sustentabilidade_bannerprincipal&iprom_name=destaque1_plenamata&iprom_creative=materia_saiba-mais_blog&iprom_pos=1. Acesso em: 13 out. 2021.

PRODUTOS Cosméticos, de Higiene Pessoal e Perfumes. Centro de Vigilância Sanitária. São Paulo. Disponível em: http://www.cvs.saude.sp.gov.br/apresentacao.asp?te_codigo=4. Acesso em: 8 set. 2021.

QUEM mais gera lixo no mundo, e quem mais sofre com o problema. Época Negócios . 2018. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Mundo/noticia/2018/10/quem-mais-gera-lixo-no-mundo-e-quem-mais-sofre-com-o-problema.html>. Acesso em: 3 set. 2021.

SIGNIFICADO de Cosmética. Significados . 2013. Disponível em: <https://www.significados.com.br/cosmetica/>. Acesso em: 8 set. 2021.

SOUSA, Rafaela. **Sustentabilidade**. Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/educacao/sustentabilidade.htm>> Acesso em: 05 jun. 2021.

SUSTENTABILIDADE no mercado de cosméticos. eureciclo. Disponível em: <https://blog.eureciclo.com.br/sustentabilidade-no-mercado-de-cosmeticos/>. Acesso em: 11 out. 2021.

SUSTENTABILIDADE: causas e compromissos. Natura. Disponível em: <https://www.natura.com.br/sustentabilidade>. Acesso em: 13 out. 2021.

VOCÊ conhece o ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial. Tera Ambiental. 2014. Disponível em: <https://www.teraambiental.com.br/blog-da-tera-ambiental/voce-conhece-o-ise-indice-de-sustentabilidade-empresarial-ise>. Acesso em: 30 ago. 2021.

VOCÊ já ouviu falar sobre o termo ESG. savecerrado. Belo Horizonte, 2021. Disponível em: <https://www.savecerrado.org/voce-ja-ouviu-falar-sobre-o-termo-esg/>. Acesso em: 30 ago. 2021.

Anexo A – Declaração de Autenticidade



DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no curso **Técnico em administração** na **ETEC “Profª Anna de Oliveira Ferraz”**, declaramos ser os autores do texto apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso com o título “O Impacto de Práticas Sustentáveis nas Indústrias de Cosméticos”.

Afirmamos, também, ter seguido as normas da ABNT referente às citações textuais que utilizamos, dessa forma, creditando a autoria a seus verdadeiros autores (Lei n.9.610, 19/02/1998).

Através dessa declaração damos ciência da nossa responsabilidade sobre o texto apresentado e assumimos qualquer encargo por eventuais problemas legais, no tocante aos direitos autorais e originalidade do texto.

Araraquara, ___ de _____ de 20__.

Nome	RG	Assinatura
Bruna Eduarda dos Reis	53.644.470-5	<i>Bruna Reis</i>
Franciele Crepaldi Ribas	60.342.820-4	<i>Franciele Crepaldi</i>
Iasmim Ramos	57.855.555-4	<i>Iasmim Ramos</i>
Micaella Monique Arca	62.455.839-3	<i>micaella Arca</i>