

SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL: ESTUDO DE CASO NO SETOR DE COSMÉTICOS

DALILA GONÇALVES DA SILVA

ESCOLA PAULISTA DE POLÍTICA, ECONOMIA E NEGÓCIOS - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO - EPPEN/UNIFESP

CLAUDIA TEREZINHA KNISS

ESCOLA PAULISTA DE POLÍTICA, ECONOMIA E NEGÓCIOS - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO - EPPEN/UNIFESP

KUMIKO OSHIO KISSIMOTO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO (UNIFESP)

HEIDY RODRIGUEZ RAMOS

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

Agradecimento à órgão de fomento:

Ao apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pelas Bolsas de Produtividade.

SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL: ESTUDO DE CASO NO SETOR DE COSMÉTICOS

Introdução

As práticas sustentáveis podem contribuir para a geração de vantagens competitiva nas organizações. O setor de cosméticos está crescendo potencialmente, tornando-se responsável por uma parcela significativa do impacto ambiental gerado pelas empresas. Torna-se necessário a implementação de ações sustentáveis para mitigá-los. Para a produção de cosméticos, se utiliza diversas matérias-primas provindas da fauna e flora.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Este trabalho tem como objetivo caracterizar as ações de sustentabilidade de uma empresa do setor de cosméticos e analisar a relação com a vantagem competitiva da organização.

Fundamentação Teórica

As empresas do setor de cosméticos, ou como a ABIHPEC (Associação Brasileira de Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) denomina HPEC (higiene pessoal e cosméticos), estão crescendo e se tornando responsáveis por parte do impacto ao meio ambiente.. É necessário que elas repensem suas práticas e comecem implementar ações sustentáveis. Para a produção de cosméticos, se utiliza diversas matérias-primas provindas da fauna e flora, e com o passar de décadas de exploração a população consciente começa a combater essa prática e exigir fiscalizações mais rígidas para essa de produção .

Metodologia

Foi realizada uma pesquisa do tipo descritiva com abordagem qualitativa e estratégia de pesquisa estudo de caso. Os dados primários foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas com os funcionários da empresa em estudo e os dados secundários foram obtidos por meio da análise de documentos da empresa.

Análise dos Resultados

Com a pesquisa observou-se que a sustentabilidade se constitui como uma vantagem competitiva para a empresa. Além de contribuir para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU, reflete no aumento da confiabilidade dos consumidores. Dedicar esforços na melhoria contínua, considerando os princípios do ESG, é de suma importância para que essas práticas atualmente consideradas como uma vantagem competitiva perpetuem nas empresas.

Conclusão

Implementar ações voltadas para sustentabilidade não são feitas rapidamente, requerendo das empresas um planejamento de médio a longo prazo, esforços e investimentos. No caso da empresa em estudo, custo e tempo são tópicos sensíveis que impactam diretamente na implementação dos projetos. Além disso, observou-se que outros pontos importantes incluem a divulgação das informações/resultados e a comunicação clara com o público-alvo.

Referências Bibliográficas

Almeida, G. G. F., Arend, S. C., & Engel, V. (2018). A sustentabilidade ambiental como estratégia das marcas verdes. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 14(3). Brito, R. P. d., & Berardi, P. C. (2010). Vantagem competitiva na gestão sustentável da cadeia de suprimentos: um metaestudo. *Revista de Administração de Empresas*, 50, 155-169. Japiassú, C. E., & Guerra, I. F.

(2017). 30 anos do relatório Brundtland: nosso futuro comum e o desenvolvimento sustentável como diretriz constitucional brasileira. Revista de Direito da Cidade, 9(4), 1884-1901.