



XVII Semana do Administrador do Sudoeste da Bahia ISSN: 2358-6397

O Administrador da Contemporaneidade: desafios e perspectivas

Sustentabilidade aplicada aos negócios: um estudo de caso da empresa Natura S.A.

Autoria: Silas Dias Mendes Costa¹ e Antônio Oscar Santos Góes²

¹ UESC, E-mail: silas.mendes@hotmail.com

² UESC, E-mail: oscargoes11@hotmail.com

Introdução

Uma constante preocupação das corporações em solucionar problemas de caráter socioambiental como segurança e qualidade dos produtos tem crescido, pois além de exercer um efeito positivo na imagem corporativa, colabora com a qualidade global dos produtos e serviços a fim de tornar a empresa mais competitiva. Nesse contexto, a adoção de mecanismos e ações que contribuam ou influenciem para o desenvolvimento sustentável e questões ambientais constituem vantagem estratégica entre os diversos segmentos organizacionais.

Sobre essa perspectiva argumenta-se: É possível oferecer serviços ou produtos sobre o viés da sustentabilidade? Como as questões sociais e ambientais podem ser transformadas em vantagens competitivas? O desenvolvimento sustentável deveria ser um vetor central no processo de produção ou seria mais viável focar em performance e considerar esse aspecto de forma subliminar? Pautado nesses argumentos, este trabalho tem como objetivo analisar as ações desenvolvidas pela empresa Natura sobre o viés da sustentabilidade.

Para debater esses questionamentos foi realizada uma pesquisa básica, de caráter exploratório e natureza qualitativa, além de uma coleta telematizada de informações disponibilizadas via web site da empresa analisada. A revisão bibliográfica fundamentou-se em livros, artigos científicos e sites, com o intuito de aprofundar e esclarecer as questões relacionadas à sustentabilidade.

Nessa abordagem o conceito de eficiência ganha destaque, fala-se em produtividade, em fazer mais com o mínimo de recursos possíveis. As empresas precisam transformar os desafios que o modelo sustentável apresenta em oportunidades de negócios. Isso implica numa reavaliação dos métodos de produção, análise do portfólio de produtos e até mesmo mudança do modelo de gestão.

Desta forma, o propósito central deste trabalho consiste em analisar ações e mecanismos de gestão e produção adotados pela empresa Natura S.A. para a fabricação de produtos atrelados a sustentabilidade. Para o alcance dessa proposta ter-se-ão como objetivos específicos: investigar a viabilidade de produtos ditos sustentáveis e identificar nesse contexto, aspectos considerados como vantagens competitivas.

Marco Teórico

Para tratar de aspectos que se configurem como vantagem competitiva no modelo de negócios sustentáveis torna-se pertinente apresentar o conceito de sustentabilidade, permitindo desta forma uma compreensão mais ampla e clara do assunto.

Para Almeida (2009) a sustentabilidade esta associada à utilização dos recursos disponíveis de maneira de maneira equilibrada, implicando assim na harmonização dos objetivos econômicos, ambientais e sociais suprimindo, desta forma, as necessidades do presente e assegurando que as gerações futuras também possam atender as suas necessidades. “O caminho da sustentabilidade aponta para o bom senso, ou seja, para melhorar as dimensões social e ambiental e, ao mesmo tempo, alavancar a dimensão econômica. (ALMEIDA, 2007,p. 203.)

Recorrendo-se a fatos históricos, observa-se que o período pós-industrial foi marcado por significativas transformações no contexto econômico, político e social, deixando como herança um modelo de consumo baseado na aquisição e substituição de produtos em um curto período de tempo ao passo que houve também um crescimento das variedades de itens ofertados e segmentos de mercado, fazendo com que fosse necessário consumir mais matéria prima para atender as demandas do mercado.

A partir da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro em 1992 - Rio-92, a crise do meio ambiente passou a ter uma percepção mais notória pela sociedade. Nesse ritmo, o debate sobre questões relacionadas aos impactos causados ao meio ambiente, a busca por produtos ecologicamente corretos e a exigência por parte dos consumidores que as empresas assumam compromissos sociais e ambientais tem crescido como reação às práticas de consumo desordenado.

Com a apresentação deste novo cenário, as organizações são convocadas a reavaliar seu modelo de gestão e técnicas relacionadas ao processo produtivo. Segundo Cagnin (2000), a necessidade de inovar perante a globalização e alta competitividade torna-se imperiosa, mas, é preciso levar em considerações os aspectos envolvidos, avaliando os possíveis impactos ambientais.

Para Cavalcanti (1998), nota-se que diferentes atores sociais estão se mobilizando para alcançar processos econômicos sustentáveis e que o crescimento puramente quantitativo não é mais aceitável. O processo produtivo não deve seguir um viés genuinamente mercantilista. O desenvolvimento sustentável deve compreender as dimensões econômica, social, ambiental e política.

Almeida (2007) assegura que os dilemas atuais e futuros, no âmbito ambiental e social, estimulam o surgimento de novas aptidões relacionadas ao exercício da liderança, a formação de forças tarefa, o poder de negociação e a habilidade de focar em resultados. Entretanto, para que isso seja possível é necessário envolver nesse novo modelo de negócio investidores e consumidores, e não apenas a diretoria e funcionários da organização.

“Mudanças nos valores e demandas da sociedade, catalisadas pelas evidências da degradação dos ecossistemas e seus serviços, serão cada vez mais perceptíveis.



XVII Semana do Administrador do Sudoeste da Bahia ISSN: 2358-6397

O Administrador da Contemporaneidade: desafios e perspectivas

Empresas mais atentas já perceberam as novas oportunidades de negócios trazidas por essas mudanças e trataram de se posicionar para aproveitá-las. (ALMEIDA, 2007,p. 207.)

Método de Investigação

No que se refere a abordagem metodológica, este trabalho caracteriza-se por ser uma pesquisa básica, de caráter exploratório e natureza qualitativa. O alicerce teórico foi construído com base em informações consultadas em livros, artigos e textos relacionados ao tema explorado. Consideraram-se, na abordagem do teor da pesquisa, práticas da empresa Natura S.A. no que tange a questão negócio versus sustentabilidade, possibilitando desta forma aplicação de aspectos teóricos em ações práticas da empresa, fundamentando-se nos autores supracitados.

Resultados

Acompanha-se um crescente interesse de homens e mulheres em cuidar cada vez mais e melhor de sua aparência física. Em busca de um estereótipo cada vez mais belo e jovem, acende o consumo de diversos produtos como cremes, cosméticos, óleos e outros produtos do gênero. O consumo de matéria prima para produção desses artigos aumenta e, nesse mesmo compasso aumenta também o descarte das embalagens utilizadas.

Objetivando o seu desenvolvimento no segmento de cosméticos sem desprezar os aspectos relacionados à sustentabilidade, a empresa Natura, objeto de estudo desta pesquisa, desenvolveu a partir de tecnologias verdes uma linha de produtos denominada “Natura Ekos”. Essa classe de produtos permite a redução do impacto ambiental por priorizar a utilização de matérias-primas de fontes renováveis e certificadas além de embalagens que priorizem o uso de materiais recicláveis evidenciando desta forma, que é possível oferecer serviços e produtos sobre o viés da sustentabilidade.

A linha Ekos detém pioneirismo como negócio sustentável. Os produtos são desenvolvidos em comunidades rurais, viabilizando o desenvolvimento social. As famílias dessas comunidades podem adquirir fonte de renda através da venda de produtos para a Natura, fortalecendo a economia e conservando a cultura local em consonância com o manejo sustentável da matéria prima.

Para reafirmar a sua postura sustentável a empresa introduziu no mercado que atua o conceito de refil, uma embalagem que utiliza menos matéria prima para ser produzida quando comparada a embalagem tradicional, exigindo desta forma menos recursos da natureza para ser fabricada, além de proporcionar a reutilização da embalagem regular do produto evitando gastos e desperdícios.

“Além de ser uma opção mais econômica para o consumidor, pois custa, em média, 20% mais barato do que produto regular, os refis têm a vantagem de consumir menos



XVII Semana do Administrador do Sudoeste da Bahia ISSN: 2358-6397

O Administrador da Contemporaneidade: desafios e perspectivas

material de embalagem (plástico, papel, vidro, etc) em relação aos produtos regulares, representando uma redução na utilização de recursos naturais, na geração de resíduos sólidos e também na emissão de gases de efeito estufa. Com a reposição do conteúdo, as embalagens originais de Natura Ekos podem ser reutilizadas por, no mínimo, 5 vezes, antes de serem descartadas”. (NATURA, 2014).

São agregadas ao processo produtivo práticas sustentáveis, a busca pela ecoeficiência e atuação no ciclo de vida dos produtos, o que significa produzir reduzindo os impactos ao meio ambiente. Com estas práticas, a Natura transformou as questões sociais e ambientais em vantagens competitivas, possibilitando o aumento do valor de sua marca no segmento de mercado que atua. Tudo isso gera a consolidação de uma imagem positiva da empresa para clientes, acionistas e fornecedores além da utilização de técnicas de produção com custos de produção menores.

Produtos e serviços desenvolvidos sobre o tripé da sustentabilidade (responsabilidade social x prosperidade econômica x cuidado ambiental) só terão valor efetivo agregado à marca se estiverem claramente relacionados aos valores e missão da empresa. É preciso que o conceito sustentável esteja inserido e integrado a todo o processo produtivo, ou seja, da produção até a destinação final ou reciclagem criando desta forma uma relação de solidez e confiabilidade com o cliente.

Nesse contexto, o desenvolvimento sustentável fundamenta-se como vetor central no processo de produção. Entretanto, em outras empresas pode ser apresentado de forma subliminar e obter resultados semelhantes. Isso não implica desconsiderar a relevância das questões socioambientais, reflete apenas na forma de abordagem, gestão e valores da organização.

A sustentabilidade aplicada aos negócios da Natura configurou-se em vantagem de mercado e construiu uma imagem sólida e responsável da empresa, pois a responsabilidade social, a prosperidade econômica e o cuidado ambiental estão claramente relacionados a cultura, valores e missão da organização. Não se trata de uma estratégia midiática e ações isoladas. O conceito sustentável está inserido e integrado a todo o processo produtivo, ou melhor, da produção a destinação final ou reciclagem, criando desta forma, uma relação de solidez e confiabilidade com o cliente.

Os resultados preliminares permitem compreender que em meio as mudanças de valores e demandas construídas pela sociedade, a empresa Natura inova através da criação de produtos de produtos que exigem menos recursos da natureza para ser fabricados, além de proporcionar a reutilização da embalagem regular evitando gastos e desperdícios, agregando assim valor a sua marca, gerando, desta forma, vantagens no ambiente empresarial que vão desde a diminuição de custos de produção, a concepção de novos mercados, e a distinção de seus processos e produtos no seu segmento de atuação.

Considerações Finais

Este projeto abrangeu, particularmente, o âmago teórico. Mesmo assim, é de grande valia evidenciar que em mercados saturados, a inovação torna-se uma solução estratégica que propicia as corporações resultados favoráveis, em esferas econômicas e sociais. Em suma, pode-se dizer que os processos de inovar devem ser contínuos, sistemáticos e alinhados aos



XVII Semana do Administrador do Sudoeste da Bahia ISSN: 2358-6397

O Administrador da Contemporaneidade: desafios e perspectivas

objetivos estratégicos das empresas, sendo vantajoso para as organizações o estímulo a inovação em seu âmbito institucional.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Fernando. **Os desafios da sustentabilidade: uma ruptura urgente**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ALMEIDA, Fernando. **Responsabilidade social e meio ambiente**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CAGNIN, Cristiano Hugo. **Fatores Relevantes na Implementação de um Sistema de Gestão Ambiental com Base na Norma ISO 14001**. Dissertação (mestrado) submetida à Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis – SC, 2000. Disponível em: <<http://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/78894/171165.pdf?sequence=1>> Acesso em 13 de abril de 2013.

CAVALCANTI, Clóvis. (Org.). **Desenvolvimento e natureza: estudo para uma sociedade sustentável**. 2. Ed. São Paulo : Cortez; Fundação Joaquim Nabuco, 1998.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

NATURA. Sustentabilidade. Disponível em: <<http://www.natura.com.br>>. Acesso em julho/2014.