

(X) Graduação () Pós-Graduação

GESTÃO AMBIENTAL: Análise das Práticas Adotadas por Empresas do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

Marcelo da Silva Santana
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
marcelosant.ufms@gmail.com

Sibelly Resch
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
sibelly.resch@ufms.br

RESUMO

O Brasil é um dos maiores mercados no setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC) do mundo e trata-se de um segmento em expansão. Se os resultados econômicos são positivos para o setor, as suas atividades produtivas causam impactos ao meio ambiente. O estudo partiu da questão norteadora: quais ações e práticas são desenvolvidas pelas empresas do setor de HPPC visando à diminuição dos impactos ambientais das suas operações? Como objetivo, delimitou-se identificar as práticas de Gestão Ambiental de quatro empresas que atuam no setor de HPPC explicitadas nos relatórios de sustentabilidade de 2019 publicados em seus portais de internet. Trata-se de um estudo de natureza qualitativa, descritiva e exploratória, com fonte de dados documental (relatórios de prestação de contas e transparência das empresas). Os resultados indicam que as organizações estudadas desenvolvem ações visando diminuição do consumo de água, redução da emissão de gases de efeito estufa (GEE), diminuição no consumo de energia e adoção de fontes de energia renováveis, minimização dos resíduos, bem como ações que contribuem para melhorar a logística reversa e a reinserção dos resíduos no ciclo produtivo ou reaproveitamento de materiais, otimização das embalagens e ações voltadas para a diminuição do desmatamento e conservação da biodiversidade.

Palavras-chave: Setor HPPC; Responsabilidade Social; Gestão Ambiental.

1 INTRODUÇÃO

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), em 2019 a população mundial registrou a marca de 7,7 bilhões de pessoas e as previsões indicam que, em 2050, a população mundial será superior a 9,7 bilhões de pessoas (ONU, 2019). O crescimento populacional pressiona ainda mais o planeta, demandando maior fornecimento de alimentos, água, energia, entre outros recursos utilizados para a produção de bens de consumo (SAATH; FACHINELLO, 2018). Além disso, “sabe-se que o planeta registra, na atualidade, uma crise ambiental de grande repercussão e sem precedentes causada pela produção e pelo consumo de bens e serviços com alta geração de resíduos” (COSTA; DIZ; OLIVEIRA, 2018, p. 2).

Segundo Camelo (2015), o que ocasionou essa degradação ambiental vivenciada atualmente foi a exploração desenfreada de recursos naturais para a manutenção da produção industrial na busca de abastecer uma sociedade consumista. Diante desse cenário, empresas do mundo inteiro passaram a sofrer pressões vindas de seus próprios clientes, de grupos ambientalistas e sociedade no geral, para que assumissem responsabilidade por suas ações, visando um desenvolvimento mais sustentável, surgindo assim o que conhecemos por Responsabilidade Social (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016).

A ISO 26000 (ABNT, 2010) aponta que a Responsabilidade Social surgiu no intuito de que as organizações levassem em consideração as questões socioambientais em seus processos decisórios, se responsabilizando pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e meio ambiente. Deste modo, a Responsabilidade Social demanda que as organizações contribuam para a sustentabilidade, atuando com base em três pilares: econômico, social e ambiental, buscando desenvolver melhores práticas em cada uma dessas dimensões (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2016).

Neste estudo, optou-se por pesquisar sobre as práticas de Gestão Ambiental adotadas por empresas que atuam no setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (HPPC). Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), “em 2017 o Brasil ocupava a quarta posição no ranking mundial do setor, respondendo por cerca de 6,9% do mercado mundial, atrás apenas de Estados Unidos, China e Japão” (SEBRAE, 2019, p. 6).

Segundo Verly (2020), a indústria de HPPC faturou 48 bilhões em 2018 conforme relatório divulgado pela ABIHPEC, sendo responsável pela criação de 127,5 mil empregos no país, havendo uma alta equivalente a 4,3% se comparado ao ano de 2017. Em 2019 o segmento registrou uma alta de 1,5% com o faturamento de vendas. Em 2020, mesmo com os impactos

da pandemia pelo país, as vendas do setor se mantiveram positivas e fecharam o ano com um crescimento de 4,7%, totalizando R\$122,408 bilhões, sendo os produtos de banho e para a pele os responsáveis pelo crescimento nas vendas (ABIHPEC, 2021).

Um dos fatores que contribuiu para o crescimento do setor de HPPC foi o aumento na renda dos brasileiros, possibilitando o acesso das classes mais baixas aos produtos disponíveis no mercado. Além disso, observa-se também um crescente interesse dos brasileiros nos cuidados com a pele, com a saúde e com o bem-estar, inclusive entre o gênero masculino, colocando o Brasil como o 2º maior mercado em produtos masculinos no mundo (SEBRAE 2019).

Observa-se, a partir destes dados, que o mercado brasileiro de HPPC é um dos mais representativos no mundo. Todavia, o impulso desta indústria nos últimos anos também levou as indústrias à inclusão de substâncias mais rentáveis nos seus processos produtivos, principalmente, derivados do petróleo, como, por exemplo, os tensoativos, óleos e corantes. De acordo com Souza, Dusek e Avelar (2019, p. 122), “o dilema é que a maioria destas substâncias têm propriedades tóxicas e corrosivas que podem causar impactos ao meio ambiente, através de acidentes ambientais ou, até mesmo, pelo descarte incorreto destes produtos”.

Além disso, essa indústria utiliza um alto volume de água, pois constitui-se como a principal matéria-prima na formulação e fabricação de cosméticos (ALVES, 2009) e no processo produtivo, a água é contaminada com diversos tipos de resíduos, dando origem aos efluentes líquidos poluentes, pois as substâncias utilizadas na produção de cosméticos podem apresentar propriedades tóxicas, irritantes ou corrosivas (MELO; MOUNTEER, 2018).

Além da água e dos produtos químicos utilizados para a fabricação dos produtos, gerando resíduos no processo produtivo e no descarte, o mercado de HPPC também consome plástico para as embalagens, consumindo recursos não renováveis (petróleo) e contribuindo para a geração de resíduos sólidos. Estima-se que “em todo o mundo, mais de 400 milhões de toneladas de plástico são produzidas a cada ano. As embalagens representam mais de um terço de todo o plástico produzido”, o que corresponde a aproximadamente 158 milhões de toneladas de embalagens por ano e o setor de perfumaria, higiene e limpeza é responsável por 3,3% do plástico consumido no mundo (ZAMORA et al., 2020, p. 17).

Considerando que o setor de HPPC utiliza recursos naturais escassos e pode causar diferentes impactos ambientais no processo produtivo além da geração de resíduos e contaminação do solo e da água pelos produtos químicos e embalagens descartadas (ALVES, 2009; MELO; MOUNTEER, 2018; SOUZA; DUSEK; AVELAR, 2019), este estudo parte da seguinte questão de pesquisa: quais ações e práticas são desenvolvidas pelas empresas do setor

de HPPC visando à diminuição dos impactos ambientais das suas operações? O objetivo do estudo consistiu em identificar e analisar as práticas de Gestão Ambiental de empresas que atuam no setor de HPPC explicitadas nos relatórios de sustentabilidade de 2019 publicados em seus portais de internet.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL E A GESTÃO AMBIENTAL

Na história, até pouco tempo, as empresas preocupavam-se somente com a produção e a maximização dos seus lucros, não se responsabilizando pelas consequências advindas da exploração de recursos naturais para a fabricação de bens de consumo demandados pela sociedade, pela poluição e resíduos gerados e os impactados ao meio ambiente (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2017).

No entanto, as últimas décadas foram marcadas por mudanças significativas no ambiente empresarial como um todo. As empresas tornaram-se mais engajadas socialmente e ambientalmente, compreendendo seu papel para a sustentabilidade (DONAIRE; OLIVEIRA, 2017). Essas mudanças aconteceram no escopo da evolução do conceito de Responsabilidade Socioambiental, compreendida como o processo decisório baseado em valores éticos que incorpora as dimensões legais, o respeito pelas pessoas e comunidades e a preservação do meio ambiente (RESCH, 2010).

De acordo com Dias (2009), as vantagens adquiridas pelas empresas ao adotarem uma postura socialmente responsável são diversas, tais como: criação de novos empreendimentos; atração e retenção de investimentos e parcerias de confiança; colaboradores mais engajados; fortalece a imagem das marcas; amplia as vendas e a consideração do cliente e; trabalhos mais eficientes.

De acordo com Donaire e Oliveira (2017), a Gestão Ambiental ganhou popularidade no âmbito organizacional por volta de 1980 e início dos anos 90, juntamente ao momento em que o conceito de desenvolvimento sustentável se enraizava na administração corporativa. Para melhor esclarecimento, “gestão ambiental é a ciência que estuda e administra o exercício de atividades econômicas e sociais de forma a utilizar de maneira racional os recursos naturais, renováveis ou não, visando preservar o meio ambiente saudável a todas as gerações” (BARSANO; BARBOSA, 2014, p.91).

Neste sentido, “a gestão ambiental surge como instrumento essencial, guiando as

organizações na busca pela adoção de uma política de controle, prevenção e recuperação ambiental a fim de compatibilizar crescimento econômico com preservação ambiental. ” (MEDEIROS et al., 2013, p. 2). Nos últimos anos foram registradas fortes pressões para que as empresas se tornem responsáveis ambientalmente e busquem conhecer as principais causas de degradação ambiental resultantes de suas atividades operacionais. (MEDEIROS et al., 2013). Barbieri (2016, p. 121) entende que a gestão ambiental compreende

[...] as diretrizes e as atividades administrativas realizadas por uma organização para alcançar efeitos positivos sobre o meio ambiente, ou seja, para reduzir, eliminar ou compensar os problemas ambientais decorrentes da sua atuação e evitar que outros ocorram no futuro (BARBIERI, 2016, p. 121).

A implementação da gestão ambiental demanda a adoção de um sistema de gestão ambiental (SGA). Um sistema de gestão é caracterizado como um conjunto de elementos inter-relacionados ou interativos de uma organização para estabelecer políticas, objetivos e processos e para alcançar esses objetivos, incluindo a estrutura da organização, papéis e responsabilidades, práticas, planejamento e operações, avaliação de desempenho e melhorias. Deste modo, um SGA é parte do sistema de gestão e é utilizado para gerenciar aspectos ambientais, para cumprir requisitos legais e outros requisitos e também para minimizar riscos e explorar oportunidades (ABNT, 2015). Importante destacar que ações isoladas ou pontuais realizadas por empresas, como por exemplo, instalação e manutenção de equipamentos para controle de poluição, não configura a adoção de um sistema de gestão ambiental (BARBIERI, 2016).

No Brasil, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) é responsável pela normalização, ou seja, pela emissão de normas, critérios e requisitos dos sistemas de gestão, incluindo os Sistemas de Gestão Ambiental que compõe a série ISO 14000 (ABNT, 2015). Deste modo, as normas servem como diretrizes para as empresas implementarem os sistemas de gestão, incluindo a ambiental. Tachizawa (2019) destaca que as normas não prescrevem critérios específicos de desempenho ambiental, portanto, as empresas elaboram as suas políticas, diretrizes e objetivos conforme a sua situação, a natureza do negócio e das atividades produtivas, entre outros critérios que devem ser considerados. A adoção da série ISO 14000 demandas das organizações:

Implementar, manter e aprimorar um sistema de gestão ambiental; assegurar-se de sua conformidade com sua política ambiental definida; demonstrar tal conformidade a terceiros; buscar certificação/registro de seu sistema de gestão ambiental por uma organização externa; realizar uma autoavaliação e emitir autodeclaração de conformidade com as normas da série ISO 14000 (TACHIZAWA, 2019, p. 86).

Todavia, as empresas não precisam solicitar a certificação ISO para adotar um sistema de gestão ambiental, mas podem utilizar a norma como diretriz para implementar um SGA e, desta forma, planejar, executar, checar/monitor e agir (PDCA), criando um sistema que possibilite a melhoria contínua das práticas de gestão ambiental (ABNT, 2015).

2.2 PRÁTICAS DE GESTÃO AMBIENTAL ADOTADAS POR EMPRESAS DO SETOR DE HPPC: REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Merola (2011, p. 5) realizou um estudo para “identificar os fatores que determinam as mudanças de paradigma das indústrias, em geral, e mais especificamente, no setor de perfumaria e cosméticos da indústria paulista”. Para tanto, realizou entrevistas com diferentes empresas do segmento de HPPC. Dentre as suas conclusões, entende que um dos fatores que determinam a mudança de paradigma é a legislação ambiental e os tratados de escala global. Além disso, há uma forte pressão dos atores sociais por mudanças fazendo com que as empresas adotem lentamente “procedimentos que minimizam os efeitos de sua atuação no meio ambiente, para que assim seja possível consolidar ações e imagem institucional ambientalmente coerente” (idem, p. 82).

Sobre a adoção de Sistemas de Gestão Ambiental ou Certificações ambientais, a autora concluiu que “as motivações ainda estão pautadas na pressão de setores mais fortes e na intenção de fortalecer uma imagem ambiental sólida, que reverterá em ganhos econômicos, tendo em vista o surgimento de consumidores sensíveis ao tema” (MEROLA, 2011, p. 80). Além da implementação de SGA e da identificação das empresas que possuem certificação ISO 14000, Merola (2011) também identificou que algumas empresas do segmento de HPPC possuem uma certificação da Ecocert. Trata-se de um movimento que surgiu na França e se expandiu pelo mundo para atestar produtos orgânicos. Este tipo de certificação facilita a comercialização para outros países e motivou algumas das empresas pesquisadas a adotarem a certificação, contribuindo para sua expansão no mercado internacional.

Outra certificação importante relacionada às práticas de gestão ambiental é o certificado B Corp, criado em 2006 pelo B Lab, uma organização sem fins lucrativos. Essa certificação é destinada para empresas que atendem a padrões de desempenho social e ambiental verificados, transparência pública e responsabilidade legal, visando o equilíbrio entre propósito e lucro. Para isso, são avaliadas as operações das empresas e os impactos dos seus modelos de negócios considerando os diferentes *stakeholders* e o meio ambiente (BCORPORATION, 2021).

Para Merola (2011), a evolução está mais relacionada às estratégias de marketing, mas

“poucas e grandes indústrias” (idem, p.82) avançaram na prática neste tema. Isto porque, nas empresas pesquisadas, identificou que as ações estão voltadas ao “compulsório cumprimento das exigências legais” (idem, p. 82), sem uma atuação proativa para a questão ambiental. No quadro 01 apresentam-se os principais resultados identificados por Merola (2011).

Quadro 01 – Práticas de gestão ambiental das empresas dos segmentos de HPPC: Estudo 1

Empresas	Ações e práticas identificadas
Arte Dos Aromas	A adoção do SGA ou outro tipo de Certificação afetou o fluxo de materiais, que passou a ser dividido em tipos de produtos, escolha de embalagens não poluidoras e recicláveis, e os efluentes são compostos por produtos naturais e tratados pela Sabesp. O processo produtivo não teve alteração. Possui a certificação da ECOCERT. Desenvolvimento de projeto: Babaçu orgânico das quebraduras de coco, direto das comunidades ribeirinhas.
Inovatech	Na questão da operação industrial, a empresa procura contribuir ao máximo com o meio ambiente, reciclando todos os materiais possíveis. Desenvolvimento de projeto: Desenvolvimento de cosméticos orgânicos e projetos de cosméticos para exportação. Possui a certificação da ECOCERT.
Intense Care	A empresa produz para outras empresas e por essa razão, uma ou duas vezes por ano é auditada em relação à qualidade dos processos produtivos, segurança do trabalho, destino de rejeitos e resíduos e meio ambiente. Internamente recicla matéria-prima e embalagens de papel e papelão.
Natura	Possui a ISO 9.000 e 14.000, com certificações ambientais para produtos orgânicos/naturais e matérias-primas vegetais. As matérias-primas orgânicas são certificadas pelo Instituto Bio Dinâmico, ECOCERT, Organização Internacional Agropecuário e Instituto de Mercado Ecológico. Os produtos florestais são certificados pela FSC (<i>Forest Stewardship Council</i>) e os oriundos da agricultura sustentável são certificados pelo <i>Sustainable Agriculture Netwok</i> . Na fábrica de Cajamar captação de energia solar, recurso de água tratada, coleta seletiva com coletores adequados espalhados por todas as instalações. A proposta de refil de alguns produtos também é um projeto ambiental que busca reduzir a geração de resíduos sólidos. As embalagens de fontes mistas contribuem para a prática de reciclagem e reduzem o consumo de matérias-primas, como o plástico e o papel. Estação de tratamento de água e efluentes com capacidade de tratamento para 230m3/dia. Ainda nessa mesma fábrica, a empresa desenvolve um projeto de compostagem com os resíduos orgânicos e atua na preservação de uma área dentro da planta industrial.
Unilever	Todas as fábricas no mundo operam com um modelo de sistema de gestão ambiental sistematizado pela empresa. No Brasil, suas fábricas utilizam-no desde 1993. A adoção do SGA ou outro tipo de Certificação afetou no aprimoramento dos processos produtivos, gerando redução nos impactos ambientais: 25% no consumo de água, 55% da energia usada vem de fontes renováveis, redução de 8% na geração de resíduos e 98% de resíduos produzidos são reciclados. Redução gradual na emissão de GEE.

Fonte: Adaptado de Merola (2011)

Mais recentemente, Tavares, Varzoni Júnior e Henrique (2019, p. 1) realizaram um

estudo visando “analisar os relatórios de sustentabilidade das três principais empresas do ramo cosmético (Avon, Boticário e Natura), quanto ao seu conteúdo relacionado ao *triple bottom line* e suas aplicações em suas práticas empresariais”. Os principais resultados são apresentados no Quadro 02. Os autores concluíram, a partir do estudo realizado, que as três empresas pesquisadas desenvolvem diferentes ações no escopo do *triple bottom line*, ou seja, possuem ações voltadas às dimensões econômica, social e ambiental.

Quadro 02 – Práticas de gestão ambiental das empresas dos segmentos de HPPC: Estudo 2

Empresas	Práticas identificadas
Avon	Edifícios Verdes: compromisso em projetar e construir novas instalações, bem como em renovar as instalações existentes, de acordo com os padrões de certificação Green Building Rating System™ da LEED (Green Building Rating System). Redução de Emissões e Conservação de Energia: foco na redução das emissões de gases de efeito estufa (GEE) por meio de nossas operações, além de aumentar o uso de energia renovável no local para reduzir a pegada de carbono. Conservação de Água: projetos para obter descarga zero de água nos países onde a água é escassa, especialmente na Índia, na China e no Brasil, e as fábricas da Avon estão comprometidas com os esforços para reduzir o consumo de água.
O Boticário	Utilização de materiais usados provenientes de reciclagem Redução do consumo de energia: 968.200 kWh. Retirada de água por fonte e água reciclada e reutilizada
Natura	Utiliza etanol nas caldeiras de nossas fábricas em Cajamar (SP) e caldeira movida a biomassa na fábrica de Benevides (PA), que substituiu o óleo diesel. Redução de geração de resíduos e rejeitos uso de materiais reciclados, pós-consumo, nos processos e produtos. Política para uso de material reciclado pós-consumo (MRPC) reúne as diretrizes a serem seguidas, para o uso de materiais pós consumo nos processos. Inclusão das cooperativas de catadores de materiais recicláveis na cadeia de valor, com relacionamento pautado pelo preço justo e equitativo, capaz de criar oportunidades de negócios sustentáveis para estas comunidades. Tratamento e implementação de tecnologias inovadoras no tratamento dos efluentes.

Fonte: Adaptado de Tavares, Varzoni Júnior e Henrique (2019)

Florêncio e Campos (2019) realizaram um estudo sobre as estratégias adotadas por empresas do segmento de HPPC. Na busca pelas estratégias, identificaram práticas relacionadas à gestão ambiental, as quais são destacadas no quadro 03.

Quadro 03 - Práticas de gestão ambiental das empresas dos segmentos de HPPC: Estudo 3

Empresa	Práticas identificadas
Natura	Prioriza a aquisição de matérias-primas vegetais regionais da Amazônia; Embalagens feitas de materiais reciclados; refis de embalagens; Programas de redução à emissão de gases de efeito estufa; Parcerias com instituições científicas para desenvolver metodologias, processos e produtos;
Unilever	Investimento no Eco produção e aquisição de materiais de fontes sustentáveis; Carros híbridos, transporte ferroviário, reduzindo a emissão de CO2;
Boticário	Investimento em processos eco eficientes; Sustentabilidade nas embalagens e logística de distribuição;

Fonte: Adaptado de Florêncio e Campos (2019)

Ao analisar as estratégias das empresas do segmento HPPC, Florêncio e Campos (2019) concluíram que embora a literatura indique que as empresas se preocupem com a sustentabilidade, as informações disponibilizadas pelas empresas analisadas enfatizam os processos relacionados às embalagens e informações vagas são apresentadas quanto aos aspectos de procedência da matéria-prima e destino final dos resíduos. Concluem que as empresas adotam as práticas que consideram como oportunidades de mercado.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho desenvolvido trata-se de uma pesquisa qualitativa, de natureza exploratória e descritiva. Para a revisão da literatura, utilizou-se a pesquisa bibliográfica, buscando especialmente pesquisas relacionadas às práticas de gestão ambiental de empresas do segmento HPPC, subsidiando o posicionamento deste estudo na literatura. Como método de coleta de dados para este estudo, utilizou-se a pesquisa documental por meio da identificação dos relatórios anuais disponibilizados por empresas do segmento de HPPC. A escolha das empresas para análise foi realizada por conveniência, considerando o critério de disponibilização de relatórios anuais para os acionistas e *stakeholders*. Definiu-se como objeto de estudo as práticas ambientais desenvolvidas pelas seguintes empresas: L'óreal, Natura, Procter & Gamble Company (P&G) e O Boticário. O recorte temporal utilizado é o ano de 2019, pois os relatórios foram publicados em 2020 ou último relatório disponibilizado pela empresa, ou seja, são os relatórios mais recentes tendo em vista que esta pesquisa começou a ser desenvolvida no início de 2021.

Como procedimento para análise, foram utilizados os temas identificados por Tavares, Varzoni Júnior e Henrique (2019) como categorias de práticas: Conservação da água; Redução

de Emissões de Gás CO₂; Redução/Conservação de Energia; Redução de Resíduos; Embalagens; Redução do desmatamento.

Após identificar os relatórios das empresas, procedeu-se à leitura do material para identificação das práticas que as empresas selecionadas estão realizando. Os resultados são apresentados em quadros.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Antes de iniciar a descrição das práticas adotadas, é importante destacar algumas informações sobre as empresas estudadas.

A L'Oréal foi fundada em 1909 na França e atualmente é o maior grupo de cosméticos do mundo, com 36 marcas, presente em 150 países, possui 88 mil funcionários (L'ORÉAL, 2021). No Brasil, a L'Oréal está presente desde 1959 com um portfólio de 21 marcas. Desde 2017, a empresa conta com um Centro de Pesquisa & Inovação no país, com sede no Rio de Janeiro (L'ORÉAL BRASIL, 2021).

A Natura é uma empresa brasileira fundada em 1969 e possui sede na cidade de Cajamar, no Estado de São Paulo. Trata-se da maior multinacional brasileira no segmento de HPPC, com presença na América Hispânica, na Malásia, nos Estados Unidos e na Europa (por meio de nossa operação na França). A Natura &Co inclui as marcas Avon, The Body Shop e Aesop e é o quarto maior grupo do mundo dedicado exclusivamente ao setor de beleza. A companhia possuía 6920 colaboradores em 2020, sendo 5109 no Brasil. Foi a primeira companhia de capital aberto do mundo a se certificar como Empresa B (certificação B CORP), em 2014 (NATURA, 2021).

A Procter & Gamble Company (P&G) é uma corporação multinacional de bens de consumo fundada em 1837 e sediada em Ohio/Estados Unidos e 99.000 funcionários. Conta com cerca de 65 marcas no Brasil, agrupadas em 10 unidades de negócios, dentre elas uma unidade de beleza. A empresa possui operações em quase 70 países (P&G, 2020).

O Boticário é uma empresa brasileira com sede em Curitiba, Paraná fundada em 1977. A empresa possui 13 mil colaboradores diretos e presença em 16 países. Além das suas marcas (Boticário, Eudora, Quem Disse, Berenice?, The Beauty Box, Vult), adquiriu em 2019 a plataforma de e-commerce Beleza na Web, uma das maiores que operam no Brasil voltadas à comercialização de produtos do segmento de HPPC (GRUPO BOTICÁRIO, 2021).

A breve descrição das empresas analisadas indica que se tratam de organizações multinacionais, de grande porte e capital aberto, com exceção do Grupo Boticário que é uma

empresa de capital fechado. Portanto, trata-se de empresas que possuem capacidade de investimento em práticas de gestão ambiental e por se tratar de empresas que atuam em diferentes países, seguem normas e tratados internacionais relacionados ao meio ambiente.

No quadro 04 apresentam-se as ações e práticas identificadas nos relatórios institucionais relacionados à conservação da água.

Quadro 04 – Ações, práticas e resultados relacionados à conservação da água

L'OREAL
- Uso da ferramenta Waterscan. Visa identificar melhor nível de desempenho alcançado para um tipo específico de uso de água é estabelecido como padrão para todas as fábricas do Grupo.
- Fábricas Waterloop este conceito consiste em derivar toda a água necessária para diferentes fins (equipamento de limpeza, produção de vapor, etc.) inteiramente a partir de água reciclada em circuito fechado no local, evitando a necessidade de obter água de redes externas.
NATURA
- Monitoramento mensal por colaborador e por unidade produzida, e também monitoramento dos fornecedores que produzem em nome da Natura.
P&G
- Programas que reúne empresas, formuladores de políticas, influenciadores e comunidades para desenvolver e escalar inovações para ajudar a resolver a crise urbana da água.
- Programa de acesso à água potável com utilização de purificador fabricado pela P&G.
- Produtos que eliminam o enxágue no processo de lavagem em lavanderia.
- Desenvolvimento de produtos que economizam água. Exemplo: Conjunto de condicionadores em espuma da Pantene ajuda as mulheres a reduzirem a quantidade de tempo que passam enxaguando o condicionador dos cabelos.
- Redução de 27% do uso de água de fabricação por unidade desde 2010.
- SK-II: recircula mais de 20% da água de lavagem
Meta: aumento de 35% na eficiência da água e fornecimento de pelo menos cinco bilhões de litros de água de fontes circulares.
O BOTICÁRIO
- Metas para redução de consumo, reuso e consumo proveniente de água da chuva.

Fonte: elaborado pelo autor com informações e dados dos relatórios das empresas em análise.

Identificou-se que todas as empresas estudadas possuem práticas relacionadas à água, o que é esperado, tendo em vista que a água é um bem importante como matéria-prima e nos processos produtivos das indústrias deste segmento (ALVES, 2009). Por isso, as empresas desenvolvem ações voltadas para a redução do consumo de água, confirmando os resultados obtidos por Merola (2011) e Tavares, Varzoni Júnior e Henrique (2019) e também para diminuição dos resíduos e produtos químicos que contaminam a água, conforme destacado por Melo e Mounter (2019). Além das ações voltadas para a redução do consumo, seja no processo produtivo, seja na utilização ou até mesmo na reinserção de embalagens no ciclo de vida, foram identificados também o desenvolvimento de programas e projetos que voltados para a crise de água na sociedade, ou seja, são realizados com a comunidade externa.

No quadro 05 apresentam-se os resultados obtidos na análise dos relatórios relacionados

às emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE).

Quadro 05 – Ações, práticas e resultados relacionados às emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)

L'OREAL
- Redução das emissões de gases de efeito estufa (GEE) das fábricas e centros de distribuição foi de 78% em termos absolutos
- Ingresso na iniciativa da ONU Ambição das Empresas para 1,5°C que se compromete a alcançar zero emissões de CO ² até 2050, iniciativa que busca manter o aquecimento global abaixo de 1,5°C, em comparação com os níveis pré-industriais.
- Até o final de 2019, 35 instalações industriais do Grupo haviam atingido neutralidade de carbono, incluindo 14 fábricas.
- Redução em 12% nas emissões ligadas ao transporte de produtos de suas fábricas aos seus distribuidores em comparação à 2011. Estratégias: redução do frete aéreo; a iniciativa GLAM (Green Last Mile), que propõe soluções que permitem ao grupo reduzir seu impacto ambiental nas áreas urbanas; e a implementação de uma iniciativa da Green Lanes que promove a redução de emissões de CO ² .
NATURA
- Programa Natura Carbono Neutro mantém três principais eixos de atuação, com mapeamento das emissões em toda a cadeia de valor, busca constante de redução das emissões e neutralização daquelas que não foram evitadas.
- Redução de 2% dos gases de efeito estufa (GEE) em 2019 e meta de redução de 33% dos GEE até 2020 em relação ao ano base de 2012.
- Compensação de 100% das emissões através de projetos que geram impacto positivo para o clima.
- Produtos de menor impacto, redução da exportação via transporte aéreo, maior eficiência na logística e diminuição dos materiais de comunicação impressos, foram implementadas.
- Instalação do maior painel de Filme Fotovoltaico Orgânico (OPV na sigla em inglês) do mundo em um dos prédios da unidade de Cajamar (SP) com expectativa de redução de emissão de 37 toneladas de dióxido de carbono por ano.
- Plataforma Compromisso pelo Clima - a iniciativa conecta empresas a projetos criteriosamente selecionados, criando um portfólio de iniciativas socioambientais geradoras de créditos de carbono.
P&G
- Redução absoluta de 25% das emissões de gases de efeito estufa em relação aos compromissos assumidos em 2010.
- Utilizar 30% de energias renováveis nas fábricas até 2020.
- Redução das emissões nas instalações operacionais global por meio de um portfólio diversificado de projetos de energia renovável focados em energia eólica, solar, geotérmica, hidrelétrica e uso de certificados de energia renovável
- Parcerias com fornecedores e varejistas para otimizar o transporte dos produtos, como a redução do número de caminhões nas estradas. A empresa reduziu os quilômetros de transporte em mais de 25% desde 2010. A meta era redução de 20%.
- Verificações independentes do programa interno de GEE de modo a garantir que ele atenda à intenção do Padrão de Relatórios e Responsabilidade Corporativa do Protocolo de GEE.
O BOTICÁRIO
- Ações relacionadas ao ciclo de vida dos produtos, logística, pontos de venda, preservação de áreas florestais e conservação e restauração da vegetação brasileira, por meio da Fundação Grupo Boticário, estão intrinsecamente relacionadas ao trabalho para redução de emissões.
- A meta de redução de emissão de GEE para 2019 (tCO ₂ e/ MM unidades produzidas) era de 12,5 e o grupo obteve como resultado uma redução de 10,2 neste ano.

Fonte: elaborado pelo autor com informações e dados dos relatórios das empresas em análise.

Observou-se que todas as empresas possuem diferentes ações para a redução dos Gases

de Efeito Estufa (GEE) e algumas apresentam em seus relatórios resultados expressivos de redução, embora tenha que se destacar que as empresas adotam anos base diferentes e deste modo não é possível comparar resultados entre as empresas. Em estudos anteriores, Tavares, Varzoni Júnior e Henrique (2019) e Florêncio e Campos (2019) já tinham identificado práticas relacionadas à redução dos GEE pela Avon e pela Natura, que atualmente formam uma única companhia, a Natura & CO.

Os achados deste estudo convergem para o entendimento de Merola (2011) quanto ao papel da legislação ambiental e dos tratados de escala global para a mudança de postura das organizações em relação às questões ambientais. Neste sentido, o Acordo de Paris que substituiu em 2020 o Protocolo de Kyoto foi ratificado pelo Brasil e até 2017, um total de 147 países já tinham ratificado o acordo que demanda a redução das emissões de gases de efeito estufa para limitar o aumento médio de temperatura global a 2°C (VIEIRA; HENRIQUE, 2021).

O Brasil criou a Política Nacional sobre Mudanças do Clima em 2009 e com o Acordo de Paris, assumiu o compromisso de “cortar as emissões de gases de efeito estufa em 37% até 2025, com o indicativo de redução de 43% até 2030 – ambos em comparação aos níveis de 2005” (VIEIRA; HENRIQUE, 2021, s/p). Tal como o Brasil, outros países estabeleceram metas de redução e implementam legislações visando atingir os objetivos. Neste contexto, as empresas são pressionadas pelas questões legais e considerando que se tratam de empresas multinacionais, as mudanças comumente são implementadas nos diferentes países em que atuam.

O quadro 06 demonstra as ações e práticas relacionadas ao tema de redução e conservação de energia.

Quadro 06 – Ações, práticas e resultados relacionados à redução e conservação de energia

L'OREAL
- Grupo reduziu o consumo de energia em suas unidades de produção ao melhorar o design e o isolamento dos edifícios, ao otimizar os processos industriais e ao usar tecnologias de eficiência energética.
- Parceria com a ENGIE, empresa privada de energia e soluções, para garantir uso exclusivo de eletricidade proveniente de fontes renováveis em todas as suas unidades (100% de energia renovável).
NATURA
- Instalação o maior painel de Filme Fotovoltaico Orgânico (OPV na sigla em inglês) do mundo em um dos prédios da unidade de Cajamar (SP). Foram instalados 1,8 mil m ² de painéis que geram energia a partir da luz solar.
- Em relação à implementação de estratégia de diversificação de fontes de energia renovável para as operações Natura Brasil até 2050, a Natura afirma ter atingido 75% desta meta até 2019.
P&G
- 100% da energia é renovável nos EUA, Canadá e Europa Ocidental.
- Em 2019, 13% das energias utilizadas nas fábricas era de fonte renovável e a meta para 2020 era de

utilizar 30% de energia renovável nas unidades de produção da empresa.
- A fábrica em Boston produz produtos da Gillette Razors e também abriga a sede mundial da Gillette, nos últimos cinco anos, este local reduziu seu consumo absoluto de energia em mais de 10%.

O BOTICÁRIO

- A sede matriz, em São José dos Pinhais (PR), o Grupo Boticário se tornou consumidor especial ao alcançar 100% de energia renovável.
- Em 2019, O Boticário reduziu o consumo de energia em 98,0 MWh/MM unidades produzidas e aumento em 88% o uso de energia renovável, considerando a sede e as fábricas.

Fonte: elaborado pelo autor com informações e dados dos relatórios das empresas em análise.

Dentre os problemas que a sociedade enfrenta atualmente, Saath e Fachinello (2018) destacam a questão da energia. Observou-se que todas as empresas estudadas vêm implementando ações para utilização de energias de fontes renováveis, destacando-se o caso da L'oreal que afirma utilizar 100% de energia renovável em todas as suas unidades. Já a P&G utiliza 100% de energias de fontes renováveis em alguns locais (Estados Unidos, Canadá e Europa Ocidental), mas a meta era chegar em 30% de energia renovável, considerando todas as unidades da empresa. Os resultados deste estudo possibilitam identificar os diferentes estágios das empresas em relação à adoção destas práticas, o que pode ter relação com diferentes fatores, dentre eles, a disponibilidade e custos dessas tecnologias e as estruturas de regulação, geração e distribuição de energias renováveis nos diferentes países em que essas empresas estão instaladas.

O quadro 7 apresenta as práticas e ações visando a redução dos resíduos.

Quadro 07 – Ações, práticas e resultados relacionados à redução de resíduos

L'OREAL
- A L'Oréal reduziu 35% do resíduo gerado de fábricas e centros de distribuição em comparação a 2005 (em gramas por unidade produzida) e a meta para 2020 era reduzir sua geração de resíduos em 60% por unidade produzida, em comparação com 2005.
- Reduzir o resíduo relacionado ao transporte de embalagens em fábricas e centros de distribuição, através do ecodesign, da redução no peso e da otimização, reutilização e padronização de materiais.
- Produção "Wall to Wall", pela qual uma unidade de produção de embalagens administrada por um fornecedor é estabelecida na unidade local. Isso permite que a fábrica reduza o transporte de embalagens e a geração de resíduos ligado ao transporte de embalagens.
- Para implementar a reciclagem de resíduos inevitáveis, como perfumes danificados, obsoletos ou não vendidos, as unidades de produção da L'Oréal Luxe na França estabeleceram uma parceria com uma empresa chamada Cèdre, que desmonta os perfumes e transforma os materiais recuperados.
- Todos os resíduos orgânicos da L'Oréal Brasil gerados em 2019 foram compostados, resultando em cerca de 130 toneladas de resíduos no ano de 2019, evitando o envio para aterros sanitários.
- Instalação de sistemas de tratamento de lodo residual em fábricas equipadas com uma instalação de tratamento de águas residuais, a fim de reduzir os volumes gerados e, conseqüentemente, o impacto do seu transporte e do seu tratamento a jusante.
- Recuperação de 97% de seus resíduos industriais, através de sua reutilização ou reciclagem, ou sendo reaproveitados para produzir energia. 58% desses resíduos era composto de materiais recuperados (ou seja, reutilizados ou reciclados).
NATURA

- 47% do volume de resíduos gerados pelas embalagens são reciclados, em processo viabilizado pela logística reversa; 50% da composição das embalagens em material reciclável; 8,6% de uso de material reciclado pós-consumo em embalagens; 18% das embalagens faturadas são ecoeficientes,
- O Programa Natura Elos realiza, desde 2017, a estruturação de cadeias de logística reversa para o abastecimento de materiais reciclados para a fabricação das embalagens e materiais de apoio. Em 2019, foram utilizados um total de 9,2 mil toneladas de material reciclado pós-consumo provenientes do programa.
- No varejo, as lojas próprias da Natura já contam com recipientes para que os consumidores descartem suas embalagens. Para 2020, deverá firmar um acordo com um parceiro, que ficará responsável pela coleta desses volumes e pelo encaminhamento à reciclagem.
- Para a redução dos resíduos de uso único, como por exemplo, materiais que envolvem brindes a Natura criou no Peru a campanha #ChauPlástico. Depois mapear onde estavam as oportunidades de eliminação, a Natura definiu os materiais alternativos que iriam substituir o plástico. A iniciativa deve continuar e se expandir para outras localidades.
- Mobilização das consultoras para ações em locais específicos. Exemplos: Na ilha de San Andrés, em 2019, a ação permitiu a coleta de mais de 1 tonelada de resíduos, feita por 40 consultoras.

P&G

- Utilização de aproximadamente 45.100 toneladas de resina pós-consumo (PCR) nas embalagens plásticas, chegando a 73% do objetivo.
- 92% dos locais de fabricação são Zero Manufacturing Waste to Landfill (ZMWT), ou seja, representa a eliminação completa de resíduos enviados a aterros sanitários e a meta era chegar em 100% em 2020.
- Programa de compras globais de recuperação de ativos (GARP) é tido como um grande facilitador nos esforços para redução de resíduos, pois há maneiras inovadoras de reduzir os custos de resíduos e descarte.
- Em 2019, a empresa aderiu à Aliança para Acabar com o Desperdício de Plástico.
- Na fábrica de Manchester (Baby Care) no Reino Unido, a empresa desviou de aterros cerca de 1600 toneladas de fraldas de sucata / ano, que agora são recicladas e reaproveitadas como materiais absorventes para lixo animal.

O BOTICÁRIO

- 94,5% dos resíduos das fábricas são reciclados e a empresa teve uma redução de 24,4 de t/MM unidades produzidas em 2019
- Fábricas e centros de distribuição realizam gestão dos resíduos, buscando um maior percentual de reciclagem, reutilização e incorporação de material pós-consumo.
- Desde 2005 possui o Programa de Recolhimento de Embalagens – atualmente com coletores presentes em nossas fábricas, centros de distribuição, escritórios, lojas e espaços do revendedor.
- Parceria com as cooperativas no desenvolvimento de embalagens para reaproveitar materiais que não eram recicláveis. Exemplos: a) A resina Surlyn foi reciclada na utilização de novas tampas para o Floratta Love Flower, resultando em 3 toneladas recicladas; b) A embalagem do produto Malbec utiliza 35% de vidro reciclado pós-consumo resultando na reutilização de 180 toneladas de vidro por ano.

Fonte: elaborado pelo autor com informações e dados dos relatórios das empresas em análise.

Os resíduos são um dos problemas que a sociedade atual enfrenta, conforme enfatizado por Costa, Diz e Oliveira (2018). A análise das ações e práticas das empresas estudadas permite identificar que esse é um dos eixos importantes da gestão ambiental de todas as empresas, que apresentam claramente em seus relatórios a preocupação com os resíduos. Observaram-se ações em diferentes frentes: na redução dos resíduos, no esforço para a logística reversa e na reinserção dos resíduos na cadeia de valor. Além disso, as empresas desenvolvem programas que contribuem para a limpeza de áreas contaminadas, como foi o caso da ilha de San Andrés.

Além disso, observou-se ações que visam minimizar os impactos dos resíduos industriais, conforme observado também por Melo e Mounteer (2018).

No quadro 08 destacam-se as ações que as companhias desenvolvem visando otimizar os impactos das embalagens, em diferentes aspectos.

Quadro 08 – Ações, práticas e resultados relacionados às embalagens

L'OREAL
- Para reduzir o impacto ambiental das embalagens, a Ferramenta de Otimização de Produtos Sustentáveis (SPOT) é utilizada para medir o impacto socioambiental de todas as embalagens da L'Oréal Brasil.
- O Grupo utiliza um processo global e sistemático de eco-design, anterior à concepção dos produtos, para a embalagem de produtos acabados e também para embalagens usadas durante o transporte.
- Para suas embalagens feitas de papel, papelão e fibra de madeira, o Grupo estabeleceu uma meta de usar somente materiais de florestas com gestão sustentável e onde a biodiversidade seja protegida (FSC ou PEFC)
- Desde 1º de janeiro de 2018, o Grupo não utilizou nenhum material à base de PVC na produção de seus produtos acabados.
- Em 2019, o Grupo reduziu o peso dos frascos de shampoo de 300 ml da Garnier em 8% na Europa, o que representou uma economia de 30 toneladas de plástico PET.
- A L'Oréal estabeleceu uma parceria com a PureCycle com o objetivo de produzir plástico PP (polipropileno) reciclado de grau alimentício I.
NATURA
- Há um comitê multidisciplinar, com profissionais da área de design, meio ambiente, desenvolvimento de embalagens, experiência do consumidor e sustentabilidade, que se reúne para identificar soluções de embalagens mais circulares.
- Engajando para desenvolver soluções em que se possa excluir o uso de embalagens (naked products). Metade dos materiais usados nas embalagens são reciclados.
P&G
- A Ariel Europe está empenhada em tornar todas as suas embalagens recicláveis até 2022 e em reduzir as embalagens plásticas em 30% até 2025. O primeiro passo foi converter suas SUD tubs em sacolas leves, começando no Reino Unido a partir de julho de 2019, economizando 75% de plástico.
- Objetivo de ter embalagens 100% recicláveis ou reutilizáveis até 2030. Em abril de 2019, houve um aumento desse compromisso em reduzir o uso global de plástico de petróleo virgem em nossas embalagens em 50% até 2030.
- A Pampers continua inovando em direção a soluções de fraldas mais sustentáveis. A marca já conseguiu reduzir o peso médio das suas fraldas em 18% nos últimos três anos, com o mesmo poder de absorção já reconhecido.
- Loop, uma parceria com a TerraCycle, é uma plataforma global de compras circulares projetada para eliminar o desperdício. Uma vez vazio, o Loop coleta e limpa a embalagem para voltar a circular para reutilização.
- Redução das embalagens em 20% no uso do consumidor até 2020, em comparação com a linha de base de 2010.
- Embalagens em papel são derivadas de fibra de madeira e, por meio das próprias práticas de compras, a empresa possui a responsabilidade de garantir que a fibra de madeira em nossas embalagens tenha uma origem responsável.
O BOTICÁRIO
- Projetos de pesquisa e desenvolvimento para novas embalagens com base na logística reversa.

Fonte: elaborado pelo autor com informações e dados dos relatórios das empresas em análise.

Observa-se, a partir dos resultados encontrados, que muitas das ações desenvolvidas pelas empresas se relacionam com a categoria de análise “resíduos”. A redução de resíduos tem uma relação intrínseca com as embalagens, isto porque, conforme apontam Zamora et al. (2020), o segmento de higiene, perfumaria e limpeza contribui com cerca de 3,3% do plástico consumido no mundo e são diversos os impactos que o plástico causa no meio ambiente e também para os seres vivos. Além disso, trata-se de material que utiliza um recurso não renovável. Portanto, as ações das empresas do setor de HPPC são fundamentais para diminuir a extração de matéria-prima e o descarte. Os resultados de pesquisas anteriores já apontavam ações diversas relacionadas às embalagens (MEROLA; 2011; FLORÊNCIO; CAMPOS, 2019)

A última categoria de análise trata-se de ações e práticas visando diminuir o desmatamento e conservação da biodiversidade. Essas ações são apresentadas no quadro 09.

Quadro 09 – Ações, práticas e resultados relacionados à redução do desmatamento e conservação da biodiversidade

L'OREAL
- Em 2019, 100% do óleo de soja usado pela L'Oréal e proveniente da América Latina (270 toneladas por ano) foi certificado como sustentável (orgânico ou com Identidade Preservada (IP)). Os derivados de óleo de soja usados pelo Grupo são principalmente obtidos de zonas classificadas como sem risco de desmatamento.
- Como parte da política de desmatamento zero da L'Oréal, publicada em 2014, o Grupo assumiu o compromisso de que até 2020, no máximo, nenhum dos ingredientes e das matérias-primas usados em seus produtos estejam associados ao desmatamento.
- Entre os materiais utilizados pela L'Oréal para suas embalagens, 100% do papel usado para instruções de produtos e 99,9% do papelão para embalagens de produtos vêm de florestas manejadas de forma sustentável (certificadas de acordo com os padrões FSC ou PEFC).
NATURA
- A Natura possui um programa pioneiro de parceria com as comunidades da Amazônia para extração sustentável. O programa teve início em 2011 e se consolidou como a primeira causa da Natura. A Natura gerou de 2011 a 2019 um volume de R\$ 1,8 bilhão em negócios para a região. O Programa Natura Amazônia atua em três frentes: ciência, tecnologia e inovação; cadeias produtivas da sociobiodiversidade; e fortalecimento institucional. Em 2019, 17,7% dos insumos foram provenientes da região Pan-Amazônia e a meta é chegar em 30%, a empresa manteve relacionamento com 5.136 famílias e 100% dos insumos possuem garantia de rastreabilidade.
- A Natura implementou um programa de aquisição de créditos de carbono de comunidades fornecedoras da empresa que fazem uso sustentável dos ativos da sociobiodiversidade e contribuem para a manutenção da floresta em pé, é mais uma iniciativa que aumenta a geração de renda para famílias da região amazônica e contribui para evitar o desmatamento.
P&G
- Fornecimento de celulose de madeira certificada com os principais padrões internacionais de certificação florestal.
- 100% da celulose de madeira virgem que é comprada para uso em produtos de higiene, tecidos/toalhas absorventes é certificada por terceiros por um de nossos sistemas de certificação florestal aceitos.
- Preferência à celulose certificada pelo FSC porque a certificação garante que as florestas são gerenciadas com responsabilidade.

- Produtos de papel higiênico Charmin e lenços faciais Puffs são certificados pelo FSC pela Rainforest Alliance.
- Pareceria com a Arbor Day Foundation para plantar dois milhões de árvores por meio do projeto de Restauração de Incêndios na Califórnia. Nosso apoio ajudará a restaurar florestas que foram devastadas por incêndios florestais.
- Usar 100% de fibra reciclada em nossas embalagens à base de fibra até 2025. As embalagens à base de fibra são a melhor maneira de reutilizar a fibra, criando um produto que as pessoas preferem.
- Membro da Mesa Redonda sobre Óleo de Palma Sustentável (RSPO) oferecendo ajuda para impulsionar práticas responsáveis de palma em todo o setor.

O BOTICÁRIO

- Preservação de áreas florestais e conservação e restauração da vegetação brasileira, por meio da Fundação Grupo Boticário que em 29 anos já apoio mais de 1600 projetos. Dentre as ações desenvolvidas em 2019, destaca-se: Criação de 1.000 hectares de RPPN na Bahia; Criação do Refúgio da Vida Silvestre Bicudinho-Paulista com 2.372 hectares; Proteção do Pato-Mergulhão; Criação do Refúgio da Vida Silvestre do Soldadinho-do-Araripe com 4.480 hectares.

Fonte: elaborado pelo autor com informações e dados dos relatórios das empresas em análise.

Observou-se que todas as empresas pesquisadas desenvolvem ações que contribuem para a diminuição do desmatamento e consequentemente, para a conservação da biodiversidade. O acompanhamento dos fornecedores para rastreabilidade e em alguns casos, as certificações foram as principais ações identificadas. As duas empresas brasileiras, atuam de forma diferente em relação às ações. Enquanto a Natura trabalha com as comunidades da Amazônia para extração de matéria-prima, a Fundação Grupo Boticário atua com projetos em diferentes localidades visando criar e manter áreas protegidas e a biodiversidade.

De modo geral, observou-se que as empresas em estudo adotam práticas de Gestão Ambiental e as deixam claramente expostas em seus relatórios, bem como desenvolvem diferentes ações para minimizar os impactos causados por suas atividades ao meio ambiente.

Além disso, desenvolvem ações voltadas para a comunidade externa visando contribuir com a sustentabilidade, confirmando o exposto por Donaire e Oliveira (2017) quanto ao engajamento das empresas nas questões sociais e ambientais.

Além de proporcionar menos impactos negativos ao meio ambiente, ações mais sustentáveis são vistas como estratégias competitivas pelas empresas atualmente, conforme destacam Florêncio e Campos (2019) e Resch (2010).

Cabe destacar que o relatório do grupo O Boticário é mais objetivo e menos detalhado em comparação às outras empresas. Um dos motivos para tanto é que o Grupo Boticário é uma empresa de capital fechado e, portanto, não está sujeito ao mesmo tipo de prestação de contas aos acionistas como as demais empresas pesquisadas.

5 CONCLUSÕES

Diante dos problemas ambientais que a sociedade enfrenta atualmente, corporações dos mais variados segmentos vêm sendo desafiadas a se posicionarem no que concerne à responsabilidade social e ambiental. Há uma crescente pressão pelos *stakeholders* para que empresas minimizem os impactos dos seus processos produtivos e as normativas de escopo internacional e as legislações ambientais dos diferentes países, incluindo o Brasil, impõe às empresas a necessidade de implementar ações no escopo da gestão ambiental.

Neste estudo, buscou-se analisar as práticas de gestão ambiental de quatro empresas que compõe o segmento de HPPC. Os resultados permitem afirmar que as empresas tem desenvolvido ações relacionadas à diminuição do consumo de água, redução da emissão de gases de efeito estufa (GEE), diminuição no consumo de energia e adoção de fontes de energia renováveis, minimização dos resíduos bem como ações que contribuem para melhorar a logística reversa e a reinserção dos resíduos no ciclo produtivo ou reaproveitamento de materiais, otimização das embalagens e ações voltadas para a diminuição do desmatamento e conservação da biodiversidade, especialmente no que tange aos fornecedores.

Não é possível e não foi objetivo deste estudo classificar quais empresas desenvolvem mais ou melhores ações, mesmo porque as empresas possuem estruturas muito diferentes, são sediadas em diferentes países, possuem trajetórias históricas distintas, possuem um portfólio de produtos diferentes, especialmente a P&G que possui um portfólio de produtos do segmento farmacêutico. Além disso, é importante destacar que as empresas pesquisadas possuem outras práticas de gestão ambiental que não foram analisadas neste estudo em razão do escopo metodológico adotado.

Com base nas práticas e ações destacadas nos relatórios, pode-se concluir que as empresas assumiram a responsabilidade pelos impactos que causam e podem causar ao meio ambiente na execução de suas atividades operacionais e a sustentabilidade constitui-se como uma questão central na estratégia destas organizações.

Como limitações da pesquisa, destaca-se que não foi possível realizar uma triangulação de diferentes fontes de dados, o que poderia levar a resultados diferentes. Além disso, a pesquisa limita-se a quatro empresas. Deste modo, é possível aprofundar o estudo utilizando outras técnicas para coleta de dados, como entrevista, questionário e/ou ampliar o número de empresas estudadas, visando o desenvolvimento de um quadro comparativo das práticas, metas e resultados obtidos.

Como contribuições, este trabalho pode auxiliar gestores de organizações na

identificação de práticas que podem ser adotadas por outras empresas, fornece um panorama sobre as práticas de gestão ambiental adotadas pelas empresas do segmento de HPPC e amplia os estudos sobre responsabilidade socioambiental e gestão ambiental nas organizações.

REFERÊNCIAS

ALVES, Sebastião Sampaio. Conservação e reuso de água em indústrias de cosméticos: estudo de caso da Natura Cosméticos. Dissertação. Escola Politécnica da **Universidade de São Paulo**. Departamento de Engenharia Hidráulica e Sanitária. USP, 2009. 130p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS – ABIHPEC; SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. Caderno de tendências 2019-2020: Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS – ABIHPEC. Vendas de HPPC crescem 4,7% em 2020 e totalizam R\$ 122,4 bilhões. Maio de 2021. Disponível em: <https://abihpec.org.br/vendas-de-hppc-crescem-47-em-2020-e-totalizam-r-1224-bilhoes/>. Acesso em: 27 set. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. Sistema de Gestão Ambiental: Requisitos com orientações para uso. 2015. Disponível em: <https://www.ipen.br/biblioteca/slr/cel/N3127.pdf>

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. – 4. ed. – São Paulo: Saraiva, 2016.

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável – 3. ed. – São Paulo: Saraiva, 2016. 256 p.

BARSANO, Paulo Roberto; BARBOSA, Rildo Pereira. Gestão ambiental – 1 ed. – São Paulo: Érica, 2014.

BCORPORATION. Institucional. Disponível em: <https://bcorporation.eu/about-b-corps>
CAMELO, M. M.. Sociedade de Consumo e Produção Industrial em massa: Influências na Sustentabilidade Ambiental. **Revista de Direito Da Faculdade Guanambi**, vº 1, nº 01, 2015. <https://doi.org/10.29293/rdfg.v1i01.17>

COSTA, B. S.; DIZ, J. B. M.; OLIVEIRA, M. L. de. Cultura de consumismo e geração de resíduos. **Revista Brasileira de Estudos Políticos**, nº1, p.159–183, 2018. DOI: <https://doi.org/10.9732/rbep.v116i0.570>

DIAS, Reinaldo. **Responsabilidade social**: fundamentos e gestão – São Paulo: Atlas, 2012.
DONAIRE, Denis; OLIVEIRA, Edenis de Cesar. Gestão ambiental na empresa: fundamentos e aplicações – 3. ed, rev. e atual. – São Paulo: Atlas, 2018.

FLORENCIO, J. A.; CAMPOS, R. R. de. Estratégias Competitivas na Indústria de Cosméticos. **Revista Interface Tecnológica**, v. 16, n. 1, p. 653-666, 2019. Disponível em:

<https://revista.fatectq.edu.br/index.php/interfacetecnologica/article/view/601>. Acesso em: 9 jul. 2021.

GRUPO BOTICÁRIO. Institucional. 2021. Disponível em:
<http://www.grupoboticario.com.br/pt/Paginas/Inicial.aspx> . Acesso em: 13 ago. 2021.

GRUPO BOTICÁRIO. Relatório de sustentabilidade. Disponível em:
<http://gbrptsustent.wpengine.com/wp-content/uploads/2017/12/BOT-rel2017-PORTcompl-170918--tr.pdf>. Acesso em: 28 maio 2021.

L'ORÉAL BRASIL. Institucional. Disponível em: <https://www.loreal.com/pt-br/brazil/>. Acesso em: 08jun. 2021.

L'ORÉAL. Institucional. Disponível em: <https://www.loreal.com/en/group/about-loreal/>. Acesso em: 08 jun. 2021.

L'ORÉAL BRASIL. Relatório de Progresso Internacional e Brasileiro. 2019. Disponível em:
<https://www.loreal.com/-/media/project/loreal/brand-sites/corp/master/lcorp/7-local-country-folder/brazil/documents/sbwa-2019reportbrazil.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2021.

MEDEIROS, Maria do S. et al.. Gestão Ambiental e Sustentabilidade: um estudo de caso na Agência do Banco do Brasil de Alagoas Nova/PB. In: **Anais...XXXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção - ABEPRO**, Salvador, BA, Brasil, 08 a 11 de outubro de 2013.

MELO, Elisa Dias de; MOUNTEER, Ann Honor. Panorama da Indústria de Cosméticos e Efluentes Líquidos Gerados. **Sustentare**, v. 1, n. 1, p. 131-151, 2018.

MEROLA, Vivian Fernanda Mendes. **Gestão ambiental nas indústrias de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos do Estado de São Paulo**: uma nova perspectiva para a atuação ambientalmente responsável. 2011. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

NATURA. Relatório Anual 2020. Disponível em:
https://static.rede.natura.net/html/sitecf/br/06_2021/relatorio_anual/Relatorio_Anual_Natura_GRI_2020_.pdf. Acesso em: 27 out. 2021.

ONU - Organização das Nações Unidas. Desenvolvimento Econômico. Disponível em:
<https://news.un.org/pt/story/2019/06/1676601>. Acesso em: 01 out. 2021.

PROCTER & GAMBLE COMPANY – P&G, 2020. Disponível em:
https://downloads.ctfassets.net/07r0ntg05edn/2jHz3lZ3y9OHbKvW6FDyJP/0e2bc8226e4df93f0ace2520b88c5446/citizenship_report_2019_full.pdf. Acesso em: 01 out. 2021.

RESCH, Sibelly. **Responsabilidade social**: uma perspectiva de análise a partir da experiência com a ferramenta NEPSO. 2010. 135 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de organizações) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2010.

SAATH, K. C. O.; FACHINELLO, A. L. Crescimento da Demanda Mundial de Alimentos e Restrições do Fator Terra no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, vº 56, nº 2, p.

195–212, 2018. <https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790560201>

SOUZA, Priscila de O.; DUSEK, Patricia Maria; AVELAR, Kátia Eliane Santos. Resíduos sólidos decorrentes da indústria da beleza. **Semioses**, v. 13, n. 2, p. 113-127, 2019.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: os paradigmas do novo contexto empresarial** – 9. ed.– São Paulo: Atlas, 2019.

TAVARES, Lúcia Maria; VARZONI JÚNIOR; Maurício; HENRIQUE, Valesca Dias. Governança corporativa e sustentabilidade: aplicação do triple bottom line no segmento de cosméticos. **Revista Metropolitana de Governança Corporativa**, nº4, nº1, p. 1–18, 2019.

VERLY, Nathalie Rocha. Estratégias empresariais de bioeconomia e economia circular na indústria de cosméticos. (Monografia) – **Universidade Federal do Rio de Janeiro**, Escola de Química. Rio de Janeiro: UFRJ/EQ, 2020.

VIEIRA, J. P. B.; HENRIQUE, M. Acordo de Paris: O que é? Politize. 27/01/2021. Disponível em: <https://www.politize.com.br/acordo-de-paris/>. Acesso em: 15 set. 2021.

ZAMORA, Andrea Maltchik et al. **Atlas do Plástico**. Berlim: Fundação Heinrich Boll, 2020.