

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, CONTÁBEIS E ATUARIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

LARISSA BRITO BONESS

UMA ANÁLISE DA ECONOMIA CIRCULAR NO SEGMENTO DE SKIN CARE DA
INDÚSTRIA DE COSMÉTICOS BRASILEIRA

SÃO PAULO

2023

LARISSA BRITO BONESS

**UMA ANÁLISE DA ECONOMIA CIRCULAR NO SEGMENTO DE SKIN CARE DA
INDÚSTRIA DE COSMÉTICOS BRASILEIRA**

Monografia submetida ao curso de Administração da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, para obtenção do título de bacharel em Administração, sob a orientação da Prof^ª. Dra. **Valdenise Leziér Martyniuk.**

São Paulo

2023

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS.....	3
LISTA DE GRÁFICOS	4
RESUMO.....	5
ABSTRACT	6
INTRODUÇÃO	7
1. MERCADO DE COSMÉTICOS NO BRASIL: O <i>SKIN CARE</i> E AS TENDÊNCIAS DOS NOVOS CONSUMIDORES.....	11
2. DA SUSTENTABILIDADE ATÉ A ECONOMIA CIRCULAR.....	17
3. CONHECENDO O PRODUTO: BALM DE OLHOS DA SIMPLE ORGANIC	24
3.1 ANÁLISE DO PRODUTO E PRÁTICAS DE ECONOMIA CIRCULAR	26
CONCLUSÃO.....	31
REFERÊNCIAS	33

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Etapas genéricas envolvidas no processo de produção de cosméticos.....	12
Figura 2: Diagrama de Borboleta.....	21
Figura 3: Estágios do ciclo de vida de um produto.....	22
Figura 4: Loja franqueada da Simple Organic.....	25
Figura 5: Cadeia de suprimentos da Cera Candelilla.....	28
Figura 6: Embalagem do produto Balm de Olhos visualizada de frente e verso.....	29

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Receita Global do Mercado de Cosméticos no Brasil e Projeções.....	11
Gráfico 2: Google Trends Primeiro trimestre de 2019 a 2021, Beleza & Fitness, buscas na internet.....	15

RESUMO

A questão climática e o modelo de produção e consumo proposto pela Economia Linear, somada a uma onda crescente de perfis de consumidores conscientes e ambientalmente engajados, são fatores que evidenciam a importância da sustentabilidade como matriz estratégica e vantagem competitiva, e que trazem para debate a urgência para que sejam discutidos modelos de produção e consumo sustentáveis. Nesse sentido, a Economia Circular (EC) apresenta-se com enorme potencial de promover mudanças mais sustentáveis nas cadeias produtivas e de pós-consumo. Dito isso, o presente projeto busca apontar a Economia Circular como alternativa para o segmento de *skin care* da indústria de cosméticos brasileira. Com a premissa de conceituar, analisar e discutir os principais temas e questões a partir da EC aplicada às cadeias de produção e consumo da indústria de cosméticos, o desenvolvimento deste trabalho conta com revisão bibliográfica da sustentabilidade à EC, perfis de consumidores atuais, e outros temas pertinentes à discussão do tema, além da elaboração do estudo de caso do produto Balm de Olhos desenvolvido e comercializado pela marca Simple Organic.

Palavras-chave: Economia Circular. Cosméticos. Sustentabilidade. *Skin Care*. ESG.

ABSTRACT

The climate issue and the production and consumption model proposed by the Linear Economy, added to a growing wave of profiles of conscious and environmentally engaged consumers, are factors that highlight the importance of sustainability as a strategic matrix and competitive advantage, and that bring to debate the urgency for sustainable production and consumption models to be discussed. In this sense, the Circular Economy (CE) has enormous potential to promote more sustainable changes in production and post-consumption chains. That said, this project seeks to point to the Circular Economy as an alternative to the skin care segment of the Brazilian cosmetics industry. With the premise of conceptualizing, analyzing and discussing the main themes and issues from the EC applied to the production and consumption chains of the cosmetics industry, the development of this work has a bibliographic review of the sustainability to the EC, current consumers profiles', and other topics pertinent to the discussion of the theme, in the addition of the case study of the '*Balm de Olhos*' (Eye Balm) product developed and commercialized by Simple Organic brand.

Keywords: Circular Economy. Cosmetics. Sustainability. Skin Care. ESG.

INTRODUÇÃO

A Economia Circular é entendida como um “modelo econômico que propõe cadeias de produção e consumo mais sustentáveis, por meio de sistemas estruturados que promovem a circulação e reutilização de matérias-primas em um ‘*closed-loop system*’, prolongando o tempo de vida útil dos materiais e resultando na redução de geração de resíduos”. (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2013, n.p.). Conforme a definição, a Economia Circular atua como um movimento impulsionador para a prosperidade social, bem como uma ferramenta poderosa na preservação ambiental, dado que efetivamente fomenta um desenvolvimento social mais sustentável e reduz os impactos ambientais negativos durante os processos industriais e de consumo.

Nesse sentido, é possível apontar que os impactos causados pelo desperdício, descarte inadequado e consumo desenfreado de matérias-primas e produtos promovidos pelo modelo de economia linear fazem parte do conjunto de práticas adotadas há décadas pela indústria de cosméticos e outras, os quais indubitavelmente possuem efeito adverso notável em diversas frentes sociais e ambientais, principalmente. A predominância de um modelo de economia alheio ao desenvolvimento sustentável vai na contramão, logo, do próprio desenvolvimento social. A discussão de um modelo pautado não somente pela sustentabilidade, mas pela viabilização da aplicação de um conjunto de práticas que minimizam os danos causados pelos ciclos de produção e consumo atuais se torna indissociável, portanto, de um projeto de desenvolvimento humano pautado pela sustentabilidade, bem como traz para discussão a necessidade de processos produtivos alinhados também à proteção dos ecossistemas e do meio ambiente como um todo.

Ao definirmos o foco no mercado de cosméticos no Brasil, é possível apontar os caminhos para a adoção de práticas da Economia Circular nos ciclos de produção e consumo como alternativa para redução de impactos ambientais e sociais negativos, advindos dos processos de extração e descarte dos resíduos sólidos e químicos em função do formato linear de produção predominante nessa indústria atualmente.

De acordo com levantamento realizado em pesquisa da Technavio com dados de 2021, o Brasil ocupa a terceira posição no ranking do Top 10 dos maiores mercados consumidores de cosméticos no mundo – atrás somente dos Estados Unidos e China. Logo, é compreendido que o crescimento observado nas tendências de consumo de cosméticos no Brasil pode ser apontado como um dos fatores que geram grande preocupação acerca da necessidade

de processos produtivos e de pós consumo que prezem pela mitigação dos impactos causados pela extração de recursos e geração de resíduos em detrimento dessa demanda.

Portanto, o presente material possui como premissa dar luz à discussão da relação entre o consumo de cosméticos no Brasil e as oportunidades de desenvolvimento de práticas de Economia Circular no segmento de *skin care*, sendo essa uma grande tendência no público mais jovem e ambientalmente mais consciente.

Partindo desta discussão, será realizado o levantamento exploratório com base na observação de práticas de EC¹ pertinentes ao segmento de *skin care* adotadas por uma organização do setor e através da análise do ciclo produtivo e pós-consumo do produto Balm de Olhos da marca Simple Organic, como exemplo para obter considerações sobre oportunidades e dificuldades relevantes neste mérito. Assim, a pesquisa promove um olhar sobre caminhos para redução dos efeitos ambientais e sociais causados pela Economia Linear e oportunidades da Economia Circular como ferramenta para mitigação dos impactos ambientais durante os processos de extração, produção e descarte de resíduos químicos e sólidos no segmento de *skin care*. Em síntese, esta investigação, que possui caráter descritivo, busca mapear e identificar as práticas de Economia Circular aplicáveis no contexto das indústrias de cosméticos no Brasil voltadas ao segmento de *skin care*,

Somada à problemática acima, quanto ao modelo econômico não sustentável promovido pela economia linear, a questão do descarte de resíduos químicos e sólidos ocasionada pela produção de cosméticos propõe uma discussão quanto às oportunidades e vantagens da adoção de práticas de EC, em linha com a tendência de consumo de um público jovem, ambientalmente mais consciente e preocupado com o caráter social e sustentável das organizações que buscam atrelar seus valores por meio do consumo.

Dado o crescimento da indústria de cosméticos no mundo, sendo o Brasil um dos países que apresentam maior crescimento no setor esse debate sobre o modelo de economia linear pautado pelo “extrair, produzir e descartar”, predominantemente executado pelas organizações do setor, põe em xeque algumas das maiores preocupações globais atualmente: a escassez de recursos e a poluição dos ecossistemas.

Se no passado, os fluxos de produção e consumo não se consideravam a sustentabilidade mediante o encerramento do ciclo de vida do produto, e como este seria descartado posteriormente, hoje é observado que a exploração desenfreada dos recursos e o descarte inadequado causam uma série de efeitos adversos em todo o planeta. Além disso, a crescente

¹ EC – Economia Circular.

conscientização do consumidor acerca do tema também demonstra a relevância da adoção de práticas mais sustentáveis na indústria de cosméticos, ao passo que o compromisso com a sustentabilidade do negócio torna-se valor indissociável às relações de consumo segundo a percepção dos *stakeholders*.

Diante deste contexto, entende-se que para além da compreensão da necessidade da integração de práticas mais sustentáveis durante os processos produtivos na indústria de cosméticos, é pertinente avaliar também a questão sob a ótica estratégica nas organizações e das oportunidades da aplicação da Economia Circular no segmento de *skin care*, considerando que a onda do consumo sustentável se integra aos valores de uma geração ambientalmente mais consciente.

A escolha do setor de cosméticos como objeto de estudo, neste cenário, se sustenta por meio das tendências de consumo orientadas à valorização de práticas sustentáveis, consciência ambiental, e crescimento da adesão do público jovem aos produtos do segmento de *skin care*. Deste modo, a implementação de práticas de Economia Circular como parte de um sistema de produção e consumo sustentáveis possibilita a continuidade de consumo da marca e estreita vínculos de identificação do consumidor e seus ideais para com as organizações ecologicamente sustentáveis.

Para tal, é possível estabelecer uma discussão dos principais conceitos da EC, bem como elaborar uma análise do ciclo de vida do produto, a fim de compreender as ações já implantadas e oportunidades de melhorias na adoção das práticas de EC no segmento de *skin care*. Ademais, outros conceitos que permeiam e consumam respaldo ao tema também serão desenvolvidos no material, relacionados à evolução dos conceitos na prática empresariais e nos estudos sobre a gestão, como sustentabilidade, desenvolvimento sustentável, consumo consciente e a visão estratégica da sustentabilidade como um ativo da marca.

Portanto, a construção da fundamentação teórica busca desenvolver uma análise através dos conceitos e reflexões feitas por teóricos e instituições que debatem e estruturam as bases da Economia Circular. Partindo desta premissa, pode-se citar como referencial os materiais da Ellen MacArthur Foundation e Walter R. Stahel, sendo substanciais para conceituação da Economia Circular; e que somados aos estudos na frente de Inovação, Estratégia e Marketing, de Michael Porter, constituem uma base de leitura e análise imprescindíveis à compreensão do tema. Além disso, materiais e documentos oficiais da Organização das Nações Unidas (ONU) são de ampla utilidade como respaldo técnico e conceitual dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis aqui empregados.

A metodologia empregada na presente pesquisa possui natureza descritiva, a qual propõe-se como objetivo a descrição e análise das características do objeto de estudo, de modo que neste material, esta dinâmica é construída por meio do estabelecimento de um levantamento exploratório com base nas declarações da empresa e organizações de certificação de produtos sustentáveis (como o caso da iniciativa Eu Reciclo), que adota práticas de Economia Circular, e analisar o ciclo produtivo do produto “Balm de Olhos” da marca Simple Organic.

A Simple Organic, marca de cosméticos que possui a sustentabilidade como um de seus pilares e a busca executá-la em todas em todas as suas operações, defende a importância da adoção de práticas como a logística reversa, prolongamento da vida útil e reaproveitamento das embalagens, além de incluir ativos orgânicos e matérias-primas naturais em seus produtos. Logo, a escolha do produto Balm de Olhos da marca Simple Organic se dá em função de sua apresentação como cosmético produzido à base de ingredientes naturais, distribuído em embalagens plásticas simples e que facilitam a reciclagem e reutilização, além de ser reconhecido com o Prêmio de Beleza Verde, edição 2019 - Certificação de Salão de Beleza Sustentável e certificações de compromisso com a reciclagem, veganismo e matérias-primas orgânicas. Dados os fatores acima, é possível analisar o Balm de Olhos como exemplo acerca das oportunidades da aplicação da EC, especialmente do ponto de vista de sua utilização como ferramenta para redução dos efeitos adversos sociais e ambientais nas cidades em função do despejo de poluentes químicos e físicos no meio ambiente.

Nesse sentido, a abordagem de pesquisa qualitativa promove a descoberta e exploração de variáveis que agregam no processo de enriquecimento da própria teoria estudada (LEÃO et al., 2009), permitindo a ampliação dos objetivos de pesquisa aplicados ao método de análise de dados de maneira indutiva – partindo de uma ótica específica para uma geral (LOPES e BERNARDES, 2001).

Assim, sendo o objetivo geral é descrever etapas do processo de produção, comercialização, uso e recuperação identificando práticas e ações a desenvolver no caso da indústria de cosméticos. Por isso, a pesquisa discorre sobre os modelos de produção e consumo da economia linear em comparação com a concepção circular, trabalhando sobre a evolução dos conceitos correlatos. Ainda, dentre os objetivos específicos, oferece foco no segmento de mercado juvenil e suas particularidades comportamentais.

A contribuição da pesquisa é ampliar o debate e dar visibilidade ao tema no campo da gestão de organizações, portanto, com o próprio desenvolvimento sustentável das cadeias de produção e consumo – traçando caminhos e oportunidades para a redução dos impactos.

1. MERCADO DE COSMÉTICOS NO BRASIL: O SKIN CARE E AS TENDÊNCIAS DOS NOVOS CONSUMIDORES

Atualmente, o mercado de cosméticos é uma das indústrias que apresenta maior crescimento em base comparativa ano a ano no mundo. De acordo com dados do Statista, em 2021, a Receita Global do Mercado de Cosméticos foi de US\$ 80,74 bilhões, tendo o Brasil participado com a venda de produtos de higiene pessoal e cosméticos que somaram R\$ 124,5 bilhões.

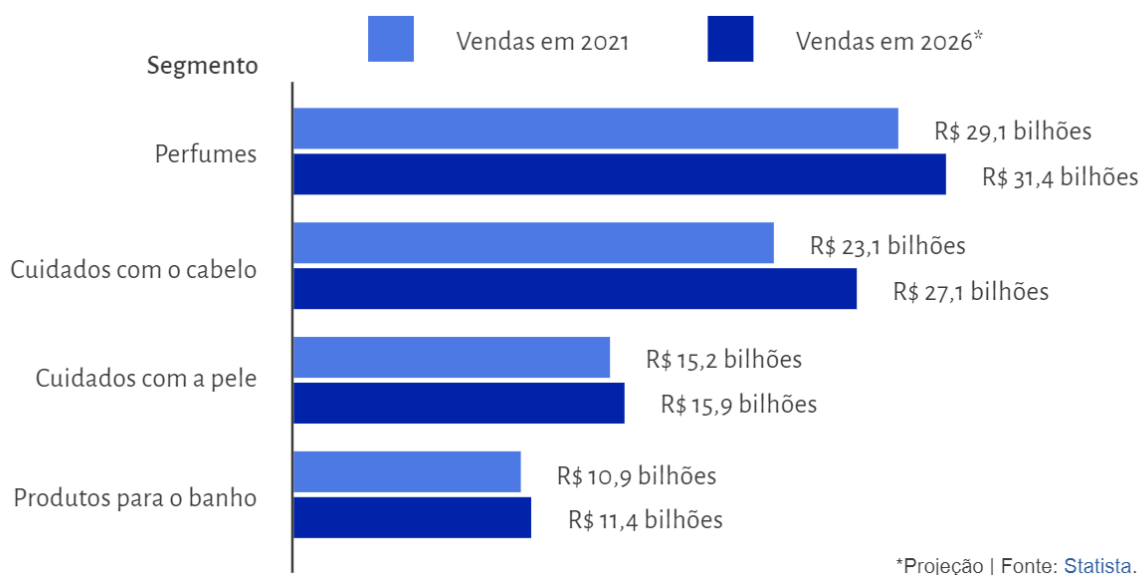


Gráfico 1: Receita Global do Mercado de Cosméticos no Brasil e Projeções. Gráfico elaborado por SEBRAE – RS; fonte: Statista (2022).

O Brasil ocupa a terceira posição no ranking do Top 10 dos maiores mercados consumidores de cosméticos no mundo, de acordo com levantamento realizado em pesquisa da Technavio em 2021. A expectativa de consenso, é que a indústria de cosméticos no país tenha crescimento cada vez mais acelerado nos próximos anos – no estudo *Online Beauty and Personal Care Products Market 2022-2026* realizado pela Technavio, é projetado um CAGR (‘Taxa de crescimento anual composta’, em tradução do termo original ‘*Compound Annual Growth Rate*’ em inglês) de +4,47% (2019-2024).

De acordo com a ANVISA,

Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes: são preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas, de uso externo nas diversas partes do corpo humano, pele, sistema capilar, unhas, lábios [...] com o objetivo exclusivo ou principal de limpá-los, perfumá-los, alterar sua aparência e ou corrigir odores corporais e ou protegê-los ou mantê-los em bom estado (BRASIL, 2015, n.p.).

Inserida neste contexto, a indústria de cosméticos, é responsável pela geração de resíduos químicos e sólidos, que em grande parte se dá pela execução do modelo linear de produção e o descarte inadequado pós-consumo, contribuindo para a degradação ambiental de diversas formas. Fato é que, um dos principais fatores que sinalizam a emergência climática enfrentada hoje, é o desgaste ambiental deflagrado em função de anos de execução dos sistemas de produção e cadeia de consumo não sustentáveis adotados pela indústria globalmente.

De acordo com o Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA), artigo 1º da Resolução 001, de 23 de janeiro de 1986, impacto ambiental é “qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas (...)”.

Para Juliano e Magrini (2017), o número de contaminantes emergentes liberados no meio ambiente como consequência das atividades humanas cresce a cada dia, como um reflexo do consumo crescente de uma ampla gama de produtos, incluindo cosméticos e produtos de cuidados pessoais.

Analisando as etapas do processamento e produção na indústria de cosméticos (que inclui diversas subcategorias) a partir do modelo de economia linear são observados processos em comum para esses tipos de produtos cosméticos, conforme apresentado na figura abaixo:

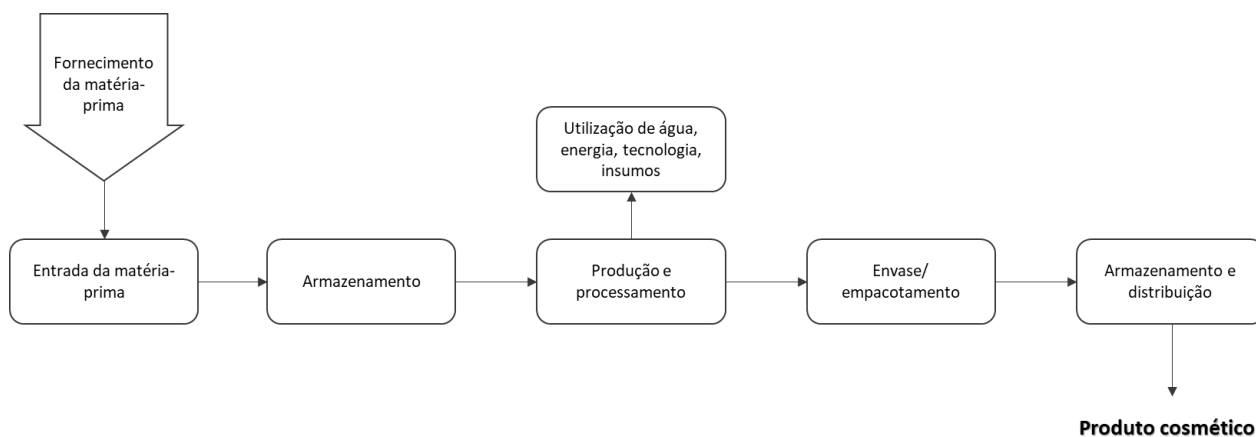


Figura 1: Etapas genéricas envolvidas no processo de produção de cosméticos. Fonte: Autora, adaptado de PEREIRA, F. (2010)

Nesta indústria, é possível apontar uma variedade imensa de insumos e produtos auxiliares necessários à fabricação dos produtos, que participam de uma longa cadeia produtiva que se inicia na extração das matérias-primas e que devem ter seus impactos observados também no pós-consumo e descarte. Muitos produtos possuem em sua formulação ingredientes que dificultam etapas posteriores à utilização, como a reciclagem e a biodegradabilidade. Neste sentido, pode-se mencionar derivados de petroquímicos, solventes, formaldeídos, microplásticos, entre outros.

A etapa do processo produtivo nas fábricas representa grande parte da geração de resíduos químicos e sólidos. Além disso, deve ser observado que a geração destes resíduos apresenta potencial de riscos e acidentes relacionados às matérias-primas e às propriedades dos materiais, tais como, inflamabilidade, toxicidade, entre outros, além de efeitos dados a longo prazo (PEREIRA, 2010, p. 265).

Como uma indústria em plena ascensão, com uma demanda crescente dos *stakeholders* e consumidores conscientes que buscam organizações que desenvolvam em seus ciclos produtivos e de pós-consumo práticas alinhadas à preservação ambiental e o desenvolvimento sustentável, a indústria de cosméticos depara-se com um amplo cenário de oportunidades para explorar a sustentabilidade de seus negócios, além da execução de uma estratégia socialmente responsável.

A solução para a problemática ambiental passa pela responsabilidade das empresas em buscar fontes de matérias-primas renováveis, fabricar produtos utilizando energias limpas, cujos resíduos possam ser assimilados pelo meio ambiente (ALVES, 2016, p. 3). E por outro lado, entende-se que a responsabilidade ambiental surge junto a uma forte onda de demanda dos consumidores frente ao crescimento de uma consciência ambiental e a necessidade de marcas que atuem de maneira responsável social e ambientalmente.

Valores como a qualidade, responsabilidade social e reputação são atributos de extrema importância para promoção da sustentabilidade do negócio. Neste aspecto, a criação de valor sustentável é a chave para o desenvolvimento de organizações comprometidas com o meio ambiente e sociedade.

A sustentabilidade do negócio no longo prazo depende diretamente dessa percepção e de uma permanente comunicação institucional da empresa com seus diferentes interlocutores (clientes, *prospects*, empregados, fornecedores, parceiros, órgãos reguladores etc.), a fim de estabelecer não somente uma transação comercial, mas também um relacionamento capaz de gerar vínculos de admiração. (GAULIA et. al. 2018, p. 190)

Partindo desta premissa, e considerando o perfil de novos consumidores, a adoção de práticas sustentáveis, somada à transparência e à implementação de iniciativas de preservação ambiental são compreendidos pelo público como um atributo diferenciado da marca. Para Dias e Cassar (2003, p. 159), “um atributo que cresce em importância é a vinculação do produto com uma variável ambiental, o que o leva a posicionar-se em vantagem perante outros que apresentam as mesmas condições técnicas”.

Em estudo elaborado Euromonitor International, o *Top 10 Global Consumer Trends 2022 Report*, aponta que em 2021, 67% dos consumidores tentaram causar um impacto positivo

no meio ambiente por meio de suas ações, e consumo. Ademais, pesquisa realizada pela Union + Webster (2019) publicado pela Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP), afirma que que aproximadamente 85% da população brasileira tem preferência por adquirir produtos e/ou serviços de organizações que permeiam os princípios da sustentabilidade em sua cadeia, e priorizam parceiros e fornecedores que compartilham da responsabilidade ambiental em seus processos. O mesmo levantamento da Union + Webster indica que 70% dos consultados afirmaram que não se importam em adquirir produtos ou serviços com valor um pouco superior por este motivo, ou seja, há um indicativo de sensibilidade do consumidor a ceder a preços um pouco mais elevados se considerado o valor agregado das práticas sustentáveis.

Logo, é possível observar a extensão deste comportamento de consumo ao direcionamento das preferências por de cosméticos mais sustentáveis, produzidos por organizações engajadas com seu papel social, econômico e ambiental para a preservação dos recursos do planeta. As novas gerações de consumidores, representadas especialmente Millennials e Geração Z, desempenham um papel considerável frente a este recorte, uma vez que alguns perfis em específico baseiam suas preferências de consumo

Outro ponto considerável nesta análise, é a busca por produtos que traduzam o desejo do consumidor pelos chamados “produtos verdes”, que pode ser observada com frequência no comportamento do consumidor de cosméticos no Brasil.

Apesar de ser uma categoria ainda indefinida, essa classificação engloba múltiplos ângulos relativos à vida verde como a utilização de ingredientes naturais, vegetais e orgânicos, bem como embalagens recicláveis; ressaltar valores como o bem-estar animal; priorizar o uso eficiente de água e utilizar fontes de recursos renováveis. (MENDONÇA, ALVES & SANTOS, 2023)

Neste cenário de busca por produtos verdes, o segmento de *skin care*, também ganha força neste contexto, especialmente durante e pós-pandemia em que a preocupação estética e a procura por um consumo consciente se torna uma pauta relevante, especialmente para as gerações mais atuais. A Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), 2020, aponta que a pandemia foi um impulsionador de movimento global no setor de cosméticos que favoreceu a rotina de cuidados para a pele, isto é, o *skin care*, como uma alternativa para a rotina de autocuidado durante o isolamento.



Gráfico 2: Google Trends Primeiro trimestre de 2019 a 2021, Beleza & Fitness, buscas na internet. Gráfico elaborado por WSGN (2023).

Além disso, a ABIHPEC (2020) também sinaliza uma preocupação crescente, seguida da conscientização, acerca da procedência dos produtos, formulações, e quais impactos sociais e ambientais são gerados a partir deste consumo.

Nessa ótica, os benefícios e vantagens dos produtos verdes são capazes de suprir a demanda do consumidor na busca por produtos que visem, em sua cadeia de produção, a minimização do uso de recursos naturais, e um nível de segurança e menor toxicidade – uma vez que, em sua maioria, são compostos por ativos naturais – e por fim, sejam embalados com material reciclável.

Deste modo, é observada a influência do ambiente econômico atual como uma fonte pressão para as organizações para que estratégias e posicionamento alinhados à sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável se integrem aos objetivos da marca, frente a um cenário em que a criação de valor para o negócio e respectivos stakeholders pode ser fundamental para lidar com o aumento de concorrência no mercado. Em outras palavras, estamos caminhando para um panorama em que é fundamental ao crescimento, sobrevivência e prosperidade das empresas que assumam os compromissos de uma gestão capaz de se organizar estrategicamente e projetar um novo espaço competitivo, espaço este definido pelas necessidades e pelos desejos do cliente de amanhã (SHETH; MITTAL; NEWMAN, 2001).

Nesta ótica, o potencial da incorporação da Economia Circular como matriz estratégica para atender a necessidade de uma nova geração de consumidores que tem a sustentabilidade entre seus valores fundamentais, evidencia uma possibilidade de se consolidar em um mercado

com denotada adesão pelas marcas que se posicionam como responsáveis em toda sua cadeia produtiva, além de desempenhar um papel crucial como vantagem competitiva frente a um setor cada vez mais disputado e se destacar como referência no segmento de *skin care*, promovendo assim a continuidade do consumo com base no alinhamento da marca aos ideais do consumidor.

2. DA SUSTENTABILIDADE ATÉ A ECONOMIA CIRCULAR

Na literatura, a discussão dos conceitos e definições para o termo “sustentabilidade” são incontáveis. Ainda que não haja um consenso, é possível traçar algumas raízes, origens e reflexões em comum que podem auxiliar na compreensão do tema.

O termo ganhou notoriedade e frequência a partir da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, em Estocolmo no ano de 1972. O evento contou com representantes de 113 países, e teve como objetivo estudar e discutir os impactos de escala global das interações entre o modelo de produção industrial, a população, os efeitos adversos causados ao meio ambiente e outras questões de caráter social, ambiental e de recursos naturais.

No mesmo tópico, em 1987 foi realizada a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, evento no qual foi divulgado o Relatório "Nosso Futuro Comum", também conhecido por Relatório Brundtland. A partir deste material, a concepção de desenvolvimento sustentável é apresentada como “O desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades” (WCED, 1987, n.p.).

Mais adiante, em 1992, na Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD) realizada no Rio de Janeiro, que consagrou a concepção de desenvolvimento sustentável, a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável passam a ser apontados como alternativa para as problemáticas ambientais e sociais em função da necessidade de dar continuidade ao crescimento econômico e considerar a finitude dos recursos naturais (DIAS, 2007).

Por outro lado, apesar da relevância do conceito, a definição da palavra “sustentabilidade” não é limitada. Para os teóricos, a sustentabilidade assume qualificação e forma ao afirmar que é parte de um conjunto de práticas relacionadas ao desenvolvimento balanceado e saudável de vários setores da sociedade, sem que estes agridam o meio ambiente.

Pode-se entendê-la como a capacidade que o indivíduo ou um grupo de pessoas tem em se manter em um ambiente sem causar impactos nele. Porém, sua utilização é ampla, abrange diferentes áreas: meio ambiente, economia, administração, educação. Relaciona-se a uma mudança de mentalidade, a novas atitudes, ao que é correto, viável do ponto de vista econômico, social e ambiental. (GAULIA et. al. 2018, p. 140)

Logo, entende-se a sustentabilidade como resposta à crise ambiental e social deflagrada em razão das décadas de poluição e degradação dos ecossistemas, devido ao modelo linear de produção e consumo. É a partir da sustentabilidade, portanto, que se propõe a utilização

consciente dos recursos naturais, e preservados para as gerações futuras. Neste recorte, Ashley et. al. (2018, p. 142) ponderam que “sustentabilidade é saber suprir as necessidades presentes sem interferir nas gerações futuras”.

Para Claro, Claro e Amâncio (2008), um dos eixos centrais da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável é a promoção de um sistema focado no balanceamento entre proteção ambiental com o desenvolvimento social e econômico, no qual a exploração de recursos materiais, os investimentos financeiros e as rotas de desenvolvimento tecnológico devem caminhar e evoluir de maneira a garantir a coexistência e harmonia nos processos de desenvolvimento.

O desenvolvimento sustentável, por sua vez, carrega a noção de que devem ser observadas três dimensões: econômica, social e ambiental. Partindo de uma perspectiva sistêmica em que as organizações são parte da sociedade e que devem, ativamente, contribuir para evitar e mitigar os impactos negativos de suas atividades nas três dimensões abordadas, Porter e Kramer (2011) propõem a ideia da criação de valor compartilhado, que se fundamenta pela concepção de que a competitividade de uma empresa e o bem-estar da sociedade são dependentes. Desta forma, a partir do reconhecimento do desenvolvimento sustentável como oportunidade de negócio e matriz estratégica, é imprescindível que as empresas que buscam se manter equilibradas entre seu desenvolvimento econômico e o progresso social, estejam comprometidas a entregar produtos, serviços e tecnologias que se adaptem as necessidades atuais, podendo assim construir uma vantagem competitiva sustentável.

O modelo de produção predominante, atualmente conhecido como Economia Linear ou Economia Industrial, no entanto, se encontra na contramão do desenvolvimento sustentável. Sendo um modelo de produção e consumo baseado na extração de insumos para fabricação e venda de produtos manufaturados, os quais, após o seu consumo, dispõe seus resíduos de forma ambientalmente inadequada (GEISENDORF & PIETRULLA, 2017). Pautada pela linearidade do “extrair, produzir e descartar” (Ellen MacArthur Foundation, 2013), a Economia Linear, portanto, vem sendo executada como efeito colateral do crescimento exponencial da produtividade e dos volumes totais de produção, que sofreram transformações estruturais a partir das inovações tecnológicas com a chegada da Revolução Industrial (FOSTER, ROBERTO & IGARI, 2016).

Logo, a Economia Linear propõe um sistema econômico que se insere no ciclo de tomar, usar e descartar produtos e materiais, validando-se no consumo de grandes quantidades de energia e de matérias-primas e dependente de recursos finitos e limitados. Bem como a característica que lhe deriva o termo, o sistema de economia circular é constituído de etapas

sucessivas – portanto, seguindo fluxo linear – de: extração, processamento, utilização e eliminação de produtos e materiais; gerando, durante o processo, resíduos e subprodutos que são descartados e destinados para eliminação por incineração, destruição ou depósito de lixo (OLIVEIRA, 2019, n.p.).

Sob a perspectiva dos negócios, é observado, portanto, que o modelo linear se fundamenta na projeção de crescimento econômico na visão de curto prazo, na redução de custos e massificação da produtividade.

Considerando a lógica da linearidade, em que ocorre o emprego desproporcional, e muitas vezes, insustentável de trabalho e energia para que os recursos naturais sejam extraídos, beneficiados e transformados em produtos, que posteriormente serão comercializados e descartados como resíduos (Ellen MacArthur Foundation, 2012), diversos problemas de ordem social, econômica e ambiental passam a ser evidenciados devido ao fluxo desequilibrado deste modelo. Dentre eles, pode-se apontar: i) extração de matéria-prima do meio ambiente para continuidade do ciclo produtivo que cresce de maneira desproporcional aos recursos oferecidos pelo planeta; ii) geração de resíduos durante as etapas produtivas e de pós-consumo, de modo que os materiais e destinação pós-consumo não visam extrair ao máximo do potencial de reaproveitamento e eliminação de desperdício; iii) maior volatilidade de preços em função do aumento da demanda que muitas vezes extrapola as capacidades e recursos disponíveis.

Conforme mencionado, a execução do modelo linear predominante durante boa parte da trajetória industrial vigente, traz muitos impactos negativos podem ser observados no meio-ambiente e na sociedade. De acordo com levantamento do Programa Ambiental ONU (2015), todos os anos, estima-se que 11,2 bilhões de toneladas de resíduos sólidos sejam descartados em todo o mundo e a da proporção orgânica de resíduos sólidos esteja contribuindo com cerca de 5% das emissões globais de gases de efeito estufa.

E, se por um lado, a produção linear se mostrou bem-sucedida e capaz de proporcionar ao consumidor produtos a preços mais acessíveis e garantir o aumento de bens materiais a bilhões de indivíduos (LUZ, 2017, p. 15), hoje, são evidentes as problemáticas ambientais e sociais que o modelo causa a partir de sua interação com o meio.

No entanto, a preocupação em desenvolver modelos de produção e consumo mais sustentáveis começam a surgir em meados da década de 60, através da primeira versão do conceito de Economia Circular pelo economista britânico Kenneth Boulding, em sua obra *“The Economics of the Coming Spaceship Earth”* (1966) que considera a limitação dos recursos disponíveis no planeta e a necessidade estabelecer um desenvolvimento econômico guiado pela adaptação a finitude destes recursos, de modo que em sua reflexão sobre o caráter ecológico e

ambiental dessas mudanças, Boulding expressa a necessidade de que “o homem deve encontrar seu próprio lugar no sistema ambiental circular” (Boulding, 1966) – isto é, em um ciclo que seja capaz de renovar continuamente seus recursos materiais sem que haja *inputs* de energia e matérias externas, como um sistema fechado.

Na obra *Limits to Growth* (1972) pelos autores Donella e Dennis Meadows, Jorgen Randers é abordado o tema do aumento populacional, utilização de recursos naturais, produção industrial e poluição como aspectos a serem revistos urgentemente, uma vez que a projeção que fundamenta a preocupação estima que se a humanidade continuasse a extrair, consumir e descartar os recursos naturais segundo o fluxo da industrialização massiva praticado na época, estes recursos se esgotariam em menos de 100 anos.

Com isso, se apresentando a princípio como uma resposta em consonância com os debates sobre a necessidade de um modelo econômico que promovesse o desenvolvimento sustentável e auxiliasse na redução de extração de matéria-prima, desperdício, geração de resíduos e consumo exacerbado estimulados pela Economia Linear, o arquiteto Walter Stahel, em 1976, publica seu ensaio sobre a importância da implementação de um sistema sustentável de produção e consumo, sugerindo a transição do modelo linear de economia dependente de recursos, para uma economia circular, em que os ciclos são fechados.

Sob esta ótica, a Economia Circular, por meio de suas ferramentas, práticas e alternativas pode ser considerada uma aliada do desenvolvimento sustentável, capaz de estender sua atuação e impactos além dos ciclos de produto e consumo, mas como uma forma de agregar de valor econômico e reduzir impacto ambiental. Ainda que não haja um consenso quanto à origem do termo, certamente as discussões acerca da questão climática, desenvolvimento sustentável e o contexto econômico, político e social da década de 70 certamente foram o ambiente ideal para disseminação das primeiras críticas à Economia Linear.

Do ponto de vista do desenvolvimento econômico, Korhonen et al. Entendem a EC como:

Uma iniciativa de desenvolvimento sustentável com o objetivo de reduzir o desgaste de materiais e energia em função dos sistemas de consumo de produção linear, através de materiais cíclicos e renováveis [...] A EC propõe ciclos de materiais de elevado valor agregado juntamente com a reciclagem mais tradicional, e desenvolve abordagens sistêmicas para a cooperação de produtores, consumidores e outros intervenientes da sociedade no trabalho de desenvolvimento sustentável. (KORHONEN et al., 2018, p. 547).

Deste modo, é possível absorver que a Economia Circular visa propiciar uma abordagem integrada do desenvolvimento econômico, associando a produção industrial e o consumo, ao

melhor aproveitamento dos recursos naturais em todo o ciclo. A EC, busca, dentre muitos objetivos, promover um desenvolvimento sustentável, seja no aspecto econômico, social ou ambiental de sua execução.

Neste aspecto, a filosofia “*cradle-to-cradle*” (“berço ao berço”) do arquiteto McDonough e do químico Dr. Braungart (2002), que pode ser compreendida também como uma das raízes do conceito da própria EC, informa que os fluxos desse sistema devem ser cíclicos e regenerativos, e devem atuar como um novo “berço” para as matérias-primas, desde sua criação até a etapa da reutilização. Neste modelo, a etapa da extração de novos insumos, é substituída pelo reaproveitamento de materiais que encerraram seu ciclo de vida como produto e passam a ser incorporados novamente nos processos produtivos, agregando valor econômico, e diminuindo a necessidade de extração dos recursos na natureza.

De acordo com o Ellen Macarthur Foundation (2014) é ideal repensar e redesenhar as etapas de desenvolvimento de um produto a fim de elaborar ciclos fechados que promovam a circularidade dos materiais entre o sistema. Com este objetivo, o Diagrama de Borboleta (“*Butterfly Diagram*”) ou “Diagrama Sistêmico” (Fig. 2) foi desenvolvido como uma ferramenta para auxiliar a visualização da implementação do modelo de EC na prática, e assim, compreender os ciclos e como se conectam.

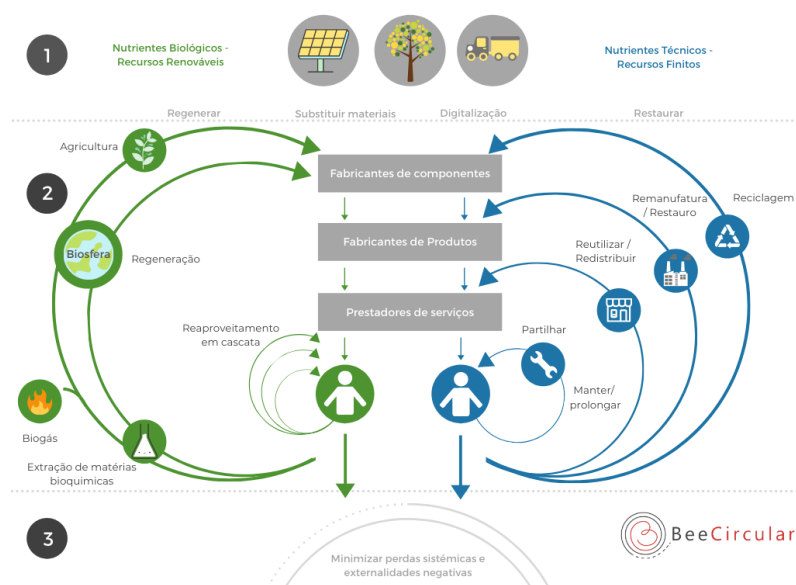


Figura 2: Diagrama de Borboleta (Reproduzida a partir do original desenvolvido pela Ellen MacArthur Foundation) desenvolvido por Bee Circular. Disponível em: <https://www.beecircular.org/post/diagrama-de-borboleta>. (2021)

O diagrama possui como inspiração a filosofia *cradle-to-cradle*, considerando que a partir destes princípios e ferramentas é possível desenvolver sistemas e produtos efetivos que se integrem ao ecossistema circular, e não se tornem resíduos potencialmente nocivos ao meio-

ambiente – em contraposição à lógica “extrair-produzir-utilizar-descartar” do modelo de Economia Linear.

Neste aspecto, é interessante discutir e estabelecer conceitos que devem auxiliar no desenvolvimento de produtos que em sua cadeia buscam reduzir o consumo de matérias-primas e energia, propiciando a reutilização, valorizando a reciclagem em seus sistemas (Zhu et al., 2007).

Logo, é possível também apontar a importância da Avaliação do Ciclo de Vida do Produto (ACV) sob a análise da sustentabilidade, com o objetivo de compreender toda a cadeia de suprimentos da produção de um produto, sua fabricação, o consumo e reciclagem do produto.

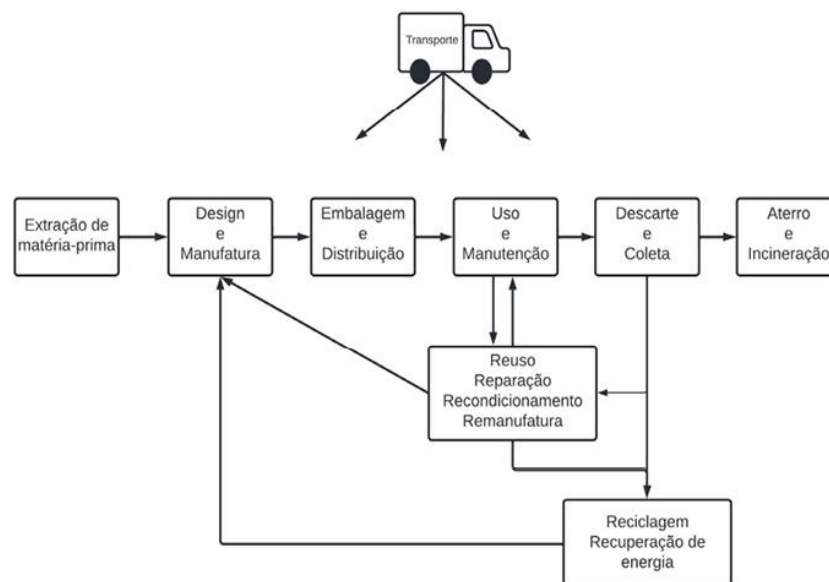


Figura 3: Estágios do ciclo de vida de um produto. Jugend, Bezerra e Souza (2022, p. 63).

Para Jugend et. al (2022, p. 64), a ACV (Avaliação do Ciclo de Vida) “permite mapear, de forma sistemática, quais as atividades envolvidas em cada estágio do ciclo de vida de um determinado produto, fornecendo informações sobre o consumo de recursos naturais, geração de resíduos e emissões em cada uma das etapas”. Ainda, Giannetti e Almeida (2006) defendem que a ACV, para além das etapas de extração e processamento, se compõe da manutenção, da reciclagem, da reutilização e disposição final dos materiais, de forma a identificar os impactos ambientais gerados em todas as etapas.

Importante notar que a semelhança entre a representação das Etapas genéricas envolvidas no processo de produção de cosméticos (Fig. 1) com as etapas de design e manufatura, e embalagem e distribuição contidas na imagem dos Estágios do ciclo de vida de

um produto (Fig. 3). A partir disso, é possível traçar um paralelo entre os dois modelos, e a execução da indústria de cosméticos em sua cadeia produtiva.

3. CONHECENDO O PRODUTO: BALM DE OLHOS DA SIMPLE ORGANIC

Partindo da relevância da análise de toda a cadeia produtiva e de pós consumo para ponderar e propor oportunidades quanto à aplicação da Economia Circular na indústria de cosméticos brasileira, somado ao crescimento exponencial do segmento de *skin care* no Brasil que busca por fórmulas limpas e marcas engajadas com a sustentabilidade, se faz relevante selecionar e analisar algumas iniciativas adotadas no setor em linha com a adesão de princípios da sustentabilidade na a cadeia de valor, e assim, propor alternativas quanto a viabilização de práticas que promovam a circularidade em seus produtos.

Com esta premissa, o produto selecionado para análise do estudo de caso da marca Simple Organic foi o Balm de Olhos, sendo inclusive o vencedor do prêmio Women's Health 2019, na categoria de beleza verde, reforçando os atributos da marca como referência no segmento de cosméticos orgânicos, e de inovação em beleza.

Fundada em 2017, a *beauty tech* Simple Organic é uma marca brasileira de cosméticos e maquiagens que se declara 100% vegana, natural e orgânica. Seu portfólio conta com mais de 100 produtos, que possuem alta tecnologia em sua formulação e ingredientes certificados por organismos internacionais. A marca posiciona no mercado como uma marca de beleza e cosméticos no segmento de maquiagens e *skin care* que vem crescendo exponencialmente desde seu lançamento, que iniciou no online atendendo um nicho de mercado que buscava por fórmulas livres de tóxicos, natural e baseada em princípios sustentáveis. Em entrevista à Folha (2023), a fundadora e atual CEO da marca, Patrícia Lima, defende que a sustentabilidade deve “passar por toda a cadeia de negócios, da produção às lojas, dos insumos à remuneração dos fornecedores, da logística das entregas ao pós-vendas”.

Em 2020, a Simple Organic realizou a transação da venda da marca para a Hypera Pharma, uma das maiores companhias farmacêuticas do país, como parte de sua estratégia para garantir crescimento de performance e alcance da marca a nível nacional. Para a Simple Organic, a participação da Hypera tem sido fundamental no propósito de promover o propósito da beleza limpa de alta performance. A Hypera Pharma integra a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial da bolsa de valores brasileira – ISE B3, sendo o principal índice ESG do mercado no Brasil, responsável por avaliar e classificar por meio de critérios e indicadores de critérios, como capital humano, governança corporativa, capital social, meio ambiente e mudanças climáticas, e integrar a geração de valor econômico à preocupação com as questões ambientais, sociais e de governança corporativa. Atualmente, a Hypera ainda é a única empresa farmacêutica do Brasil a compor o ISE B3, trazendo reconhecimento para a

Companhia em relação a geração de valor e o bem-estar de seus stakeholders, bem como seus compromissos socioambientais e de governança corporativa.

Um fator interessante para a análise, que se soma ao fator da Transação entre o Grupo Hypera e a Simple Organic, é a compreensão deste processo como uma questão determinante para a expansão do reconhecimento da Simple além do nicho da geração Z e seu alcance fora das redes sociais – hoje, a marca conta com 25 franquias, três lojas próprias, e está presente nas prateleiras de centenas de farmácias parceiras, de modo que a Simple se apresenta na divisão de dermocosméticos em compartilhamento com as outras marcas do grupo, como a Mantecorp, por exemplo.



Figura 4: Loja franqueada da Simple Organic, que conta com apresentação dos produtos da marca, no Leblon, Rio de Janeiro (2021).

De acordo com o Relatório de Sustentabilidade da empresa, nessa perspectiva, a consolidação da aquisição se mostrou positiva para ambos: a capilaridade e o alcance do Grupo Hypera foram capazes de alavancar a expansão da marca, fazendo com que a Simple Organic ganhasse presença em diversos canais (farmácias, abertura de novas franquias e lojas) no Brasil, além de apoiar seu processo de internacionalização. Em contrapartida, a Simple Organic soma-se ao portfólio da Hypera com seus produtos inovadores, e livres de crueldade animal e orgânicos, assim como amplia a presença da Hypera na frente de e-commerce e no setor de *skincare*.

Dentre os critérios para escolha da marca Simple Organic e do produto Balm de Olhos, foram levados em consideração: i) adesão à selos e certificações na frente de sustentabilidade,

reciclagem (Selo Eu Reciclo e Certificação Lixo Zero), veganismo (PETA Vegan Approved e Cruelty Free) e outras entidades alinhadas ao discurso e práticas para o desenvolvimento sustentável; ii) reconhecimento de programas compensação de impactos ambientais durante os processos produtivos (não utilização de embalagens secundárias, fórmulas livres de químicos pesados, principais ativos orgânicos) e de pós-consumo (Programa de Logística Reversa); iii) engajamento e posicionamento como marca que possui a sustentabilidade como matriz estratégica e de inovação.

3.1 ANÁLISE DO PRODUTO E PRÁTICAS DE ECONOMIA CIRCULAR

Como método de avaliação dos fluxos de energia e materiais empregados na fabricação e pós-consumo do Balm de Olhos será adotada a Avaliação do Ciclo de Vida Ambiental, de modo que esta metodologia possibilita analisar os fluxos de energia e de materiais, sendo de extrema importância para compreensão dos principais aspectos de sua cadeia de valor, desde a extração da matéria-prima, manufatura, distribuição e descarte.

- Extração da matéria-prima:

A ANVISA não possui uma regulamentação oficial para a classe de cosméticos naturais e/ou orgânicos dos cosméticos no Brasil, tornando difícil uma parametrização dos componentes, quantidades e pureza que permitem a identificação do produto como natural. É válido ressaltar que cosméticos naturais podem possuir um certo percentual de componentes orgânicos, porém o inverso nem sempre é válido. De outro modo, toda matéria-prima orgânica é por síntese, natural, mas nem toda matéria-prima natural é necessariamente orgânica – dentre um dos motivos, por não haver uma recomendação, autorização, diretriz ou semelhante a respeito da proibição ou permissão para utilização de organismos geneticamente modificados (OGMs) e agrotóxicos no cultivo das matérias-primas naturais.

No entanto, há a ISO 16128, a normatização internacional que dispõe de definições e critérios para os cosméticos e naturais. De acordo com a norma, são caracterizados como cosméticos naturais os produtos que possuem ao menos um ingrediente derivado de uma substância natural. Além disso, são considerados cosméticos naturais os que possuem até 5% de matérias-primas certificadas orgânicas. Os 95% restantes da formulação podem ser compostos por matérias-primas naturais não certificadas ou permitidas para formulações naturais (Romero, et al., 2018).

Os cosméticos orgânicos são aqueles cuja matéria-prima é extraída de ingredientes de cultivo orgânico, e portanto, exclusivamente de origem vegetal, com produção sustentável e renovável, que se estende ao cuidado durante o cultivo, colheita, utilização de sementes orgânicas, entre outros. Por isso, insumos que podem ser considerados de origem orgânica dependem de métodos e tecnologias que garantam a manutenção da pureza e integridade durante todos os estágios produtos. Para que sejam considerados cosméticos orgânicos, conforme a ISO 16128, devem possuir pelo menos 95% de ingredientes orgânicos em sua composição.

Através da consulta e levantamento dos principais ingredientes presentes na fórmula, foi possível identificar que o produto, segundo a ordem dos componentes da embalagem, é composto por ativos naturais e majoritariamente orgânicos. Na lista de ingredientes do Balm de Olhos, composto inclusive por ceras e extratos oleosos, os componentes orgânicos da formulação do produto denotam a responsabilidade com os insumos desde sua origem, ao tratamento, beneficiamento e transformação.

Com o objetivo de elaborar uma análise capaz de mapear e compreender o ciclo do produto, e propiciando uma redução do escopo por este motivo, se faz pertinente a seleção de um grupo de ingredientes que servirá como norte para o desenvolvimento deste tópico. A cadeia de suprimentos de matéria-prima a qual esta análise terá como foco são do seguinte componente da formulação do Balm de Olhos: Cera Candelilla (*Euphorbia Cerifera Cera*).

O componente, por sua vez, foi selecionado para análise a partir de suas propriedades naturais e potencial de exploração para a indústria cosmética. O mercado de ceras naturais, como a Cera Candelilla, tem apontado um crescimento em sua demanda pelo setor tem se dado, principalmente, por suas capacidades de adaptação e manejo como ingredientes para formulações limpas e versáteis na indústria.

No caso da Cera Candelilla, por exemplo, o Relatório “Wax Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product Type (Mineral, Synthetic, Natural), By Application (Candles, Packaging, Plastic & Rubber), By Region, And Segment Forecasts, 2023 – 2030” elaborado pela Grand View Research em 2021 indica uma tendência de crescimento ainda maior na movimentação de mercado na frente de ceras naturais em projeção de 2020 a 2030.

De acordo com o Relatório de Sustentabilidade da Hypera Pharma, detentora da marca Simple Organic, é exigido dos fornecedores o cumprimento de licenças legais, alvarás sanitários e ambientais, assim como a conformidade com a legislação ambiental e sanitária vigente, certificados de garantia a proteção animal (Good Manufacturing Practices (GMP), Origem de

Biodiversidade, Leaping Bunny, Cruelty Free, Origem Vegana), e o preenchimento de um questionário de avaliação em relação aos impactos ambientais.

- Desenvolvimento do produto

A utilização de ativos naturais e orgânicos se torna uma vantagem competitiva muito interessante em um país com vasta biodiversidade como o Brasil, e por isso, muitos dos ingredientes da formulação do Balm de Olhos foram trabalhados pensando em explorar ao máximo as possibilidades das matérias-primas, sem que houvesse desperdícios ou acréscimo de ingredientes sintéticos que dificultassem o desempenho dos ativos orgânicos.

Como exemplo, temos a Cera Candelilla, que está entre os principais insumos presentes no produto, que é uma cera à base vegetal e que possui ampla utilização na indústria de cosméticos, como batons, sabonetes e bálsamos. Além disso, o material é vegetal e não apresenta riscos em sua utilização e descarte, pois é um ativo natural e biodegradável.

A Cera Candelilla é extraída da planta mexicana *Pedilanthus pavonis*. Considerando o potencial e versatilidade deste insumo, a Hypera Pharma é responsável pela aquisição e introdução da cera no processo de manufatura do Balm de Olhos e outros produtos da marca que possuem o mesmo ingrediente em comum.

A partir de um levantamento realizado com apoio de um colaborador do setor de qualidade da linha de produção da Bio Scientific, parceira contratada pela Hypera Pharma para a produção de produtos de suas marcas, foi possível identificar parte da cadeia de suprimentos do componente Cera Candelilla, conforme representação abaixo:

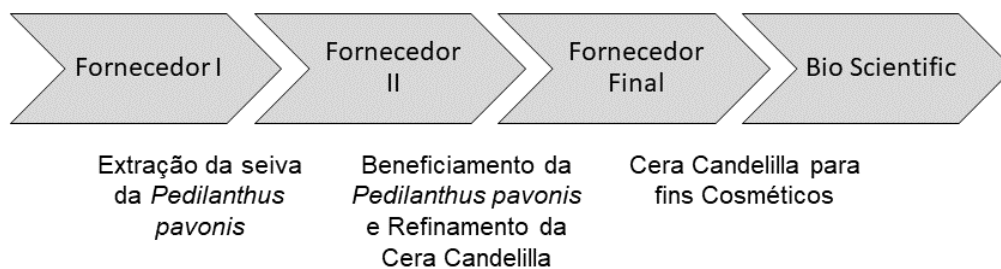


Figura 5: Cadeia de suprimentos da Cera Candelilla. Elaboração do Autor² (2023).

As embalagens, como em toda a linha de produtos da Simple Organic foram projetadas para causar o mínimo impacto ambiental possível. Em função disso, as embalagens feitas de plástico possuem padronização de coloração nas cores branco ou preto, para que após recondiçionadas ou recicladas, possam ser integradas novamente à cadeia produtiva. Outro fator destacado pela empresa é a sobre a não utilização da dupla camada de plástico em suas

² Os nomes dos fornecedores não foram revelados pela organização.

embalagens, uma prática comumente adotada na indústria da beleza, uma vez que inviabiliza o descarte adequado e a reciclagem do material.



Figura 6: embalagem do produto Balm de Olhos visualizada de frente e verso, extraídas do site da marca (2023).

Ademais, não são utilizadas embalagens plásticas como embalagens secundárias, isto é, as embalagens que não estão em contato direto com o produto, como caixas ou displays. Em substituição, o material utilizado é o extrusado de milho, um material biodegradável constituído a partir de uma mistura de grão de milho, água e corante de grau alimentício. Após sua utilização para proteção dos produtos durante o transporte, o extrusado ainda pode ser reaproveitado novamente com a mesma finalidade, ou descartado como lixo orgânico, uma vez que se decompõe rapidamente na presença de água ou umidade. Esta iniciativa é extremamente interessante pois visa reduzir o alcance do impacto ambiental causado pela utilização de embalagens plásticas, e seu descarte no pós-consumo.

- Distribuição

Com a aquisição da marca pela Hypera Pharma, diversas operações como a de logística e distribuição dos produtos e pedidos passaram a ser realizadas por meio das instalações e tecnologia do Grupo. Por este motivo, a malha logística da Simple Organic é integrada à malha logística de sua mantenedora, Hypera Pharma, que hoje conta com uma infraestrutura de alcance nacional que é compartilhada junto às demais linhas de produtos e marcas da companhia.

Devido o modelo de negócios executado pela Hypera Pharma na frente de logística e distribuição de seus produtos, o processo de mapeamento e avaliação dos impactos ambientais gerados pela operação da Simple Organic é complexo, e por este motivo, não é factível desenvolver com profundidade esta análise no escopo do projeto. Ainda, é importante

mencionar que a Simple Organic conta com parceiros para compensação da pegada de carbono deixada pelas operações da sede administrativa e rede de lojas, desde 2021, além de oferecer a opção do consumidor de neutralizar o carbono gerado pelo frete do pedido pelo valor de R\$ 1,60 em compras realizadas pelo site.

- Uso e Manutenção/Descarte e Coleta

A Simple Organic atua no mercado com a garantia de um sistema de logística reversa compatível com 100% de seus produtos por meio da compensação e trabalha no incentivo ao retorno de embalagens vazias nas lojas, promovendo ações como descontos em novas compras a partir da devolução de embalagens já utilizadas. Além disso, para compras feitas nos sites e em regiões em que não há presença de lojas ou franquias para facilitar a devolução direta pelo consumidor das embalagens utilizadas às lojas, é possível levá-las a cooperativas ou centros de reciclagem e encaminhar as informações ao canal de atendimento da Simple Organic, que compartilhará um código de desconto para uso no site.

Ademais, a marca possui o selo EuReciclo, que garante a remuneração de cooperativas de reciclagem para retirada do meio ambiente da quantidade proporcional à utilização nas embalagens dos produtos. Deste modo, o impacto ambiental se torna menor e a marca, em paralelo, trabalha no incentivo ao desenvolvimento da cadeia de reciclagem local e no Brasil.

Válido mencionar que a Simple Organic também alega cumprir as obrigações legais dispostas pela Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). A PNRS (Brasil, 2010) é atualmente, o documento que mais se aproxima de uma política ambiental que se relaciona com o conceito de Economia Circular no Brasil, sendo considerada um marco legislativo e um avanço na matéria no país. O documento, por sua vez, dispõe sobre os princípios, objetivos, instrumentos e diretrizes frente ao gerenciamento de resíduos sólidos no Brasil, bem como estabelece responsabilidades aos geradores e ao poder público.

CONCLUSÃO

Baseando-se nos conteúdos discutidos e analisados no presente trabalho, foi possível evidenciar a relevância da Economia Circular como alternativa para a adoção de práticas de produção e consumo sustentáveis indústria de cosméticos brasileira, especialmente no segmento de *skin care*, ante proposto. Deste modo, entende-se o potencial como matriz estratégica e vantagem competitiva a implementação da sustentabilidade de maneira transversal nas empresas de cosméticos no Brasil, considerando inclusive o perfil de consumidores engajados com o meio-ambiente e os impactos sociais causados pela indústria, e a busca por produtos que sintetizem o desejo de uma rotina de cuidados com a pele composta por produtos naturais, feitos por organizações responsáveis e sustentáveis.

Nesta perspectiva, a EC como modelo de produção e pós-consumo também incentiva a utilização de matérias-primas limpas, biodegradáveis e que apontam para uma preocupação da marca frente aos seus impactos ambientais e sociais. Dito isso, um outro fator relevante que apoia esta premissa é o potencial de mercado para os cosméticos naturais no Brasil, uma vez disposta a vasta biodiversidade para produção de insumos e produtos feitos a partir de matérias-primas naturais e de origem brasileira.

É notável, no entanto, que é preciso ter os valores da sustentabilidade não alinhado somente ao discurso da organização, mas com todas as frentes de negócio por ela executadas. Deve haver a preocupação com os impactos gerados desde a escolha do fornecedor, passando pelo design e manufatura dos produtos, distribuição, pós-consumo e descarte do produto. Na indústria de cosméticos, encontra-se uma complexidade maior quando observado o pós-consumo, uma vez que os consumidores geralmente não encontram canais ou meios de retornar as embalagens para que se integrem ao fluxo novamente, e fechem o ciclo, realizando assim o processo de “*closed-loop system*”.

A Simple Organic, marca analisada no estudo de caso da presente pesquisa, demonstra reconhecer e executar práticas de EC em sua cadeia de produção e pós-consumo. Conforme evidenciado, a marca busca desenvolver produtos feitos a partir de matérias-primas orgânicas, com embalagens pensadas na facilitação do pós-consumo e reciclagem, para que não percam valor para as cooperativas que trabalham nesta frente, além de oferecer produtos livres de crueldade animal, feitos de componentes de origem vegetal. O Balm de Olhos, produto analisado neste estudo de caso, por sua vez, sintetiza muitos aspectos da preocupação da marca

com seus impactos ambientais, que passam por toda a cadeia de produção e pós-consumo da marca.

Infelizmente, para a coleta dos dados para aprofundamento de estudo de caso, houve uma dificuldade de conseguir contato com a Simple Organic e Hypera Pharma, respectivamente a marca e o Grupo controlador da Simple Organic. Por esta razão, foi necessário excluir do escopo analisado neste projeto algumas etapas interessantes ao dimensionamento das iniciativas de EC tomadas pela marca, que poderiam auxiliar no processo de mapeamento, desenho e análise do sistema produtivo e de pós-consumo. Grande parte das informações aqui dispostas foram obtidas por meio de um levantamento exploratório através de consultas no site da marca, relatórios de sustentabilidade, materiais de imprensa sobre a Simple Organic e o produto.

Ainda, ressalta-se a expansão do mercado de cosméticos no Brasil, inclusive com ênfase no segmento de *skin care*, aponta para um panorama que empresas com maior adesão aos valores de sustentabilidade deverão se destacar na preferência dos consumidores.

REFERÊNCIAS

- ABDALLA, F. A.; FREIRE SAMPAIO, A. C. *Os novos princípios e conceitos inovadores da Economia Circular*. Entorno Geográfico, n. 15, p. 82, 13 jul. 2018. Disponível em: <https://entornogeografico.univalle.edu.co/index.php/entornogeografico/article/view/6712/9054>. Acesso em 24/08/2022.
- ALVES, Ricardo. **Administração Verde - O Caminho Sem Volta da Sustentabilidade Ambiental nas Organizações**. São Paulo: Grupo GEN, 2016. E-book. ISBN 9788595156234. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595156234/>. Acesso em: 08 nov. 2022.
- ASHLEY, Patrícia et. Al. **Ética, responsabilidade social e sustentabilidade nos negócios**. Editora Saraiva, 2018, p. 140-142. E-book. ISBN 9788553131839. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553131839/>. Acesso em: 08 nov. 2022.
- ANVISA, 2015. RESOLUÇÃO DA DIRETORIA COLEGIADA - RDC N° 07, DE 10 DE FEVEREIRO DE 2015.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS (ABIHPEC). “*O futuro do mercado de beleza: novos hábitos trazidos pela pandemia devem continuar em alta*”. 2020. Disponível em: <https://abihpec.org.br/o-futuro-do-mercado-de-beleza-novos-habitos-trazidos-pela-pandemia-devem-continuar-em-alta/>. Acesso em: 02 jun. 23.
- BOULDING, Kenneth. E. “The economics of the coming spaceship earth”. New York, 1966.
- BRASIL. Lei N° 12.305, de 02 de agosto de 2010 - Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm. Acesso em 25 mai. 23.
- BRAUNGART, Michael; MCDONOUGH, William. Cradle to cradle. Random House, 2002.
- BRUNDTLAND, GH et al. **Our common future; by world commission on environment and development**. Oxford: Oxford University Press, 1987. Acesso em: 01 dez. 2022.
- CLARO, Priscila Borin de Oliveira; CLARO, Danny Pimentel; AMÂNCIO, Robson. **Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações**. Revista da Administração, São Paulo, v. 43, n. 4, p. 289-300. 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2234/223417504001.pdf>. Acesso em 09 nov. 22.
- CONAMA. Conselho Nacional de Meio Ambiente, CONAMA. Resolução CONAMA n° 001, de 23 de janeiro de 1986. Disponível em:

<https://www.ibama.gov.br/sophia/cnia/legislacao/MMA/RE0001-230186.PDF>. Acesso em: 10 mai. 23.

DIAS, Reinaldo. **Marketing Ambiental: Ética, Responsabilidade Social e Competitividade nos Negócios, 2ª edição**. Grupo GEN, 2014. E-book. ISBN 9788522489800. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522489800/>. Acesso em: 09 nov. 2022.

DIAS, Reinaldo; CASSAR, Mauricio. **Fundamentos do marketing turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Towards the circular economy 1: economic and business rationale for an accelerated transition**. Cowes, Isle of Wight: Ellen MacArthur Foundation, 2012.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Towards the circular economy 2: opportunities for the consumer goods sector**. Cowes, Isle of Wight: Ellen MacArthur Foundation, 2013.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Towards the circular economy: accelerating the scale-up across global supply chains**. Geneva, Suíça, 2014.

EUROMONITOR. Top 10 Global Consumer Trends 2022. 2022. Disponível em: <https://www.euromonitor.com/article/what-are-the-10-global-consumer-trends-in-2022>. Acesso em 02 jun. 2023.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARANÁ (FIEP). “87% dos consumidores brasileiros preferem comprar de empresas sustentáveis”. Disponível em: <https://agenciafiep.com.br/2019/02/28/consumidores-preferem-empresas-sustentaveis/>.

Acesso em 02 jun. 2023.

FOSTER, A.; ROBERTO, S.; IGARI, A. T.; **Economia Circular e Resíduos Sólidos: Uma Revisão Sistemática Sobre a Eficiência Ambiental e Econômica**. ENGEMA. 2016. ISSN: 2359-1048

GAULIA, Luiz Antônio; et. Al (Org.). ‘Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade nos Negócios: (Des)Construindo Limites e Possibilidades’. Saraiva, Ed. 1, p. 140-190. Brasil, 2018.

GEISENDORF, S.; PIETRULLA, F. **The circular economy and circular economic concepts – a literature analysis and redefinition**. Thunderbird International Business Review, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1002/tie.21924>

GIANNETTI, Biagio F., ALMEIDA, Cecília M. V. B. “Ecologia Industrial: Conceitos, Ferramentas e Aplicações”. Editora Blucher, 2006.

GRAND REVIEW RESEARCH. *Wax Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product Type (Mineral, Synthetic, Natural), By Application (Candles, Packaging, Plastic &*

Rubber), By Region, And Segment Forecasts, 2023 – 2030. Ed. 2022. Disponível em: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wax-market#>. Acesso em: 25 jun. 23.

ISO/DIS 16128 - 1:2015(E). Guidelines on technical definitions and criteria for natural & organic cosmetic ingredients and products - Part1: Definitions for ingredients. International Organization for Standardization; 2015.

ISO/DIS 16128 - 2:2015(E). Guidelines on technical definitions and criteria for natural & organic cosmetic ingredients and products - Part2: Criteria for ingredients and products. International Organization for Standardization; 2015.

JUGEND, Daniel; BEZERRA, Barbara S.; SOUZA, Ricardo Gabbay de. *Economia Circular: Uma rota para a sustentabilidade*. Grupo Almedina (Portugal), 2022. E-book. ISBN 9786587019499. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786587019499/>. Acesso em: 15 mar. 2023.

JULIANO, Claudia. MAGRINI, Juliano A. *Cosmetic Ingredients as Emerging Pollutants of Environmental and Health Concern. A Mini-Review*. MDPI Journal, *Cosmetics*, n.p. 2017. Disponível em: doi:10.3390/cosmetics4020011. Acesso em: 28 jun. 23.

KORHONEN, Jouni; NUUR, Cali; FELDMANN, Andreas; BIRKIE, Seyoum Eshetu. **Circular economy as an essentially contested concept**. *Journal of Cleaner Production*, (2018) 544-552. Disponível em:

<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0959652617330706?token=704BBA32DEDB32CDB0626265112731072BBF96FB0577DEAAF306E8D5C6360DF2E32B9F08592E1CF54AC2A7388892E195&originRegion=us-east-1&originCreation=20221222190237>. Acesso em: 22/12/2022.

LEÃO, André Luiz Maranhão de Souza; JÚNIOR, Fernando Gomes de Paiva; DE MELLO, Sérgio Carvalho Benício. *Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração*. *Revista de ciências da administração*, v. 13, n. 31, p. 190-209, 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2735/273522105009.pdf>. Acesso em 04 jul. 23.

LOPES, H. E. G.; BERNARDES, P. **Ampliando a análise da produção científica em administração: o indutivo versus o dedutivo**. *Revista Economia & Gestão*, v. 1, n. 2, 2001. Disponível em:

<http://periodicos.pucminas.br/index.php/economiaegestao/article/view/121/112>. Acesso em 16 set. 2022.

LOPES, Humberto Elias Garcia; BERNARDES, Patrícia. *Ampliando a análise da produção científica em administração: o indutivo versus o dedutivo*. *Revista Economia & Gestão*, v. 1, n. 2, 2001. Disponível em:

<http://periodicos.pucminas.br/index.php/economiaegestao/article/download/121/112/>. Acesso em 04 jul. 23.

LUZ, Beatriz. (Org.). *Economia Circular Holanda: Brasil: da teoria à prática*. 1. ed. - Rio de Janeiro: Exchange 4 Change Brasil, 2017.

MEADOWS, Donella H., et al. "The limits to growth-club of Rome". 1972.

MENDONÇA, B. DA M. R.; ALVES, P. E.; SANTOS, E. P. DOS. *Cosméticos Verdes: revisão bibliográfica acerca da tendência sustentável no desenvolvimento de cosméticos*. *Research, Society and Development*, v. 12, n. 2, p. e4212239888, 2023. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/39888/32696>. Acesso em: 04 mai. 2023.

ONU. "Global Waste Management Outlook". (2015). Disponível em: <https://www.unep.org/resources/report/global-waste-management-outlook>. Acesso em: 18 abr. 2023.

PEREIRA, Francisco Sávio Gomes. *Processos Químicos Industriais*; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco-IFPE: Recife, Brasil, 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Pereira-57/publication/311950492_INDUSTRIAL_CHEMICAL_PROCESSES_in_portuguese_PROCESSOS_QUIMICOS_INDUSTRIAIS/links/5864607108ae329d6203a9e1/INDUSTRIAL-CHEMICAL-PROCESSES-in-portuguese-PROCESSOS-QUIMICOS-INDUSTRIAIS.pdf.

Acesso em: 12 mai. 2023.

PORTER, Michel; KRAMER, Mark. **Creating shared value**. *Harvard Business Review*, Boston, 2011. Disponível em: <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>. Acesso em 09 nov. 2022.

ROMERO, Valéria; KHURY, Emiro; AIELLO, Laura Moretti; FOGLIO, Mary Ann; LEONARDI, Gislaiane Ricci. "**Diferenças entre cosméticos orgânicos e naturais: literatura esclarecedora para prescritores**". *Surgical & Cosmetic Dermatology*. Rio de Janeiro v.10 n.3 jul-set. 2018 p. 188-93. Disponível em: <https://doi.org/10.5935/scd1984-8773.20181031087>. Acesso em: 04 mai. 2023.

SEBRAE/RS– Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul. *Tendências para o setor de beleza em 2023*. E-book Boletim de Tendências; Ed. Mar/23; p. 1 - 5. 2023. Disponível em: <https://lms.eadtech.net/main/sebraers/Media/view/Modal/973>. Acesso em 04 jul. 23.

SHETH, J.N.; MITTAL, B.; NEWMAN, B.I. *Comportamento do cliente: indo além do comportamento de do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2001.

Stahel, W. R., & Reday-Mulvey, G. Jobs for tomorrow: The potential for substituting manpower for energy. DG Manpower, Brussels, European Commission. 1976. New York: Vantage Press.

STATISTA. ‘Cosmetics industry in Brazil – statistics & facts’. 2022. Disponível em: <https://www.statista.com/topics/5424/cosmetics-industry-in-brazil/#topicOverview>. Acesso em: 04 jul. 23.

TECHNAVIO. *Online Beauty and Personal Care Products Market by Product and Geography - Forecast and Analysis 2022-2026*. 2022. Disponível em: <https://www.technavio.com/report/online-beauty-and-personal-care-products-market-industry-analysis>. Acesso em 22 nov. 22.

WCED. Our common Future, ‘*Relatório Brundtland*’. Oxford: Oxford University Press, 1987.

ZHU, Q.; SARKIS, J.; LAI, K.H. “Green supply chain management: pressures, practices and performance within the Chinese automobile industry”. *Journal of Cleaner Production*, Elsevier, 15 (2007), pp. 1041-1052. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2006.05.021>. Acesso em: 22 mar. 2023.