

H471

### **A QUESTÃO AMBIENTAL COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA DAS EMPRESAS: O CASO NATURA**

Flávia Borba Santiago (Bolsista PIBIC/CNPq) e Profa. Dra. Maria Carolina de Azevedo F. de Souza (Orientadora), Instituto de Economia - IE, UNICAMP

A mudança de postura com relação ao meio ambiente vem refletindo no surgimento de uma demanda por eco-produtos. Isso torna a introdução da questão ambiental na estratégia das empresas uma importante forma de construção de vantagens competitivas. O estudo usou como metodologia pesquisa bibliográfica e os objetivos foram mostrar uma provável mudança de paradigma. As principais conclusões foram que as empresas podem incorrer em quatro ganhos com a introdução: torna-se possível aumentar a produtividade via redução de custos (corte de desperdícios); reduzir os gastos com multas e a conseqüente redução do passivo ambiental; criar ou manter uma imagem positiva e, com isso, ganhar parte dessa nova parcela do mercado e, por último, obter certificação ambiental que por um lado garante a identificação dos produtos, sendo importante arma de diversificação e pré-requisito para que empresas exportadoras mantenham sua competitividade internacional. Também se observou, a introdução da questão nas empresas brasileiras e descobriu-se esta introdução, depende da vontade da empresa e de seu tipo de estrutura organizacional e grau de imbricação do conhecimento dentro da empresa. Neste trabalho se mostra o caso Natura, empresa que cresceu e se diversificou com base nesta questão.

Empresas - Estratégia - Meio Ambiente