

GESTÃO EMPRESARIAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Balanced Scorecard ambiental

UVA - UNIVERSIDADE VEIGA DE ALMEIDA

**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO
DE RECURSOS HUMANOS**

AMANDA FREIXAS SILVESTRE – MAT 20201301804

Trabalho realizado para a Universidade Veiga de Almeida
Orientador: Prof^º Ronaldo Piloto

A L'Oréal é uma empresa consolidada e líder mundial no mercado de beleza, criada pelo pesquisador Eugène Schueller, há um pouco mais de um século. A principal característica da companhia é o gosto pela inovação e a busca contínua pela excelência, com um toque de muito amor, esforço, talento e coragem.

O grupo está crescendo mais rápido que o mercado, quando se trata da relevância dos produtos nas prateleiras de todos os mercados do segmento. E, com isso, seus resultados comerciais bastante expressivos trazem a possibilidade da companhia realizar a sua principal meta: conquistar um bilhão de novos consumidores em todo o mundo.

Para que seu objetivo seja alcançado com bastante êxito, a L'Oréal possui 4 pilares em seu modelo de negócio:

1. Universalização

As abordagens de operações, RH, marketing e vendas são feitas para darem suporte à universalização. O intuito é promover o desenvolvimento local, se adaptando à distribuição local. Os principais desafios são: desenvolver o conhecimento dos consumidores através da ciência geocsmética, identificar ideais locais com potencial global e conquistar novos territórios.

2. Inovação;

O mindset da L'Oréal é inovação. Está no DNA da empresa. Cada área e integrante do time tem o papel de pensar fora da caixa diariamente, trazendo novas soluções e ideias de produtos para a empresa. Sempre inovar, fazer diferente.

3. Agilidade

O mercado da beleza se modifica rapidamente. A L'Oréal está sempre em busca de novas oportunidades de se destacar: novos produtos, categorias, mercados, canais de distribuição, etc, em todas as áreas, seja pesquisa, fabricação, vendas, marketing, RH...

4. Empreendedorismo

A singularidade da L'Oréal está em sua cobertura de todos os canais de distribuição, todas as categorias de beleza e todos os segmentos de consumidores, através de marcas dedicadas. Cada unidade de negócio é autônoma e opera com um modelo de negócio diferente, com sua própria lógica de lucratividade.

Balanced Scorecard (BSC) - L'Oréal
Missão: inovação cosmética para todos

	Objetivos	Metas	Indicadores	Iniciativas
Perspectiva Financeira	Aumentar o faturamento da empresa de maneira sustentável.	Aumentar em 20% a receita bruta da companhia no Brasil	Demonstrativos financeiros	Criar campanhas onde a devolução das embalagens geram 5% de desconto nos produtos para o consumidor final. Desta forma, minimizaremos os custos com a produção de embalagens, diminuiremos o impacto ambiental e fidelizaremos os nossos clientes também pelo custo x benefício.
Perspectiva do Cliente	Proporcionar a melhor experiência com os produtos L'Oréal, de maneira consciente, inovadora e sem testagem em animal	Aumentar o ticket médio	Quantidade de produtos adquiridos por nota fiscal (relatório por loja)	Apresentar de maneira mais clara para os consumidores os produtos que se complementam (tratamento contínuo), expondo nas lojas de maneira que induza a compra em kit. Criar campanhas de produtos Vegan, mostrando de forma clara para os clientes a forma em que as testagens dos produtos são realizadas.
Perspectiva dos Processos Internos	Usar a tecnologia para otimizar a produção, do período de teste até a confecção final	Ter até o final de 2020 70% das etapas da produção otimizada, liberando o capital humano para criarem novas campanhas e estratégias para a companhia	KPIS de produção (tempo, custo, headcount etc)	Investir nas áreas de machine learn e tecnologia para a otimização das etapas de produção. Criar uma área de sustentabilidade, no RH, para que todos os processos sejam mapeados de forma a torná-los mais sustentáveis e de baixo impacto ambiental.
Perspectiva do Aprendizado e Crescimento	Ter uma equipe de especialistas em beleza bem treinados e "draivados" em inovação	Treinar e capacitar 90% dos nossos funcionários, da produção ao administrativo, até o final de 2020	Avaliação de desempenho	Implementação de PDI e treinamentos específicos para cada área

Bibliografia

PAULILO, G. **Guia:** como definir os indicadores do *Balanced Scorecard*. Disponível em: <<https://www.agendor.com.br/blog/balanced-scorecard-indicadores/>
(Links para um site externo.)

>. Acesso em: 29 jun. 2018.

<https://www.treasy.com.br/blog/balanced-scorecard-bsc/>

<https://www.loreal.com.br/carreiras/quem-somos>