

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL “LAURO GOMES”

Técnico em Logística

Carolina Linari Viana
David Luiz dos Santos Faustino
Jaqueline Sousa dos Santos
Nathalia de Araújo Tenório Cavalcanti
Regina Fernanda Menezes da Silva
Vitória Feliciano Rodrigues Ferreira

**Sustentabilidade e Logística Reversa: O Estudo de Caso
da Empresa Natura Cosméticos S.A 2020**

São Bernardo do Campo / SP

Novembro 2020

**Carolina Linari Viana
David Luiz dos Santos Faustino
Jaqueline Sousa dos Santos
Nathalia de Araújo Tenório Cavalcanti
Regina Fernanda Menezes da Silva
Vitória Feliciano Rodrigues Ferreira**

**Sustentabilidade e Logística Reversa: O Estudo de Caso da
Empresa Natura Cosméticos S.A 2020**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como pré-requisito
para obtenção do Diploma de
Técnico em Logística, orientado
pela professora SHIRLEI
ALONSO

São Bernardo do Campo / SP

Novembro 2020

Carolina Linari Viana
David Luiz dos Santos Faustino
Jaqueline Sousa dos Santos
Nathalia Araújo Tenório Cavalcanti
Regina Fernanda Menezes da Silva
Vitória Feliciano Rodrigues Ferreira

Sustentabilidade e Logística Reversa: O Estudo de Caso da Empresa Natura Cosméticos S.A 2020

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como pré-requisito
para obtenção do Certificado de
Técnico em Logística.

Aprovação em: ___/___/___

Prof.(a). Shirlei Alonso Ardengue
Etec Lauro Gomes
Orientador(a)

Prof.(a). José Rubem Fernandes
Etec Lauro Gomes
Avaliador(a)

Prof.(a). Gilberto Cristiano
Etec Lauro Gomes / Convidado
Avaliador (a)

DEDICATÓRIA

Agradecemos principalmente a Deus por termos dado a oportunidade de chegar até aqui e, também aos nossos familiares e amigos, que nos incentivaram, participaram e contribuíram para nossa conquista profissional e acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Somos gratos, por todos os professores da parte estudantil que nos acolheram e nos ajudaram no decorrer do curso, por cada conselho, ajuda e broncas, tudo foi essencial para a nossa formação como pessoa, aluno e profissional qualificado de bem. A vocês os nossos mais sinceros obrigados.

Resumo

A Natura é uma das marcas brasileiras de cosméticos mais conhecida na América Latina e no mundo. Nos últimos anos cresceu ao adquirir a Avon e a The Body Shop, tendo consumidores em cerca de 63 países diretamente e indiretamente, por abranger um público amplo de consumidores através da qualidade dos seus produtos e a busca pela preservação do meio ambiente. O objetivo de presente trabalho é mostrar como a organização atua em seus programas de sustentabilidade e em sua logística por meio da logística reversa, criando um valor com a sociedade como um todo e reduzindo o efeito estufa que vem atingindo o planeta de forma temerosa. Além disso, é mostrada a atual situação do cenário mundial de pandemia de Coronavírus que criou uma crise econômica principalmente no setor da beleza onde muitos consumidores trocaram a maquiagem pela máscara de proteção, assim como a Natura foi obrigada a readequar suas atividades para esse momento. É essencial a atuação de seus clientes e fornecedores para a realização desses projetos e o sucesso. A partir de uma análise realizada com o apoio dos consumidores e os colaboradores, podemos compreender que a empresa não busca somente a melhora do impacto econômico, mas também o desenvolvimento social, ambiental e cultural como ferramentas para seu crescimento.

Palavras-chave: Natura, Logística Reversa e Sustentabilidade.

Abstract

Natura is one of the best known Brazilian cosmetics brands in Latin America and worldwide. In recent years it has grown by acquiring Avon and The Body Shop, covering consumers in around 63 countries directly and indirectly, because they cover a broad audience of consumers through the quality of their products and the search for the preservation of the environment. The objective of this current work is to show how the organization operates in its sustainability programs and logistics through reverse logistics, creating value with society as a whole and reducing the greenhouse effect that has been hitting the planet in a fearful way. In addition, the current situation of the coronavirus pandemic world scenario is shown, which has created an economic crisis mainly in the beauty sector where many consumers changed their makeup for the protective mask, just as Natura was forced to realign their activities for this moment. It is essential to work with its customers and suppliers to carry out these projects and succeed. From an analysis carried out with the support of consumers and employees, we can understand that the company not only search for improve the economic impact, but also social development, environmental and cultural as tools for its growth.

Keywords: Natura, Reverse Logistic and Sustainability

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12 - 16
1.1. Problema.....	15
1.2. Objetivo Geral.....	15
1.2.2. Objetivos específicos.....	15
1.3. Justificativa.....	15
1.4. Hipótese.....	15
1.5. Metodologia.....	15- 16
2. O MEIO AMBIENTE E A SUSTENTABILIDADE	17 - 25
2.1. Conceito de Logística.....	19 - 22
2.2. Conceito de Logística Reversa.....	22 - 24
2.3. Estudo de Caso: Logística Reversa na Empresa Natura.....	24 - 25
3. A NATURA E A BUSCA PELA SUSTENTABILIDADE.....	26 - 43
3.1. O processo logístico da Natura.....	28 - 31
3.2. Consultoras e consumidores.....	31 - 36
3.3. Logística Reversa através das Embalagens da Natura.....	36 - 41
3.4. O Processo de embalagens.....	42 - 43
CONCLUSIDERAÇÕESFINAIS.....	44 - 45
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46 - 49
ANEXOS.....	50 - 54
ANEXO I.....	50
ANEXO II.....	51
ANEXO III.....	52
ANEXO IV	53
ANEXO V.....	54
APÊNDICES.....	55 - 64
APÊNDICE I.....	55
APÊNDICE II.....	56
APÊNDICE III.....	57
APÊNDICE IV.....	58
APÊNDICE V.....	59
APÊNDICE VI.....	60
APÊNDICE VII.....	61

APÊNDICE VIII.....	62
APÊNDICE IX.....	63– 64

1. INTRODUÇÃO

As questões de calão ambiental são cada vez mais visadas, tendo conhecimento das consequências negativas e os problemas ocorridos pela falta de cuidado ao meio ambiente. Varias relações comerciais e a sociedade vem priorizando as organizações, que utilizam produtos menos nocivos ao meio ambiente e que utilizam do desenvolvimento sustentável e da logística reversa, para diminuir resíduos acumulados na natureza.

A logística reversa definida por Leite(2003), como a logística empresarial que planeja o retorno dos bens de pós-venda - ou pós-consumo - ao processo produtivo, por diversos meios reversos de distribuições, agregando valores econômicos, ecológicos, legal, logístico, de imagem, etc. em sua apresentação.

Contudo o conceito de logística reversa não é algo novo, antes feito apenas para produtos com a data de validade vencida, embalagens danificadas, ou produtos com defeitos. No século XXI, a logística reversa ganhou uma amplitude maior nos produtos de pós-consumo, com o cenário tecnológico mundial a utilização e renovação de produtos se torna constante, diversas inovações em curtos períodos de tempos, ocasionando a redução do ciclo de vida, cada vez mais produtos descartáveis e menos duradores, impossibilitando até o conserto desses produtos em virtude da obsolescência e o valor de concerto maior que o de mais atual no mercado.

Com essa mentalidade ocorre um aumento de resíduos que se acumulam tanto que não há suporte para a demanda. Para Barbosa e Tramontano (2002), a maioria dos produtos pode ser reciclável, uma maior coleta seletiva para esse tipo de material e a reciclagem seriam mais vantajosos financeiramente do que continuar extraindo os recursos da ambiente. A logística reversa possibilita o desenvolvimento sustentável das organizações, através dela as empresas reaproveitam os resíduos industriais, sem perder a competitividade no mercado e evitando danos ao meio ambiente até mesmo ganhando cada vez mais reconhecimento dos clientes e fornecedores para tal pratica.

A empresa Natura Cosméticos S.A é líder de mercado brasileiro no segmento de cosmético e produtos de higiene pessoal, presente também em diversos países e destacando-se por sua responsabilidade socioambiental, sendo este o motivo da escolha pela empresa na elaboração deste trabalho. Levantar as principais práticas do desenvolvimento sustentável e da logística reversa utilizada pela empresa Natura, é o objetivo geral da pesquisa. Este trabalho trata-se de uma compilação dos estudos e publicações sobre a empresa Natura Cosméticos S.A, permitindo ao leitor ampla cobertura do assunto.

A responsabilidade socioambiental é um compromisso que devesse acontecer dentro das organizações por meio de ferramentas, é uma delas é a Logística Reversa, adotada pela Natura desde a sua fundação na década de 60. Questiona-se como o país pode contribuir de forma natural e duradoura, tornando-se um país desenvolvido e totalmente sustentável.

A Natura foi uma empresa fundada em 1969, por Luiz Seabry e Jean Pierre Berjeaut, na região de São Paulo como uma pequena loja de cosméticos. Logo se expandiu se tornando uma pequena fabrica e sendo a primeira companhia a usar a venda – direta. Atualmente a organização atua em 63 países, possuindo a Avon e a The Body Shop. É conhecida por abastecer aos seus consumidores produtos de carbono neutro e a opção de refils em suas embalagens.

O meio ambiente vem sofrendo grandes alterações ocorridas pela falta de conscientização da população, como a poluição de lagos e rios, e o efeito estufa. Através de recursos sintéticos podemos mudar as consequências ruins que elas causam ao planeta. A Logística oferece é uma dessas ferramentas, a Logística Reversa, que por meio da reutilização dos materiais contribui para a diminuição de fatores que agridem ao meio ambiente.

Ao examinar esse cenário específico da Natura, pode-se observar o quão a organização se expandiu através da sua execução logística, vemos a forma como ela procura incorporar todo o público em seus produtos e preservar

a natureza por meio de suas embalagens, oferecendo qualidade e sustentabilidade: o equilíbrio entre a necessidade humana e os recursos naturais. Não pensando somente nos clientes, a organização também foca no bem estar e crescimento nas suas consultoras e revendedoras, o que se destacou principalmente na pandemia de Coronavírus.

A pesquisa foi dividida em três etapas uma que consiste na realização de um levantamento bibliográfico com o objetivo de aprofundar o tema, através de livros, artigos, sites e revistas especializadas; na seleção dos estudos e periódicos publicados sobre a empresa Natura, com foco na logística reversa nos produtos fornecidos pela empresa; e por ultimo na realização de uma entrevista com seus colaboradores e consumidores. Este trabalho tem três tipos de contribuições, primeiramente acadêmica, gerar conhecimento sobre o desenvolvimento sustentável, logística reversa com a finalidade de poder conscientizar as organizações e a sociedade sobre os benefícios do desenvolvimento sustentável e da logística reversa no âmbito socioambiental.

Autores como Paulo Roberto Leite, Marques dos Santos, Duque e Franco, Gomes e Ribeiro tem desenvolvido um trabalho estendido sobre o valor da Logística Reversa nas organizações, apresentando ideias como: A importância da sustentabilidade e da concorrência no mercado e para o meio ambiente.

A empresa apresenta grandes estratégias para seu marketing e suas embalagens, tendo um alto nível de comprometimento com os seus valores. Entretanto, há a necessidade de comprometimento não somente da organização, mas também de fornecedores e clientes para que seu planejamento obtenha sucesso no processo. Apesar de todos os projetos e da diminuição da produção de carbono, a Natura ainda não consegue reutilizar 100% de suas embalagens. Durante o período de pandemia, o foco da organização mudou para produtos de higiene específicos para as mãos, adaptando suas fabricas para manter a saúde e a segurança dos colaboradores.

1.1. Problema

A partir do tema proposto, questiona-se a responsabilidade social do país em contribuir para essa logística reversa de forma natural e duradoura.

1.2. Objetivo Geral

O objetivo geral deste estudo é conhecer, analisar e identificar a empresa NATURA e seus aspectos econômicos, logísticos e sustentáveis.

1.2.2. Objetivos específicos

- Enfatizar o fato de como um profissional da logística lida com este ambiente.
- Descobrir como uma empresa de cosméticos funciona.
- Examinar o desenvolvimento sustentável da Natura.

1.3. Justificativa

A escolha do tema ocorreu em base no atual cenário econômico, ambiental e social, onde a sustentabilidade e a logística reversa são temas que se tornaram de grande importância para a sociedade e empresas. Neste sentido, a proposta é fazer uma reflexão sobre como a Natura realiza estes processos e os mecanismos utilizados pela empresa para tal feito.

1.4. Hipótese

Questiona-se a responsabilidade social do país em contribuir para essa logística reversa de forma natural e duradoura com o intuito de tornar o país desenvolvido e totalmente sustentável.

1.5. Metodologia

Para o desenvolvimento deste estudo de conclusão de curso, utilizou-se o método dedutivo e a coleta de dados através de entrevista e pesquisas com o público alvo.

Quanto aos meios para a realização deste estudo, foi necessária a utilização de pesquisa bibliográfica com o auxílio de livros e artigos científicos. Qualitativa e quantitativa, pois analisa a interação da marca com seus consumidores e colaboradores através da coleta de dados e da observação.

Devido à escassez de material e por ser um tema pouco explanado, a pesquisa exploratória será utilizada proporcionando a melhor visão e compreensão da pesquisa.

2. O MEIO AMBIENTE E A SUSTENTABILIDADE

Este capítulo abordará como o meio ambiente e a sustentabilidade se tornam fatores essenciais na vida humana, econômica e social através dos anos.

O meio ambiente vem sofrendo grandes agressões pelo uso excessivo dos recursos naturais e pelo desrespeito com o mesmo ao longo da história, ocasionando desequilíbrio no planeta, gerando vários problemas ambientais para sociedade contemporânea. Para entender melhor essas mudanças, apresenta-se um breve histórico do processo produtivo que serviu de padrão mundial, na perspectiva de Druck e Franco (1998).

A Revolução Industrial impulsionou intensas mudanças na tecnologia e atividades econômicas, nas relações sociais, na vida humana e na vida social. Com esta revolução, tornou-se possível a alteração de propriedade dos meios de produção. Os artesãos abdicam de serem proprietários dos meios produtivos e transitaram para a força trabalhadora de uma parte deste processo. Processo este que passa a ser cada vez mais específico e mais repetitivo. Esses trabalhadores abnegavam de vastas jornadas, carecendo adaptar-se aos novos ritmos de trabalho, com instalações cheias de maquinários responsáveis pela produção em massa, advêm no acréscimo de poluentes despejados na natureza.

Mediante a ótica dos autores, tornou-se possível o aumento e a capacidade produtiva por intermédio dos recursos sintéticos e seu uso, em comutação às antigas técnicas exercidas nas lavouras de algodão, borracha e na fabricação de cerâmicas. O uso destes recursos teve seu apogeu a partir da Segunda Guerra Mundial, com a engendração da indústria química e petroquímica. Estimulando a geração crescente de resíduos industriais.

Devido à poluição química e do acúmulo de lixo tóxico, conseqüentemente sobrevieram grandes problemáticas ambientais, de equivalência global, como: o efeito estufa, a chuva ácida, emissão de gás

carbônico em grande quantidade, dentre outros. Poluentes estes que podem provocar efeitos gravíssimos para o corpo humano, eclodindo processos de caráter mutágeno, teratogênico e cancerígeno de médio a longo prazo, afetando negativamente gerações posteriores.

Com problemas ambientais impactando a vida humana e com o esgotamento de recursos não renováveis, gerou-se uma preocupação pelas questões ambientais, procurando substituir atividades que causavam grandes impactos por outras ecologicamente corretas, buscando a utilização de recursos renováveis menos agressivos ao meio. (DRUCK e FRANCO,1998).

Este brevíssimo histórico exprimiu que a Revolução Industrial inicializou intensas mudanças tecnológicas, econômicas e sociais neste mesmo período, servindo de modelo para os demais países do globo. Isso instigou uma insigne exploração do meio ambiente de forma inconsequente, buscando apenas por meios de produção incessavelmente desavergonhada, sem preocupar-se com os impactos ambientais futuros. Este inconsequente ato adjunto à poluição desenfreada possibilitou a irrupção e exacerbação de problemáticas ambientais, que se sucederam afetando a vida e os organismos humanos. A sociedade contemporânea busca por alternativas ecológicas corretas para diminuir os impactos do meio ambiente causadas por essa revolução e a Segunda Guerra Mundial.

Sintetiza Leite (2003), que a sociedade contemporânea se preocupa cada vez mais com os diversos aspectos do equilíbrio ecológico, com o aumento da consciência e da sensibilidade ecológica, tendo em vista o aumento nítido da velocidade de descartes dos produtos e a falta de disposições dos lixos urbanos e entre outros, originando os graves problemas ambientais urbanos. Essa falta de infra-estrutura para suportar a demanda dos lixos urbanos é um importante fator motivador à estruturação e à organização de canais de distribuição reversos de pós-consumo. A maior parte destes produtos descartados tem condições necessárias para reintegração ao ciclo produtivo, ou tecnologia de reciclagem, ou ainda mercado para aplicações dos materiais, dentre outras alternativas.

A sociedade tem feito pressões sobre os impactos dos produtos para o meio ambiente, desenvolvendo uma série de regulamentações que envolvem aspectos do ciclo de vida dos produtos, desde a fabricação e o uso de matérias-primas virgens até a sua disposição final. Essa regulamentação proíbe o descarte em aterros sanitários de móveis, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, baterias em geral. Assim, dando origem ao conceito de desenvolvimento sustentável, com o princípio de crescimento econômico, minimizando os impactos ambientais para atender às necessidades do presente momento sem comprometer as gerações futuras. (LEITE, 2003).

2.1. Conceito de Logística

Ao falar de logística é imprescindível a abordagem de sua origem, que tem duas supostas nacionalidades. A primeira suposição seria da Grécia Antiga, nesta região foi onde surgiu o termo “logistikas”, que significa cálculo e raciocínio. Já a segunda é oriunda do vocabulário francês “loger”, que significa “alocar”, dando raiz a palavra “logistique”. Teve sua primeira aparição em meados do XVIII, onde Barão Antoine Henri de Jamini, General de Napoleão Bonaparte fez o uso da palavra. Ambas eram utilizadas para momentos de guerras e momentos de preparação que antecipavam as mesmas.

“A logística iniciou na antiga Grécia. Como as lutas eram distantes, era preciso fazer um “estudo” de abastecimento das tropas com medicamentos, alimentos e armamentos. Os combates eram autossuficientes e, grande parte do abastecimento era obtida através dos territórios conquistados. (GOMES e RIBEIRO, 2004).”

Nos tempos da idade média, estradas e galpões começaram a ser produzidos para o abastecimento dos campos de guerra. Os armazéns eram fortes e castelos, que além de estocar produtos alimentícios de origem agropecuário, servia de segurança para o povo daquele determinado território. Por estes motivos a tomada destes castelos eram de tamanha importância, pois além de expandir o território, era usado para aumentar o estoque e se aproximar de outros territórios vizinhos.

“No Leste, um dos sistemas logísticos mais avançados foi a cavalaria mongol no século XIII. As bases do exército eram poupança, disciplina, planejamento e organização. Eles eram conhecidos por separar exércitos em várias frentes, acompanhados por suprimentos transportados por cavalos e até rebanhos. Rotas e campos de batalha foram cuidadosamente selecionados devido à disponibilidade de pastagem para rebanho e agricultura. (Fontanella, 2020).”

Em meados do século XX a logística foi uma ferramenta de suma importância, sendo muito utilizada nas Grandes Guerras, onde eram feitos grandes deslocamentos de tropas, por meios marítimos e terrestres, estoque de suprimentos essenciais como: alimentos, medicamentos e materiais bélicos. Nesse período o motor a combustão estava em ascensão e foi de grande valia para o transporte das tropas, além disso, o surgimento dos rádios comunicadores facilitaram muito a comunicação e o transporte entre uma zona e outra.

“Depois da Segunda Guerra Mundial, a logística passou da guerra para os negócios. A distribuição física de produtos começou com um foco na atividade de saída. O preenchimento de pedidos, distribuição de produtos, armazenamento e armazenagem, planejamento de produção e atendimento ao cliente são atualmente aspectos importantes do processo logístico. (Marques dos Santos, 2019).”

Após os momentos de guerras a logística passou por uma grande evolução, essa pode ser dividida em quatro fases, sendo elas:

Primeira fase (Atuação segmentada): Pós-guerra, com métodos de padronização inflexíveis, produtos eletrodomésticos de uma cor apenas, estoques controlados manualmente, avanços tecnológicos voltados apenas para o meio de produção.

Segunda fase (Atuação rígida): Na década de 70, os produtos ganharam variações de cores e tamanhos, o mercado seguiu mais ramos de consumo. O ramo alimentício ganhou destaque nessa época. Com o aumento no volume de produtos os estoques entraram em colapso, optando assim por mecanismos mais dinamizados para o controle e atendimento aos consumidores. Com a

crise do petróleo o custo do transporte ficou acrescido, dando assim a oportunidade para outros modais. A internet começou a ser utilizada nos processos logísticos desde então.

Terceira fase (Integração flexível): A partir dos anos 80, iniciou-se o planejamento logístico, possibilitando uma maior troca de informações entre fornecedores e clientes. Adotam o EDI (Intercâmbio Eletrônico de Dados), sistema de código de barras, usado para facilitar o controle e estoque, gerando satisfação aos clientes, pela agilidade.

Quarta fase (Integração estratégica): O Supply Chain Management (Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos), passou a ser necessidade o uso desse método. Os desafios da logística se tornaram a diminuição dos estoques e aumento da qualidade do serviço com a redução de custos e prazos para demonstrar valor ao consumidor. Neste mesmo momento surgiu também, o conceito de logística reversa, voltado para questões pós-venda e pós-consumo, que visa o lucro, mas com uma visão sustentável, preocupada com o meio ambiente.

O processo logístico se caracteriza pelo gerenciamento estratégico de aquisição, movimentação e armazenamento de materiais e produtos. Utilizando ferramentas do marketing, visando um melhor atendimento aos clientes, agregando valor, além de gerar uma maior lucratividade.

“ A logística empresarial estuda como a gerencia pode incrementar o nível de rentabilidade dos serviços de distribuição aos clientes e/ou consumidores, por meio de planejamento organizado e controle efetivo das atividades de movimentação e armazenagem, objetivando facilitar o fluxo de produtos. (GOMES e RIBEIRO, 2004). ”

A logística é uma ferramenta essencial para as empresas, provendo agilidade nos processos internos, facilidades na distribuição de produtos, quando bem feita diminui pela metade o tempo de determinado serviço, assim pode-se concluir outras atividades ou até mesmo intensificar um serviço de maior dificuldade com tempo restante.

“A logística é bastante difundida na atualidade, como uma das principais ferramentas de competitividade, que objetiva prover os produtos e serviços no lugar certo e na hora certa, reduzindo custos de deslocamento e armazenagem. (GOMES E RIBEIRO, 2004).”

2.2. Conceito de Logística Reversa

A logística reversa, emergiu a partir da necessidade de reutilizar ou descartar devidamente resíduos, pós-venda e pós-consumo. Segundo LEITE (2009): Logística reversa está associada à reutilização de produtos e materiais, englobando todas as atividades logísticas de coletar, desmontar e processar produtos e/ou materiais e peças usadas a fim de assegurar uma recuperação sustentável. Leite enfatiza a importância do ciclo de vida do produto ao associar a logística reversa a reutilização.

Decorrente de países que exploram o processo de industrialização há mais tempo, a logística reversa, inversa ou verde teve seus primeiros estudos, nas décadas de 70 e 80 em países europeus e, em 1991 surgiu na Alemanha a primeira legislação tratando do tema.

No Brasil a logística inversa teve suas primeiras atuações entre 2000 e 2009, empresas como, de embalagens de agrotóxicos e de óleos lubrificantes, pneus, entre outros, começaram a adotar a prática que se expandiu por vários estados do Brasil. Em 2011 o Ministério do Meio Ambiente instaurou o comitê orientador para a implementação de Sistemas de Logística Reversa junto aos setores de descarte de medicamentos, embalagens em geral, embalagens de óleos lubrificantes, eletroeletrônicos e lâmpadas fluorescentes, porém só no dia 2 de agosto em 2010 que foi instaurada a lei Nº 12.305 que trata da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), que diz assim no Art. 1º : Esta Lei institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, dispondo sobre seus princípios, objetivos e instrumentos, bem como sobre as diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos, incluídos os perigosos, às responsabilidades dos geradores e do poder público e aos instrumentos econômicos aplicáveis. De acordo com Andrade, Ferreira e

Santos (2009), a logística reversa permite que as empresas sejam responsáveis pela destinação final adequada de seus produtos e/ou embalagens, evitando que estes sejam descartados de forma inapropriada pelos consumidores, proporcionando a diminuição dos riscos associados ao descarte inadequado de produtos perigosos como lâmpadas, baterias, embalagens de agrotóxicos, resíduos de tintas, entre outros.

Em busca de também auxiliar esse enraizamento, foi criado um acordo setorial para implantação do sistema de logística reversa. Esse Acordo Setorial para Implantação do Sistema de Logística Reversa de Embalagens em Geral foi sinalizado no dia 25 de novembro de 2015 e tem como propósito garantir um destino mais favorável para o final do ciclo deste produto. O acordo abrange e apoia às cooperativas de catadores de materiais recicláveis e a união com o comércio para a fundação de pontos de concessão voluntária. Ele também aponta a possibilidade de solenidade de acordos entre os serviços públicos de limpeza urbana e manuseamento de resíduos sólidos municipais e as entidades participantes, criando uma parceria entre os fabricantes, comerciantes, importadores e distribuidores de embalagens e de produtos vendidos em embalagens, a se comprometem a trabalhar de maneira sincronizada para assegurar a posição final de maneira ambiental das embalagens que colocadas no mercado.

Além de proporcionar lucro ao meio ambiente a logística verde também traz benefícios à economia da empresa, Leite (2000) diz que: as empresas criam novas oportunidades de lucros através da introdução das preocupações ambientais em sua estratégia corporativa, e buscam constantemente por produtos e processos de menor impacto ambiental e de acordo com o desenvolvimento sustentável. Ou seja, a sustentabilidade acaba beneficiando a parte privada que passa tanto a economizar com matérias-primas como ser bem vistos pelos clientes e futuros clientes formando assim uma fidelidade.

Com tudo, a Logística Reversa emergiu para agregar valores de diversas formas positivas, criando um ciclo de vida a pós-consumo e pós-venda

que favorece todas as partes envolvidas principalmente ao meio ambiente, porém essa é uma luta que não acabou e requer conscientização de todos.

2.3. Estudo de Caso: Logística Reversa na Empresa Natura

A Natura foi fundada em 1969 com uma pequena fábrica na Vila Mariana, São Paulo por Luiz Seabry e Jean Pierre Berjeaut com o nome de Cosméticos Berjeaut. Cinco anos depois, foi aberta a primeira loja na Oscar Freire, localizada na mesma região. No mesmo ano passaram a vender seus produtos através da venda- direta, onde os produtos e serviços são voltados diretamente para o cliente, atingindo o Brasil e a América Latina.

Sua fama internacional desenvolveu-se após adquirir a Erneis Holdings PtyLtd e a The Body Shop, marcas conhecidas mundialmente pelos seus cosméticos. Em maio de 2019, comprou a Avon, assumindo o posto de maior empresa de venda direta no mundo.

Os maiores investimentos estão focados em sustentabilidade. Dentro dessa perspectiva, a responsabilidade empresarial pode ser encarada como o meio pelo qual as organizações contribuem para com o desenvolvimento sustentável, como destacam Barbieri e Cajazeira (2009).

Em 1983, foi a primeira empresa cosmética no Brasil a adotar o refil como embalagem para os seus produtos. É criadora do Programa Carbono Neutra, que visa a redução do efeito estufa e disponibiliza para seus clientes uma tabela informativa sobre as formulas e embalagens usada em sua fabricação.

Uma de suas fábricas localizada em Cajamar prioriza a sustentabilidade em sua arquitetura e o aumento do convívio humano. Em 2012, inauguraram o Núcleo de Inovação Natura Amazônica, que é voltado para a sustentabilidade da Floresta Amazônica. As águas restantes da produção são usadas para lavar as áreas externas da empresa.

A Natura usa de um rigoroso sistema logístico que monitora todas as áreas e processos da organização, desde o momento do pedido á entrega do produto na casa da consultora.

Durante o momento da pandemia de coronavírus a empresa passou a investir mais nas vendas online para segurança das consultoras e clientes.

Marcas:

- Todo dia
- Kaiak
- Essencial
- Ekos
- Una
- Mamãe e Bebê
- Chronos
- Homem
- Plant
- Sève
- Aquarela
- Humor
- Biografia
- Naturé
- Sou
- Fotoequilíbrio
- Faces
- Sr N
- Luna
- Águas
- Erva Doce
- Kriska
- Ilía
- Crer para ver
- Lumina
- Sintonia

3. A NATURA E A BUSCA PELA SUSTENTABILIDADE

Este capítulo abordará a busca da empresa Natura pela sustentabilidade através dos seus programas e de suas embalagens.

A Natura iniciou a sua busca pela sustentabilidade em 1983 vendendo seus produtos em refis para depreciar o impacto ambiental do descarte das embalagens, tornando-se a primeira empresa brasileira a realizar este tipo de venda. Iniciou oficialmente a sua busca em tornar-se uma empresa sustentável em 2000 com o lançamento da linha EKOS, produzida a partir de ativos da biodiversidade brasileira de forma sustentável.

Desde o lançamento da linha EKOS, a Natura passou a modificar o seu processo de fabricação e a realizar parcerias com as comunidades abrangendo cerca de 1.714 famílias para a extração consciente de ativos da natureza.

No ano 2005 foi o gênese do “Movimento Natura” para incitar seus consultores a atuarem na metamorfose da comunidade onde vivem, e conseqüentemente abraçando causas socioambientais.

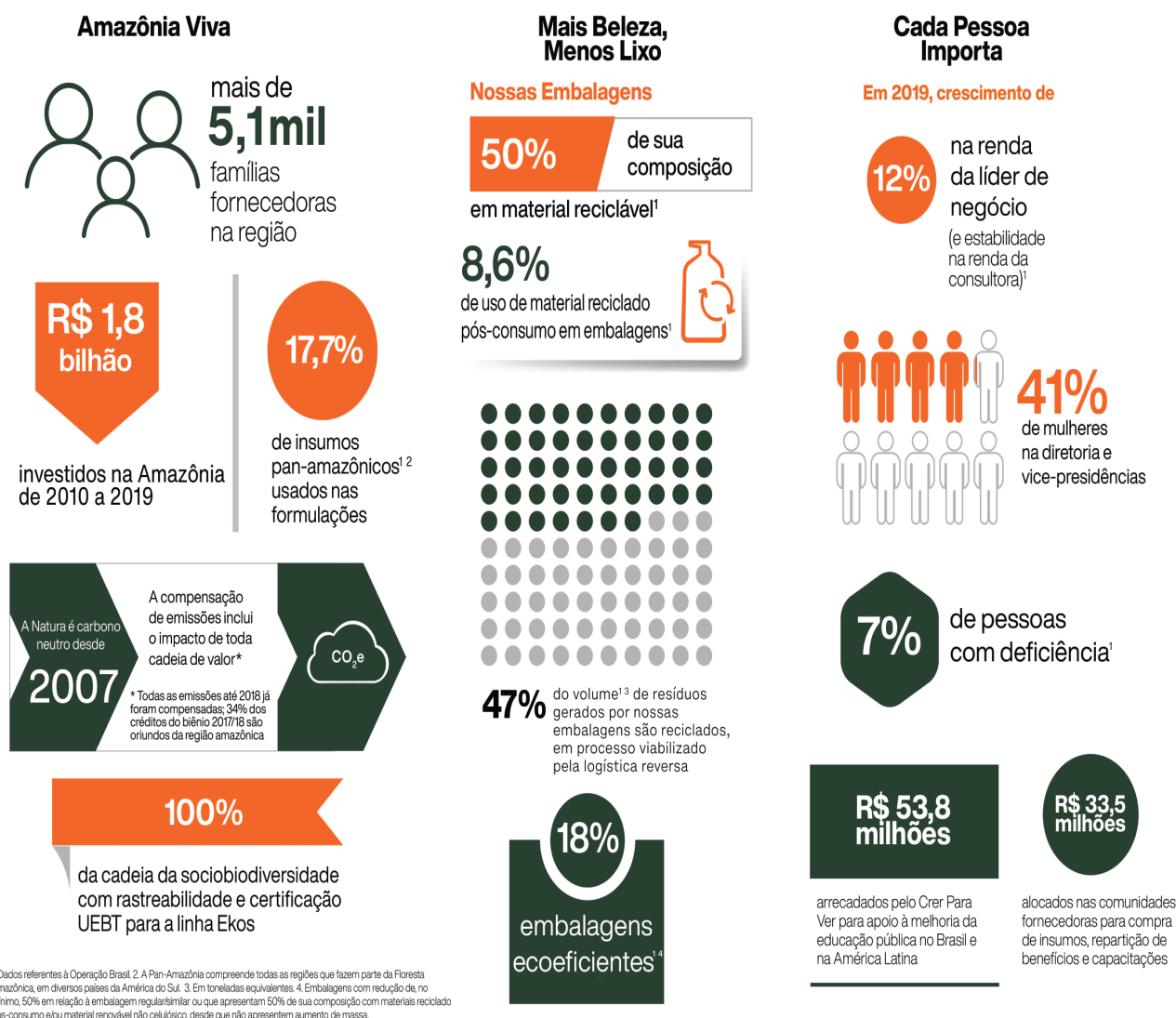
Em 2006, são encerrados testes e pesquisas em animais sobrepondo-os por materiais sintéticos e, em 2007, é criado o programa “Carbono Neutro” com metas de reduzir a emissões de Dióxido de carbono(CO₂)em sua cadeia produtiva (ANEXO IV).

Em seguida, em 2010, componentes da fabricação das embalagens refis foram modificados, agora produzidos com matérias primas provenientes da cana-de-açúcar sendo então uma fonte de energia vegetal e renovável, chamado de plástico verde.

Inaugura-se em 2012 o Núcleo de Inovação Natura, na Amazônia para estratégias de pesquisas, inovações e desenvolvimento de calão tecnológico sustentável e a construção do ECOPARQUE no mesmo ano, em Benevides (PA), para a instalação de uma fábrica da Natura ocupando apenas 10% da

área total e o restante do espaço para a construção de fábricas de empresas parceiras interessadas em utilizar recursos e ativos naturais de maneira sustentável para compor o polo industrial, sendo que o ECOPARQUE foi inaugurado dois anos mais tarde. De acordo com os dados fornecidos pelo relatório anual da Natura de 2019, o projeto Amazônia Viva foi responsável por gerar renda para mais de 5,1 mil famílias dessa região:

RELATÓRIO ANUAL 2019



Fonte: Relatório Anual da Natura 2019.

É lançada no ano de 2013 a linha SOU, com embalagens fabricadas com 70% menos plásticos e cujo formato permite o uso total do produto evitando desperdícios e emitem uma porcentagem de CO₂ 60% inferior a média das embalagens convencionais, gerando três vezes menos resíduos do que as versões normais. O novo método de envasamento influencia nos

procedimentos de logística, já que as versões comuns tem um volume maior e necessitam ser levadas dos fabricantes até a filial de produção da Natura, onde o conteúdo é embalado por uma máquina com origem da Espanha.

Em 2014, a Natura passa a usar 20% de vidro reciclado das embalagens de seus produtos de perfumaria, impedindo a emissão de 350 toneladas de CO₂ no meio ambiente por ano.

A produção com vidro reciclado ocorre desde o início do ano de 2015, evitando o descarte do material equivalente a mais de 1,3 milhões de garrafas de 345 g.

Além da reciclagem do vidro, em 2014 foram desenvolvidos “os refis da linha de fragrâncias Natura EKOS Frescores, produzidos com PET 100% reciclado pós-consumo e que geram 72% menos emissões de gases de efeito estufa”. (NATURA, 2014).

No dia 21 de janeiro de 2020 a revista Corporate Knights publicou sobre as 100 empresas mais sustentáveis do mundo em 2020, com a Natura ocupando a 30ª posição com 73.91% de nota (CORPORATE KNIGHTS, 2020).

Destacam-se apenas duas empresas brasileiras na revista da Corporate Knights: a Natura e o Banco Santander Brasil S/A, ocupando o 9º lugar em 2020 com 81.72% de nota.

3.1. O processo logístico da Natura

Seus valores e crenças, de acordo com a Natura, são refletidos nesse espaço, onde a transparência, equilíbrio, humanismo e a criatividade. Dispõe de um dos maiores centros de pesquisa e desenvolvimento de cosméticos da America latina, com cerca de 100 produtos por ano. O centro utiliza de tecnologia de ponta e novos processos de fabricação.

Suas operações logísticas contam com 500 produtos diferentes, sendo 30% dos pedidos feitos pela internet e 70% pela central de atendimento.

Quando o pedido é feito, o sistema automaticamente verifica a disponibilidade dos produtos solicitados.

As operações se iniciam no recebimento das embalagens e matéria prima utilizada para fazer os produtos, os fornecedores mandam a maioria da carga já paletizada. Amostras são selecionadas e são submetidas a um rigoroso controle de qualidade. Para agilizar o processo, muito dos fornecedores já tem qualidade garantida.

Os paletes são mandados para o almoxarifado central, conhecido como Armazém vertical, que é climatizado de maneira adequada para a conserva dos matérias e automatizado. O sistema de gerenciamento permite verificar a disponibilidade de cada produto, matéria e embalagem necessária no pedido, permitindo uma rotina de reabastecimento automático e alinhado com outros setores, que são ligados por uma eletromonovia.

A Natura utiliza o método FEFO (First Expired First Out ou Primeiro que Vence, Primeiro que Sai) em seus armazéns, que leva em consideração o prazo de vencimento dos produtos. Ele é utilizado para gerir estoques de alimentos frescos, como carnes, derivados de leite, bebidas, para o agronegócio e na indústria química e farmacêutica.

Nas fabricas, seu projeto modular possibilita da duplicação das áreas produtivas a qualquer instante. Sua produção é realizada de acordo com a demanda de pedidos das consultoras, que é mostrada em um quadro que indica o que deve ser produzido.

O requerimento de matéria prima é feita automaticamente ao almoxarifado, onde são separados e levados para pesagem. Cada produto tem um código de barra específico que serve para o seu rastreio. Em seguida são enviados para tanques reatores. Quando estão prontos, seguem por tubulações até a linha de embase.

Todo processo de manufatura passa por um controle rigoroso de acordo com as normas. Seus colaboradores recebem o treinamento necessário. As fabricas funcionam em três turnos, 24 horas e 6 dias por semana.

Os paletes são verificados e mandados para a área de pedidos. Dessa área, vão para a de faturamento, onde são divididos em lotes e enviados para as linhas de separação do picking de acordo com o horário de saída dos caminhões da transportadora.

Os produtos são dispostos em canaletas e caem em uma esteira. Quando chegam à bandeja, um colaborador coloca cuidadosamente em uma caixa com a identificação da consultora. Essa caixa é pesada, verificada e em caso de diferença segue para área de conferencia manual.

O processo é finalizado com a colagem da tampa por um sistema. Depois de separadas, são formados paletes e fechados. A distribuição é realizada no Brasil e America Latina.

Atualmente com a pandemia do coronavírus, a Natura em um esforço conjunto com seu departamento de relações, estabeleceu um acordo para garantir o cuidado dos seus funcionários.

Desta forma, os colaboradores das fábricas passaram a fazer itens essenciais de higiene, além de álcool gel e líquido, considerados cruciais nesta época com o COVID-19.

Assim muitos dos funcionários puderam ficar em casa. Resultando em uma diminuição de circulação nas fabricas e lojas, reduzindo os riscos de contagio mantendo a distribuição dos itens para os clientes e as regras exigidas pelo governo e o ministério da saúde em seus espaços.

O mesmo ocorreu nas instalações de parceiros comerciais. Além de operam em home office diminuindo os riscos. Apenas uns terços de funcionários estão disponíveis nos postos de trabalho, com todas as medidas reforçadas de saúde e segurança.

Como parte desta iniciativa foi também decretado pela empresa o fechamento temporário de todas as lojas próprias da Natura, The Body Shop e Aesop no Brasil.

Assim a Natura reitera constantemente seu compromisso com as pessoas próximas ao priorizar a saúde ao lucro de suas empresas. Como dito pela própria, o essencial é continuar firme em seu propósito de gerar impacto econômico, ambiental e social positivo para o mundo.

3.2. Consultoras e consumidores.

As consultoras e os consumidores são parte essencial em todo o processo exterior que acontece na logística da empresa, pois são responsáveis pelo lucro e pela fama da Natura. Além desses itens, os projetos de sustentabilidade necessitam não somente da participação e colaboração de ambos na hora do descarte das embalagens.

Durante o período de pandemia que se iniciou em fevereiro de 2020, mais de 1 milhão de revendedoras da marca Natura tiveram uma queda em suas vendas de 80% devido a maior parte do seu público ser mulheres que atualmente trabalham em Home Office ou foram demitidas. Uma grande porcentagem das consultoras é da área de risco, mas não pararam de tentar recuperar sua renda. Além da crise econômica, o negócio foi afetado pelo uso das máscaras faciais, que levou a usarem menos maquiagem.

Apesar da reabertura das lojas físicas em julho, boa parte dos clientes não voltaram. A previsão de volta é somente em fevereiro de 2021 e muitos consumidores estão cientes. A empresa exige que suas revendedoras possuam um estoque, e muitas estão tendo que liquidá-lo, tendo um grande prejuízo.

Em crises passadas, a indústria de cosméticos era salva pelo uso do batom, que com pouco dinheiro no bolso as mulheres compravam para elevar a autoestima. Mas dessa vez, mesmo sendo o principal produto desse mercado, vai perder R\$300 milhões em vendas até o fim do ano. A nova aquisição

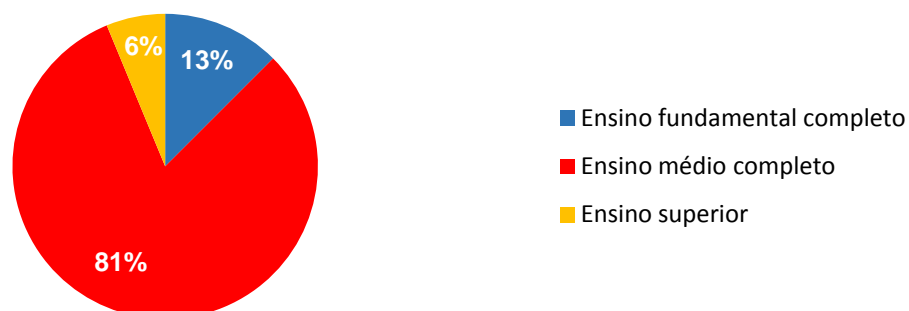
atualmente são cremes para os pés, devido a complicação para frequentar salões de beleza.

Para se adaptar a esse momento houve o aumento da utilização de revistas eletrônicas de acordo com as consultoras entrevistadas (Apêndice III) que são compartilhados por redes sociais e whatsapp, elas passaram a vender parcelado para quem não tem cartão de crédito ou fiado para quem só vai ter dinheiro para pagar mais para frente.

Em buscar de identificar melhor a atual situação e a visão dos consumidores em relação aos produtos foi realizada uma pesquisa que contou com 17 participantes homens e mulheres, todos entre 16 e 54 anos.

Gráfico 1 – Formação Acadêmica

Qual a sua Formação Acadêmica?

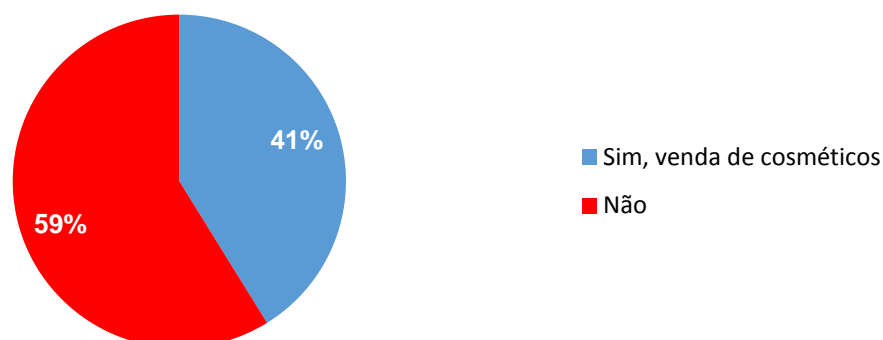


Fonte: Autoria Própria.

Entre os entrevistados, 81% possuem o ensino médio completo, 13% o ensino fundamental e apenas 6% o ensino superior.

Gráfico 2 – Quais são as principais atividades da Natura.

**Você sabe quais são as principais atividades da Natura?
Se sim, qual?**

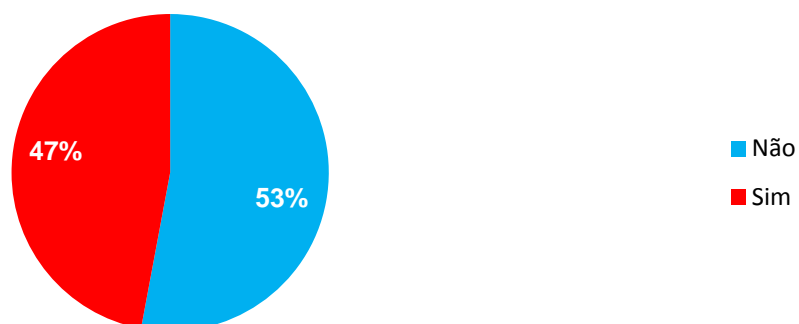


Fonte: Autoria própria.

Apesar de ser uma empresa muito reconhecida, 59% não souberam dizer as principais atividades da organização.

Gráfico 3 – Conhecimento sobre a Natura e sua logística reversa.

Sabia que a Natura é a primeira empresa de cosméticos do Brasil a adotar a logística reversa através de suas embalagens reutilizáveis?

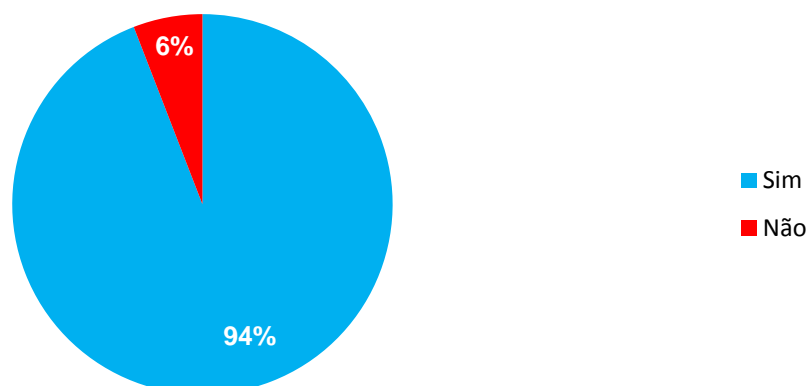


Fonte: Autoria própria.

Dos entrevistados, 53 % não sabia que a Natura foi a primeira empresa no Brasil a adotar meios de logística reversa através de suas embalagens, dando início ao projeto no ano de 1983.

Gráfico 4 – Rotina durante a pandemia.

Como consumidor, você acha que a pandemia pode ter alterado a rotina de vendas?

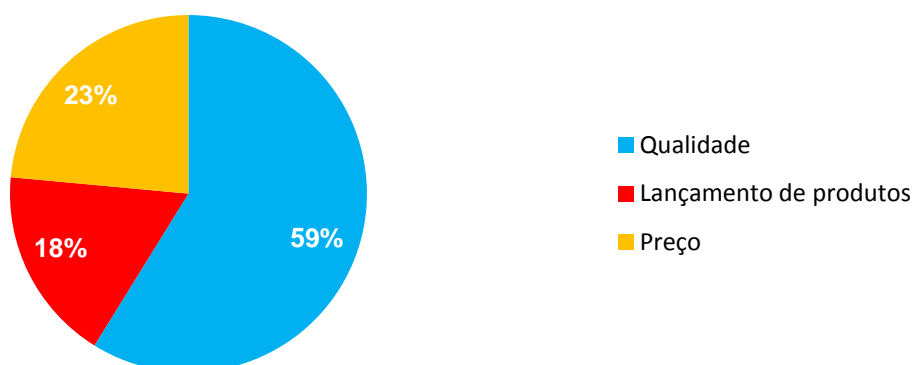


Fonte: Autoria Própria.

Cerca de 94% dos consumidores tem consciência da alteração que a rotina de vendas da empresa sofreu devido ao surto de Coronavírus, sendo algo negativo para os lucros da Natura.

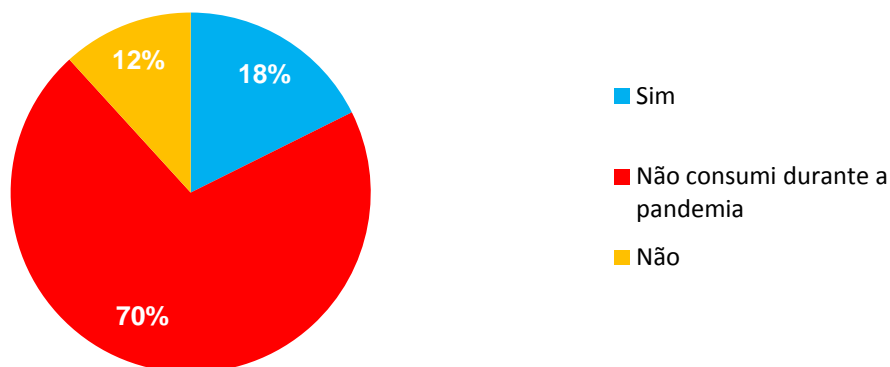
Gráfico 5 – O que destaca os produtos Natura.

O que mais te chamou atenção nos produtos da Natura?



Fonte: Autoria Própria.

Podemos perceber também que entre os consumidores e as consultoras entrevistadas (Apêndice III á VI) o que mais chama atenção para os cosméticos da marca Natura é a qualidade dos produtos.

Gráfico 6 – Alterações de consumo durante a pandemia.**Você percebeu alguma alteração no tempo de entrega dos produtos durante a pandemia?**

Fonte: Autoria própria.

Com o isolamento social, 70% dos participantes até o período da entrevista não haviam consumido nenhum produto do marca, por questões financeiras ou por não haver a necessidade do uso de nenhum dos produtos fornecidos pela empresa.

A Avon e a Natura adotaram o distanciamento social, onde a maioria dos colaboradores administrativos trabalhou em casa seguindo o período estabelecido pelos governos locais e mantendo os escritórios fechados, lojas próprias e franquias. A fabricação ficou focada somente em itens essenciais para o mercado, 70% na produção de higiene para as mãos, concentrando em sabonete e álcool em gel. Os colaboradores que permaneceram na fábrica seguiram trabalhando nas mais rigorosas condições de saúde e segurança.

Já as consultoras e revendedores tiveram uma flexibilização as condições de pagamento e implementos na venda digital, podendo assim também trabalhar em seus lares, disseminando a importância de se cuidar.

Em parceria com governos e organizações não governamentais, a organização realizou doações para as entidades de saúde e comunidades da região do Amazonas onde é realizado o programa Amazônia Vida. Além disso, a Natura criou o #IsoladasSimSozinhasNão contra a violência doméstica que

creceu durante o momento de isolamento, mostrando que as mulheres não estavam sozinhas e apresentando maneiras de pedir ajuda.

3.3. Logística Reversa através das Embalagens da Natura

Com o desígnio de tornar-se uma das empresas mais sustentáveis do globo, a Natura, por intermédio de investimentos em tecnologias sustentáveis e processos de reciclagem de embalagens voltados à logística reversa, lançou o projeto “Visão de Sustentabilidade 2050”, com o objetivo de gerar impactos positivos e de conseguir reciclar 50% das embalagens descartadas de seus produtos e reutilizar no mínimo 10% destes materiais reciclados para a produção de novas embalagens, sendo a logística reversa, sua principal ferramenta.

Condizente as premissas do projeto:

“A Visão de Sustentabilidade busca transformar a Natura em uma empresa geradora de impacto positivo até 2050. Isso significa que, além de reduzir e mitigar os efeitos de nossas atividades, queremos promover o bem social, ambiental, econômico e cultural. Construída com uma orientação de longo prazo, a Visão de Sustentabilidade tem compromissos e metas ao longo dessa jornada – o primeiro ciclo se encerra em 2020. (NATURA, 2018).”

E para atingir seu desígnio, a Natura construiu cadeias de provisão de reciclados pós-consumo por intermédio de cooperativas de catadores e com a participação de empresas de gestão de resíduos e reciclagem. Alguns produtos da marca já possuem a cadeia estruturada para a reciclagem, contudo, ainda falta criar para outras linhas de produtos da empresa, pois é necessário que haja uma análise mais criteriosa para dispor dos materiais reciclados a fim de transformá-los em subprodutos que detenham valor e demanda.

A Natura inicializou em setembro de 2015, um projeto piloto para promover a logística reversa, em São Paulo, na Região Metropolitana. A ideia conta com descoincidentes matrizes de captação de resíduos pós-consumo, que por intervenção de parcerias, com cinco cooperativas de catadores e a rede de consultoras, coletaram e dispõem, 306 toneladas de resíduos pós-consumo para a logística reversa, no mesmo ano, parte desta coleta foi assimilada na produção de novas embalagens dos produtos da empresa Natura.

Também em 2015 a Natura, por intermédio do projeto “Movimento Natura”, investiu em elos internacionais para incitar a fragmentação e designação dos resíduos de seus produtos de modo correto. Em parceria com a Fundação Família na Colômbia, cinco cidades apanharam 220 toneladas de resíduos, equiparando-se a 73% dos produtos da Natura vendidos no ano. E na Argentina em parceria com os gerentes, Consultoras Natura e a prefeitura de Buenos Aires angariaram 22 toneladas de embalagens em pontos de coleta.

Em outubro de 2015, foi criado no Rio de Janeiro, em parceria com o Rio +, fomentou-se um projeto que visava o incentivo a práticas sustentáveis mediante a troca de embalagens recicláveis Natura, dentre outras embalagens recicláveis por passagens de ônibus. Todo o material angariado foi concedido a ONG Doe seu Lixo para serem reciclados.

O dia 17 de maio é conhecido como o Dia Mundial da Reciclagem estabelecida pela Unesco - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - para elevar a conscientização sobre a importância fundamental da reciclagem. Segundo dados da Abrelpe, apenas 3% de todos os resíduos sólidos produzidos nas cidades brasileiras são reciclados. No ano de 2016 a Natura conseguiu alcançar o equivalente de 51% no índice de reciclabilidade.

A empresa Natura, ao utilizar materiais PET 100% reciclados pós-consumo, gerando um menor impacto ambiental evitando o descarte igual a 5,18 milhões de garrafas PET de dois litros na natureza. Em 2016, foram

usadas 243 toneladas de PET reciclado na produção de embalagens para linhas como Ekos, Séve e Natura Homem. Investido também na reciclagem de vidro conseguindo o equivalente a mais de 1,2 milhão de garrafas de 290ml.

A Natura também investe em outras formas de menor prejudicar o meio ambiente utilizando o polietileno verde (PE verde), plástico produzido com etanol de cana de açúcar, sendo mais limpa e renovável que as outras fontes de matéria prima encontradas na natureza. Em sua linha de cabelos Plant, utilizando o PE verde a emissão de 802 toneladas de carbono é evitada por ano para diminuição dos gases que afetam o efeito estufa, o equivalente a 138 viagens de carro em volta da Terra.

Os consumidores dos produtos Natura ainda conseguem pelo canal digital conseguem avaliar o impacto que sua aquisição gera na sociedade e no planeta como forma de mostrar o quanto uma pessoa pode afetar o planeta. O cliente também pode receber informações sobre conservação florestal e redução de lixo gerados pelos itens comprados.

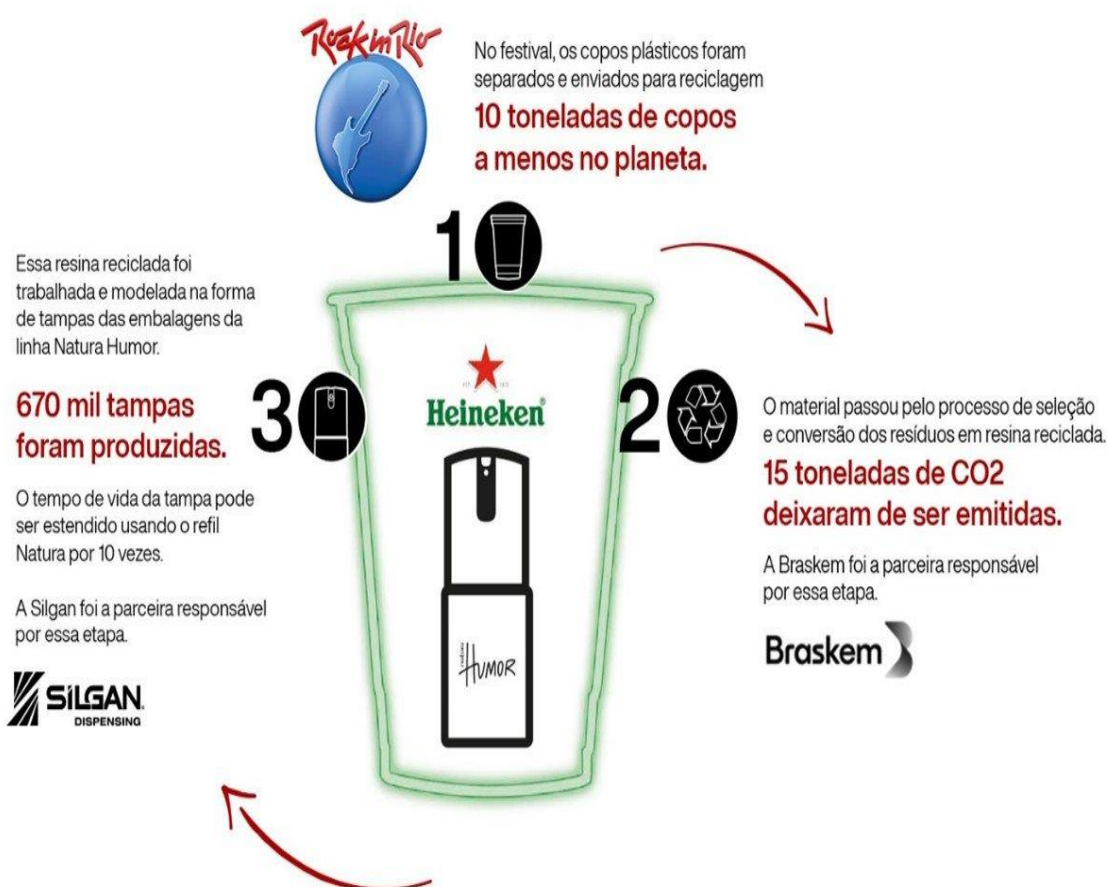
Desta forma a Empresa Natura além de visar um meio ambiente mais limpo, também influencia seus clientes a uma mente mais consciente sobre ecologia e seu próprio impacto no planeta. Tais métodos garantem por tanto tempo que a mesma permaneça como exemplo e líder como empresa ecologicamente verde.

A Natura também dispõe o Programa Natura Elos, que coopera para assegurar a rastreabilidade, a homologação e a logística reversa em todos os seus elos das cadeias de materiais reciclados desde 2017. Esse ato resultou na recuperação de mais de 10 mil toneladas de resíduos pós-consumo no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia e Peru. Ademais, cerca de 142 mil toneladas de materiais foram recuperados com o Programa Dê Mãos para o Futuro, cujo iniciativa é pertencente a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), do qual são parceiros.

No ano de 2018, a Natura formalizou um compromisso com o tema com a adesão ao *New Plastics Economy*, da Fundação Ellen MacArthur em parceria

com a ONU Meio Ambiente. O compromisso tem como finalidade, desarraigar o desperdício e a poluição ocasionada por plásticos em seu gênese, a partir da economia circular para a cadeia do material. Em confluência, as 250 organizações somam 20% de todas as embalagens plásticas produzidas no globo.

No Rock In Rio realizado em 2019, que aconteceu em setembro. Durante a semana de evento, a Natura fez uma parceria com a Heineken com o objetivo de reciclar 2,5 milhões de copos plásticos usados pelos visitantes e transformá-los em embalagem do produto Natura Humor. A Heineken é uma cervejaria holandesa fundada em 1863, em Amsterdã. É a terceira maior cervejaria do mundo e patrocina o festival desde 2011, enquanto a Natura entra em seu primeiro ano de patrocínio:



Para que isso acontecesse, foi realizada uma triagem dos resíduos plásticos recolhidos pelas cooperativas locais e encaminhados para a Braskem, uma empresa parceira e fornecedora da matéria prima das embalagens Natura. Por fim, com apoio da Silgan, também parceira da Natura, a resina reciclada foi modelada e transformada em tampas das embalagens dos novos deos de Natura Humor. A parceria gerou aproximadamente 10 toneladas de resina, que deram origem a cerca de 670 mil tampas do Deo Spray Corporal Humor e evitou a emissão de 15 toneladas de CO² no meio ambiente:

Os copos de plástico da Heineken® usados no festival Rock in Rio 2019 foram enviados à reciclagem.

Com o plástico reciclado, foram produzidas 670 mil tampas de deos de Humor:

- ✓ Química de Humor masculino e feminino.
- ✓ Meu Primeiro Humor!

Aproveite! Tem imbatível dos deos corporais de Humor na página 11.

Não é incrível? Conte essa história para as pessoas. Afinal, todo mundo quer produtos que fazem bem ao meio ambiente. Confira a história na revista Espaço Natura, na página 130, e mostre os números para surpreender os clientes!

O tempo de vida da tampa pode ser estendido usando o refil Natura por 10 vezes. Bom para o cliente e melhor ainda para o planeta!

Saiba mais em www.natura.com.br/menos-lixo

Fonte: Www.natura.com.br/

A união das marcas prossegue dando continuidade às ações das mesmas de cuidado com o meio ambiente. As tampas recicladas ainda tem potencial de serem por 10 vezes dos deos corporais “Meu Primeiro Humor” feminino e dos lançamentos da linha de deos, o casal “Química de Humor” feminino e masculino. Os produtos também possuem sua formula feita totalmente com álcool orgânico.

Em busca de reforçar o compromisso da Natura com a sustentabilidade, o uso do plástico pós-consumo da Braskem promove a reinserção do resíduo plástico no ciclo produtivo. A atitude também auxilia na conscientização do consumidor final sobre o caminho realizado pelos resíduos descartados devidamente. Além disso, a resina reciclada é uma opção viável para melhorar a pegada ambiental dos produtos e contribuir com a captura de carbono.

Na atualidade, a Natura junto à The Body Shop implantou um programa de logística reversa em suas embalagens de reuso com a finalidade de contribuir para diminuição de lixo produzido. Agora a cada cinco de suas embalagens vazias devolvidas em lojas físicas, os clientes podem trocar por um novo produto com a possibilidade de também poder trocar embalagens de The Body Shop, Avon e Aesop.

Com o objetivo de incentivar o descarte correto das embalagens, a reciclagem e a economia circular o vice-presidente da Natura, Paula Andrade, implantou o plano “Compromisso com a Vida”, unindo esforços da empresa para resolver os maiores problemas do mundo à medida do possível e trazer os consumidores para cuidar do planeta. Implantando, assim, uma mudança em sua produção.

O programa de logística reversa será uma parceria com a TerraCycle, que é especializada reciclagem. A mesma que ira recolher as embalagens e fazer o processo de reciclagem do material, o transformado outros itens.

O programa utiliza aproximadamente 925 toneladas de plástico (ou 31 milhões de garrafas PET de 1 litro) que é produzido todo ano o reciclando em outras embalagens ou itens como a linha Ekos que é 100% PET reciclado. Contando com a economia de lixo por dia de 4,7 milhões por pessoa. Além do Programa Elos, que não apenas descarta adequadamente os resíduos produzidos pela Natura de cada produto, recuperando assim mais de 10 mil toneladas de resíduos no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia e Peru.

E para maior efeito de projeto 93 lojas espalhadas pelo Brasil das duas companhias estarão fazendo parte da iniciativa. Ressaltando que todos os protocolos de saúde e novas praticas de carga horária de trabalho e uso de mascaras e álcool gel são seguidos em todos os estabelecimentos visando o bem estar do cliente.

3.4. O Processo de embalagens

As embalagens dos produtos Natura são instituídas por plásticos, vidro, metal e papel.

Neste estudo de caso, a lâmpara será a reciclagem e logística reversa das embalagens plásticas, de vidros e de papel, das quais são reutilizadas na produção de novas embalagens dos produtos da Natura atualmente.

A laboração da logística reversa pós-consumo inicializa-se logo após o despojamento das embalagens por meio dos consumidores. Tais embalagens são recolhidas por intermédio de cooperativas, Consultoras Natura e estabelecimentos associados e todo o material apanhado é desjuntado por tipo (plástico, papel e vidro) para que seja acertadamente destinado as cooperativas.

Para as embalagens plásticas, realiza-se uma triagem, da qual cada produto é desjuntado pelo tipo de resina, contendo uma numeração específica para reconhecimento. A reciclagem mecânica é a mais ordinária de ser empregada em materiais de pós-consumo, cujo resíduo passa por um processo de quatro etapas-fragmentação, lavagem e separação, secagem e extrusão, em conformidade com Plástico Transforma (2017), a seguir descritas:

-Fragmentação (moagem) - os resíduos são levados para um moinho que reduzem o seu tamanho para facilitar o processamento;

-Lavagem e separação - os fragmentos (comumente chamados de flakes) são lavados com água e a separação é feita pela diferença de densidades, ou seja, os materiais mais densos afundam e os menos densos ficam na superfície da água;

-Secagem – após a fase anterior, os flakes separados são secos em grandes secadores com circulação de ar quente;

-Extrusão - nessa fase final, os flakes secos são alimentados em uma máquina extrusora onde são fundidos por aquecimento e levados por uma rosca sem fim a uma matriz onde são formados os filamentos contínuos (comumente chamados de “espaguetes”) que são resfriados em uma banheira com água a temperatura ambiente e são cortados em uma granuladora, formando os grânulos de material plástico reciclado que são embalados posteriormente.

As cooperativas após realizarem a reciclagem mecânica enviam estes materiais para uma empresa terceirizada para realização da transformação do material reciclado para incorporar no processo de fabricação das novas embalagens (PLÁSTICO TRANSFORMA, 2017).

Para as embalagens de papel é realizada uma triagem para a extração de materiais impróprios e são classificados de acordo com a qualidade do papel. Após classificados passam por um processo de trituração, para fragmentar em dimensões pré-determinadas. E, por fim, são enfardados e enviados para as empresas responsáveis pela sua transformação (SETOR RECICLAGEM, 2017a).

No processo de reciclagem das embalagens de vidro, o material é coletado e passa por uma triagem separando por cor-verde, âmbar (marrom) e transparente. Após a triagem é realizado um processo de limpeza com água e eletroímãs para retirar outras substâncias e em seguida passa por uma esteira para retirada de impurezas como pedras, plástico, terra. Uma vez limpas as embalagens, estas são trituradas transformando-as em cacos homogêneos. É realizada uma nova triagem para verificar se não há nenhum outro objeto a não ser vidro. Terminada esta etapa, as embalagens limpas e trituradas seguem para as empresas de transformação (SETOR RECICLAGEM, 2017b).

Após toda a etapa da reciclagem dos materiais, as empresas de transformação agregam estes materiais reciclados na produção de novas embalagens dos produtos, sendo estas destinadas novamente para a fábrica da Natura para envase do produto e posteriormente distribuição aos consumidores, dando início novamente na cadeia da logística reversa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Baseado no presente estudo de caso observou-se que a sustentabilidade até o atual momento é um vultoso desafio para as empresas e para a sociedade conseguir reconciliar a insuficiência dos recursos naturais com as premências do homem em sua totalidade.

Realizou-se uma análise sobre os principais projetos sustentáveis da Natura e seu atual funcionamento durante o período de Coronavírus, realizando uma pesquisa para avaliar a atual rotina de consultoras e consumidores da marca que demonstram que além da sustentabilidade, a qualidade da marca é destaque no Brasil e na América Latina.

Porém, o projeto enfatizado foi o de logística reversa das embalagens de seus produtos pós-consumo. Constata-se que até o presente momento a empresa não consegue reutiliza 100% da reciclagem em seu processo. No entanto, subsistem numerosas vantagens por intermédio deste processo de logística reversa das embalagens, dentre elas está à economia de recursos naturais e na fabricação de novas embalagens, atenuação de resíduos pós-consumo e impactos ambientais, além de angariar uma imagem positiva diante do mercado.

Entretanto, encontra-se pontos negativos nestes processos logísticos, sendo um deles o descarte errado por parte dos consumidores que gera o atraso na atuação realizada pelas organizações de reciclagem. Também deve-se receber os resíduos no tempo determinado devido a produção, pois qualquer tipo de atraso pode acarretar em impasses durante o processo de envase dos produtos e distribuição final. Outro ponto negativo é a quase inexistência de empresas que possuam alta tecnologia para essa transformação por ter um alto custo no mercado.

Sendo assim, conclui se que o aperfeiçoamento deste processo não finda neste projeto, pois subsistem outros setores ambientais, sociais,

econômicos e culturais que auxiliam o sucesso da organização em suas metas de sustentabilidade reforçando seus valores perante a sociedade e a natureza.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADMINISTRADORES. Site. **A Evolução da Logística**. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/a-evolucao-da-logistica>>. Acesso em 01 de setembro de 2020.

BRASIL. **LEI Nº 12.305, DE 2 DE AGOSTO DE 2010**. Política Nacional de Resíduos Sólidos. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm> . Acesso em 20 de setembro de 2020.

BRUDAM. Blog. **O que a guerra tem a ver com a logística**. Disponível em: <<https://www.google.com.br/amp/s/blog.brudam.com.br/2020/05/o-que-a-guerra-tem-a-ver-com-a-logistica-de-hoje/%3famp>>. Acesso em 07 de setembro de 2020.

CORPORATE KNIGHTS. 2020 **Global 100 ranking: 2020 Global 100 Which companies earned a spot on Corporate Knights' index of the world's most sustainable corporations?** Disponível em: <<https://www.corporateknights.com/reports/2020-global-100/2020-global-100-ranking-15795648/>>. Acesso em 24 de setembro de 2020.

DRUCK, Graça; FRANCO, Tânia. **Padrões de industrialização e meio ambiente. Ciência & Saúde Coletiva**, 1998. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csc/v3n2/7151.pdf>>. Acesso em 10 de setembro de 2020.

ECYCLE. **O que é Reciclagem mecânica**. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/component/content/article/44-guia-da-reciclagem/3631-o-que-e-reciclagem-mecanica.html>>. Acesso em 25 de outubro de 2020.

FMS2. Blog. **Logística: Qual sua origem e porque tão importante nas guerras**. Disponível em: <<https://www.fm2s.com.br/logistica-guerras/>>. Acesso em 07 de Setembro de 2020.

GOMES, Carlos Francisco Simões; RIBEIRO, Priscilla Cristina Cabral. **Gestão da cadeia de suprimentos integrada à tecnologia de informação.** São Paul: Pioneira Thomson Learning, 2004. Disponível em: Biblioteca Senac São Paulo. Acesso em 07 de setembro de 2020.

LEITE, Paulo Roberto. **Logística Reversa, Sustentabilidade e Competitividade.** Rio de Janeiro: Prentice Hall: 2003. Disponível em: https://books.google.com.br/books/about/Log%C3%ADstica_Reversa.html?id=8WmwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false>. Acesso em 07 de setembro de 2020.

LEITE, Paulo Roberto **Logística reversa: Meio Ambiente e Competitividade.** São Paulo: Prentice Hall, (2003 , p. 16-17). Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=8WmwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT18&dq=Log%C3%ADstica+reversa:+Meio+Ambiente+e+Competitividade&ots=UjFfpT7tyR&sig=8lpbm5su436LZIIDUeZI47WaZgM#v=onepage&q=Log%C3%ADstica%20reversa%3A%20Meio%20Ambiente%20e%20Competitividade&f=false>> . Acesso em 07 de setembro de 2020.

NATURA. **História.** Disponível em: <<https://www.natura.com.br/a-natura/nossa-historia>>. Acesso em 22 de setembro de 2020.

NATURA. Blog. **Sustentabilidade.** Disponível em:<<https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/lixo-como-a-natura-se-responsabiliza-pelos-residuos-de-embalagens>>.Acesso em 22 de setembro de 2020.

NATURA. Blog. **Sustentabilidade.** Disponível em: <<https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/natura-investe-em-design-para-diminuir-impacto-ambiental-de-suas-embalagens>>. Acesso em 23 de setembro de 2020.

NATURA. Blog. **Sustentabilidade.** Disponível em: <<https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/ecoparque-onde-nosso-nucleo-de-inovacao-atua-em-prol-da-sociobiodiversidade>>. Acesso em 23 de setembro de 2020.

NATURA. **Relatório Anual 2014.** Disponível em: <https://mz-filemanager.s3.amazonaws.com/9e61d5ff-4641-4ec3-97a5-3595f938bb75/relatorioscentral-de-downloaddskit-do-investidor/f057c839ac3d4d5bad6cd2665772335c591642fb7cb02e99e48a91a6f445904b/relatorio_anual_2014.pdf>. Acesso em 24 de setembro de 2020.

NATURA. **Relatório Anual 2018.** Disponível em: <https://mz-filemanager.s3.amazonaws.com/9e61d5ff-4641-4ec3-97a5-3595f938bb75/relatorioscentral-de-downloads/1528919eefa95cb60bd96c990b5b6ff3acb43e034268ce978835e3523adacd7b/_relatorio_anual_2017_.pdf>. Acesso em 24 de setembro de 2020.

NATURA. Blog. **Sustentabilidade.** Disponível em: <<https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/reciclagem-o-que-a-natura-faz-por-um-mundo-com-menos-lixo>>. Acesso em 21 de outubro de 2020.

NATURA. Blog. **Sustentabilidade.** Disponível em: <<https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/lixo-como-a-natura-se-responsabiliza-pelos-residuos-de-embalagens>> . Acesso em 22 de outubro de 2020.

NATURA. **Relatório anual 2019.** Disponível em: <https://static.rede.natura.net/html/home/2020/br_05/relatorio-anual/relatorio_anual_natura_2019.pdf>. Acesso em 05 de novembro de 2020.

PLASTICO TRANSFORMA. **Etapas do processo de reciclagem do plástico.** Disponível em: <<http://www.plasticotransforma.com.br/etapas-do-processo-de-reciclagem-do-plastico>> Acesso em 11 outubro de 2020.

PORTAL FATOR BRASIL. **Cariocas podem trocar embalagens recicláveis por passagens de ônibus.** Disponível em: <https://www.revistafatorbrasil.com.br/ver_noticia.php?not=306812>. Acesso em 01 de outubro de 2020.

SETOR RECICLAGEM. **Reciclagem de vidro.** Disponível em: <<http://www.setorreciclagem.com.br/reciclagem-de-vidro/reciclagem-de-vidro/>>. Acesso em 12 de outubro de 2020.

SETOR RECICLAGEM. **Reciclagem industrial do papel.** Disponível em: <<http://www.setorreciclagem.com.br/reciclagem-de-papel/reciclagem-industrial-de-papel/>>. Acesso em 13 de outubro de 2020.

ANEXOS**ANEXO I – LEI Nº 12.305 Art. 1º****LEI Nº 12.305, DE 2 DE AGOSTO DE 2010.**

Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

TÍTULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

CAPÍTULO I

DO OBJETO E DO CAMPO DE APLICAÇÃO

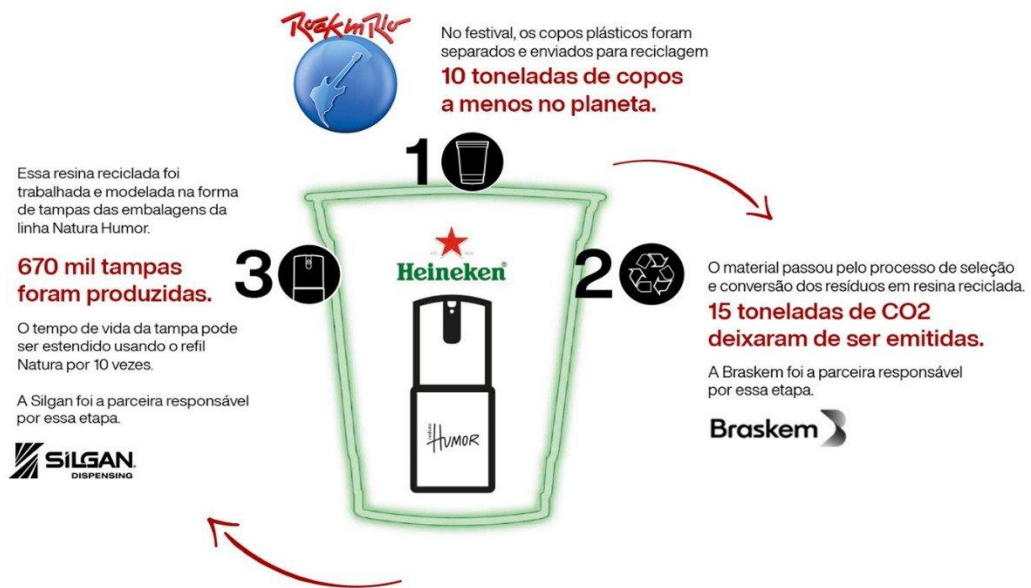
Art. 1º Esta Lei institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, dispondo sobre seus princípios, objetivos e instrumentos, bem como sobre as diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos, incluídos os perigosos, às responsabilidades dos geradores e do poder público e aos instrumentos econômicos aplicáveis.

§ 1º Estão sujeitas à observância desta Lei as pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, responsáveis, direta ou indiretamente, pela geração de resíduos sólidos e as que desenvolvam ações relacionadas à gestão integrada ou ao gerenciamento de resíduos sólidos.

§ 2º Esta Lei não se aplica aos rejeitos radioativos, que são regulados por legislação específica.

Art. 2º Aplicam-se aos resíduos sólidos, além do disposto nesta Lei, nas Leis nºs 11.445, de 5 de janeiro de 2007, 9.974, de 6 de junho de 2000, e 9.966, de 28 de abril de 2000, as normas estabelecidas pelos órgãos do Sistema Nacional do Meio Ambiente (Sisnama), do Sistema Nacional de Vigilância Sanitária (SNVS), do Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (Suasa) e do Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Sinmetro).

ANEXO II –ROCK IN RIO 2019 – HEINEKEN



Fonte: b9.com.br

ANEXO III – HEINEKEN E NATURA – ROCK IN RIO 2019

Os copos de plástico da Heineken® usados no festival Rock in Rio 2019 foram enviados à reciclagem.



Com o plástico reciclado, foram produzidas 670 mil tampas de deos de Humor:

- ✓ Química de Humor masculino e feminino...
- ✓ Meu Primeiro Humor!





Aproveite! Tem imbatível dos deos corporais de Humor na página 11.



O tempo de vida da tampa pode ser estendido usando o refil Natura por 10 vezes. Bom para o cliente e melhor ainda para o planeta!



Não é incrível? Conte essa história para as pessoas. Afinal, todo mundo quer **produtos que fazem bem ao meio ambiente.**

Confira a história na revista *Espôço Natura*, na página 130, e mostre os números para surpreender os clientes!



Saiba mais em www.natura.com.br/menos-lixo

Fonte: [Www.natura.com.br/](http://www.natura.com.br/)

ANEXO IV –ENTREVISTA DE MARCELO BEHAR, VICE – PRESIDENTE DA NATURA.

Entrevista

Em uma live produzida pelo jornal ISTOÉ Dinheiro, no dia três de agosto de dois mil e vinte, onde Hugo Cilo, entrevistador, questionou e fez algumas perguntas para o entrevistado Marcelo Behar, Vice-presidente da Natura e CO, sobre assuntos ligados a sustentabilidade e cuidados com o meio ambiente.

A seguir será listado alguns questionamentos e perguntas feitas ao Vice-presidente da Natura e CO e suas respectivas respostas.

- 1. Por que o compromisso global feito junto a ONU para neutralizar a emissão de Carbono até 2030, foi lançado em um momento em que o assunto em alta na mídia eram, problemas governamentais e desmatamento?**

Marcelo Behar dá início a resposta explicando a formação de um grupo de empresas voltado a internacionalização da marca Natura, iniciado em 2012, com a vinda da empresa australiana Aesop, em 2017 uni forças com a The Body Shop que já operava em 69 países. Desde a união das mesmas foram pensados quais seriam os padrões que seriam implementados nos próximos 10 anos, onde estão e onde querem chegar.

Explica que a Natura já era uma empresa carbono neutra a mais de 10 anos, e que precisavam fazer o mesmo com essas outras empresas da união. Nesse processo se deu a junção de forças com a Avon, ampliando a Natura e CO para essas quatro corporações.

Optaram por não lançar a campanha antes, por conta da adesão da Avon ao grupo, que necessitaria de tempo para rever os ideais e as metas pudessem ser semelhantes e terem sentido.

Gerando assim melhor visibilidade aos Clientes, Colaboradores, Ong's e investidores, onde fica claro a evolução e como ela está sendo feita.

Logo após o questionamento Marcelo Behar cita o comprometimento da empresa com o lado ambiental, combatendo a crise climática, de acordo com o acordo de Paris, com a meta de zerar a emissão de Carbono até 2050. Feita diversas análises foi constatado que essa meta poderia ser reduzida até 2030.

Em questão do desmatamento, o vice-presidente exemplifica uma medida tomada pela Natura, que paga três vezes o preço de determinada semente, para que essa espécie seja plantada e haja colheita dos frutos, ao invés de desmata-las. Denomina esse método como economia regenerativa.

- 2. A iniciativa de um mundo melhor por parte da Natura, tem desencadeado uma motivação em outras empresas? Há uma procura por parte destas por parcerias nessa iniciativa?**

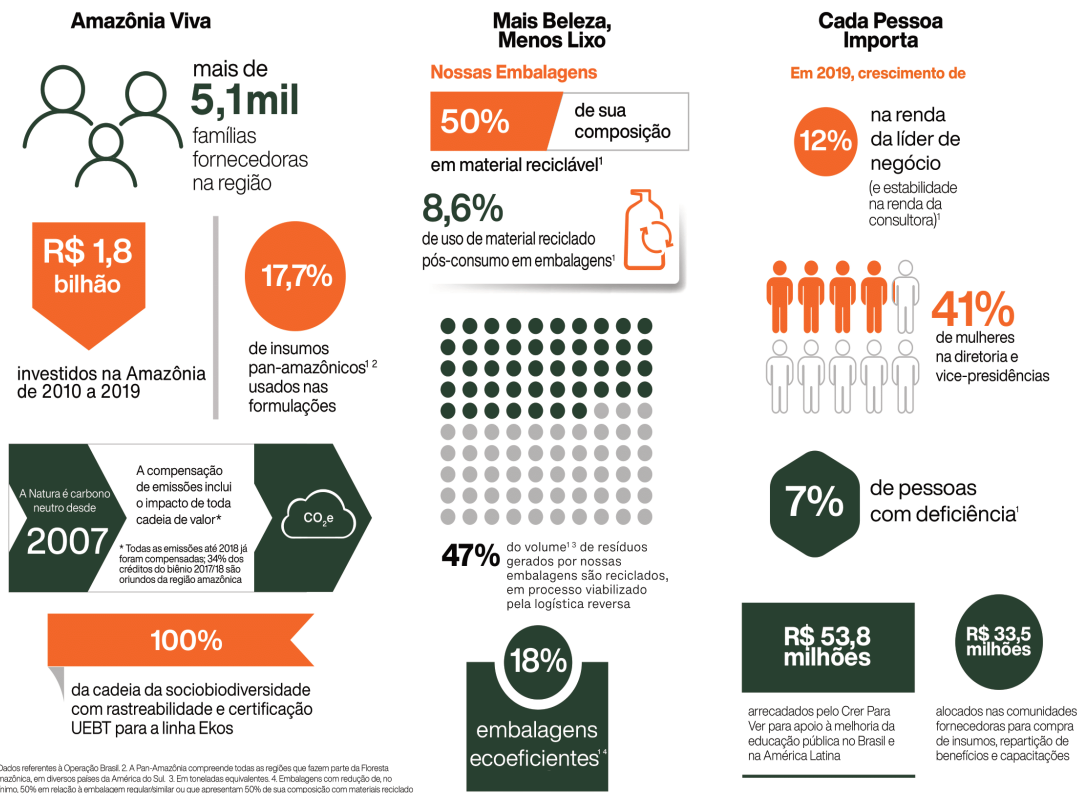
Em resposta Marcelo Behar comenta sobre o termo “coo petição”, que seria a ideia de competir no mercado e cooperar nas iniciativas ambientais, com parcerias, na criação de institutos voltados a responsabilidades sociais e tratos ao meio ambiente. Faz uma ressalva de que só se juntando a outros parceiros para conseguir feitos de grandes proporções.

- 3. O argumento que muitas empresas usam de que, a preservação custa caro, e que deixar a floresta em pé é nocivo à economia, está defasado?**

Marcelo Behar inicia a resposta argumentando sobre uma lição que a Natura pode construir durante alguns anos, com exemplo da Amazônia, sendo ela a ideia de que é possível produzir e preservar simultaneamente. Apostar em meios de produção em que o ganho econômico seja equivalente ao ambiental. Essa dimensão pode ser mais trabalhosa e exigir tempo, mas o ganho social é enorme.

ANEXO V – AMAZÔNIA VIVA.

RELATÓRIO ANUAL 2019



Fonte: Relatório Anual Natura 2019.

APÊNDICES

APÊNDICE I – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM A CONSULTORA

NOME E IDADE DO ENTREVISTADO:

1) EMPRESA

- ORIGEM E HISTÓRIA DA NATURA.
- ONDE A EMPRESA ESTÁ LOCALIZADA?
- QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS ATIVIDADES DA EMPRESA?
- QUAIS SÃO AS PARCERIAS/FILIAIS DA EMPRESA?

2) ENTREVISTADO

- QUAL A SUA FORMAÇÃO ACADÊMICA?
- QUANDO INICIOU NA EMPRESA?
- A QUANTO TEMPO TRABALHA NA NATURA?
- PORQUE ESCOLHEU A NATURA? E O QUE A DIFERENCIA DE OUTRAS EMPRESAS?
- QUAL SUA ÁREA DE ATUAÇÃO?
- QUAIS SÃO AS SUAS PRINCIPAIS ATIVIDADES NA EMPRESA?
- QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS PROJETOS DA EMPRESA?
- QUAIS SÃO OS SEUS PROJETOS FUTUROS PARA COM A NATURA?
- SABIA QUE A NATURA É A PRIMEIRA EMPRESA DE COSMÉTICOS DO BRASIL A DOTAR A LOGÍSTICA RESEVERSA ATRAVÉS DE SUAS EMBALAGENS REUTILIZÁVEIS?
- COMO ERA A SUA ROTINA DENTRO DA EMPRESA ANTES DA PANDEMIA?

3) PRODUTOS

- QUAIS PRODUTOS POSSUEM A MAIOR DEMANDA DE VENDAS?
- QUAIS SÃO AS VANTAGENS PARA OS CONSUMIDORES DE NATURA?
- QUAL O DIFERENCIAL DA NATURA PARA COM A CONCORRÊNCIA?
- QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS CONCORRENTES DA NATURA?

4) PRODUÇÃO

- COMO A LINHA DE PRODUÇÃO ESTÁ FUNCIONANDO EM MEIO A PANDEMIA?

5) ESTOQUE

- COMO OS PRODUTOS ESTÃO SENDO ARMAZENADOS ATÉ A RETIRADA DO CLIENTE EM MEIO A PANDEMIA?
- COMO A EMPRESA ESTÁ DESCARTANDO PRODUTOS PARADOS EM SEUS ARMAZENS EM MEIO A PANDEMIA?

6) DISTRIBUIÇÃO

- COMO A REDE DE DISTRIBUIÇÃO ESTÁ FUNCIONANDO EM MEIO A PANDEMIA?

APÊNDICE II – ENTREVISTA 1

- Nome / Idade / Cidade : Marcella / 35 / São Paulo.

- Você sabe onde a empresa está localizada na sua região? Se sim, onde? Sim. Cajamar, SP
- Na sua opinião, quais são as principais atividades da empresa? Natura - Venda de cosméticos e produtos de beleza no geral. Logística, empresa contratada para fazer entrega de consultora, CNs, CNOs e Consumidor final.
- Qual a sua formação acadêmica? Ensino superior.
- Quando começou a trabalhar na empresa? Não Sou contratada Natura, apenas revendo.
- A quanto tempo trabalha na Natura? Revendo há quase 6 meses.
- O que te fez escolher a Natura? Qualidade e conscientização ambiental e humana.
- O que diferencia de outras empresas do mesmo ramo? A conscientização ambiental e humana.
- Qual sua área de atuação? Revendedora Natura, Diretora Comercial Audiovisual, Micro Empresário do setor alimentício.
- Qual é sua principal atividade na empresa? Gestão e estratégia de negócios e vendas.
- Conhece algum projeto da empresa? Se sim, qual? Projeto Ambiental Ekos e Cuidado com a Mulheres - Lei maria da penha.
- Sabia que a Natura é a primeira empresa de cosméticos do Brasil a adotar a logística reversa através de suas embalagens reutilizáveis? Não.
- Como você adaptou sua rotina de vendas quando começou a epidemia? Mudou muito de como estava costumada a trabalhar? Comecei na Pandemia.
- Qual linha de produtos possui maior demanda de vendas? Todos.
- Quais são as vantagens para os consumidores da Natura? Entrega em casa em tempo rápido.
- O que diferencia os produtos da Natura com os da concorrência? Qualidade.
- Do seu ponto de vista, qual são os principais concorrentes da Natura? Os demais consultores da Natura.
- Você sabe como a linha de produção está funcionando em meio a pandemia? Se sim, como? Não.
- Você sabe como está sendo armazenado os produtos até a retirada do cliente em meio a pandemia? Se sim, como? Não.
- Você sabe como a empresa está descartando produtos parados em seu armazém em meio a pandemia? Se sim, como? Não.
- Como a rede de distribuição está funcionando em meio a pandemia? Acredito que não tenha mudado nada.

Fonte: Autoria Própria

APÊNDICE III- ENTREVISTA 2

-Nome / Idade / Cidade : Rosana Maria Russo ,55 anos ,Diadema S.P.

-Você sabe onde a empresa está localizada na sua região? Se sim, onde? Em Itapicirica da Serra S.P.

-Na sua opinião, quais são as principais atividades da empresa? Vendas diretas e vendas online.

-Qual a sua formação acadêmica? Ensino médio completo.

-Quando começou a trabalhar na empresa? Mais ou menos 10 anos.

-A quanto tempo trabalha na Natura? 10 anos.

-O que ti fez escolher a Natura? A ótima qualidade dos produtos e os benefícios para os consultores.

-O que diferencia de outras empresas do mesmo ramo? Qualidade.

-Qual sua área de atuação? Consultora de beleza.

-Qual é sua principal atividade na empresa?Vendas diretas.

-Conhece algum projeto da empresa? Se sim, qual? Sim projeto Crer pra Ver.

-Sabia que a Natura é a primeira empresa de cosméticos do Brasil a adotar a logística reversa através de suas embalagens reutilizáveis? Sim.

-Como você adaptou sua rotina de vendas quando começou a epidemia? Mudou muito de como estava costumada a trabalhar? Vendas através das redes sociais ,não mudou quase nada.

-Qual linha de produtos possui maior demanda de vendas? Produtos de higiene pessoal.

-Quais são as vantagens para os consumidores da Natura? Qualidade dos produtos e as ótimos preços.

-O que diferencia os produtos da Natura com os da concorrência? Qualidade.

-Do seu ponto de vista, qual são os principais concorrentes da Natura? Avon e Boticário.

-Você sabe como a linha de produção está funcionando em meio a pandemia? Se sim, como? Não frequento a empresa não posso saber como está funcionando.

-Você sabe como está sendo armazenado os produtos até a retirada do cliente em meio a pandemia? Se sim, como? Não.

-Você sabe como a empresa está descartando produtos parados em seu armazém em meio a pandemia? Se sim, como? Não.

Fonte: Autoria Própria

APÊNDICE IV – ENTREVISTA 3

-Como a rede de distribuição está funcionando em meio a pandemia? Normal e com toda segurança necessária.

-Nome / Idade / Cidade: Camila / 32 / SBC

-Você sabe onde a empresa está localizada na sua região? Se sim, onde? Não.

-Na sua opinião, quais são as principais atividades da empresa? Cosméticos.

-Qual a sua formação acadêmica? Ensino médio completo.

-Quando começou a trabalhar na empresa? 2014.

-A quanto tempo trabalha na Natura? 6 anos .

-O que ti fez escolher a Natura? Uma renda extra.

-O que diferencia de outras empresas do mesmo ramo? A porcentagem de ganho .

-Qual sua área de atuação? Administrativo.

-Qual é sua principal atividade na empresa?

-Conhece algum projeto da empresa? Se sim, qual?

-Sabia que a Natura é a primeira empresa de cosméticos do Brasil a adotar a logística reversa através de suas embalagens reutilizáveis? Não.

-Como você adaptou sua rotina de vendas quando começou a epidemia? Mudou muito de como estava costumada a trabalhar? Mais vendas online.

-Qual linha de produtos possui maior demanda de vendas? Luna .

-Quais são as vantagens para os consumidores da Natura? Qualidade .

-O que diferencia os produtos da Natura com os da concorrência?

-Do seu ponto de vista, qual são os principais concorrentes da Natura? Boticário.

-Você sabe como a linha de produção está funcionando em meio a pandemia? Se sim, como?

-Você sabe como está sendo armazenado os produtos até a retirada do cliente em meio a pandemia? Se sim, como?

-Você sabe como a empresa está descartando produtos parados em seu armazém em meio a pandemia? Se sim, como?

-Como a rede de distribuição está funcionando em meio a pandemia?

Fonte: Autoria Própria

APÊNDICE V – ENTREVISTA 4

-Nome / Idade / Cidade: Rebeca / 20 / São Bernardo do Campo

- Você sabe onde a empresa está localizada na sua região? Se sim, onde? São Paulo
- Na sua opinião, quais são as principais atividades da empresa? Fabricação de cosméticos e projetos sustentáveis
- Qual a sua formação acadêmica? Ensino médio completo
- Quando começou a trabalhar na empresa? 24 de agosto de 2020
- A quanto tempo trabalha na Natura? 2 meses e meio
- O que ti fez escolher a Natura? A questão de ser popular e acessível para diversos públicos
- O que diferencia de outras empresas do mesmo ramo? A questão da sustentabilidade que ela propõe e o plano para as consultoras
- Qual sua área de atuação? Consultora
- Qual é sua principal atividade na empresa? Revenda
- Conhece algum projeto da empresa? Se sim, qual? Sim, o projeto na Amazonas.
- Sabia que a Natura é a primeira empresa de cosméticos do Brasil a adotar a logística reversa através de suas embalagens reutilizáveis? Sim.
- Como você adaptou sua rotina de vendas quando começou a epidemia? Mudou muito de como estava costumada a trabalhar? Como comecei durante a pandemia, já tinha noção dos cuidados que deveria tomar... além de que a Natura também deu uma ajuda com essa questão.
- Qual linha de produtos possui maior demanda de vendas? Kaiak.
- Quais são as vantagens para os consumidores da Natura? Preço.
- O que diferencia os produtos da Natura com os da concorrência? Qualidade.
- Do seu ponto de vista, qual são os principais concorrentes da Natura? Jequití e Boticário.
- Você sabe como a linha de produção está funcionando em meio a pandemia? Se sim, como? Não.
- Você sabe como está sendo armazenado os produtos até a retirada do cliente em meio a pandemia? Se sim, como? Estão sendo higienizados e mantidos com os devidos cuidados no estoque.
- Você sabe como a empresa está descartando produtos parados em seu armazém em meio a pandemia? Se sim, como? Não.
- Como a rede de distribuição está funcionando em meio a pandemia? Não.

Fonte: Autoria Própria

APÊNDICE VI – ENTREVISTA 5

Nome / Idade / Cidade :Beatriz / 40 / São Bernardo do Campo

-Você sabe onde a empresa está localizada na sua região? Se sim, onde? Sim, na cidade de São Paulo e no Cajamar

-Na sua opinião, quais são as principais atividades da empresa? Fabricação de cosméticos.

-Qual a sua formação acadêmica? Ensino superior

-Quando começou a trabalhar na empresa? Em 2015

-A quanto tempo trabalha na Natura? 5 anos

-O que ti fez escolher a Natura? Uma colega me convenceu a ganhar um dinheiro extra além do salão de cabeleireiro, então resolvi escolher a Natura pela qualidade dos produtos.

-O que diferencia de outras empresas do mesmo ramo? Inovação.

-Qual sua área de atuação? Vendas

-Qual é sua principal atividade na empresa? Consultora

-Conhece algum projeto da empresa? Se sim, qual? O projeto de refil.

-Sabia que a Natura é a primeira empresa de cosméticos do Brasil a adotar a logística reversa através de suas embalagens reutilizáveis? Não

-Como você adaptou sua rotina de vendas quando começou a epidemia? Mudou muito de como estava costumada a trabalhar? Tive que passar a marcar horário com as clientes e passei a utilizar mais o whatsapp para a divulgação do catálogo.

-Qual linha de produtos possui maior demanda de vendas? Ekos.

-Quais são as vantagens para os consumidores da Natura? Qualidade.

-O que diferencia os produtos da Natura com os da concorrência? Qualidade.

-Do seu ponto de vista, qual são os principais concorrentes da Natura? Boticário, Avon e Mary Kay.

-Você sabe como a linha de produção está funcionando em meio a pandemia? Se sim, como? Não.

-Você sabe como está sendo armazenado os produtos até a retirada do cliente em meio a pandemia? Se sim, como? Estão sendo armazenados no estoque com os devidos cuidados de higiene.

-Você sabe como a empresa está descartando produtos parados em seu armazém em meio a pandemia? Se sim, como? Não.

-Como a rede de distribuição está funcionando em meio a pandemia? Está com o fluxo menor.

Fonte: Autoria Própria

APÊNDICE VII – ENTREVISTA 6

Nome / Idade / Cidade: Julia Dias / 25 / Santo André.

- Você sabe onde a empresa está localizada na sua região? Se sim, onde? Não.
- Na sua opinião, quais são as principais atividades da empresa? Vendas de cosméticos.
- Qual a sua formação acadêmica? Ensino médio completo.
- Quando começou a trabalhar na empresa? Em setembro.
- A quanto tempo trabalha na Natura? 1 mês.
- O que ti fez escolher a Natura? A fama entre a população feminina e masculina.
- O que diferencia de outras empresas do mesmo ramo? Popularidade.
- Qual sua área de atuação? Vendas.
- Qual é sua principal atividade na empresa? Consultora.
- Conhece algum projeto da empresa? Se sim, qual? Não.
- Sabia que a Natura é a primeira empresa de cosméticos do Brasil a adotar a logística reversa através de suas embalagens reutilizáveis? Não.
- Como você adaptou sua rotina de vendas quando começou a epidemia? Mudou muito de como estava costumada a trabalhar? Não.
- Qual linha de produtos possui maior demanda de vendas? Mamãe e bebê.
- Quais são as vantagens para os consumidores da Natura? Preço.
- O que diferencia os produtos da Natura com os da concorrência? Preços acessíveis.
- Do seu ponto de vista, qual são os principais concorrentes da Natura? Mary Kay.
- Você sabe como a linha de produção está funcionando em meio a pandemia? Se sim, como? Não.
- Você sabe como está sendo armazenado os produtos até a retirada do cliente em meio a pandemia? Se sim, como? Não.
- Você sabe como a empresa está descartando produtos parados em seu armazém em meio a pandemia? Se sim, como? Não.
- Como a rede de distribuição está funcionando em meio a pandemia? Não.

Fonte: Autoria Própria

APÊNDICE VIII – QUESTIONARIO DE PESQUISA COM OS CONSUMIDORES

Questionários dos consumidores

Nome / Idade :

Qual a sua formação acadêmica?

- Ensino fundamental completo
- Ensino médio completo
- Ensino superior

Você sabe quais são as principais atividades da Natura? Se sim, qual?

Sabia que a Natura é a primeira empresa de cosméticos do Brasil a adotar a logística reversa através de suas embalagens reutilizáveis?

- Não
- Sim

Como consumidor você acha que a pandemia pode ter alterado a rotina de vendas?

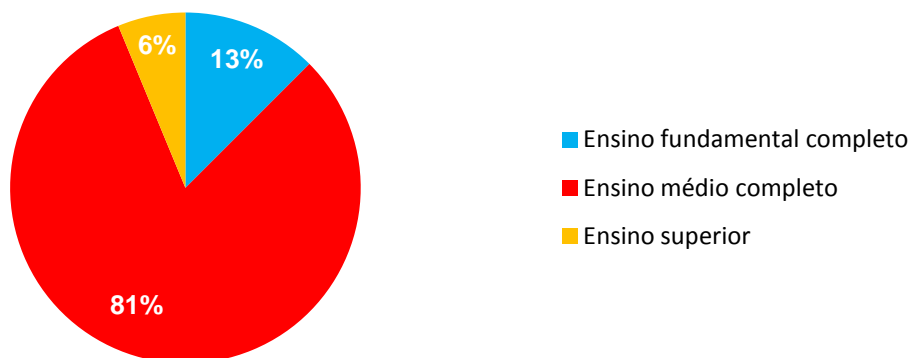
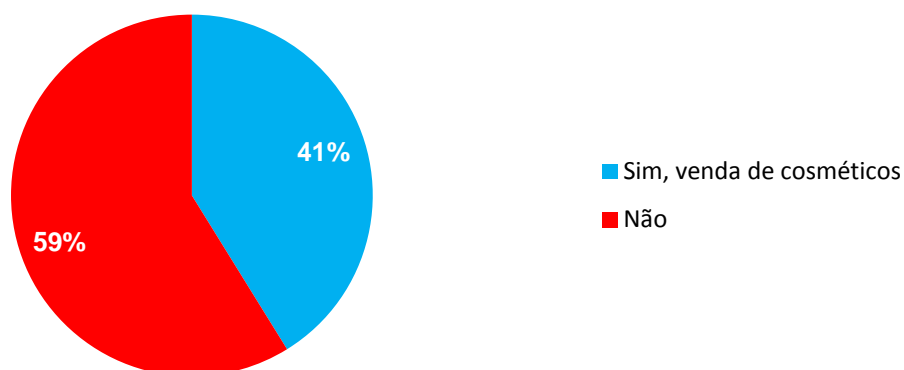
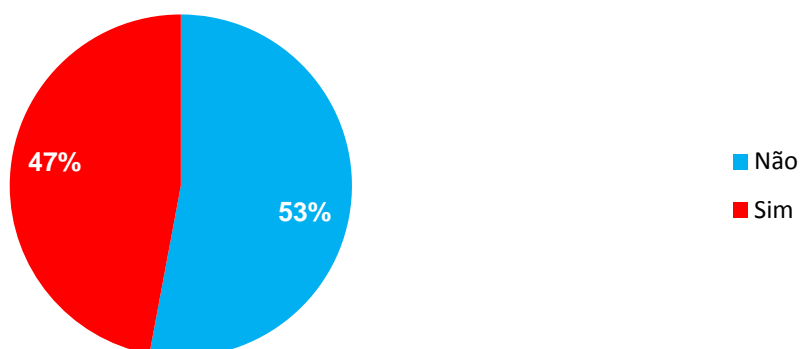
- Sim
- Não
- Não sei

O que mais ti chamou atenção nos produtos da Natura?

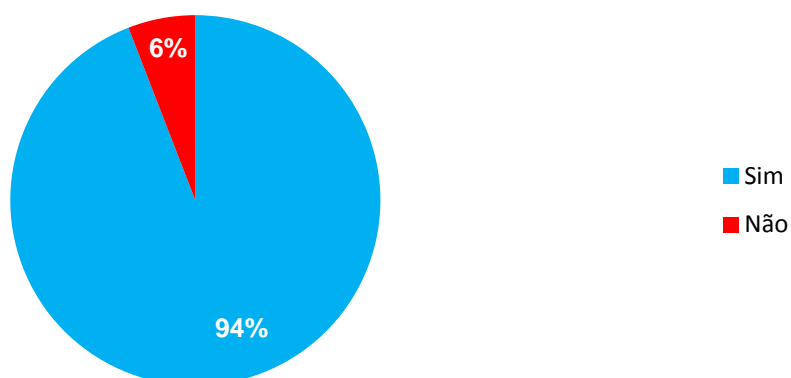
- Preço
- Qualidade
- Lançamento de produtos

Você percebeu alguma alteração no tempo de entrega dos produtos durante a pandemia?

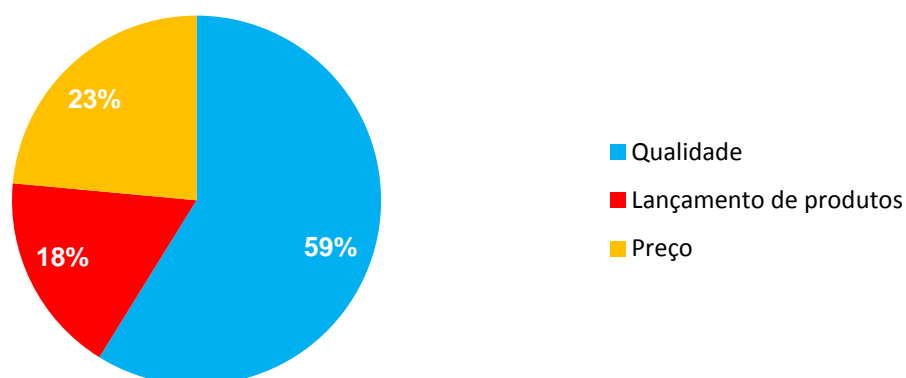
- Não consumi durante a pandemia.
- Sim
- Não

APÊNDICE IX – RESULTADOS DOS QUESTIONARIO**Qual a sua Formação Acadêmica?****Você sabe quais são as principais atividades da Natura?
Se sim, qual?****Sabia que a Natura é a primeira empresa de cosméticos do Brasil a adotar a logística reversa através de suas embalagens reutilizáveis?**

Como consumidor, você acha que a pandemia pode ter alterado a rotina de vendas?



O que mais te chamou atenção nos produtos da Natura?



Você percebeu alguma alteração no tempo de entrega dos produtos durante a pandemia?

