



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
CADEIA DE SUPRIMENTOS
NATURA & CO

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
CADEIA DE SUPRIMENTOS
NATURA & CO

MÓDULO GESTÃO LOGÍSTICA

GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS – PROF^a
ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO

GESTÃO DE PROCESSOS – PROF^a ELAINA CRISTINA PAINA
VENÂNCIO

ESTUDANTES:

FRANCISCO SABINO NETO, RA1012020200171
TIAGO BASSINELLO, RA 1012020200022

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS	6
3.1.1 A ÁREA DE SUPRIMENTOS	7
3.1.2 ETAPAS DO PROCESSO DE SUPRIMENTOS	13
3.2 GESTÃO DE PROCESSOS	18
3.2.1 PROCESSOS ORGANIZACIONAIS	19
3.2.2 PROCESSOS DA ÁREA DE SUPRIMENTOS	22
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: GERENCIANDO O TEMPO	25
3.3.1 GERENCIANDO O TEMPO	25
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	28
4. CONCLUSÃO	29
REFERÊNCIAS	30
ANEXOS	34

1. INTRODUÇÃO

A logística envolve a integração de informações, transporte, estoque, armazenamento, manuseio de materiais e embalagem. Todas essas áreas envolvem o trabalho logístico e oferecem ampla variedade de tarefas diversas. Por isso este Projeto Integrador (PI) tem por objetivo explicar ainda mais sobre a importância da Logística, em especial as disciplinas de Gestão de Processos e Gestão Logística da Cadeia de Suprimentos, que foram estudadas ao longo deste semestre.

A responsabilidade operacional da logística está diretamente relacionada com a disponibilidade de matéria-prima, produtos semiacabados e estoque de produtos acabados, no local onde são requisitados, ao menor custo possível. É por meio do processo logístico que os materiais fluem pelos sistemas de produção da indústria e os produtos são distribuídos para os consumidores pelos canais de marketing

Por esse motivo, escolhemos uma das empresas brasileiras que é destaque por sua visão de estratégia e referência para demais empresas que buscam se destacar, a empresa em questão é a Natura Co. Com um branding forte, atuação multiplataforma e atenção às causas ambientais, a gigante do setor de perfumaria e cosméticos não para de crescer no Brasil e no mundo.

A Natura é uma das maiores empresas brasileiras de cosméticos, fundada em 1969, empregando atualmente milhares de profissionais pelo Brasil. A empresa distribui produtos comercializados em todo o país e na América Latina, portanto, a logística aplicada para garantir o bom andamento de todos os processos é grande. Talvez um dos inúmeros segredos do sucesso da empresa é possuir 2 milhões de consultoras ativas, contribuindo com a venda porta em porta, em um país e um mercado tão plural, isso faz toda a diferença.

A missão da Natura é criar e comercializar produtos e serviços que promovam o bem estar/estar-bem.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Em 1969 Luiz Seabra inaugurou uma pequena fábrica em São Paulo, denominado por ele como um negócio voltado à construção do Bem Estar Bem – que se manifesta nas relações harmoniosas que um indivíduo estabelece consigo mesmo, com os outros e com a natureza.

Natura CNPJ 32.785.497/0001-97 é uma empresa brasileira que atua no setor de produtos cosméticos. A marca possui mais de 2 milhões de consultoras de venda direta em países como o Brasil, Argentina, Chile, Colômbia, México, Peru, França, Venezuela e Estados Unidos. Além disso, de forma indireta, atinge outros 63 Países.

Sua sede administrativa fica em São Paulo, com fábricas em Cajamar (SP) e Benevides (PA), centros de pesquisa e tecnologia em São Paulo, Manaus (AM) e em Nova Iorque (EUA). O Hub Logístico fica em Itupeva (SP), e a companhia ainda tem 13 centros de distribuição, sendo oito no Brasil e cinco na América Latina.

Fabrica e distribui produtos cosméticos para o corpo e rosto para todo o mercado através de revendedoras de porta a porta, e-commerce e lojas físicas. A empresa tem um portfólio repleto de produtos para: tratamento corporal, tratamento facial, desodorantes, óleos corporais, sabonetes, barba, perfumaria, maquiagem, proteção solar, shampoos e linha infantil.

São quatro marcas que compõem o Grupo Natura: Natura, Avon, Aesop e The Body Shop.

Detentora do fabricante australiano de cosméticos Aesop, com lojas em vários continentes, Oceania, Ásia, Europa e América do Norte. Possui também The Body Shop (que pertencia antigamente ao grupo L'Oréal). Anunciou, em maio de 2019, a compra de uma grande concorrente, a americana Avon, criando uma companhia com 76% de capital brasileiro, avaliada em US\$ 11 bilhões nas bolsas de valores.

A Natura pretende ser um verdadeiro ator da transformação social para o bem público e o interesse comum, mantendo um discurso claro, aberto e transparente junto de todos os seus interlocutores. Carrega e compartilha seis valores: relação, aperfeiçoamento, verdade, diversidade, liberdade, compromisso.

Listada no segmento Novo Mercado da B3 desde 2019, Natura & Co Holding (NTCO3) é referência na busca por melhores práticas de governança corporativa.

A Natura &Co se destaca por suas representações, índices e certificações:

- NBR ISO 14001 e NBR ISO 9001;
- Índice Teva Mulheres na Liderança;
- Participante do Movement Builders da B Lab como mentora;
- Signatária do Net-zero, baixo carbono até 2050;
- TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures);
- CDP (Carbon Disclosure Project);
- Classificação A no CDP (SER-Supplier Engagement Rating);
- One Planet Business for Biodiversity (OP2B);
- Transform to Net Zero, carbono zero até 2050;
- Registro Público de Emissões – Programa GHG Protocol;
- PPA (Parceiros pela Amazônia);
- World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA);
- Certificação Peta (People for the Ethical Treatment of Animals);
- UEBT (União para o Biocomércio Ético);
- Corporate Knights, empresas mais sustentáveis do mundo;
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD);
- CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável);
- Palma RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil);
- Instituto Ethos;
- New Plastics Economy, metas para 2025 relacionadas às embalagens plásticas;
- World Economic Forum (WEF);
- Personal Care Products Council (PCPC);
- Iniciativa Empresarial pela Igualdade Racial no Brasil;

- Selo Leaping Bunny, da Cruelty Free International;
- Fundação Ellen MacArthur;
- GRI (Global Reporting Initiative);
- Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3;
- Índice Carbono Eficiente (ICO2)), da B3;
- Índice de Ações com Tag Along Diferenciado (ITAG) da B3;
- Índice de Governança Corporativa Trade (IGCT) da B3;
- Índice de Governança Corporativa (IGC-NM) da B3;
- Índice Brasil 50 (IBrX 50) da B3;
- Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada IGC da B3;
- O Índice Brasil Amplo (IBrA) da B3;
- Índice de Consumo (ICON) da B3.

3. PROJETO INTEGRADO

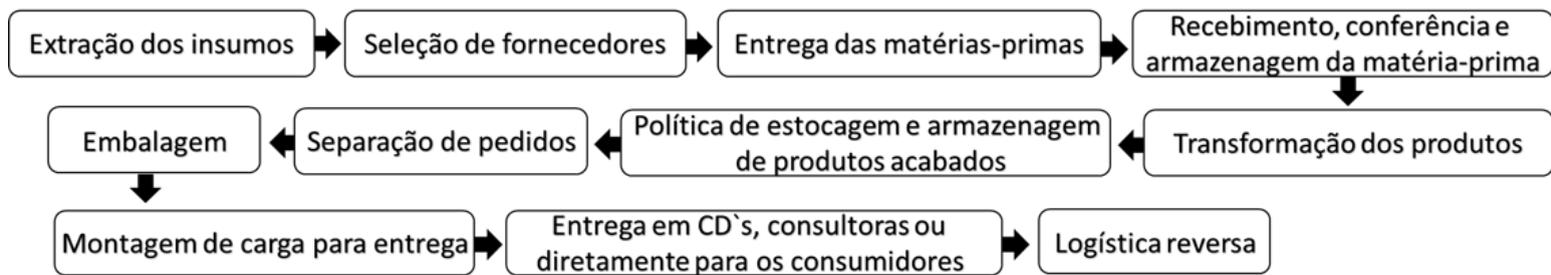
3.1 GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

Logística x Cadeia de Suprimentos

A logística é uma etapa dentro do processo de cadeia de suprimentos. Está relacionada com o movimento físico do produto da empresa até o cliente, preocupada com o prazo de entrega. Por esses motivos são operações conectadas e dependentes.

Cadeia de suprimentos, ou Supply Chain Management (SCM), é o nome dado ao conjunto de processos interligados que abrange todo o ciclo de vida de um determinado bem e toda a operação de uma empresa: compra de matéria-prima, produção, armazenamento, movimentação interna, transporte e distribuição até o consumidor final.

Cadeia de suprimento da Natura:



3.1.1 A ÁREA DE SUPRIMENTOS

Graças aos avanços da tecnologia, muitas partes do processo de procurement agora podem ser automatizadas. Isso fez com que muitos diretores de compras (CPOs - Chief Procurement Officer) abandonassem os aspectos técnicos de suas funções e a se concentrassem mais na estratégia de compras.

O termo Procurement, se refere ao processo de compras como um todo, o mesmo engloba todas as atividades do ciclo, desde a identificação da necessidade de compra, de bens ou serviços, até o seu fornecimento. E-procurement é uma plataforma por meio da qual a empresa pode visualizar e entrar em contato com diversos fornecedores e prestadores de serviço de maneira rápida. A centralização dessas informações em uma plataforma pode trazer bastante agilidade ao processo. Um ERP é um exemplo de sistema que pode ser usado para e-procurement.

O termo Sourcing, é uma parte do ciclo Procurement que antecede a realização de qualquer compra. É um processo focado nas estratégias de fornecimento, gerenciamento de riscos, qualidade do produto e nos custos de toda aquisição. Dentro do processo de Sourcing é analisado a necessidade de compra, pesquisas de mercado e identificação de potenciais fornecedores. Tal processo, quando bem realizado, resulta em fornecedores confiáveis, acessíveis e de qualidade, entre outros benefícios como: melhor custo, variedade de propostas e agilidade no processo.

Os objetivos fundamentais do setor de compras na cadeia de suprimentos é proporcionar a empresa:

Fornecimento contínuo: garantir um fornecimento contínuo de tudo o que configura matéria-prima para a produção da empresa, permitindo que os seus colaboradores possam executar suas atividades e os processos fluam de maneira eficiente até a entrega do produto ou do serviço ao cliente. Quando a matéria-prima está em falta no estoque de uma empresa, causa alterações nos planos de produção ou até mesmo a sua interrupção, o que pode também gerar custos inesperados e problemas com clientes.

Minimização do investimento em estoques: o foco deve ser programar a chegada da matéria-prima no momento em que ela precisa ser utilizada, o que tornaria dinâmica a manutenção do estoque. A manutenção de grandes estoques é tão prejudicial para a organização quanto a falta de estoque, pois isso traz grandes despesas e requer capital para que isso seja possível.

Melhoria da qualidade: a qualidade dos produtos e serviços entregues aos clientes depende diretamente da qualidade daquilo que foi utilizado como matéria-prima na produção. Componentes e matéria-prima de baixa qualidade não agrega valor ao produto.

Desenvolvimento de fornecedores: ter a parceria e o bom relacionamento com fornecedores responsáveis e comprometidos com o bom desempenho da empresa compradora são fundamentais para o sucesso dos processos.

Acesso a tecnologias e inovações: fornecedores que possibilitam auxiliar no desenvolvimento de novos produtos e na melhoria daqueles produtos já existentes. A tecnologia facilita e agiliza os processos e ainda elimina falhas.

Menor custo total de propriedade: o preço é apenas uma das partes do custo total, pois os custos do serviço e os custos do ciclo de vida também precisam ser levados em conta. Uma compra de grande quantidade de matéria-prima, para ganhar um bom desconto, por exemplo, pode trazer problemas para a manutenção do estoque. Uma compra de matéria-prima com pagamento à vista pode trazer problemas de fluxo de caixa.

A estratégia de compras é o plano de longo prazo feito por uma empresa para adquirir os bens ou serviços de que precisa para operar. É um guia geral para a gestão do processo de compras da empresa. As principais decisões estão relacionadas com:

Comprar ou fazer: é a escolha entre o suprimento interno e a terceirização. É preciso fazer uma análise mais ampla das questões qualitativas e quantitativas para se chegar em uma decisão.

Analisar quanto das despesas envolvidas em produzir algo internamente ou terceirizar vai ajudar a chegar no menor preço, mas além disso é preciso fazer uma análise mais completa para verificar os fatores qualitativos.

Geralmente as empresas mantêm internamente os processos que estão associados às competências principais, mesmo que a terceirização apresente um custo menor. A principal vantagem de terceirizar atividades de importância secundária é que os recursos financeiros que iriam para a produção interna desses produtos ou serviços poderão ser destinados para as competências essenciais da empresa.

Vem se tornando cada vez mais comum a terceirização de atividades que envolvem logística, para que os recursos possam ser priorizados para o investimento em novos produtos, tecnologia de inovação e marketing. Ao optar pela terceirização a empresa fica totalmente dependente da capacidade do fornecedor de entregar um determinado item na qualidade, na quantidade e no prazo determinado.

Compra pelo usuário: consiste na estratégia de permitir que os próprios usuários identifiquem as suas necessidades de compras e efetuem o processo de compra de maneira independente.

Sem precisar deslocar uma equipe especializada de compras, reduzindo esforços e custos, a empresa permite que os usuários comprem diretamente itens de menor valor financeiro como: papel, canetas, copos descartáveis, entre outros. Esses itens caso falte não interfere no processo de produção da fábrica.

Consolidação de volume: é a estratégia de diminuir a quantidade de fornecedores ficando apenas com os fornecedores mais confiáveis, e estreitar as relações e o poder de negociação entre as empresas compradora e a fornecedora.

A ideia é de que um comprador que muda sempre de fornecedor não tem como aumentar seus investimentos, em razão da incerteza de negócios. Mas é importante sempre que haja um plano de contingência, para o caso de os fornecedores preferenciais falharem.

Integração operacional dos fornecedores: essa estratégia acontece quando os compradores e os fornecedores unem os seus processos e as suas atividades na tentativa de melhorar o desempenho de ambos.

Geralmente envolve parcerias com fornecedores preferenciais, cuidadosamente selecionados. Cria-se uma comunicação eficiente e um redesenho dos processos para que custos sejam reduzidos para ambos e para que proporcione melhores tempo de entrega.

Gerenciamento de valor: essa estratégia transcende a área de compras da empresa. São formadas equipes que envolvam profissionais como gestores, engenheiros e analistas da empresa compradora, para que possam buscar soluções e um maior desempenho na construção de valor na matéria-prima fabricada pelo fornecedor.

Assim, quando a empresa desenvolve um novo produto, o fornecedor é envolvido no processo com seu conhecimento e competência e é feito um gerenciamento de valor. Envolve uma análise criteriosa de todas as necessidades da matéria-prima a fim de garantir o menor custo total e a qualidade esperada.

Natura

Para ser um fornecedor Natura é preciso cultivar relações éticas, verdadeiras e transparentes por meio de pré-requisitos estabelecidos pela empresa.

Código de Conduta e as Condições Gerais de Contratação (CGC): a adesão ao Código de Conduta Natura & CO é obrigatória para todos os fornecedores. No documento é imposto para os fornecedores termos de aderência e compromisso sobre:

Prática de emprego – emprego regular; escravidão/trabalho forçado; salários; trabalho infantil; expediente; assédio e abuso; condições de saúde e segurança; liberdade de associação e sindicatos.

Sustentabilidade – meio ambiente; teste em animais; acesso e compartilhamento de benefícios.

Ética e integridade – qualidade; conflito de interesse; preservação e uso adequado dos ativos e recursos da Natura & Co; marca, informações e propriedade intelectual da Natura & Co; engajamento de stakeholders; monitoramento e relatórios; treinamento relacionado ao código.

Para monitorar e avaliar os seus fornecedores, a empresa Natura criou o programa Embrace. O programa é norteado por 6 pilares: capacidade; compromisso com a vida; competitividade; qualidade; serviço; inovação.

Anualmente é reunido em um evento de premiação para celebrar a força do relacionamento, agradecendo o comprometimento e esforço da parceria, reconhecendo e premiando o melhor parceiro de cada categoria.

Durante os quatro dias do evento, os 689 convidados, parceiros da Natura & Co provenientes de diferentes lugares do mundo, se reuniram para participar de reuniões estratégicas com os CEOs e liderança do grupo, em diálogos sobre inovação, marca, logística, TI, suprimentos e sustentabilidade. A agenda foi marcada pelo alinhamento com a Visão 2030.

No total, foram entregues 27 prêmios para 25 parceiros, em 10 categorias:

1. Fornecedores Diretos: Givaudan, Croda, CartonDruck, Mappel, Schwan, Symrise, Firmenich, BASF, Box Print e Faber Castell.
2. Logística: FedEx, Patrus, Cipry.

3. Facilities: Brasanitas.
4. Comunidades da Biodiversidade: RECA e COMARU.
5. Marca: DPZ&T, Simone Fonseca e Tração.
6. TD: Aplos Solutions.
7. Startups: Pin People.
8. Inovação: USP.
9. Socioambiental: Givaudan.
10. Special Award: Dias Log, Firmenich, Tara Projects, TT Logistics.

As estratégias e os objetivos da Natura com seus fornecedores são executados através da aplicação do método Kanban.

Na Natura, o Kanban é utilizado desde a década de 1990, quando a empresa adotou o sistema de produção enxuta, inspirado no modelo Toyota. Desde então, a empresa vem aprimorando suas práticas de gestão, utilizando tecnologias avançadas e colaboração entre equipes para otimizar a produção e minimizar os impactos ambientais.

Com o uso do Kanban, a Natura consegue controlar a produção e reduzir os estoques desnecessários, além de garantir a qualidade dos produtos. Além disso, a metodologia permite identificar problemas na produção e tomar medidas corretivas de forma ágil e eficiente.

A aplicação do Kanban na Natura pode ser observada no processo de embalagem de produtos. A empresa utiliza cartões coloridos para identificar o tipo de produto, o número de unidades a serem embaladas e o prazo de entrega. Os cartões são distribuídos para os funcionários responsáveis pela embalagem, que podem ver em tempo real quais são as demandas e prioridades.

3.1.2 ETAPAS DO PROCESSO DE SUPRIMENTOS

A empresa Natura possui um modelo de chão de fábrica híbrido. Para ocorrer de forma eficiente, a empresa optou por manter estoque dos insumos e não dos produtos acabados, repondo os mesmos à medida que forem sendo vendidos.

O sistema de produção da empresa é empurrado, com o auxílio do MPS (Planejamento Mestre de Produção) e MRP (Material Requirement Planning) o qual tem por finalidade gerar a lista de pedidos de compras para materiais ou componentes ligados diretamente a um produto. Após a compra dos insumos o sistema é puxado, com o auxílio do Kanban.

Na administração dos estoques, é verificada a disponibilidade de produtos nos centros de distribuição (CD's), bem como a demanda de cada um deles, com base na estatística de venda, para verificar a necessidade de abastecimento no local. Para que a mesma ocorra com eficiência, são analisadas as ordens de produção de pedidos firmes e também as dos pedidos planejados. Também com o auxílio do Kanban, semanalmente, observa-se a tendência das vendas, o desvio gerado (previsto x realizado).

Etapas do processo de suprimentos da Natura:

Extração dos insumos: a Natura pesquisa na natureza ingredientes que tragam benefícios cosméticos, para o corpo e os cabelos, ou que tenham características de perfumação. Mais de 80% dos insumos utilizados pela empresa atualmente são vegetais.

A Natura mantém relacionamento com 32 comunidades no Brasil, a maioria na Amazônia, que reúnem mais de 2 mil famílias fornecedoras de ativos da sociobiodiversidade usados em seus produtos.

Seleção de fornecedores: a empresa coloca muito valor em suas certificações socioambientais. Por isso, só se interessa por fornecedores que proporcionem

ingredientes seguros, sem testes em animais, compromisso com o clima, embalagens ecológicas, fórmulas naturais e cuidado da origem com respeito do começo ao fim.

Entrega das matérias-primas: a empresa estabelece aos fornecedores condições gerais de contratação. Em um documento é estabelecido as responsabilidades, local de entrega, prazo de vigência, encargos e pagamento, confidencialidade, proteção dos dados, entre outros.

Recebimento, conferência e armazenagem da matéria-prima: no momento da chegada das mercadorias é necessário conferir se os produtos solicitados de fato chegaram conforme a programação e planejamento. Caso as mercadorias estejam em conformidade é necessário fazer o cadastro das mercadorias no sistema para a gestão de estoque equilibrar o nível do estoque a demanda do mercado e a estrutura da empresa.

Transformação dos produtos: uma vez extraídos os recursos, é necessário refiná-los para que se tornem aptos a serem utilizados.

A maior parte da produção da Natura é feita em Cajamar (SP), onde a empresa se instalou em 2001, e no Ecoparque, complexo industrial onde são fabricados os sabonetes da marca. Com produção média de 30 milhões de pastilhas por mês, isso significa 80% do portfólio de sabonetes.

Instalado em Cajamar (SP), o Centro de Inovação da Natura é uma das estruturas mais avançadas da América Latina. Distribuído em três mil metros quadrados, reúne laboratórios e equipamentos distribuídos ao longo de quatro andares, que são essenciais para conectar ciência de ponta a um profundo conhecimento da biodiversidade, especialmente a biodiversidade amazônica, para desenvolver produtos que promovam o bem estar e que também tragam impacto positivo.

Instalado no Ecoparque, em Benevides (PA), é o NINA (núcleo de inovação Natura amazônia) que é mantido uma biorrefinaria para avaliar os potenciais resultados, para a pele e para os cabelos, de extratos e óleos essenciais da biodiversidade amazônica, que poderão ser inseridos futuramente no portfólio. Inaugurado em 2012, o centro de estudos na região faz parte do Programa Amazônia e está associado à

estratégia de agregar valor aos produtos e serviços locais, promover a bioeconomia e somar forças com outras organizações para promover a ciência e a tecnologia que valorizem a floresta em pé e gerem renda.

Política de estocagem e armazenagem de produtos acabados: Depois de prontos, os produtos da empresa vão da fábrica para o centro logístico, em Itupeva, no interior paulista, graças à localização estratégica - fica próximo ao aeroporto de Viracopos e ao Rodoanel, com rápida conexão rodoviária com diversas estradas. Nele, caixas e os pallets são armazenados e o controle do estoque é feito por meio de um software personalizado, que permite gerenciar espaço, tempo e emissões de gás carbônico no transporte até os centros de distribuição.

Assim que entram no centro de distribuição, as cargas são automaticamente destampadas, despaletizadas e enviadas, através de conveyors, para suas posições de armazenagem. Mercadorias de alto e médio giro são estocadas no sistema Miniload, o qual é usado para reabastecer o A-Frame e as estações Pick-by-Light. Já os produtos de baixo giro são enviados para os 12 módulos de carrossel, os quais alimentam as duas estações Pick-to-Tote.

Separação de pedidos: as caixas de pedidos, depois de serem montadas e etiquetadas, passam pela primeira fase do processo de picking: a inserção automática das revistas solicitadas pelas consultoras Natura.

Após essa etapa, as caixas de pedidos passam por uma área de picking massivo, projetado especialmente para itens de alta rotatividade coletados em grandes quantidades - como ocorre, por exemplo, em promoções e ofertas especiais - ou para itens de grande volume.

Para o picking de produtos de alto giro, o armazém é equipado com o sistema A-Frame. Os produtos são ejetados numa seção pré-definida da esteira e transportados até o ponto de abastecimento - onde são automaticamente carregados dentro das caixas de pedidos correspondentes. O reabastecimento do A-Frame é feito manualmente a

partir das caixas disponibilizadas nos flow-racks do Miniload. Para a redução de erros, uma solução guiada por luz foi desenvolvida.

Produtos de médio e alto giro (que devido às suas características não se encaixam em um A-frame) são coletados em outras 58 estações pick-by-light. O reabastecimento dessas estações também é feito através dos flow-racks conectados aos 5 corredores do Miniload. A separação dos produtos de baixo giro é feita através do conceito “produto ao homem” em duas estações Pick to Tote – que são alimentadas pelo sistema Carrossel.

Assim que a caixa de pedido é finalizada, ela é armazenada em um pulmão de carrosséis. Esse pulmão retém as caixas até que toda a rota de expedição esteja coletada e pronta para ser despachada. Quando isso ocorre, as caixas são automaticamente retiradas do sistema, fechadas e enviadas tanto a granel (para entregas na cidade de São Paulo), quanto em paletes - montados por meio de robôs paletizadores - para entregas fora da capital.

O CD São Paulo também está preparado para separar e enviar pedidos da Rede Natura E-commerce. Depois da separação, as caixas de pedidos desse setor vão para uma das estações de trabalho para serem preparadas e entregues diretamente ao cliente final.

Embalagem: o processo é finalizado com a colagem das tampas pelo sistema Hot Melt que dá maior segurança e garantia da entrega de todos os produtos. Após a separação dos produtos, são formados os pallets e é fechada a carga.

Montagem de carga para entrega: em alguns transportes especiais o processo de carga da empresa acontece em até 5 minutos. Este número impressionante só é possível através das carretas automáticas que a empresa desenvolveu especialmente para suas atividades e seus armazéns. Vale destacar também que, toda a atividade de carga é feita sem contato humano, graças à inclusão de robôs no processo operacional.

O HUB logístico, em Itupeva (SP), foi feito em parceria com a empresa SSI SCHAEFER, possui: 90 mil posições pallets (armazém de pallet); 13 corredores com

traselevadores; 35 mil posições caixa (armazém de caixa); 2 robôs despaletizadores; 2 robôs paletizadores Carreta Automática que carga e descarrega em 5 minutos; Primeiro HUB do mundo com picking de pallet e caixa integrado e automático; Redução de 72% de mão de obra; Expedição sem conferência; Atendimento ao CD SP em 3 horas do pedido a entrega.

Todo o processo de operação e transporte da Natura é monitorado 24h por uma central de experiência. Através deste controle, a empresa coleta informações precisas sobre todos os seus processos logísticos. Permite que seus consultores possam monitorar os seus pedidos a qualquer momento, aumentando ainda mais a confiabilidade e fidelidade dos clientes.

Entrega em CD's, consultoras, lojas físicas ou diretamente para os consumidores: a Natura tem 14 centros de distribuição na América Latina, 7 deles no Brasil. O modelo logístico do estoque descentralizado permite que a empresa entregue em 48 horas na maior parte do Brasil e em até 6 dias para as demais regiões. Para fazer as entregas, a empresa conta com transporte rodoviário, além de cabotagem, carros elétricos e bicicletas elétricas.

A Natura é a maior companhia de beleza do mundo em vendas porta a porta. Tem cerca de 8 milhões de consultores e mais de 3.700 lojas nos mais de 100 países em que opera.

Desde 1974, a Natura havia optado por trabalhar somente com a venda direta feita pelas suas consultoras, abrindo lojas físicas apenas em 2005. Iniciou suas vendas online em 2014, em 2021 pelo segundo ano consecutivo foi eleita o melhor e-commerce do Brasil, cerca de 12% das vendas totais do grupo são feitas pela internet.

Logística reversa: recicle com a Natura tem mais de 650 lojas próprias e franquias em mais de 280 cidades brasileiras. Atualmente, 81% de todo o material de embalagens da Natura já é reutilizável, reciclável e compostável.

No Recicle com a Natura, a cada cinco embalagens vazias de produtos de qualquer uma das marcas do grupo Natura & Co entregues nas lojas participantes

(Natura, Avon, The Body Shop e Aesop), os clientes e as consultoras ganham diferentes benefícios pela atitude consciente, como brinde e 10% de desconto nas compras nas lojas físicas ou on-line.

Os materiais recebidos pelo Recycle com a Natura são destinados a 14 diferentes cooperativas de reciclagem em mais de onze estados brasileiros. A estimativa é arrecadar cerca de sete toneladas de embalagens por mês e evitar, nesse mesmo período, a emissão de cerca de 17 toneladas de carbono na atmosfera, além de gerar impacto social positivo para diversas famílias cooperadas.

3.2 GESTÃO DE PROCESSOS

Gestão de processos é um conjunto de práticas que têm o objetivo de buscar o aperfeiçoamento contínuo dos processos organizacionais de uma empresa ou instituição.

Para tanto, os gestores se propõem a identificar, desenvolver, documentar, monitorar e controlar os processos da companhia.

Processos primários: são os processos que participam diretamente do desenvolvimento do serviço ou do produto que é entregue para o cliente. Ou seja, está relacionado ao core business da empresa.

Processos de apoio: como o próprio nome sugere, são processos que apoiam o processo primário, contribuindo para que ele ocorra de forma excelente.

Processos gerenciais: estão relacionados à gestão estratégica da empresa e à busca pelos objetivos da organização.

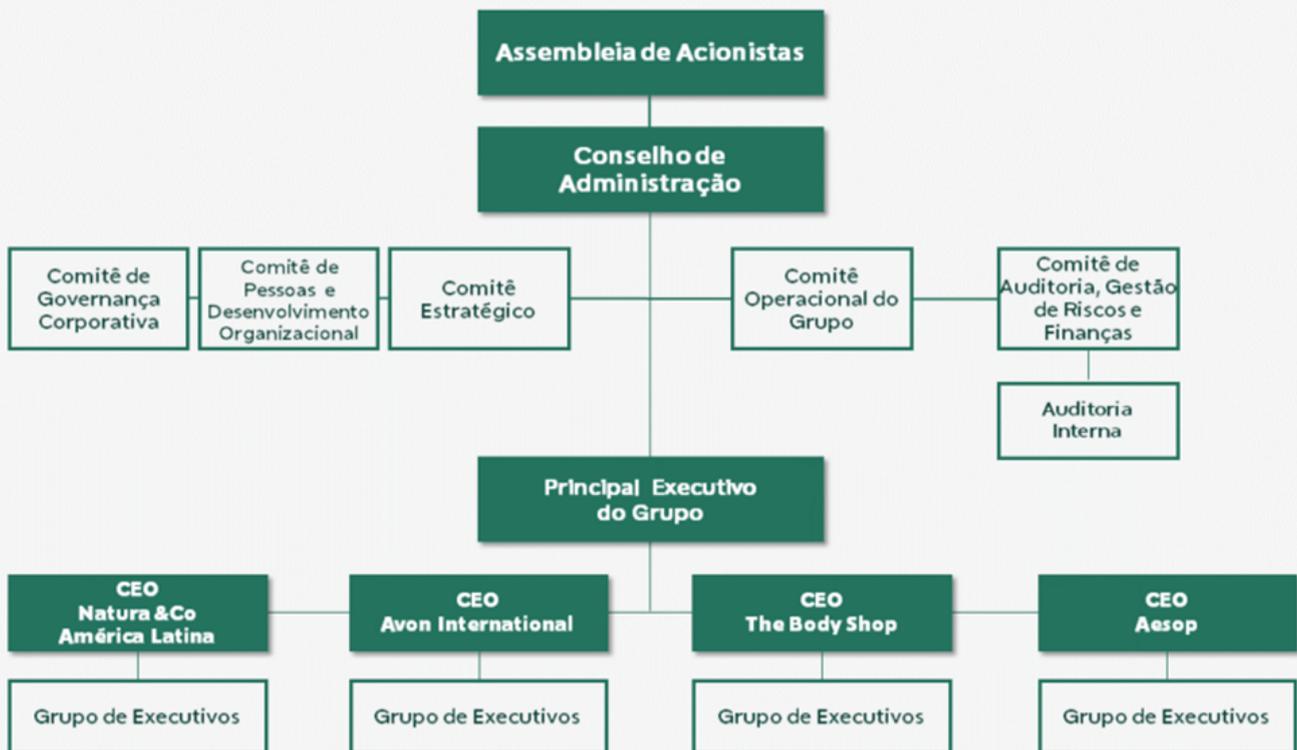
3.2.1 PROCESSOS ORGANIZACIONAIS

A Natura & Co é administrada pelo seu Conselho de Administração e por sua diretoria.

O Conselho de Administração da Natura & Co Holding S.A. é atualmente composto por 9 membros altamente experientes, todos eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral, com mandato unificado de dois anos, sendo permitida a reeleição. A Companhia também estabelece em seu estatuto social que no mínimo um terço dos membros do Conselho de Administração deverão ser conselheiros independentes, conforme a definição do Regulamento do Novo Mercado. Atualmente, seis dos 9 membros do Conselho de Administração são considerados independentes, o que corresponde a 66% de sua composição.

Cabe ao Conselho de Administração, dentre outros, a eleição e destituição dos diretores da Companhia, a atribuição de suas funções, aprovação de suas alçadas e políticas e a fiscalização de sua gestão.

O Conselho de Administração, para o melhor desempenho de suas funções, poderá criar comitês ou grupos de trabalho com objetivos definidos, sendo integrados por pessoas por ele designadas dentre os membros da administração e/ou outras pessoas ligadas, direta ou indiretamente, à Companhia. A Natura & Co possui atualmente quatro comitês, dos quais um é estatutário.

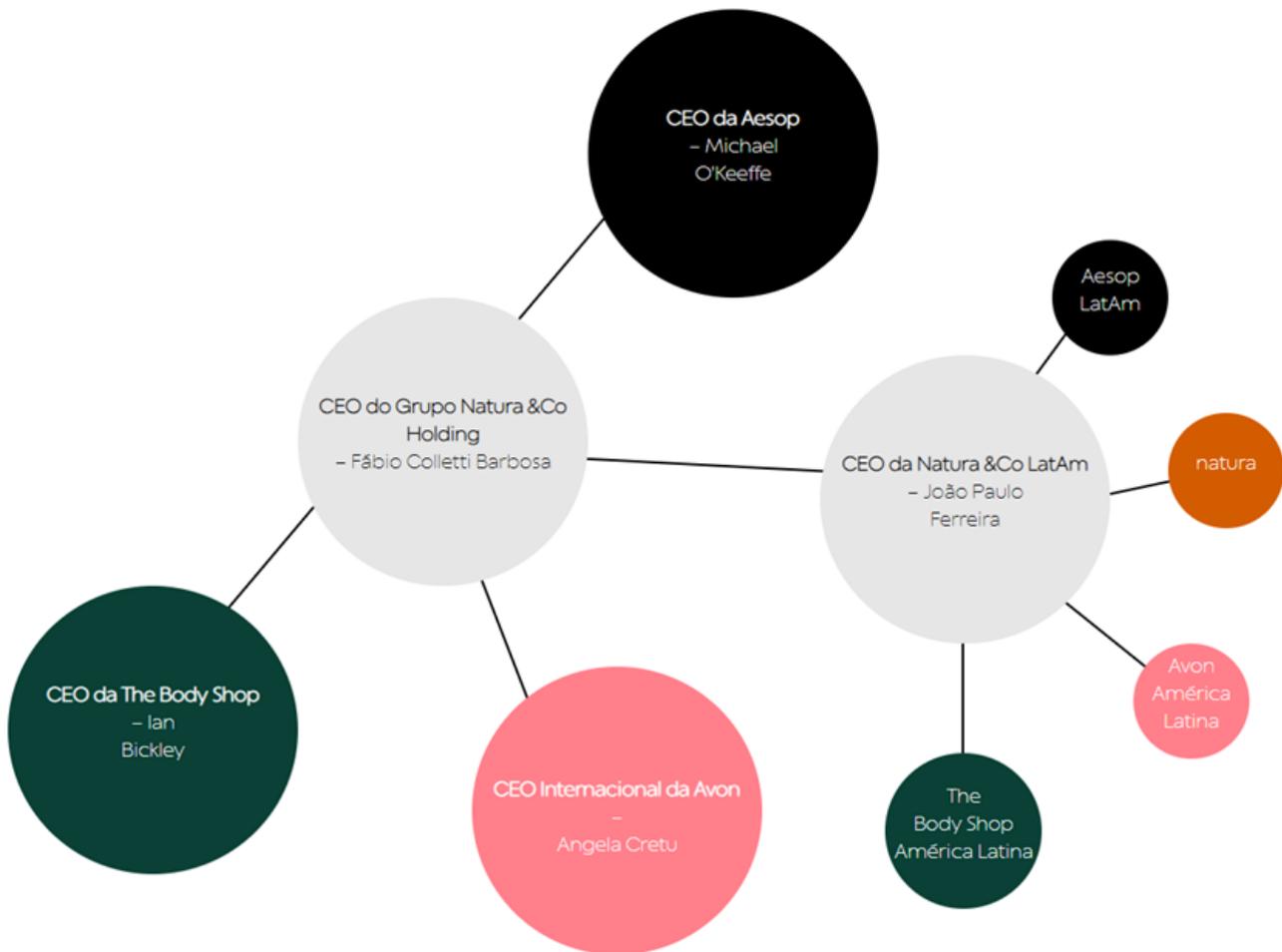


Natura & Co América Latina: inclui todas as operações da marca Natura em todos os mercados e as marcas Avon, Aesop e The Body Shop localizadas na América Latina. João Paulo Brotto Gonçalves Ferreira é o CEO da Natura & Co América Latina.

Avon International: inclui todas as operações da marca Avon, exceto aquelas localizadas na América Latina. Angela Cretu é a CEO da Avon International.

The Body Shop: inclui todas as operações da marca The Body Shop, exceto aquelas localizadas na América Latina. David Boynton é o CEO da The Body Shop.

Aesop: inclui todas as operações da marca Aesop, exceto aquelas localizadas na América Latina. Michael O'Keeffe é o CEO da Aesop.

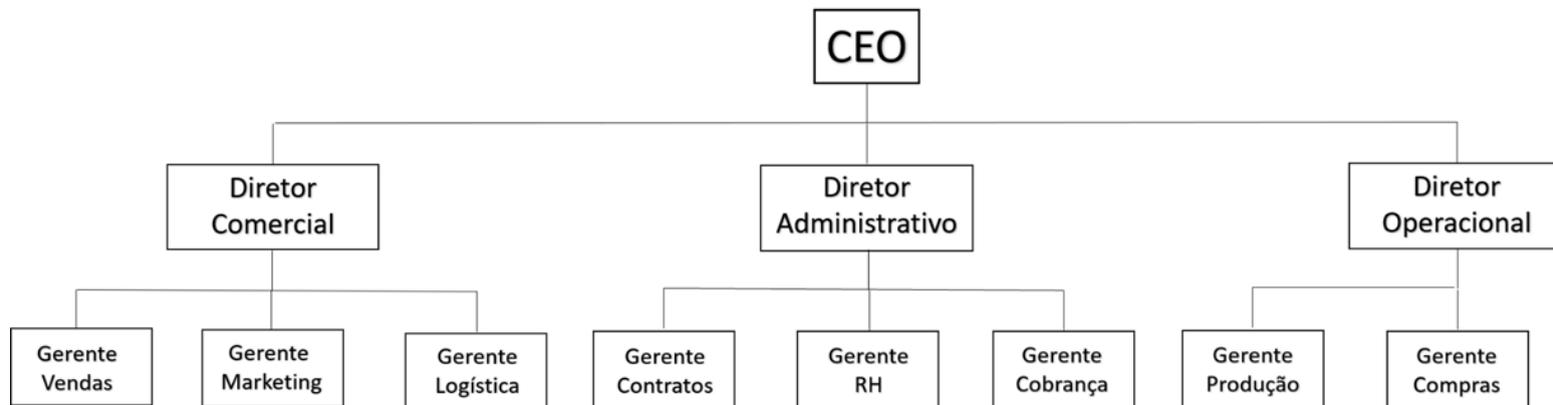


A Natura está estruturada em vários departamentos, nos quais os colaboradores intervêm e evoluem, nomeadamente:

Departamento comercial: trata-se da equipa de vendas responsável pela promoção das atividades junto dos conselheiros(as) e dos clientes, alinhada aos valores da empresa. Estrutura de vendas da natura é composta de Gerentes de Venda, Promotoras de Venda e Vendedoras que recebem o título de “Consultoras de Beleza Natura”

Departamento administrativo: graças a este departamento que é assegurado o desenvolvimento e o nível de excelência dos produtos e serviços da Natura. Multidisciplinar, a equipa intervêm em várias áreas: investigação e desenvolvimento, financeiro, tecnologia digital, inovação, gestão dos efetivos, etc.

Departamento operacional: este departamento intervém diretamente nos processos de fabricação e distribuição dos produtos Natura.



3.2.2 PROCESSOS DA ÁREA DE SUPRIMENTOS

Entradas: a empresa Natura tem um grande cuidado com a origem de suas matérias-primas, os insumos tem que ter recursos renováveis, biodegradáveis e cujo processo de fabricação seja sustentável. Atualmente, cerca de 84% das fórmulas são veganas e possuem 93% de origem natural.

Por meio do Programa Natura Amazônia, criado em 2011, é impulsionado a geração de negócios sustentáveis na região. Desde então, já são mais de R\$ 2,1 bi movimentados em volume de negócios. Alguns exemplos de matéria-prima:

Noz do Brasil: também designada por noz de Castanha, é o ingrediente encontrado na composição dos cuidados para conferir hidratação e nutrição. É efetuando o seu trabalho de transformação da noz de castanha em leite que as mulheres das comunidades descobriram essa virtude cosmética: ao amassar as lascas de castanha, ficavam com as mãos infinitamente suaves. Os laboratórios cosméticos fizeram assim investigações sobre os componentes (vitaminas A e E, oligoelementos) e confirmaram as propriedades ultranutritivas e antirradicales (antienvelhecimento cutâneo) desse ingrediente.

O óleo de castanha, com os seus 70% de ácidos gordos insaturados, entra na formulação dos produtos da linha Ekos Castanha. O seu óleo, é reparador, cicatrizante, perfeito para nutrir a pele que repuxa e para o cabelo danificado pelo sal, pela poluição e pelas colorações.

Noz de Andiroba: as comunidades usam a noz de andiroba para acalmar as queimaduras. É também reconhecida pelas suas propriedades de proteção contra as picadas de insetos. Rico em ácidos gordos polinsaturados, em vitamina E, ácidos oleico, palmítico e esteárico, o óleo contém também andirobina, que explica as suas propriedades antibacterianas, antivirais, antifúngicas e inseticidas.

O óleo de andiroba tem muitas propriedades benéficas, rico em Ômega 9, ajuda a restaurar a pele e fortalecer seus mecanismos de defesa. Presente nos produtos corporais da linha Ekos Andiroba, também possui propriedades calmantes e difunde uma fragrância poderosa, amadeirada e muito aromática, que também contribui para um relaxamento profundo.

Saídas: a Natura produz milhares de produtos e mais de 7.000 fórmulas, mais de 300 produtos saem dos laboratórios da Natura todos os anos, com novas cores, aromas, texturas e princípios ativos. Exemplo de duas linhas de sucesso da empresa:

Linha Ekos Castanha: a linha conta com manteiga para o corpo castanha, leite para o corpo castanha, gel de duche cremoso castanha, desodorante hidratante corporal castanha, polpa esfoliante renovação castanha, sabonete líquido para mãos castanha, sabonete cremoso e esfoliante castanha, creme para as mão e pés castanha e colônia frescor de castanha.

Linha Ekos Andiroba: a linha conta com óleo de mensagem andiroba, creme de massagem fluido andiroba, óleo de duche trifásico andiroba, leite para o corpo andiroba, gel de duche andiroba e hidratante corporal andiroba.

Recursos: em Cajamar (São Paulo) um Centro de Inovação com 2.900 m² de área construída – uma das maiores estruturas da América Latina. Por lá, diferentes

configurações e equipamentos de última geração permitem o aprofundamento de pesquisas de ingredientes naturais com foco na biodiversidade brasileira.

Entre os equipamentos que ocupam esse espaço estão sequenciadores de DNA; biorreatores para transformação de células, enzimas ou microorganismos; cromatógrafos gasosos e líquidos, que separam, identificam e quantificam compostos de óleos essenciais e bioativos; espectrofotômetro de massa, capaz de identificar compostos que estão presentes em quantidades muito pequenas e que podem possuir benefícios para o consumidor.

O Centro de Inovação oferece totens tecnológicos móveis que permitem a tecnologia plug and play, ou seja, é possível uma customização dos laboratórios, permitindo que eles se adequem a diferentes configurações de maneira imediata.

O Centro possui, ainda, uma espécie de “planta piloto”. Por lá, equipamentos industriais em tamanhos reduzidos são capazes de simular as etapas de produção da fábrica, mas em volume pequeno, o que torna a criação dos protótipos mais rápida e assertiva.

A empresa já atua com inovação aberta há cerca de 20 anos em colaboração com uma rede de parceiros globais. Trata-se de um ecossistema que apenas nos últimos cinco anos passou a contar com 575 empresas, universidades, centros de pesquisa, agências de fomento e startups, entre outras.

Controles: a política Natura da qualidade define diretrizes para monitorar e promover a melhoria contínua necessária ao desenvolvimento dos negócios.

No programa anual de avaliação de diretores e executivos, é avaliado todos os profissionais nessas posições, na Holding e em cada controladora das unidades de negócio, para garantir que não haja problemas de natureza legal ou de reputação.

Em 2022, a Natura & Co avaliou cuidadosamente os novos fornecedores e demais terceirizados contratados para executar trabalhos, utilizando um processo automatizado para identificar somente aqueles que representassem um possível risco para a empresa.

Esse processo incluiu diferentes níveis e tipos de avaliações, como de reputação (corrupção, fraude, direitos humanos e ambientais) ou due diligence integral, referente a questões de anticorrupção e privacidade. Em 2022, a Natura & Co avaliou 1.245 fornecedores e 322 revendedores.

Foi examinado as operações em 11 dos mercados em que a empresa atua, com o objetivo de avaliar o grau de implementação e a efetividade do programa de Compliance, a exemplo de mercados-chave como Argentina, Brasil, México, Filipinas, África do Sul e Coreia do Sul.

A empresa estabelece diretrizes para evitar conflitos de interesse reais ou aparentes nas seguintes áreas: questões financeiras, relacionamentos pessoais, interesses profissionais externos; presentes de terceiros; entretenimento ou hospitalidade; processos e funções de procurement.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: GERENCIANDO O TEMPO

3.3.1 GERENCIANDO O TEMPO

Introdução ao conceito de gestão do tempo

Tendência objetiva do tempo: real; algo concreto; voltada à física; uso de calendário, relógio, cronômetro; relação com as estações do ano e o clima.

Tendência subjetiva do tempo: interpretada; algo imaginado; voltada à filosofia; entendimento individual; coisas da alma humana.

Paradoxalmente, o grande inimigo do tempo é quem não o percebe, que fica prisioneiro da sua rotina, e acaba por não conseguir refletir sobre suas possibilidades e restrições.

O tempo é um recurso a ser gerenciado e exige a constante transformação de paradigmas. Gerenciar o seu tempo de modo eficaz depende de uma decisão quase exclusivamente pessoal.

No dia a dia podemos:

- Não levar trabalho para casa, ter pontualidade e a capacidade de cumprir horários. É fundamental diferenciar o tempo pessoal e o tempo de trabalho;
- Utilizar a técnica Pomodoro, estabelecer períodos de plena atenção com pausas programadas para descanso. Criar recompensas para cada parte concluída.

Reflexão sobre o valor do tempo e como utilizá-lo de forma eficaz e eficiente

A valorização do tempo pode ser entendida como o processo responsável, consciente e direcionado, no qual uma pessoa investirá seu tempo e seus esforços, por determinado período de tempo, para alcançar uma meta já definida.

A eficiência necessária para que os elementos possam ser transformados em qualquer produto ou ação é o que chamamos de produtividade.

As distrações, os desperdícios e as interrupções podem ser determinantes no sucesso ou fracasso de uma tarefa. Não permita que uma distração se torne sempre uma interrupção.

Eficácia requer força, energia, efetividade, validade, garantia, segurança, competência e busca por um desempenho acima da média. No gerenciamento do tempo, todas essas características devem ser alinhadas para criar, produzir, montar, manipular e designar o tempo.

No dia a dia podemos:

- Procurar executar todas as tarefas de um mesmo tipo em sequência. Pela repetição, seu raciocínio flui mais naturalmente;

- Descobrir as suas horas mais produtivas durante o dia. Observar a si mesmo durante algum tempo para conseguir determinar quanto tempo você demora para realizar uma tarefa específica.

Estabelecimento de relações entre planejamento, organização e prioridades

Nos dias de hoje, em que tudo funciona mais depressa, a aplicação de conceitos e organização que identifiquem prioridades favorece o gerenciamento pessoal. Ter um planejamento pessoal significa respeitar prazos, horários e compromissos.

No padrão conhecido, não existem questionamentos sobre paradigmas, mas sim uma restrição e uma limitação sobre como as coisas são.

Para que ocorra a quebra do paradigma, ou seja, o rompimento do padrão, com abertura para novas ideias e modificação do ponto de vista, é necessário fazer uma nova análise sobre o que está determinado. O planejamento pessoal vem exatamente disso: romper hábitos e quebrar paradigmas, permitindo que você se abra para as possibilidades, as novas ideias e os novos pontos de vista em busca de seus objetivos.

Na vida prática, a disciplina auxilia na organização e produz resultados rápidos. A incorporação da disciplina no cotidiano causa uma mudança imediata no comportamento.

No dia a dia podemos:

- Priorizar as tarefas mais estratégicas, que causam mais impacto. Utilizar o princípio de Pareto, 80% do seu sucesso vem de 20% das suas atividades.
- Fazer uma coisa de cada vez controlando a ansiedade e o estresse. Ser multitarefas pode estar sabotando a sua produtividade.

Verificações e pontos de checagem do planejamento para a gestão do tempo

A distração provocada pelos diversos aplicativos pode fazer com que você se perca no caminho para alcançar suas metas, por isso, eles devem ser utilizados com disciplina.

São três os princípios gerenciais utilizados na administração do tempo já há algumas décadas. Esses princípios gerenciais clássicos são divididos em: Lista; Urgência; Distribuição igualitária da carga horária.

As pessoas costumam lamentar sobre a falta de tempo. Para evitar essa sensação, ou até mesmo a realidade da falta de tempo, é importante que todas as tarefas do dia tenham começo, meio e fim. Isso maximiza a produtividade, pois evita que as tarefas fiquem inacabadas.

O planejamento pessoal favorece a satisfação por direcionar a nossa vida àquilo que realmente importa e merece atenção.

No dia a dia podemos:

- Silenciar notificações momentaneamente. Controlar as notificações pode ajudar a controlar o hábito de verificar o telefone.
- Tomar decisões rápidas sobre coisas menos importantes. Investir o tempo nas grandes decisões e agilizar as de médio e pequeno porte.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Para ter produtividade e qualidade de vida é preciso saber gerir o tempo no trabalho e na vida pessoal. Preparamos um vídeo com as principais dicas de gestão de tempo.

Segue o link - <https://youtu.be/w0H9jyMDxHg>

4. CONCLUSÃO

Mais que uma marca de beleza, um império bilionário de sucesso, essa é a empresa Natura, fundada por Luiz Sebrae, objeto de estudo neste PI. Podemos concluir que a empresa em questão é sem dúvidas, um exemplo de que quando a engrenagem da logística funciona, tudo tende a caminhar corretamente.

Quando falamos da logística da Natura, ser um exemplo, isso se dá pelo fato de alguns pontos:

- a) entrega de produtos: onde seu estoque está localizado em um ponto estratégico, de maneira que conseguem entregar seus pedidos mais rapidamente;
- b) o processo de produção é eficiente;
- c) visão de sustentabilidade: além de possuir uma calculadora ambiental, que visa a diminuição dos impactos realizados a cada produto industrializado.

Com seu método de venda direta ampliou em larga escala sua atividade, em milhares de municípios é possível obter produtos da Natura a pronta entrega. Além disso, a empresa dá grande valor ao seu quadro de pessoal e a formação dele. Faz investimentos contínuos em educação e desenvolvimento dos funcionários, oferece oportunidade de crescimento, os investimentos que a Natura têm feito em tecnologia, desenvolvimento e pesquisa, garantem aos seus produtos qualidade e preço.

Estudando a empresa Natura, aprendemos ainda mais sobre como empregar de modo correto o processo logístico, Gestão de Processos e Gestão Logística da Cadeia de Suprimentos.

REFERÊNCIAS

BUTTA, Filipe. **A logística da Natura**. Sac Logística, 2020. Disponível em: <https://saclogistica.com.br/a-logistica-da-natura/> Acesso em 01 de junho de 2023.

CASTANHO, Rafael. **A implementação do Kanban na Natura - Um Estudo de Caso**. Gestão Pro, 2023. Disponível em: <https://gestapro.com.br/blog/estoque/a-implementacao-do-kanban-na-natura-um-estudo-de-caso> Acesso em 01 de junho de 2023.

DRAPAC, Daniel. **Natura & Co: A Logística Do Maior Fabricante De Cosméticos Do Brasil**. Itrackbrasi, 2020. Disponível em: <https://itackbrasil.com.br/natura-e-co-a-logistica-do-maior-fabricante-de-cosmeticos-do-brasil/> Acesso em 01 de junho de 2023.

REDAÇÃO, Eu quero investir. **Grupo Natura (NTCO3): conheça a quarta maior empresa de beleza do mundo**, 2021. Disponível em: <https://euqueroinvestir.com/educacao-financeira/grupo-natura-ntco3-quarta-empresae-beleza-mundo> Acesso em 01 de junho de 2023.

Linked in. **Natura**, 2023. Disponível em: <https://br.linkedin.com/company/natura#:~:text=Nossa%20rede%20conta%20com%206,al%C3%A9m%20de%20fornecedores%20e%20parceiros>. Acesso em 01 de junho de 2023.

FILIPPE, Marina. **Natura amplia programa de logística reversa e oferece novos benefícios para clientes e consultoras**. Exame, 2022. Disponível em: <https://exame.com/esg/natura-amplia-programa-de-logistica-reversa-e-oferece-novos-beneficios-para-clientes-e-consultoras/> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Natura. Cadeia de Valor**. Disponível em: <https://www.natura.com.br/sustentabilidade/cadeia-de-valor> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Natura Campus. Sobre o Programa**. Disponível em: <http://www.naturacampus.com.br/cs/naturacampus/sobre> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Conheça nossas Certificações**. Disponível em: https://www.natura.com.br/sustentabilidade/certificacoes?iprom_creative=lp_conhecer_certificacoes&iprom_id=sustentabilidade_boxcampanha&iprom_name=destaque3_certificacoes_23052022&iprom_pos=2 Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Código de Conduta.** Disponível em: <https://www.natura.com.br/fornecedores/pre-requisitos/codigo-de-conduta> Acesso em 01 de junho de 2023.

Natura & Co. Estatuto, Códigos, Políticas e Regimentos. Disponível em: <https://ri.naturaeco.com/a-natura-co/o-grupo/g-governanca-corporativa/estatuto-codigos-politicas-e-regimentos/> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, Natura & Co. **G-Governança Corporativa.** Disponível em: <https://ri.naturaeco.com/a-natura-co/o-grupo/g-governanca-corporativa/> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, Natura & Co. **Nossos Fornecedores,** 2023. Disponível em: <https://www.naturaeco.com/pt-br/our-suppliers/> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, Natura & Co. **Relatórios Anuais,** 2023. Disponível em: <https://ri.naturaeco.com/esg/relatorios-anuais/> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, Natura & Co RI. **Representações, Índices e Certificações,** 2023. Disponível em: <https://ri.naturaeco.com/esg/representacoes-indices-e-certificacoes/> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Ecoparque: onde nosso núcleo de inovação atua em prol da sociobiodiversidade.** 2023. Disponível em: <https://www.natura.com.br/blog/sustentabilidade/ecoparque-onde-nosso-nucleo-de-inovacao-atua-em-prol-da-sociobiodiversidade> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Natura ekos andiroba.** Disponível em: <https://www.naturabrasil.fr/pt-pt/acerca-da-natura-brasil/as-nossas-gamas/ekos/ekos-andiroba> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Natura ekos castanha.** Disponível em: <https://www.naturabrasil.fr/pt-pt/acerca-da-natura-brasil/as-nossas-gamas/ekos/ekos-castanha> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Nos ingrédients D'Amazonie.** Disponível em: <https://www.naturabrasil.fr/pt-pt/rituals-de-beleza-brasileiros/ingredientes-da-biodiversidade> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Nossa História.** Disponível em: <https://www.natura.com.br/a-natura/nossa-historia> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Relatório Integrado Natura & CO América Latina 2021.** Disponível em: <https://www.natura.com.br/relatorio-anual> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Prêmio qlicar agora é embrace.** 2021. Disponível em: <https://www.natura.com.br/blog/mais-natura/premio-qlicar-agora-e-embrace> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA,. **Pré-requisitos.** Disponível em: <https://www.natura.com.br/fornecedores/pre-requisitos> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Pioneiro dos cosméticos no Brasil.** Disponível em: <https://www.naturabrasil.fr/pt-pt/acerca-da-natura-brasil/pioneiro-dos-cosmeticos-no-brasil> Acesso em 01 de junho de 2023.

NATURA, **Planeta. Centro de Inovação da Natura aposta em tecnologia para ampliar pesquisas de ingredientes da biodiversidade brasileira,** 2021. Disponível em: <https://umsoplaneta.globo.com/patrocinado/natura/noticia/2021/06/08/centro-de-inovacao-da-natura-aposta-em-tecnologia-para-ampliar-pesquisas-de-ingredientes-da-biodiversidade-brasileira.ghtml> Acesso em 01 de junho de 2023.

NEOWAY, Blog. **Cadeia de Suprimentos: O que é, etapas e como fazer a sua gestão corretamente,** 2021. Disponível em: <https://blog.neoway.com.br/cadeia-de-suprimentos/#:~:text=Cadeia%20de%20suprimentos%2C%20ou%20Supply,distribui%C3%A7%C3%A3o%20at%C3%A9%20o%20consumidor%20final>. Acesso em 01 de junho de 2023.

RODRIGO, Carlos. **Como Funciona a Cadeia de Suprimentos,** 2011. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/58051123/Como-Funciona-a-Cadeia-de-Suprimentos> Acesso em 01 de junho de 2023.

SILVA, Douglas. **Gestão de processos organizacionais: o que é, importância e como fazer.** Zendesk, 2021. Disponível em: <https://www.zendesk.com.br/blog/gestao-processos-organizacionais/> Acesso em 01 de junho de 2023.

SOUZA, Najara. **Procurement e Sourcing, você conhece a diferença?** Linked in, 2020. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/pulse/procurement-e-sourcing-voc%C3%AA-conhece-diferen%C3%A7a-najara-de-abreu-souza> Acesso em 01 de junho de 2023.

SUMARES, Gustavo. **Estratégia de compras: tudo que você precisa saber!** Pipefy, 2023. Disponível em: <https://www.pipefy.com/pt-br/blog/estrategia-de-compras/#:~:text=Exemplos%20de%2>

[Oestrat%C3%A9gias%20de%20compras,mesmo%20tornar%2Dse%20mais%20sustent%C3%A1vel](#) Acesso em 01 de junho de 2023.

_____. **Guia completo sobre as diferenças entre sourcing e procurement em compras.** Pipefy, 2023. Disponível em: <https://www.pipefy.com/pt-br/blog/procurement-vs-sourcing/> Acesso em 01 de junho de 2023.

_____. **O que é Procurement? 10 passos para estruturar seu processo.** Pipefy, 2023. Disponível em: <https://www.pipefy.com/pt-br/blog/procurement/> Acesso em 01 de junho de 2023.

SSI, Schafer. **Natura – CD São Paulo.** Disponível em: <https://www.ssi-schaefer.com/pt-br/setores-de-mercado/healthcare-cosmetics/logistica-c-entro-de-distribuicao-natura-sao-paulo-671454> Acesso em 01 de junho de 2023.

REDAÇÃO, Truckpad. **Qual é a diferença entre Logística e Cadeia de Suprimentos?** Disponível em: <https://www.truckpad.com.br/blog/diferenca-logistica-e-cadeia-de-suprimentos/> Acesso em 01 de junho de 2023.

VAZ, Tatiana. **O caminho dos produtos da Natura da fabricação ao consumo.** Exame, 2019. Disponível em: <https://exame.com/negocios/o-caminho-dos-produtos-da-natura-da-fabricacao-ao-consu-mo/> Acesso em 01 de junho de 2023.

ANEXOS

Introdução | Perfil | Estratégia | Compromisso com a vida | Nossas marcas | Informações corporativas | Divulgações complementares | Sobre o relatório | Referências técnicas

natura&co
América
Latina

Nossa aspiração

Ousaremos inovar para promover impactos econômicos, sociais e ambientais positivos, o que nos transformará na melhor empresa de beleza PARA o mundo.

Outcomes: o valor que geramos

Investidores

EBITDA de **R\$ 2,6 bilhões** de lucro líquido em 2021. **USD 33,4** milhões** foram investidos nas principais causas do grupo e **USD 8,7** milhões** no desenvolvimento de soluções regenerativas.



Consumidores finais

Alta capilaridade e presença das marcas por meio de uma **estratégia de vendas** e experiência digital das marcas. Acesso a produtos de qualidade e mais sustentáveis, integrados às causas e compromissos das marcas Natura & Co e que fomentam hábitos de consumo de bem-estar e preocupado com o planeta.



Colaboradores

Construção de um **time cada vez mais diverso e de um ambiente inclusivo**, com remuneração digna e equitativa entre gêneros e raças e foco em bem-estar. **82%** dos colaboradores, atingem o **living wage** (salário digno) ou acima dele. Valor estabelece o mínimo para necessidades básicas de uma família. **51%** da alta liderança formada por mulheres.



**Natura.



Sociedade e meio ambiente

Buscamos maximizar nossos impactos positivos e mitigar os negativos por meio da **inovação, da circularidade e de soluções regenerativas** mantendo a neutralidade de carbono e caminhando rumo ao **net zero**, aumentando continuamente o uso de materiais renováveis e reciclados nas embalagens e ampliando os investimentos na **conservação e regeneração da biodiversidade**.

Por meio do Instituto Natura, Instituto e Fundações Avon, impulsionamos o **acesso à educação, combatemos a violência contra mulheres e meninas e apoiamos a luta contra o câncer de mama**.

Consultoras e representantes

Formação de um **ecossistema que favorece a empreendedorismo e a geração de renda** a partir de um modelo justo e confiável com foco no público feminino e seus desafios. Em 2021, avançamos no projeto-piloto de medição do impacto da renda na vida consultoras e representantes.



Fornecedores

Relacionamento próximo e de longo prazo com os fornecedores, compartilhando os desafios e impulsionando o propósito da organização na cadeia. Estratégia apoiada pela **declaração de Direitos Humanos** do grupo e pela evolução para a certificação e/ou rastreabilidade integral das cadeias críticas.



Comunidades fornecedoras e de relacionamento

Acesso a renda por meio do relacionamento e comércio justo de bioingredientes com cooperativas e pequenos produtores que incentivam a **manutenção da floresta de pé**. Apoio ao desenvolvimento de infraestrutura local, acesso a serviços e direitos básicos. Em 2021, compartilhamos **R\$ 44 milhões** em valor para 46 comunidades



38

Introdução | Perfil | Estratégia | Compromisso com a vida | Nossas marcas | Informações corporativas | Divulgações complementares | Sobre o relatório | Referências técnicas

natura&co
América
Latina

Modelo de negócio

Capitais acessados

capital natural
fórmulas que valorizam ingredientes naturais e renováveis e mantêm a floresta de pé.

capital financeiro
Capital para operação e investimentos. **US\$1 bilhão** captado no Sustainability-Linked Bond*

capital social
presença em 18 países da América Latina, com 4 marcas icônicas mobilizadas por propósitos.

capital manufaturado
centros de produção e distribuição dos produtos, canais físicos e virtuais para representantes/consultoras e consumidores

capital humano
América Latina: quase 18 mil colaboradores em 2021 e 4,8 milhões de representantes e consultoras.

capital intelectual
Patentes de produtos, processos de inovação e capital organizacional estruturado através de sistemas e processos de gestão.

* Natura & Co Holding.



natura & co

AVON natura THE BODY SHOP Aēsop.



Defender os **Direitos humanos e sermos Mais Humanos**

Enfrentar a **crise climática e proteger a Amazônia**

Abraçar a **circularidade e a regeneração**

Atividades de negócio

Cuidamos das pessoas:
Diante da pandemia do covid-19, nos unimos para barrar o contágio, cuidar nossa rede de relações e manter a economia circulando.

Somos uma empresa integrada:
Estamos intensificando a integração dos processos e estruturas, buscando maior eficiência e sustentabilidade, preservando a identidade de um dos nossos 4 negócios.

Governança é palavra-chave:
Baseados nos princípios de autonomia e interdependência, os sistemas de governança permitem que possamos avaliar, monitorar e construir o futuro que desejamos.

Conhecemos os riscos para gerenciá-los:
buscamos entender o contexto em que nos desenvolvemos, assim nos preparamos para conhecer e anteciparmos aos riscos de cenários diversos, complexos e de incertezas, para conseguir absorvê-los na nossa estratégia.

Só é inovação se gera impacto positivo:
nossa inovação se baseia no Compromisso com a Vida e se manifesta através de uma pipeline robusta de novos processos e produtos.

Output
nossos produtos

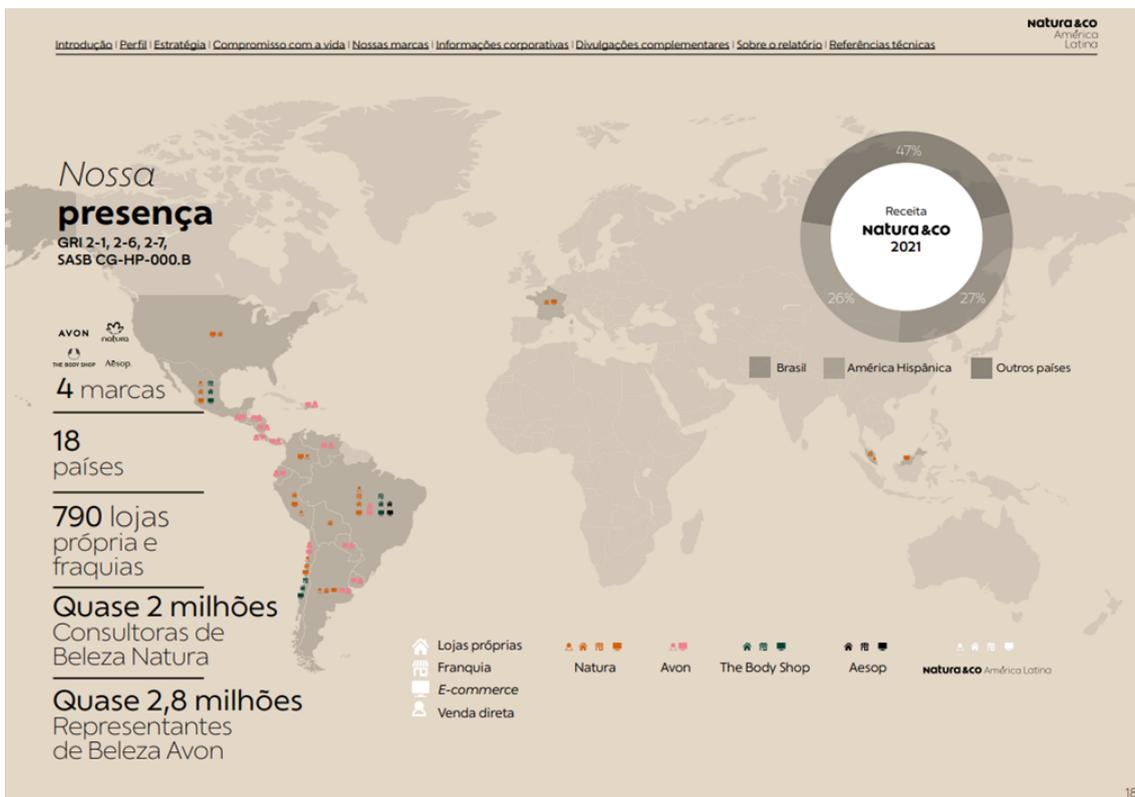
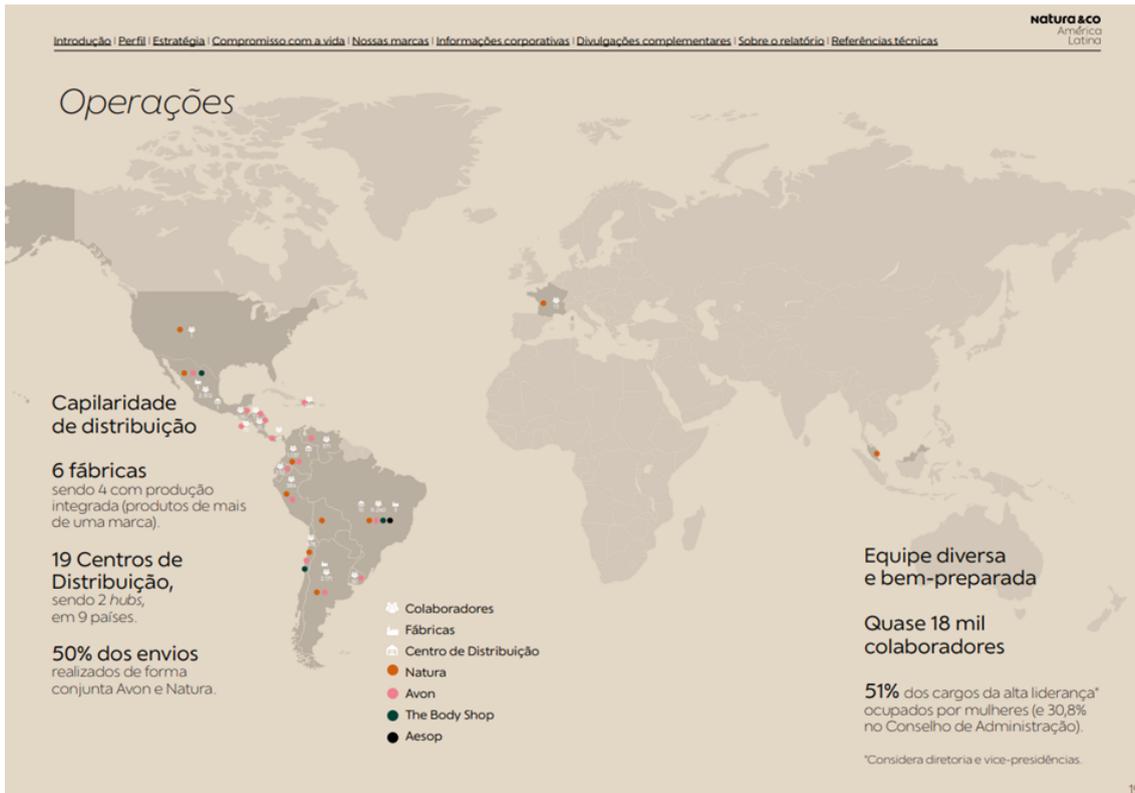


Produção e venda de produtos de beleza e cuidados pessoais priorizando a venda por relações e complementa com a omnicanalidade. Em 2021, mais da metade das vendas foi habilitada digitalmente e a receita líquida foi de 22,4 bilhões.

Rumo ao Net Zero, compensamos 100% as emissões da Natura, fomentamos o uso de energia renovável e

utilizamos ingredientes da sociobiodiversidade pan-amazônica que contribuem para a conservação do ecossistema.

37







RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: Autoavaliação
CURSO: Administração
MÓDULO: Gestão Logística
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Elaina Cristina Paina Venâncio
ESTUDANTE: Francisco Sabino Neto
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 14/04/2023 a 14/06/2023

2. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Foi proposto realizar uma análise sobre as etapas do processo de suprimentos e organizacionais de uma empresa real. A equipe fez um projeto com a cadeia de suprimentos da empresa Natura & CO; foi feito um levantamento sobre a seleção e avaliação, objetivos e estratégias utilizados nos seus fornecedores. Foi abordado como sua estrutura organizacional interage com as entradas, saídas, recursos e controle.</p>
<p>Desafio: O maior desafio foi coletar e organizar informações de qualidade e atualizadas sobre a empresa. Por não termos contato direto com a empresa foi preciso fazer diferentes pesquisas para achar as informações.</p>
<p>Cronograma das Ações: Primeiro fazer os tópicos principais, depois na sequência fazer a introdução e descrição da empresa, para depois passar para o tópico da formação da vida e finalizar com a conclusão do projeto.</p>
<p>Síntese das Ações: A comunicação da equipe é feita pelo WhatsApp aonde chegamos em acordo de qual empresa utilizaremos. Interpretamos cada tópico assistindo as aulas e compreendendo o que os professores estão pedindo.</p>

<p>a. Aspectos positivos Conhecer a funcionalidade de uma das maiores e melhores estruturas de suprimentos do país.</p>	
<p>b. Dificuldades encontradas Encontrar informações necessárias.</p>	
<p>c. Resultados atingidos Aprender com a pesquisa realizada.</p>	
<p>d. Sugestões / Outras observações</p>	
<p>3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</p>	
RA 1012020200171	NOME Francisco Sabino Neto
RA 1012020200022	NOME Tiago Bassinello

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: Autoavaliação

CURSO: Administração

MÓDULO: Gestão Logística

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Elaina Cristina Paina Venâncio

ESTUDANTE: Tiago Bassinello

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 14/04/2023 a 14/06/2023

2. DESENVOLVIMENTO

Contextualização: Foi proposto realizar uma análise sobre as etapas do processo de suprimentos e organizacionais de uma empresa real. A equipe fez um projeto com a cadeia de suprimentos da empresa Natura & CO; foi feito um levantamento sobre a seleção e avaliação, objetivos e estratégias utilizados nos seus fornecedores. Foi abordado como sua estrutura organizacional interage com as entradas, saídas, recursos e controle.

Desafio: O maior desafio foi coletar e organizar informações de qualidade e atualizadas sobre a empresa. Por não termos contato direto com a empresa foi preciso fazer diferentes pesquisas para achar as informações.

Cronograma das Ações: Primeiro fazer os tópicos principais, depois na sequência fazer a introdução e descrição da empresa, para depois passar para o tópico da formação da vida e finalizar com a conclusão do projeto.

Síntese das Ações: A comunicação da equipe é feita pelo WhatsApp aonde chegamos em acordo de qual empresa utilizaremos. Interpretamos cada tópico assistindo as aulas e compreendendo o que os professores estão pedindo.

a. Aspectos positivos
Conhecer a funcionalidade de uma das maiores e melhores estruturas de suprimentos do país.

<p>b. Dificuldades encontradas Encontrar informações necessárias.</p>	
<p>c. Resultados atingidos Aprender com a pesquisa realizada.</p>	
<p>d. Sugestões / Outras observações</p>	
<p>3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO</p>	
RA 1012020200171	NOME Francisco Sabino Neto
RA 1012020200022	NOME Tiago Bassinello