



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

PROJETO INTEGRADO
CADEIA DE SUPRIMENTOS
NATURA COSMÉTICOS S/A

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

CADEIA DE SUPRIMENTOS

NATURA COSMÉTICOS S/A

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:

Ingrid Gomes da Costa, RA1012019100715

Larissa Ap. França Fiamenghi, RA1012020100624

Renan Carvalho e Camacho, RA1012020100381

Wellington Fonseca, RA1012020100516

Wellinton Luis de O.Teixeira, RA1012019200380

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS	5
3.1.1 A ÁREA DE SUPRIMENTOS	6
3.1.2 ETAPAS DO PROCESSO DE SUPRIMENTOS	10
3.2 GESTÃO DE PROCESSOS	15
3.2.1 PROCESSOS ORGANIZACIONAIS	17
3.2.2 PROCESSOS DA ÁREA DE SUPRIMENTOS	20
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: GERENCIANDO O TEMPO	21
3.3.1 GERENCIANDO O TEMPO	21
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	24
4. CONCLUSÃO	26
REFERÊNCIAS	27
ANEXOS	29

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo, analisar e entender como funciona na prática uma cadeia de suprimentos. Para o estudo de caso a empresa escolhida e que será analisada ao longo dos próximos passos é a Natura Cosméticos S.A.

A Ferramenta que ganhou força e destaque no mundo corporativo em meados de 2018, vem sendo cada vez mais indispensável para as empresas. A ideia que já era estudada e aplicada fora do BRASIL também é conhecida como Supply chain.

Durante toda a amostra do estudo, a cadeia de suprimentos será estudada e analisada de forma real, desde os seus princípios básicos, estrutura e organização. Por fim, será possível entender e identificar todos os moldes para aplicar em qualquer outro caso ou empresa, uma cadeia de produtos e/ou suprimentos.

No presente estudo, o setor mais observado e analisado é o dos suprimentos, setor responsável pela compra de matéria prima, materiais necessários e geração de valor para o produto final, conforme segue:

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Natura SA é uma empresa multinacional brasileira fundada em 1969, é constituída pelo CNPJ 71.673.990/0001-77, uma das maiores empresas de cosméticos, perfumaria e higiene pessoal do Brasil e também tem presença internacional em diversos países.

Tem como missão promover o bem-estar e a beleza das pessoas, respeitando a natureza e a diversidade. Adota uma abordagem de negócios sustentáveis, baseada em valores como ética, transparência, responsabilidade socioambiental e inovação.

Além do que desenvolve e comercializa uma ampla gama de produtos, incluindo cosméticos, resistentes, produtos para cuidados com a pele, cabelo, corpo e banho.

A empresa possui diversas marcas, como Natura, Natura Ekos, Chronos, Mamãe e Bebê, entre outras, um dos diferenciais da Natura é o uso de ingredientes naturais e de origem sustentável em seus produtos, buscando minimizar o impacto ambiental.

A empresa também se envolve em projetos de preservação ambiental e apoia comunidades locais que fornecem esses ingredientes, incentivando o desenvolvimento sustentável.

Além da venda direta por meio de consultores e vendas, a Natura também tem uma forte presença no comércio eletrônico, permitindo que os clientes comprem seus produtos online. A empresa também possui lojas físicas e parcerias com outras redes de varejo.

Conhecida por suas iniciativas de responsabilidade social, como o programa "Natura Ekos" que busca proteger e preservar a biodiversidade brasileira e promover o desenvolvimento das comunidades locais. Também está comprometida com a inclusão e diversidade, promovendo a equidade de gênero e valorizando a diversidade étnica e cultural

Em 2020, concluiu a aquisição da Avon Products, Inc., formando o Natura & Co, um grupo multinacional de beleza que também inclui as marcas The Body Shop e

Aesop. Essa aquisição fortaleceu a posição da Natura no mercado global e ampliou sua presença em diversos países.

Hoje a Natura é a maior multinacional brasileira do setor de cosméticos com forte presença na Argentina, na Colômbia, no Peru, no Chile, no México e na França, sendo uma empresa comprometida com a geração de impacto positivo nas áreas social, econômica e ambiental

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS

A gestão da cadeia de suprimentos denominada também como Supply Chain traz consigo sucesso operacional de uma organização, nos moldes do mercado atual, e é proporcional pela maneira como a cadeia de suprimentos é gerenciada. Em razão do papel estratégico, a gestão adequada mantém a empresa em funcionamento com os insumos necessários.

O entendimento da cadeia de suprimentos são ações mais importantes, definidas com a junção de vários processos que fazem parte do ciclo de vida para manter os processos alinhados, fluindo com eficiência, baixo custo e atendendo bem às demandas do mercado para chegar ao consumidor final.

A tecnologia traz vantagens para qualificar a cadeia de suprimentos. O uso de sistemas para gerenciamento de estoque ou transporte ajuda a cumprir o tempo de entrega, além de mitigar as perdas no processo de produção. Para que tudo isso funcione, invariavelmente é necessária a composição de toda uma infraestrutura de grande abrangência que passa por diferentes departamentos e setores.

Nos moldes recentes, a cadeia produtiva é composta por máquinas, sistemas e profissionais especializados, e toda uma rede integrada capaz de otimizar o fluxo de comunicação e operação entre fornecedores e parceiros. A gestão de suprimentos requer uma gestão bastante estratégica, de modo que todos os processos sejam parte de um

sistema maior que, ao final, auxilia para os resultados gerais da organização, NEOGRID (2022).

De forma sucinta, indica todas as atividades de compra de insumos, produtos, embalagens, armazenagem, venda e distribuição aos consumidores. A cadeia de suprimentos bem planejada e estruturada se mostra no impacto nos três níveis de decisão da empresa: o estratégico, o tático e o operacional. Esses impactos podem ser sintetizado em quatro pontos:

- Satisfação do cliente: é o foco principal de cada empresa, a cadeia de suprimentos bem organizada permite não apenas satisfazer o cliente por meio do cumprimento dos prazos, mas também pelo consequente aumento da qualidade do que lhe é entregue, agregando mais valor à experiência.

- Sustentabilidade: uma cadeia de suprimento bem gerida também colabora para a sustentabilidade do negócio em seu sentido mais amplo, envolvendo não apenas as questões ambientais, como também sociais e até mesmo jurídicas.

- Cumprimento dos prazos: etapas bem organizadas levam a um fluxo mais fluido, fazendo com que o transporte e a distribuição até o cliente sejam feitos dentro do prazo estipulado e acordado entre as partes. Nesse sentido, uma comunicação frequente e eficaz é essencial para garantir a fluidez necessária nos processos.

- Redução de custos: um momento que todas as etapas internas e externas estão planejadas e organizadas, torna-se mais fácil mitigar custos e potenciais riscos, antecipando-se a possíveis problemas e resolvendo-os sem muito ônus.

3.1.1 A ÁREA DE SUPRIMENTOS

Os objetivos da função compras podem ser subdivididos em quatro categorias:

- Obter mercadorias e serviços na quantidade e com qualidade necessárias.
- Obter mercadorias e serviços ao menor custo.
- Garantir o melhor serviço possível e pronta entrega por parte do fornecedor.
- Desenvolver e manter boas relações com os fornecedores e desenvolver fornecedores potenciais.

Para satisfazer a esses objetivos, devem ser desempenhadas algumas funções básicas:

- Determinar as especificações de compra: qualidade certa, quantidade certa e entrega certa (tempo e lugar).
- Selecionar o fornecedor (fonte certa)
- Negociar os termos e condições de compra.
- Emitir e administrar pedidos de compra.

O ciclo de compras consiste nos seguintes passos:

1º. Receber e analisar as requisições de compra:

As requisições de compras têm início com o departamento ou a pessoa que será o usuário final. No mínimo, as requisições de compra contêm as seguintes informações:

- Identidade do requisitante
- Especificação do material;
- Quantidade e unidade de medida;
- Data e local de entrega exigidos;
- Qualquer outra informação complementar necessária.

2º. Selecionar fornecedores:

Identificar e selecionar fornecedores são importantes responsabilidades do departamento de compras.

3º. Solicitação de cotações:

As cotações são analisadas quanto a preço, obediências às especificações, termos e condições de venda, entrega e termos de pagamento. Para itens cujas especificações podem ser descritas precisamente, a escolha é provavelmente feita com base no preço, entrega e termos de venda.

4º. Determinar o preço certo:

Essa é uma responsabilidade do departamento de compras, intimamente ligada à seleção dos fornecedores. O departamento de compras também é responsável por negociar o preço, e tentará obter o melhor preço junto ao fornecedor.

Com ênfase na redução do impacto ambiental, a empresa investe em infraestrutura local e estabelece o início de um novo ciclo de internacionalização, com países latino-americanos passando a produzir seus produtos. A Natura, uma das maiores empresas nacionais do setor de cosméticos, apresentou um novo modelo de produção e logística. A reformulação tem como principal finalidade a redução do impacto ambiental, além de dar suporte ao crescimento nacional e ao início de uma nova fase de internacionalização.

“Temos um apetite pelo crescimento. Estamos em um momento muito importante, orgulhosos do nosso avanço nos últimos três anos, sedimentando a evolução que fizemos no nosso modelo de gestão”, afirma João Paulo Ferreira, vice-presidente de operações e logística da Natura. “E é um desafio triplo, porque queremos crescer e ao mesmo tempo reduzir nosso impacto ambiental e fazer isso em conjunto com nossos fornecedores, numa escala sem precedentes. Com esta nova rede estruturada, conseguiremos diminuir a emissão relativa de CO₂ em 25% em nossa cadeia de fornecimento e, ao mesmo tempo, elevarmos a qualidade de nossas entregas”, ressalta.

Com base em princípios de ganhos econômicos, ambientais e sociais, a Natura vem selecionando fornecedores nacionais e internacionais para dar suporte à movimentação de suas cargas. Esta iniciativa facilitará a integração com os fornecedores, além da criação de uma rede de serviços que diminua a emissão de gases de efeito estufa e possa incrementar os impactos sociais positivos.

“Este é o primeiro exercício com este escopo e abrangência realizado na indústria. Sabemos que em alguns casos, os ativos terão que ser comprados de determinada comunidade, mas, em outros, conseguiremos ampliar a base de fornecedores, mesmo em outros países. Não é mais aceitável que as empresas exportem água, álcool, ar e embalagens, sendo que estes insumos podem ser conseguidos regionalmente. A Natura está dando seu primeiro passo”, explica Ferreira.

Investimentos no Brasil

Em 2010, a Natura duplicou a capacidade de seu CD em Canoas (RS), inaugurou outro em Uberlândia (MG) e mais um em Castanhal (PA). Para 2011, a empresa deve inaugurar um centro de distribuição em Curitiba (PR) e um novo para São Paulo. Este CD, que está sendo desenvolvido pela marca e seus fornecedores, permitirá a admissão de pessoas portadoras de necessidades especiais, podendo chegar a mais de 30% da equipe de funcionários.

Além do hub atual, situado em Jundiaí (SP), a Natura passará a atuar com mais duas unidades: uma no CD de Salvador e outra em Castanhal (PA), que ajudarão a reduzir o tempo de entrega de seus produtos para as consultoras.

“A recombinação dos estoques e modais nos permitirão redução do tempo de entrega e também do impacto ambiental. E o mais importante é que tudo está sendo cocriado com fornecedores, para chegarmos às mais modernas tecnologias de separação, armazenagem e transporte”, detalha João Paulo.

De exportadora à fabricante

Em 2010, parte do portfólio da Natura passou a ser produzido pela Argentina. Já para 2011, por meio de parcerias com terceiros, a Colômbia e o México também fabricam os produtos. Cerca de 7% do faturamento da empresa vem de operações internacionais. “Este volume ainda não justifica fabricação própria, mas já permite a operação por meio de terceiros”, explica o executivo. “Além disso, do ponto de vista ambiental, é uma iniciativa mais sustentável”. Esse plano permitirá uma redução relativa de cerca de 70% nas emissões de CO2 referentes ao transporte de abastecimento das operações internacionais, o que significa a redução de quase 2% da emissão total da empresa. A Natura estima que em três anos, 50% do faturamento das operações internacionais na América Latina provenham de produtos fabricados fora do Brasil.

3.1.2 ETAPAS DO PROCESSO DE SUPRIMENTOS

Cadeia de Suprimentos da Natura

A Natura tem uma enorme capacidade de produção e ótimas perspectivas de crescimento estimando alcançar uma marca de 450 milhões de unidades de produtos produzidos. Desta forma, investe aproximadamente R\$ 205 milhões, sendo um dos centros de operações da empresa é um dos mais modernos deste tipo na América Latina, sua estrutura compreende: doze edifícios, quatro fábricas, um armazém vertical de última geração, laboratórios e centros de pesquisa, áreas administrativas e operacionais, centro de treinamento, centro de serviços, biblioteca, estação de tratamento de efluentes e clube poliesportivo.

A Natura entende que a logística é muito mais que uma operação da empresa, e sim um braço estratégico no alcance de seus resultados. A seguir, destacamos alguns elementos chaves do processo operacional logístico da empresa:

Matéria-Prima

A Natura compra matéria-prima de diversos fornecedores, sendo os domésticos responsáveis por aproximadamente 90% dos custos. Os dez principais fornecedores representaram 42,8% do total de custos com matéria-prima no ano passado. A empresa também possui contratos de longo prazo com os fornecedores mais importantes e possui alguns custos de matéria-prima atrelados ao dólar.

A Natura utiliza para produção, diversos recursos extraídos da biodiversidade brasileira (exemplo linha Ekos), comprando os ingredientes necessários de produtores autônomos. Com isso, a empresa não depende de um único fornecedor para a produção de qualquer de suas linhas, ela faz a diversificação, porém, não deixa de prestar atenção na qualidade.

Pesquisa e Desenvolvimento

A Natura possui uma estrutura de pesquisa e desenvolvimento, com a qual é responsável pela análise mercadológica, aplicação de tecnologias, desenvolvimento de produtos e embalagens, assim como de outras áreas. Conta com uma estrutura composta por 11 laboratórios no complexo fabril representando a subsidiária Natura de Inovação. Um dos fatores que contribuem para aumentar a capacidade de pesquisa e desenvolvimento da Natura são as parcerias com universidades e centros de pesquisa. A expectativa da Natura é de que 2,7% da receita líquida seja destinada para investimentos em pesquisa e desenvolvimento.

Vendas

A Natura possui representantes de venda no Brasil e no exterior, sendo que 97% dos representantes de venda são mulheres e, por não terem vínculo empregatício com a empresa, não recebem salários, contribuindo para um menor gasto com despesas administrativas de vendas. A comercialização dos produtos é feita em ciclos de 3 semanas, sendo que, a cada ciclo são impressos novos exemplares do catálogo Vitrine Natura, com a apresentação dos produtos e ofertas promocionais, contendo 38 dados retirados do prospecto de emissão pública da Natura. Os representantes de venda geralmente têm 21 dias para pagar pelos produtos, sendo que em datas especiais, como Natal e Dia das Mães, podem ser divididas em duas prestações iguais (21 e 42 dias). Apesar dos catálogos de produtos da Natura já possuírem preços tabelados, os representantes são livres para estabelecerem seus preços para o consumidor. A Natura possui uma ampla estrutura de vendas que conta com 6 gerências de mercado, 27 gerentes de vendas e 680 promotoras, distribuídos em pontos estratégicos, para uma melhor supervisão em todas as regiões do país.

Distribuição

A Natura comercializa seus produtos dentro e fora do território nacional, através de seus representantes. A distribuição no exterior é feita entre os países: Argentina, Peru, Chile e com uma pequena abertura no mercado Europeu.

O canal exclusivo de vendas diretas associado à força de sua marca gera boas margens de crescimento das vendas, conquistando a sua participação no mercado dos

canais de distribuição convencionais. Apesar de o canal ser diferente, concorre de forma equitativa com os seguintes gigantes do setor de cosmético global que atuam no Brasil: Avon, L'Oréal e Nívea. Apesar da Johnson & Johnson, Unilever, Colgate-Palmolive também atuarem no país, às áreas do mercado explorado por estas é um pouco diferente do mercado alvo da Natura. A empresa recebeu em 2003, em média 22.000 encomendas por dia, das quais aproximadamente 98% foram encaminhadas em 24 horas. A logística de transporte dos produtos para as residências dos representantes de venda envolve a utilização de vinte e seis diferentes empresas e serviço postal e o tempo de entrega nas poucas regiões classificadas como de difícil acesso leva até dez dias.

Diante destas informações podemos observar alguns pontos interessantes na cadeia de suprimentos da natura:

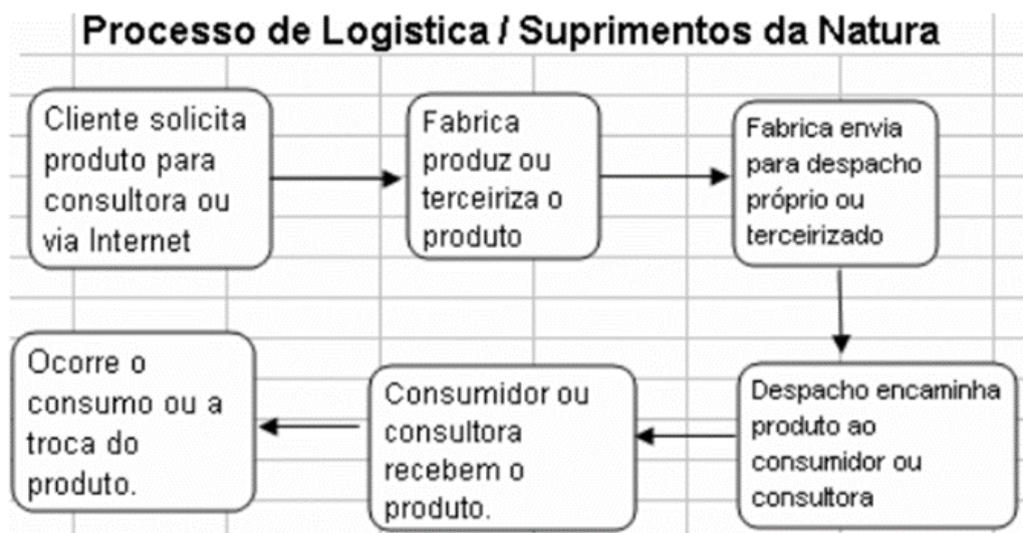


Figura: Fluxograma Cadeia de Suprimento da Natura. Fonte: Autores da Obra, 2007

As atividades desempenhadas através da Logística são diversas e envolvem todo o sistema de compras, vendas, armazenagem, recebimentos, expedição, processamento de pedidos e a movimentação dos produtos para posterior entrega aos clientes. Em algumas empresas a atividade logística entra como parte das despesas gerais de vendas e administrativas de seu resultado.

Como afirma a Natura Cosméticos S.A. (2006) seu setor logístico é firmado pela empresa Natura Logística e Serviços Ltda., onde “suas atividades concentram-se na prestação de serviços administrativos e logísticos”. A Natura Logística e Serviços Ltda., por ser uma prestadora de serviço, causa um gasto para a Empresa Natura Cosméticos S.A.

Gasto – Compra de um produto ou serviço qualquer que gera sacrifício financeiro para a entidade (Desembolso), sacrifício esse representado por entrega ou promessa de entrega de ativos (normalmente dinheiro).

Os gastos vêm englobar elementos como desembolso, investimentos, custos, despesas e perdas. Há de se ressaltar que serão abordados apenas Custos e Despesas, por possuírem maior relevância nas atividades Industriais.

A começar por Custos, dispõe que se trata de um “gasto relativo à bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços”. E continua o autor definindo Despesas como “bem ou serviço consumido direta ou indiretamente para a obtenção de receitas”.

A Empresa Natura Cosméticos S.A., além de ter sua fábrica matriz, possui filiais de distribuição, em que são armazenadas o seu estoque de produtos acabados para que possam ser distribuídos, a partir dali, para os Consultores e Consultoras, que conforme a empresa citada acima, são pessoas cadastradas para a distribuição dos produtos por meio de venda direta até os consumidores.

Pode-se observar através do Organograma de apropriação de gastos da organização (FIG. 3), a análise de forma analógica realizada entre Logística/Cadeia de Suprimentos e a apropriação dos custos desde a fábrica Natura Cosméticos S.A. até seus consumidores:

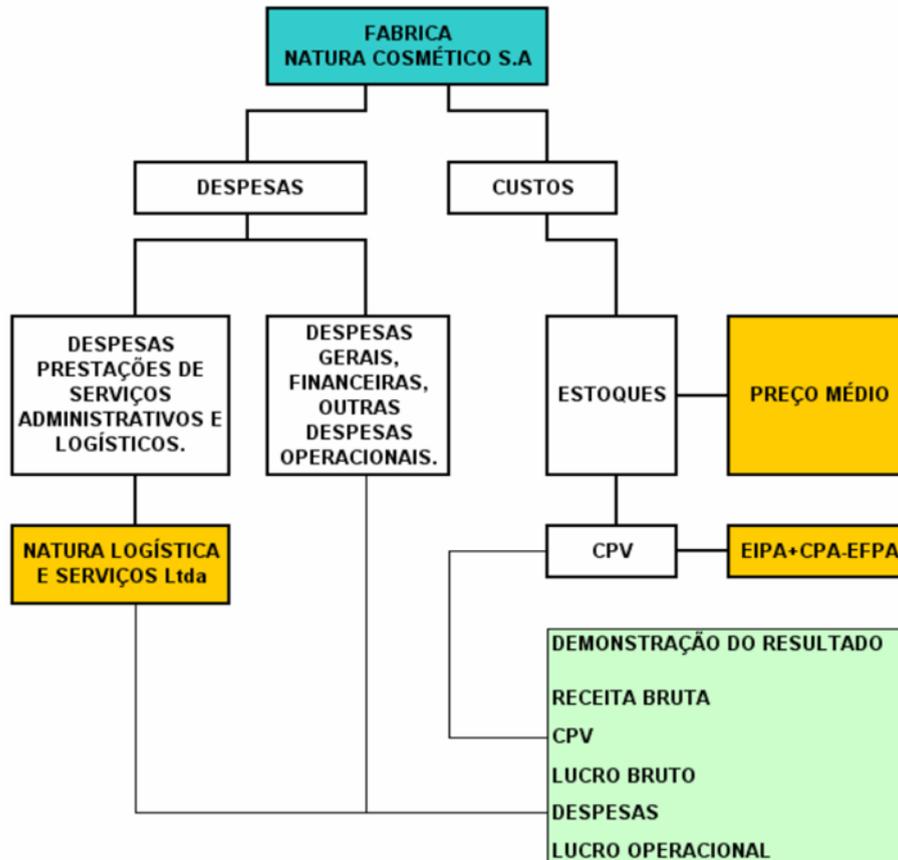


Figura: Apropriação de Gastos da Organização. Fonte: Autores da Obra, 2007

Conforme o Organograma acima, os gastos da Natura Cosméticos S.A. podem ser divididos em despesas e custos, sendo os custos totais, todo o custo gerado na fabricação de seu produto, desde as matérias-primas e materiais de embalagem (Capim-Limão; Camomila; Cumaru; Priprioca; vasilhame etc.), até os produtos acabados (Sabonetes; Cremes; Perfumes; etc.). Os custos dos estoques de matérias-primas são avaliados pelo critério de custo médio, conforme afirma a Natura Cosméticos S.A. (2006) “Estoque – Registrado pelo custo médio de aquisição ou produção, ajustados ao valor de mercado e das eventuais perdas, quando aplicável”.

Nas despesas, encontram-se todos os gastos administrativos, no qual se engloba uma das consolidadas participações indiretas (terceiros) que é a Natura Logística e Serviços Ltda.

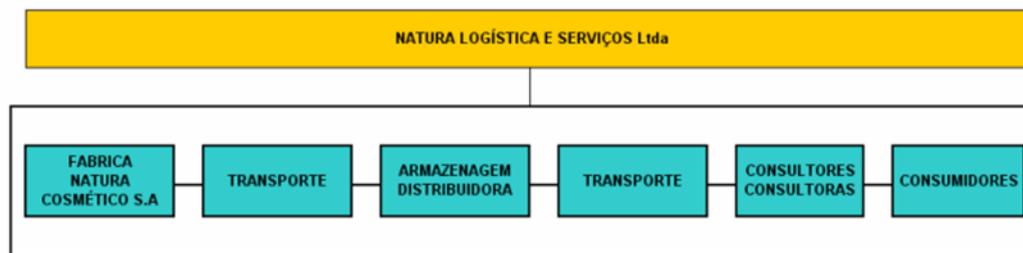


Figura: Organograma como ilustração Fonte: Autores da Obra, 2007.

A Cadeia de Suprimentos (FIG. 2) apresenta o escoamento dos produtos e informações, onde os Custos e/ou Despesas da Natura Logística e Serviços Ltda. serão todos os gastos gerados: no transporte, na manutenção de estoques, no processamento de pedidos, na programação de produtos, nas embalagens de transportes e segurança do produto, na armazenagem, no controle dos materiais, na manutenção de informação desde a fonte de abastecimento, Natura Cosméticos S.A. até o consumidor final. Uma boa gestão da cadeia de suprimento pode gerar vendas, e não apenas reduzir os custos”, ou seja, mesmo se a prestadora de serviço Natura Logística e Serviços Ltda. apresentar um gasto para a Natura Cosméticos S.A.O objetivo final será minimizar estes gastos e aumentar as suas receitas.

3.2 GESTÃO DE PROCESSOS

Processo organizacional é uma série de atividades relacionadas entre si, envolvendo pessoas, procedimentos, equipamentos e informações.

Sua execução transforma insumos (entradas) em produtos e serviços (saídas) para atender às necessidades de clientes internos ou externos, agregando valor para seu público e à própria organização.

As entradas ou insumos de um processo podem ser matérias-primas, equipamentos, informações e conhecimento, além de outros bens tangíveis ou intangíveis. Já as saídas são os produtos ou serviços em seu formato final, da maneira que são comercializados.

A gestão por processos ajudou a Natura a faturar mais, de cultura centralizadora para uma visão sistêmica de gestão por processos. Essa foi a transformação necessária para que a Natura continuasse crescendo financeira e regionalmente. Com uma estrutura muito concentrada em São Paulo, a Natura precisou se reestruturar para expandir os negócios para outras regiões do Brasil e até para outros países. “Até 2006, a empresa era muito centralizada, tinha as mesmas revistas, o mesmo material e promoções iguais para o Brasil inteiro. Aí, entendemos que esse modelo não suportaria o crescimento da Natura”, afirmou, nesta quinta-feira (18/11), o diretor de sistemas de gestão da Natura, Daniel Levy, em conferência na sede da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), em São Paulo.

Foi em 2007 que a empresa percebeu a importância de mudar sua gestão e cultura. No ano seguinte, implantou as unidades regionais do Norte e Nordeste, para começar a atender às suas demandas específicas. Na “gestão por processo”, a Natura passou a trabalhar também com unidades de negócios, distribuindo poder e autoridade para as pontas da cadeia de produção. “Antes, os diretores de unidades não tinham responsabilidade sobre o rendimento. Quando um produto novo esgotava por excesso de demanda, eles encaravam como sucesso. Hoje, eles precisam planejar melhor suas ações, pois são responsáveis pela lucratividade desse produto e não podem deixar que ele fique em falta”, diz.

Depois da mudança, o planejamento estratégico da Natura é desdobrado por processos – cujo resultado tem sempre um acompanhamento – e não mais por diretoria ou área específica. Apesar dessa distribuição de responsabilidades, Levy afirma que dificilmente uma empresa consegue eliminar completamente a hierarquia. Para ele, é preciso equilibrar responsabilidade e autoridade, centralização e integração. “A contratação, demissão, gestão de carreira, por exemplo, ainda são feitas na área de recursos humanos”, diz.

Esse sistema tem rendido bons frutos. Por meio da gestão de processos, a empresa teve lucro líquido de 524,7 milhões de reais no acumulado após IR nos nove primeiros meses de 2010, apresentando crescimento de 5,6% sobre o mesmo período de 2009. Além da área financeira, Levy afirma que o número de consultoras disponíveis aumentou 49% de 2009 para 2010 e as reclamações feitas por consultorias, como entregas erradas, diminuíram 46,2% no período.

Estrutura: Com uma organização mais complexa, a Natura usou a gestão por processo para tornar a administração mais leve, criando uma estrutura que envolve todos os integrantes da companhia. No primeiro nível estão os patrocinadores, que são presidência, vice-presidência e conselho. Sem o apoio deles, a mudança da cultura da empresa não ocorre.

Além do “patrocínio” da diretoria, a Natura também separou um “comitê de processos”, responsável por discutir as evoluções do novo modelo e como podem guiar essa implantação da melhor forma possível. Na empresa, esse grupo se reúne todo mês e é composto por dois vice-presidentes, representantes das operações internacionais e dois conselheiros de implementação.

No próximo nível estão os “donos de processos”, que têm responsabilidade e autoridade sobre seus processos. Em uma escala centralizada, eles fazem papel dos diretores, que têm a função de garantir a execução, o alcance e a superação dos resultados dos processos. Na Natura, suas reuniões são trimestrais.

Os “guardiões de processos”, por sua vez, trabalham em uma rede ainda mais intrínseca. Sua função é similar à de gerente e coordenador, sendo responsável pelo cumprimento dos processos pelos colaboradores e por reportar esses resultados aos “donos de processos”. Os “colaboradores” fecham o ciclo e, para atender às demandas de resultados, precisam estar envolvidos e conscientes da cultura e de suas responsabilidades na empresa.

3.2.1 PROCESSOS ORGANIZACIONAIS

A estrutura organizacional da Natura é do tipo Funcional {Chiavenato (2006)}, sendo composta atualmente por quatro departamentos ou comitês assessoram o Conselho de Administração em temas específicos: Estratégico; Pessoas e Desenvolvimento Organizacional; Governança Corporativa; e Auditoria, Gestão de Riscos e de Finanças.

Em janeiro de 2020, a Natura & Co Holding passou a ser controladora de Avon e da Natura Cosméticos S.A. que, por sua vez, controla The Body Shop e Aesop. A companhia definiu seu desenho organizacional em quatro unidades de negócios: Natura & Co América Latina (que reúne a gestão das quatro marcas na região) Avon Internacional, The Body Shop e Aesop. Esse modelo buscou trazer avanços ao processo de integração e garantir as prioridades estratégicas na América Latina, especialmente por conta das sinergias e potencialidades de Natura e Avon nos países dessa região. Essa composição busca acelerar o crescimento das operações no Brasil e na América Hispânica e cumprir os objetivos definidos em nosso planejamento estratégico.

Liderada por João Paulo Ferreira, como CEO, a configuração da organização é apoiada por um time de executivos de atuação transversal nas vice-presidências de Pessoas, Cultura e Organização; Plataforma Digital; Jurídico; Mídia, Conteúdo Comunicação; Operações, Logística e Suprimentos; Varejo e Finanças.

Com o propósito de manter o mais elevado padrão de governança corporativa, a Natura assinou, em 26 de abril de 2004, o contrato com a B3 (antiga BM & FBovespa) objetivando cumprir com os requisitos de listagem do Novo Mercado. As companhias que ingressam no Novo Mercado submetem-se, voluntariamente, a determinadas práticas de governança corporativa e divulgação de informações adicionais àquelas já exigidas pela legislação brasileira, obrigando-se, por exemplo, a emitir apenas ações ordinárias, manter, no mínimo, 25% de ações do capital da companhia em circulação, dos membros do conselho de administração, ao menos 20% devem ser independentes detalhar e incluir informações adicionais nas informações trimestrais, informações anuais e demonstrações contábeis padronizadas e disponibilizar as demonstrações contábeis anuais no idioma inglês e com base em princípios de contabilidade internacionalmente aceitos.

A estrutura de vendas da Natura é composta de Gerentes de Venda, Promotoras de Venda e Vendedoras que recebem o título de “Consultoras de Beleza Natural”. Atualmente a empresa possui portfólio de cerca de 760 produtos de cuidado diário (rosto, corpo, banho, mãos e pés), perfumaria, maquiagem, cabelo e barba, além dos voltados para o público infantil e para presentes, com 589 lojas físicas próprias e

franquias Aqui Tem Natura, venda por Relações com 2 milhões de Consultoras de Beleza Natura e 1,3 milhão de espaços digitais e e-commerce.

O ano de 2020 comprovou a resiliência do modelo de Venda por Relações. Com a pandemia, muitas consultoras aumentaram sua dedicação à atividade, apostando nas ferramentas digitais e potencializando seus negócios e sua renda. O ingresso de novas consultoras também demonstra como a Venda por Relações Internacionais é uma alternativa relevante para a geração de renda em momentos de crise econômica.

O grande sucesso da Natura foi a formação desta “rede social” de contatos, por meio das Consultoras de Beleza Natura, cuja evolução, em termos numéricos, é impressionante.

Dessa forma a empresa acredita que mantêm um balanço de competências e culturas para capturar os ganhos dessa estrutura e ampliar a geração de valor para a companhia, para os nossos acionistas e públicos com os quais nos relacionamos diretamente e para toda a sociedade.

Infográfico sobre os processos organizacionais da empresa Natura:



3.2.2 PROCESSOS DA ÁREA DE SUPRIMENTOS

A empresa Natura, atualmente, com 38 bio ingredientes, conta com muitos fornecedores e comunidades parceiras na produção de matéria prima utilizada.

Depois de prontos, os produtos da empresa vão da fábrica para o centro logístico, em Itupeva, no interior paulista, criado em 2015, graças à localização estratégica - fica próximo ao aeroporto de Viracopos e ao Rodoanel, com rápida conexão rodoviária com diversas estradas. Nele, caixas e os pellets 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.

Com 589 lojas físicas, próprias e franquias Aqui Tem Natura, ocorre também a venda por relações com 2 milhões de Consultoras de Beleza Natura, 1,3 milhão de espaços digitais e e-commerce.

Cada pedido, transação e interação com consultoras e clientes são acompanhadas, em tempo real, 24 horas por dia, pela equipe de tecnologia digital da Natura. Os sistemas são muito usados nas campanhas de lançamento de produtos, captação de pedidos e capacitações das consultoras.

As vendas também são feitas, desde dezembro de 2014, por meio de uma plataforma digital que já conta com 70.000 franqueados digitais. Por meio dela, o pedido é feito pela internet e a entrega e a cobrança ficam por conta da fabricante. Desde abril, os consumidores também podem comprar os produtos por um e-commerce.

Nos últimos cinco anos, segundo a companhia, os investimentos em um modelo de logística descentralizada permitiram que a empresa realizasse, em 2015, em até 48 horas, 42% das entregas no Brasil e 60% das entregas nas operações internacionais.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: GERENCIANDO O TEMPO

3.3.1 GERENCIANDO O TEMPO

- **Tópico 1: Introdução ao conceito de gestão do tempo**

A gestão de tempo é o gerenciamento, planejamento e organização em relação ao uso do tempo para a execução de atividades específicas, com o objetivo de aumentar o aproveitamento operacional.

Por essa razão, a prática pode ser compreendida como um conjunto de técnicas e metodologias que vão ajudar a aprimorar a realização de uma tarefa.

De forma simples, gerir tempo significa otimizar o que é preciso realizar para fazer mais e com mais qualidade.

A gestão de tempo é importante porque ela oferece, seja no plano pessoal ou profissional, uma maior capacidade de administrar uma tarefa.

Como afirma o consultor administrativo Peter Drucker, “o tempo é o recurso mais escasso e, ao menos que seja gerenciado, nada mais pode ser gerenciado.”

Isso significa que o gerenciamento do tempo é base para tudo que diz respeito à organização. Quando você administra melhor o seu tempo, você consegue distribuir todas as atividades que você irá realizar nesse período estipulado.

Dessa forma, isso também pode ser um sinônimo para diversos ganhos, como:

- maior disciplina;
- menor estresse;
- menor frustração;
- maior pontualidade;
- melhores resultados.

E, partindo da mesma lógica, não gerir o tempo considerando a realidade do clima organizacional — ou seja, fazer o mal uso do tempo de produção laboral — vai dificultar a atuação com eficiência.

- **Tópico 2: Reflexão sobre o valor do tempo e como utilizá-lo de forma eficaz e eficiente**

Pense no tempo como um valor. Se você souber usá-lo de forma planejada, assim como deve ser com valores monetários, verá que no final do dia, da semana ou do mês terá feito todas as tarefas necessárias e ainda terá ficado com tempo livre — um valor importantíssimo — para relaxar. Já se você fizer as tarefas aleatoriamente, irá constatar que, com o mesmo número de horas, faltará tempo para cumprir todos os itens da sua agenda.

Como você vê, a gestão do tempo não é difícil de entender, mas sim de praticar. O ditado que diz que “tempo é dinheiro” está correto, especialmente em uma organização. E a gestão do tempo é isso: otimizar o tempo que você tem para fazer mais e melhor.

Para gerir o tempo eficientemente, estabeleça com antecedência e por ordem de prioridade quais são as atividades que precisam ser executadas e quanto tempo deve ser alocado para cada uma. Lembre-se ainda de que, antes de passar para a tarefa seguinte, é preciso concluir a que começou e dar um “check” no que for terminando. Por último, e não menos importante, faça tudo que for preciso para cumprir os prazos que estipulou.

- **Tópico 3: Estabelecimento de relações entre planejamento, organização e prioridades**

A organização pessoal faz toda a diferença para um bom planejamento das atividades diárias, semanais e mensais. Essa disciplina orienta as pessoas a conseguirem cumprir as funções com mais atenção, a fazer uma gestão mais eficiente do tempo e a serem bem mais produtivas no trabalho e na vida pessoal.

Logo, estimular este tipo de organização é uma forma de lidar com as demandas de modo mais eficaz, sem deixar que a bagunça tome conta do seu dia a dia. Afinal, quando tudo está em desordem, fica mais difícil tomar atitudes que nos ajudem a colocar as coisas no lugar.

Entretanto, a organização pessoal vai muito além de manter objetos em seus devidos lugares ou ter um painel com todos os compromissos anotados. É preciso ter uma ordenação mental, na qual as crenças, idéias, sentimentos e valores estejam

alinhados com as ações cotidianas, proporcionando tranquilidade, prazer, satisfação e bem-estar.

Quer saber como garantir uma organização pessoal efetiva?

- Entenda o que atrapalha você
- Crie uma lista de tarefas
- Classifique e determine prioridades
- Use um quadro de avisos
- Evite deixar para depois
- Transforme a organização pessoal em rotina

Você já reparou em como fazemos as tarefas do dia a dia no “piloto automático”? Comer, respirar, beber água, ler e-mails. Temos uma sorte muito grande de ter um cérebro tão evoluído que nos poupa de ter que pensar para fazer as tarefas corriqueiras.

Pois bem, é preciso utilizar essa capacidade para transformar a organização pessoal em rotina. Todas essas dicas devem ser seguidas diariamente para que as ações se tornem hábitos. Mas é importante lembrar que não há receitas infalíveis, mas o desenvolvimento de práticas relevantes.

A organização é um conjunto de métodos e de hábitos que podem melhorar muito o desempenho pessoal. Quando somos organizados, podemos fazer tudo o que desejamos, com economia de tempo e de energia. Além disso, o dia a dia passa a ser mais leve e produtivo.

● **Tópico 4: Verificações e pontos de checagem do planejamento para a gestão do tempo**

Agora que já sabemos o que é a gestão do tempo, temos que assimilar a importância dela em nossas vidas. Entender que precisamos organizar e priorizar as nossas agendas, nos faz refletir que devemos alocar um determinado tempo para cada tarefa, pois somente assim é possível um controle eficiente.

Quando atingimos esse objetivo, conseqüentemente aumentamos o nosso rendimento e evitamos uma sobrecarga do indivíduo. Além disso, é importante também,

por permitir a execução das nossas tarefas diárias sem prejuízos à qualidade do que está sendo feito e entregue.

Outro ponto que podemos exaltar é que quando gerenciamos o nosso tempo com sabedoria e de forma organizada no contexto profissional, colhemos um impacto positivo nos resultados da empresa. Isso pode ser identificado no alcance de metas e no clima organizacional, visto que no âmbito corporativo, o mercado tem um posicionamento “fatal” com aquelas empresas que não sabem cumprir prazos.

Pela perspectiva pessoal, um ponto que é extremamente relevante, é que podemos evitar picos de estresse e ansiedade, além do impacto negativo no humor das pessoas que são causados pelo mau gerenciamento do tempo.

Logo, estamos falando de efeitos diretamente ligados à saúde dos envolvidos e que, implicitamente, também vão afetar a rotina do colaborador durante o trabalho que, por sua vez, trará consequências indesejadas à empresa.

O que precisamos ter em mente é que para chegar num bom nível de gestão do tempo, vamos precisar realizar um bom planejamento do tempo.

Planejar com antecedência quais atividades serão feitas, definindo a prioridade e urgência delas. Essa organização pode ser feita em um turno, em um dia da semana, ou semanalmente, por exemplo. Sempre é importante lembrar que é mais válido realizar uma tarefa por vez e concluí-la do que realizar várias e não finalizar nenhuma.

Para o planejamento, podemos fazer um checklist das tarefas de forma que possamos acompanhar o que foi planejamento e ir executando, conforme a ordem definida. Caso necessário, existem inúmeras ferramentas de gestão do tempo para auxiliar nessa tarefa.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

5 dicas importantes para fazer uma gestão do tempo que contribua para melhorar a sua qualidade de vida pessoal e profissional.

A pressão do trabalho e o desgaste de passar horas e mais horas fora de casa podem provocar, a longo prazo, impactos bastante negativos nas relações interpessoais com a família e também com os amigos.

Como dito popular, nem tudo precisa ser 8 ou 80. Equilibrar os aspectos profissionais e pessoais pode ser fundamental para manter o bom desempenho nos diferentes aspectos da vida. Assim é possível aumentar a felicidade e a satisfação pessoal.

Link: <https://youtube.com/watch?v=DH0tiAvphSU&feature=share9>

4. CONCLUSÃO

Durante toda a abordagem técnica do presente estudo. Foi possível entender e observar o quanto é importante um “Supply Chain” dentro de uma organização. Foi possível entender as dificuldades que o setor de planejamento de suprimentos enfrenta, e quais os outros setores se relacionam com ele.

A observação mais relevante e entendida por todos os estudantes desta unidade é que a cadeia de suprimentos é a alma de qualquer empresa de renome no mercado. Sem uma cadeia de suprimentos não há que se falar em uma gestão bem organizada. Somente assim, é possível agregar valor e colocar o produto final em destaque no mercado.

Em suma, o estudo realizado, mostrou e comprovou a importância de uma cadeia de suprimentos bem feita e elaborada. Como se gera valor na gestão empregada dentro do setor de suprimentos. E as principais ferramentas estudadas em sala de aula foram, através deste, colocadas em prática.

REFERÊNCIAS

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimento/Logística empresarial. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BLOG NATURA. Pioneiro dos cosméticos no Brasil. 2021. Disponível em: <<https://www.naturabrasil.fr/pt-pt/acerca-da-natura-brasil/pioneiro-dos-cosmeticos-no-brasil>>. Acesso em: 06 de junho de 2023.

CWI. A importância da gestão do tempo no nosso cotidiano. Disponível em: <<https://cwi.com.br/blog/importancia-da-gestao-do-tempo/#:~:text=Entender%20que%20precisamos%20organizar%20e,evitamos%20uma%20sobrecarga%20do%20indiv%C3%A9duo.>>>. Acesso em: 11 de junho de 2023.

Disponível em: <<https://blog.neoway.com.br/cadeia-de-suprimentos/>> Acesso em: 10 de junho de 2023.

Disponível em: <<https://neogrid.com/br/blog/cadeia-de-suprimentos-tudo-o-que-voce-precisa-sabe>>. Acesso em: 10 de junho de 2023.

EPROC.SEFAZ.MS.GOV.BR. Como a gestão por processos ajudou a Natura a faturar mais. Disponível em: <<https://www.eproc.sefaz.ms.gov.br/teste-de-edicao/>>. Acesso em: 09 de junho de 2023.

KAPTIVA. Gestão do tempo: o que é, suas vantagens e como colocá-la em prática. Disponível em: <<https://www.kaptiva.com.br/2021/03/24/gestao-do-tempo/>>. Acesso em: 10 de junho de 2023.

NATURA. Nossa história. 2023. Disponível em: <<https://www.natura.com.br/a-natura/nossa-historia>>. Acesso em: 7 de junho de 2023.

NEOGRID. Cadeia de suprimentos: tudo que você precisa saber! 2022.

NEOWAY. Veja o que é cadeia de suprimentos, sua importância, as etapas, os tipos, exemplos práticos e como fazer sua gestão! 2021.

RECEITA FEDERAL. Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral. 2023. Disponível em: <https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/servicos/cnpjreva/Cnpjreva_Comprovante.asp> Acesso em: 07 de junho de 2023.

ROCKCONTENT. O que são os processos organizacionais e como melhorá-los. Disponível em: < <https://rockcontent.com/br/blog/processos-organizacionais/>>. Acesso em: 09 de junho de 2023.

SAC LOGÍSTICA. A logística da Natura. Disponível em: <<https://saclogistica.com.br/a-logistica-da-natura/>>. Acesso em: 10 de junho de 2023.

SCRIBD. Como funciona a cadeia de suprimentos. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/58051123/Como-Funciona-a-Cadeia-de-Suprimentos>. . Acesso em: 10 de junho de 2023.

TOTVS. Gestão de tempo: por que é importante se preocupar com isso dentro da empresa? Disponível em: < <https://www.totvs.com/blog/negocios/gestao-de-tempo/#:~:text=A%20gest%C3%A3o%20de%20tempo%20%C3%A9%20o%20gerenciamento%2C%20planejamento%20e%20organiza%C3%A7%C3%A3o,de%20aumentar%20o%20aproveitamento%20operacional.>>>. Acesso em: 10 jun. 2023.

UNESP. Compras. Disponível em: <<https://www.assis.unesp.br/#!/administração/diretoria-técnica-administrativa/seção-técnica-de-materiais/compras/>>. Acesso em: 10 de junho de 2023.

ANEXOS

Documento 1: Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 71.673.990/0001-77 MATRIZ		COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	
		DATA DE ABERTURA 08/06/1993	
NOME EMPRESARIAL NATURA COSMETICOS S/A			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) NATURA			FORTE DEMAIS
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 46.46-0-01 - Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 46.37-1-99 - Comércio atacadista especializado em outros produtos alimentícios não especificados anteriormente 46.42-7-01 - Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios, exceto profissionais e de segurança 46.44-3-01 - Comércio atacadista de medicamentos e drogas de uso humano 46.46-0-02 - Comércio atacadista de produtos de higiene pessoal 46.47-8-02 - Comércio atacadista de livros, jornais e outras publicações 46.49-4-04 - Comércio atacadista de móveis e artigos de colchoaria 46.49-4-08 - Comércio atacadista de produtos de higiene, limpeza e conservação domiciliar 46.49-4-10 - Comércio atacadista de jóias, relógios e bijuterias, inclusive pedras preciosas e semipreciosas lapidadas 46.49-4-99 - Comércio atacadista de outros equipamentos e artigos de uso pessoal e doméstico não especificados anteriormente 46.51-6-01 - Comércio atacadista de equipamentos de informática 47.53-9-00 - Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo 47.62-8-00 - Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas 47.63-6-01 - Comércio varejista de brinquedos e artigos recreativos 47.81-4-00 - Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios 52.50-9-04 - Organização logística do transporte de carga 64.63-9-00 - Outras sociedades de participação, exceto holdings 70.20-4-00 - Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica 73.20-3-00 - Pesquisas de mercado e de opinião pública 74.90-1-04 - Atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários 82.99-7-99 - Outras atividades de serviços prestados principalmente às empresas não especificadas anteriormente			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 204-6 - Sociedade Anônima Aberta			
LOGRADOURO AV ALEXANDRE COLARES		NÚMERO 1188	COMPLEMENTO *****
CEP 05.106-000	BARRIO/DISTRITO PQ ANHANGUERA	MUNICÍPIO SAO PAULO	UF SP
ENDEREÇO ELETRÔNICO FISCAL@NATURA.NET		TELEFONE (11) 4389-7317	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 03/11/2005	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA				
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 71.673.990/0001-77 MATRIZ		COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL		DATA DE ABERTURA 08/06/1993
NOME EMPRESARIAL NATURA COSMETICOS S/A				
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 96.02-5-02 - Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza				
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 204-6 - Sociedade Anônima Aberta				
LOGRADOURO AV ALEXANDRE COLARES		NÚMERO 1188	COMPLEMENTO *****	
CEP 05.106-000	BAIRRO/DISTRITO PQ ANHANGUERA	MUNICÍPIO SAO PAULO		UF SP
ENDEREÇO ELETRÔNICO FISCAL@NATURA.NET		TELEFONE (11) 4389-7317		
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****				
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA			DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 03/11/2005	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL				
SITUAÇÃO ESPECIAL *****			DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Fonte: RECEITA FEDERAL 2023

Figura 1: Os Fundadores da Empresa Natura



Luiz Seabra, Pedro Passos e Guilherme Leal,

Fonte: REVISTA EXAME 2019

Figura 2: Logotipo da Empresa



Fonte: GOOGLE 2023

Figura 3: Centro de distribuição da Natura- NASP



Fonte: NATURA 202

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: AUTOAVALIAÇÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: _MÓDULO GESTÃO LOGÍSTICA
PROFESSOR RESPONSÁVEL: GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS – PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO GESTÃO DE PROCESSOS – PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO
ESTUDANTE: “A” WELLINTON LUIS DE OLIVEIRA TEIXEIRA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE

2. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>Nesse Projeto Integrado, foi proposto, a análise da cadeia de suprimentos de uma empresa real, assim como os processos que envolvem essa gestão. A equipe fez a escolha da Natura Cosméticos S/A, e começamos a disponibilizar informações e os conhecimentos inerentes às atividades. Priorizamos interesses e objetivos coletivos. Atuamos de forma participativa e colaborativa na execução das atividades.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Um dos maiores desafios desse projeto, foi encontrar uma empresa que entrega-se todos os dados necessários para a execução do projeto.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Cronograma da equipe foi definido da seguinte forma:</p> <hr/> <p>Definição das tarefas do projeto.</p> <p>Estrutura analítica do projeto.</p> <p>Estabelecer prioridades.</p> <p>Identificação dos recursos necessários.</p> <p>Entregar um esboço do projeto</p> <p>Tempo estimado para completar as tarefas.</p>

Manter o cronograma atualizado	
<p>Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.</p> <p>As ações tomadas pela nossa equipe, foram os encontros remotos, a participação das aulas ao vivo da unidade de estudo, e a busca on-line por informações da empresa.</p>	
<p>a. Aspectos positivos</p> <p>Ganho de informações e conhecimentos.</p>	
<p>b. Dificuldades encontradas</p> <p>Tempo disponível, para conseguir atingir o cronograma.</p>	
<p>c. Resultados atingidos</p> <p>Nesse projeto, conseguimos sistematizar os conhecimentos adquiridos durante o desenvolvimento do projeto, como também ter vivência prática-profissional mediante a aplicação dos conhecimentos em situações reais.</p>	
<p>d. Sugestões / Outras observações</p> <p>O projeto integrado é um modelo de trabalho que estimula a interdisciplinaridade e a combinação entre a teoria e a prática. É uma etapa fundamental na formação universitária, principalmente porque tem a capacidade de unir teoria e prática ao mesmo tempo.</p>	
3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA: 1012019200380	NOME : Wellington Luis de O. Teixeira
RA: 1012019100715	NOME: Ingrid Gomes Da Costa
RA: 1012020100624	NOME: Larissa Ap. F. Fiamenghi
RA: 1012020100381	NOME: Renan Carvalho e Camacho
RA: 1012020100516	NOME: Wellington Fonseca

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: AUTOAVALIAÇÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: MÓDULO GESTÃO LOGÍSTICA
PROFESSOR RESPONSÁVEL: GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS – PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO GESTÃO DE PROCESSOS – PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO
ESTUDANTE: “A” LARISSA APARECIDA FRANÇA FIAMENGHI
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE

5. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>Nesse Projeto Integrado, foi proposto, a análise da cadeia de suprimentos de uma empresa real, assim como os processos que envolvem essa gestão. A equipe fez a escolha da Natura Cosméticos S/A, e começamos a disponibilizar informações e os conhecimentos inerentes às atividades. Priorizamos interesses e objetivos coletivos. Atuamos de forma participativa e colaborativa na execução das atividades.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Um dos maiores desafios desse projeto, foi encontrar uma empresa que entrega-se todos os dados necessários para a execução do projeto.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Cronograma da equipe foi definido da seguinte forma:</p> <hr/> <p>Definição das tarefas do projeto.</p> <p>Estrutura analítica do projeto.</p> <p>Estabelecer prioridades.</p> <p>Identificação dos recursos necessários.</p> <p>Entregar um esboço do projeto</p>

<p>Tempo estimado para completar as tarefas.</p> <p>Manter o cronograma atualizado</p>	
<p>Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.</p> <p>As ações tomadas pela nossa equipe, foram os encontros remotos, a participação das aulas ao vivo da unidade de estudo, e a busca on-line por informações da empresa.</p>	
<p>e. Aspectos positivos</p> <p>Ganho de informações e conhecimentos.</p>	
<p>f. Dificuldades encontradas</p> <p>Tempo disponível, para conseguir atingir o cronograma.</p>	
<p>g. Resultados atingidos</p> <p>Nesse projeto, conseguimos sistematizar os conhecimentos adquiridos durante o desenvolvimento do projeto, como também ter vivência prática-profissional mediante a aplicação dos conhecimentos em situações reais.</p>	
<p>h. Sugestões / Outras observações</p> <p>O projeto integrado é um modelo de trabalho que estimula a interdisciplinaridade e a combinação entre a teoria e a prática. É uma etapa fundamental na formação universitária, principalmente porque tem a capacidade de unir teoria e prática ao mesmo tempo.</p>	
6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA: 1012020100624	NOME: Larissa Aparecida França Fiamenghi
RA: 1012019200380	NOME : Wellinton Luis de O. Teixeira
RA: 1012019100715	NOME: Ingrid Gomes Da Costa
RA: 1012020100381	NOME: Renan Carvalho e Camacho
RA: 1012020100516	NOME: Wellington Fonseca

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: AUTOAVALIAÇÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: MÓDULO GESTÃO LOGÍSTICA
PROFESSOR RESPONSÁVEL: GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS – PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO GESTÃO DE PROCESSOS – PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO
ESTUDANTE: WELINGTON FONSECA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE

8. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>Nesse Projeto Integrado, foi proposto, a análise da cadeia de suprimentos de uma empresa real, assim como os processos que envolvem essa gestão. A equipe fez a escolha da Natura Cosméticos S/A, e começamos a disponibilizar informações e os conhecimentos inerentes às atividades. Priorizamos interesses e objetivos coletivos. Atuamos de forma participativa e colaborativa na execução das atividades.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Um dos maiores desafios desse projeto, foi encontrar uma empresa que entrega-se todos os dados necessários para a execução do projeto.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Cronograma da equipe foi definido da seguinte forma:</p> <hr/> <p>Definição das tarefas do projeto.</p> <p>Estrutura analítica do projeto.</p> <p>Estabelecer prioridades.</p> <p>Identificação dos recursos necessários.</p> <p>Entregar um esboço do projeto</p> <p>Tempo estimado para completar as tarefas.</p>

Manter o cronograma atualizado	
<p>Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.</p> <p>As ações tomadas pela nossa equipe, foram os encontros remotos, a participação das aulas ao vivo da unidade de estudo, e a busca on-line por informações da empresa.</p>	
<p>i. Aspectos positivos Ganho de informações e conhecimentos.</p>	
<p>j. Dificuldades encontradas Tempo disponível, para conseguir atingir o cronograma.</p>	
<p>k. Resultados atingidos Nesse projeto, conseguimos sistematizar os conhecimentos adquiridos durante o desenvolvimento do projeto, como também ter vivência prática-profissional mediante a aplicação dos conhecimentos em situações reais.</p>	
<p>l. Sugestões / Outras observações O projeto integrado é um modelo de trabalho que estimula a interdisciplinaridade e a combinação entre a teoria e a prática. É uma etapa fundamental na formação universitária, principalmente porque tem a capacidade de unir teoria e prática ao mesmo tempo.</p>	
9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA: 1012020100624	NOME: Larissa Aparecida França Fiamenghi
RA: 1012019200380	NOME : Wellinton Luis de O. Teixeira
RA: 1012019100715	NOME: Ingrid Gomes Da Costa
RA: 1012020100381	NOME: Renan Carvalho e Camacho
RA: 1012020100516	NOME: Wellington Fonseca

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: AUTOAVALIAÇÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: MÓDULO GESTÃO LOGÍSTICA
PROFESSOR RESPONSÁVEL: GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS – PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO GESTÃO DE PROCESSOS – PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO
ESTUDANTE: INGRID GOMES DA COSTA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE

11. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>Nesse Projeto Integrado, foi proposto, a análise da cadeia de suprimentos de uma empresa real, assim como os processos que envolvem essa gestão. A equipe fez a escolha da Natura Cosméticos S/A, e começamos a disponibilizar informações e os conhecimentos inerentes às atividades. Priorizamos interesses e objetivos coletivos. Atuamos de forma participativa e colaborativa na execução das atividades.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Um dos maiores desafios desse projeto, foi encontrar uma empresa que entrega-se todos os dados necessários para a execução do projeto.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Cronograma da equipe foi definido da seguinte forma:</p> <hr/> <p>Definição das tarefas do projeto.</p> <p>Estrutura analítica do projeto.</p> <p>Estabelecer prioridades.</p> <p>Identificação dos recursos necessários.</p> <p>Entregar um esboço do projeto</p>

<p>Tempo estimado para completar as tarefas. Manter o cronograma atualizado</p>	
<p>Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI. As ações tomadas pela nossa equipe, foram os encontros remotos, a participação das aulas ao vivo da unidade de estudo, e a busca on-line por informações da empresa.</p>	
<p>m. Aspectos positivos Ganho de informações e conhecimentos.</p>	
<p>n. Dificuldades encontradas Tempo disponível, para conseguir atingir o cronograma.</p>	
<p>o. Resultados atingidos Nesse projeto, conseguimos sistematizar os conhecimentos adquiridos durante o desenvolvimento do projeto, como também ter vivência prática-profissional mediante a aplicação dos conhecimentos em situações reais.</p>	
<p>p. Sugestões / Outras observações O projeto integrado é um modelo de trabalho que estimula a interdisciplinaridade e a combinação entre a teoria e a prática. É uma etapa fundamental na formação universitária, principalmente porque tem a capacidade de unir teoria e prática ao mesmo tempo.</p>	
12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA: 1012020100624	NOME: Larissa Aparecida França Fiamenghi
RA: 1012019200380	NOME : Wellinton Luis de O. Teixeira
RA: 1012019100715	NOME: Ingrid Gomes Da Costa
RA: 1012020100381	NOME: Renan Carvalho e Camacho
RA: 1012020100516	NOME: Wellington Fonseca

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

13. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: AUTOAVALIAÇÃO
CURSO: ADMINISTRAÇÃO
MÓDULO: MÓDULO GESTÃO LOGÍSTICA
PROFESSOR RESPONSÁVEL: GESTÃO LOGÍSTICA DA CADEIA DE SUPRIMENTOS – PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO GESTÃO DE PROCESSOS – PROF ^a ELAINA CRISTINA PAINA VENÂNCIO
ESTUDANTE: RENAN CARVALHO E CAMACHO
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 2º TRIMESTRE

14. DESENVOLVIMENTO
<p>Contextualização: Descreva de forma simples e objetiva, o contexto do projeto como um todo, o que foi proposto e o que foi desenvolvido pela equipe</p> <p>Nesse Projeto Integrado, foi proposto, a análise da cadeia de suprimentos de uma empresa real, assim como os processos que envolvem essa gestão. A equipe fez a escolha da Natura Cosméticos S/A, e começamos a disponibilizar informações e os conhecimentos inerentes às atividades. Priorizamos interesses e objetivos coletivos. Atuamos de forma participativa e colaborativa na execução das atividades.</p>
<p>Desafio: De forma breve, defina junto com a equipe, quais foram os maiores desafios encontrados no decorrer do Projeto.</p> <p>Um dos maiores desafios desse projeto, foi encontrar uma empresa que entrega-se todos os dados necessários para a execução do projeto.</p>
<p>Cronograma das Ações: Neste Campo, descreva como foi definido o cronograma da equipe, dentro do período de desenvolvimento.</p> <p>Cronograma da equipe foi definido da seguinte forma:</p> <hr/> <p>Definição das tarefas do projeto.</p> <p>Estrutura analítica do projeto.</p>

<p>Estabelecer prioridades.</p> <p>Identificação dos recursos necessários.</p> <p>Entregar um esboço do projeto</p> <p>Tempo estimado para completar as tarefas.</p> <p>Manter o cronograma atualizado</p>	
<p>Síntese das Ações: Neste campo, descreva uma síntese das ações que foram desenvolvidas no decorrer do PI, tais como, encontros remotos ou presenciais, ou até mesmo as buscas de informações nas empresas utilizadas na elaboração do PI.</p> <p>As ações tomadas pela nossa equipe, foram os encontros remotos, a participação das aulas ao vivo da unidade de estudo, e a busca on-line por informações da empresa.</p>	
<p>q. Aspectos positivos</p> <p>Ganho de informações e conhecimentos.</p>	
<p>r. Dificuldades encontradas</p> <p>Tempo disponível, para conseguir atingir o cronograma.</p>	
<p>s. Resultados atingidos</p> <p>Nesse projeto, conseguimos sistematizar os conhecimentos adquiridos durante o desenvolvimento do projeto, como também ter vivência prática-profissional mediante a aplicação dos conhecimentos em situações reais.</p>	
<p>t. Sugestões / Outras observações</p> <p>O projeto integrado é um modelo de trabalho que estimula a interdisciplinaridade e a combinação entre a teoria e a prática. É uma etapa fundamental na formação universitária, principalmente porque tem a capacidade de unir teoria e prática ao mesmo tempo.</p>	
15.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO	
RA: 1012020100624	NOME: Larissa Aparecida França Fiamenghi
RA: 1012019200380	NOME : Wellinton Luis de O. Teixeira
RA: 1012019100715	NOME: Ingrid Gomes Da Costa
RA: 1012020100381	NOME: Renan Carvalho e Camacho

RA: 1012020100516

NOME: Wellington Fonseca