



**FACULDADE DE TEOLOGIA, FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS GAMALIEL – FATEFIG.
CENTRO EDUCACIONAL E CULTURAL DA AMAZÔNIA – CECAM**

Ana Beatriz Porto Lopes

TEMA: LOGÍSTICA REVERSA NO GRUPO O BOTICÁRIO

Tucuruí-PA 2019



**FACULDADE DE TEOLOGIA, FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS GAMALIEL – FATEFIG.
CENTRO EDUCACIONAL E CULTURAL DA AMAZÔNIA – CECAM**

Ana Beatriz Porto Lopes

TEMA: LOGÍSTICA REVERSA NO GRUPO O BOTICÁRIO

Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Teologia, Filosofia e Ciências Humanas Gamaliel, – FATEFIG, como requisito para a obtenção do título de Bacharelado.
Orientado pela Professora e Mestre Rafaela Siqueira.

Tucuruí-PA 2019

AGRADECIMENTOS

Dedico esta conquista aos meus pais, que me deram a chance de acrescentar em meu conhecimento, e sempre estiveram ao meu lado me apoiando, me incentivando a dar o melhor de mim. Á minha orientadora, que não poupou esforços para me ajudar a concluir este trabalho. Á Deus que me conduziu a essa tarefa árdua, mas recompensadora.

Logística Reversa no Grupo O Boticário

Ana Beatriz Porto Lopes

RESUMO

O resíduo é um dos problemas ambientais mais graves do mundo. Isso acontece não só pela falta de informação à população de como descartar corretamente as embalagens, mas também o não cumprimento das leis vigentes. Neste contexto, em 2010, foi sancionada pelo Governo Federal a Lei nº 12.305, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). A PNRS define logística reversa como sendo o instrumento de desenvolvimento econômico social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada (PNRS, 2010). Logo, para que as empresas não percam espaço no mercado, as mesmas necessitam adequar-se ao padrão de demanda estabelecido, visando atender o mercado consumidor por meio de práticas sustentáveis. Deste modo, tratando-se especificamente de um grupo organizacional que programa a sustentabilidade em seus processos, destaca-se a empresa o Boticário. O Boticário é uma empresa pioneira no assunto de sustentabilidade no Brasil, pois, conta com uma das maiores operações de Logística Reversa de embalagens do país. Possui como características organizacionais a geração de empregos e projetos incluindo métodos de identificação de materiais mais atrativos ao procedimento de reciclagem no desenvolvimento de produtos. Contando com parcerias de transportadoras, cooperativas e campanhas ao longo dos ciclos para atrair a iniciativa dos consumidores à reciclagem de embalagens.

PALAVRAS-CHAVE: Resíduo; Logística Reversa; Sustentabilidade; Meio Ambiente; Embalagem.

1 INTRODUÇÃO

No período da Revolução Industrial, onde os recursos naturais eram abundantes, não havia preocupação com o meio ambiente. Foi após a escassez dos recursos naturais, o crescimento desordenado da população mundial e os efeitos notórios dos impactos ambientais que fizeram com que o assunto sobre sustentabilidade do sistema econômico fosse urgente. Tendo em vista a obrigação de mudanças a serem implementadas para que os recursos dispostos pelo planeta não acabem para sempre.

A implantação de medidas sustentáveis dentro das organizações promove não apenas o reaproveitamento de recursos diretamente ligado à diminuição de custos como também a melhoria da imagem corporativa da empresa, agregando valor no setor financeiro e social, ou seja, a empresa com baixo custo tende a baratear seu produto, tornando-o mais agradável aos olhos dos consumidores, assim todos saem ganhando.

O assunto sustentável está cada vez mais introduzido na vida dos consumidores. Propagandas publicitárias de conscientização da importância da coleta seletiva vêm sendo implantada no país há mais de 30 anos, e passaram a integrar o dia a dia da vida de muitos, tornando-se até mesmo a própria vida de alguns, a fundação Grupo Boticário de Proteção a Natureza, fundada em 1990, apoiou mais de 1,5 mil iniciativas de conservação em todo o Brasil e investiu também na área de sustentabilidade.

A empresa em questão se preocupa além com o descarte adequado de embalagens vazias, como 87% dos cartuchos que envolvem o produto é fabricado com papel reciclado, os produtos com embalagens plásticas são feitos de plástico vegetal derivado da cana-de-açúcar e produtos possuem refil para diminuir a quantidade de embalagens a serem jogadas no lixo.

Portanto, este estudo tem como objetivo central a análise da situação atual do processo de Logística Reversa das embalagens dos produtos do Grupo O Boticário. Dessa forma, procura demonstrar a importância do programa a população a fim de levar a conscientização da importância do uso de medidas sustentáveis. Além disso, tem-se como alvo analisar o programa de reciclagem de embalagens, sendo presente em 1.750 municípios e mais de 4 mil de pontos de vendas, tendo como destaques as cidades de Jundiaí (SP), Santos (SP), Itumbiara (GO) e Santarém (PA), levando para a sociedade a criação da economia circular junto ao engajamento na criação de empregos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste tópico são apresentados os temas que orientaram o desenvolvimento deste trabalho. Inicialmente, foi apresentada uma síntese sobre Logística Empresarial, seguindo de uma breve introdução sobre Logística Reversa. Ao final, demonstrou –se a importância da Logística Reversa no aspecto empresarial.

2.1 LOGÍSTICA EMPRESARIAL

A logística empresarial de acordo com Ballou (2001) é responsável por todas as etapas de movimentação e armazenagem, auxiliando o fluxo de produtos desde a matéria prima até a chegada ao consumo final, o fluxo de informações que colocam o produto no mercado a fim de disponibilizar serviços adequados a um valor razoável.

Conforme Carvalho (2002, p. 31), atualmente a logística não aborda somente os fluxos físicos e informacionais tradicionais, desde o ponto de origem até o local de consumo. É muito mais abrangente, envolvendo todos os fluxos físicos, informacionais, toda a gestão de materiais e toda a informação inerente, nos dois sentidos, direto e inverso.

Segundo Ballou (2006, p. 27), adaptando a definição de logística do Council of Logistics Management (CLM), define a logística como, sendo o processo de planejamento, implantação e controle do fluxo eficiente e eficaz de mercadorias, serviços e das informações relativas desde o ponto de origem até o ponto de consumo com o propósito de atender às exigências dos clientes.

Partindo da mesma referência anterior, o autor apresenta os componentes do sistema logístico, como sendo eles (BALLOU, 2006, p. 31), serviços ao cliente, previsão de demanda, comunicações de distribuição, controle de estoque, manuseio de materiais, processamento de pedidos, peças de reposição e serviços de suporte, escolha de locais para fabricação e armazenagem (análise de localização), embalagem, manuseio de produtos devolvidos, reciclagem de sucata, tráfego e transporte, e armazenagem e estocagem.

2.1.1 Logística Reversa

Adentrando no conceito de logística reversa que vem a ser grande parte do estudo principal deste trabalho, destaco sua definição sendo “a área da logística que trata, genericamente, do fluxo físico de produtos, embalagens ou outros materiais, desde o ponto

de consumo até ao local de origem” (Dias, 2005, p. 205).

A logística reversa pode ser definida como a parte da logística que objetiva relacionar tópicos como: redução; conservação da fonte; reciclagem; substituição; e descarte às atividades logísticas tradicionais de compras, como suprimentos, tráfego, transporte, armazenagem, estocagem e embalagem (LAMBERT, 1998).

A importância da logística aplicada na empresa é mencionada por Fleury e Wanke (2006, p.49), onde o impacto da logística é ligado não apenas na lucratividade das empresas, sendo influenciadas por seus custos, mas pela criação de novas aberturas de mercado por meio de serviços de valor adicionado.

Neste sentido, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) define a logística reversa como "instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada." (MEIO AMBIENTE, 2002)

Para Leite (2003), a logística reversa é uma parte da logística empresarial que planeja, opera e controla o fluxo e as informações que tangem o retorno de bens de pós-venda e pós consumo ao ciclo, seja ele de negócios ou produtivo, por meio de canais de distribuição reversos acrescentando valores como econômico, ecológico, logístico, imagem corporativa, entre outros.

A Logística Reversa é definida como “Processo de planejamento, implementação e controle da eficiência, do custo efetivo do fluxo de matérias-primas, estoques de processo, produtos acabados e as respectivas informações, desde o ponto de consumo até o ponto de origem, com o propósito de recapturar valor ou adequar o seu destino” (ROGERS e TIBBENLEMBKE, 1999, p. 2).

De acordo com Lacerda (2006, p. 476), a tendência é que o aumento da consciência ecológica faça com que as empresas reduzam os impactos negativos de sua atividade á natureza, “isso tem gerado ações por parte de algumas empresas que visam comunicar ao público uma imagem institucional “ecologicamente correta”.

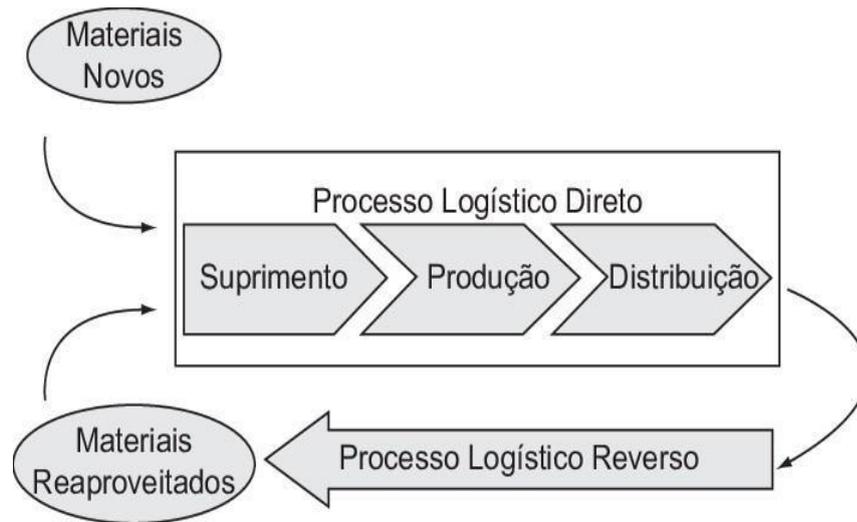


Figura 1 – Representação esquemática do processo logístico direto e reverso.

Fonte: In: Lacerda (2002).

2.1.1.1 Ciclo de vida de produtos e embalagens

Logística reversa está associada à reutilização de produtos e materiais, englobando todas as atividades logísticas de coletar, desmontar e processar produtos e/ou materiais e peças usadas a fim de assegurar uma recuperação sustentável (LEITE 2009).

De acordo com Lacerda (2006), “a vida de um produto, do ponto de vista logístico, não termina com sua entrega ao cliente. Produtos se tornam obsoletos, danificados, ou não funcionam e devem retornar a seu ponto de origem para ser adequadamente descartados, reparados ou reaproveitados. Do ponto de vista financeiro, fica evidente que, além dos custos de compra de matéria-prima, de produção, de armazenagem e estocagem, o ciclo de vida de um produto inclui também outros custos que estão relacionados a todo o gerenciamento do seu fluxo reverso”.

A Logística Reversa cuida dos fluxos de materiais que se iniciam nos pontos de consumo dos produtos e terminam nos pontos de origem, com o objetivo de recapturar valor ou disposição final. Por exemplo, as latas de alumínio são hoje coletadas por pessoas de baixa renda, compactadas em volumes menores e retornadas às fabricas, num processo de reciclagem economicamente importante, tendo em vista o custo relativamente alto do metal. Esse processo reverso é formado por etapas características, envolvendo intermediários, pontos de armazenagem, transporte, etc. (NOVAES, 2007).

A prática de logística reversa não é novidade, há bastante tempo utiliza-se deste método sem nos darmos conta, como é o exemplo da devolução de garrafas de vidro a bares para que sejam preenchidas de bebidas e sejam reutilizadas sem que haja descarte.

De acordo com Lacerda (2006), os materiais podem retornar ao fornecedor. Podem ser revendidos, se ainda estiverem em condições de comercialização. Podem ser reconicionados, havendo justificativa econômica. Caso não haja recuperação do material, pode ser reciclado. E em último caso, o descarte.

O autor apresenta a caracterização do processo logístico reverso onde é definido as atividades a serem realizadas dependendo do tipo de material e do motivo pelo qual entraram no sistema, sendo eles divididos em: embalagens e produtos. As embalagens são separadas em retornáveis, cabendo a sua reutilização dentro das restrições legais do país sendo menor o custo por viagem, a embalagem *one way*, definida como uma embalagem sem retorno, mas que pode ser reciclada (ex: embalagem de vidro). Os produtos cabem aos fluxos de logística separá-los pela necessidade de reparo, reciclagem, ou retornam aos clientes (ex: troca).

Para os autores Giuntini e Andel (1995), muitos produtos já estão sendo desenvolvido para o desmonte com o objetivo de aumentar o ciclo de vida de seus componentes, fato que diminui a necessidade de materiais virgens e reduz o impacto ambiental do descarte do produto.

2.1.2 Importância da logística reversa no âmbito empresarial

Para a empresa O Boticário, o compromisso com o meio ambiente e pelo uso consciente dos recursos dispostos pelo planeta é uma parte muito importante da sua missão, sendo assim, disseminada por todo corpo de colaboradores desde a alta hierarquia.

O diretor de Marketing do Boticário, Alexandre Bouza (2018) diz que “a sustentabilidade está no DNA da marca, não apenas porque nos preocupamos com os impactos no meio ambiente, mas por termos a chance de gerar renda para mais de mil famílias, usamos o nosso alcance para sensibilizar as pessoas sobre a importância da reciclagem e influenciar positivamente o mercado”.

Segundo Tadeu et al (2013, p.12), como função estratégica, a logística reversa deve estar na pauta constante das organizações, considerando uma análise de valor. Sendo um processo com foco empresarial, pensando em retornos no mercado, e não um processo que

foi desenvolvido visando o alcance a sustentabilidade. Ou seja, é um processo de cunho empresarial a fim de agregar algum tipo de valor ou tentar recuperar o máximo de valor possível em um produto que está à margem do mercado. (BOECHAT e SILVA apud TADEU ET AL, 2013, p.152).

Segundo Lacerda (2006, p.476), as atividades de logística reversa tem tido um aumento considerável nos últimos anos, sendo por questões ambientais, existindo uma clara tendência da legislação ambiental em tornar as empresas mais responsáveis pelo ciclo de vida de seus produtos, pelo destino após a entrega ao consumidor e pelo impacto do seu produto ao meio ambiente.

Também relacionado á concorrência, implementando o processo logístico reverso a fim de se diferenciar no mercado por serviço/produto oferecido, sendo garantido o direito de troca ou devolução, sem contar na empatia do consumidor pela aquisição de um produto de uma empresa que se preocupa com a sustentabilidade. Além disso, tal adoção tem por objetivo a redução de custos, uma vez que se pode reaproveitar determinado produto introduzindo-o novamente na cadeia logística tradicional.

3 METODOLOGIA

A metodologia que se utilizou é de natureza básica, por meio de pesquisa bibliográfica uma vez que tem como objetivo reunir informações e dados do que servirão como base para a investigação do processo de Logística Reversa adotado pelo grupo O Boticário utilizando-se publicações em diversos tipos de fontes como livros, artigos, meios eletrônicos, site oficial da empresa (O Boticário), site oficial do ministério da saúde, entre outros (RAMPARAZZO 2002, p.53).

Nele foi exposta a preocupação da empresa com a sustentabilidade, com o descarte adequado de resíduos e embalagens, e o comprometimento de medidas ambientais em todo o seu ciclo de vida, através do programa criado juntamente a parceiros e credenciados.

Tendo como abordagem o método qualitativo, segundo Richardson (2007, p. 90), que “pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos”, sendo a preocupação fundamental o estudo e análise da situação a ser estudada.

Desta forma, foi realizado uma entrevista com o colaborador responsável pela filial do município de Tucuruí-Pa, no modelo básico da entrevista foram abordados os temas da logística reversa, para um melhor entendimento do processo realizado pela empresa, e a partir do mesmo foi se possível analisar a prática de sustentabilidade adotada pela organização.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Por intermédio da entrevista teve-se as seguintes análises: O Boticário sempre se preocupou com as pessoas e com o meio ambiente, seja em produtos com refis mais econômicos e sustentáveis, seja na fabricação a frio possibilitando um menor consumo de energia, ou com embalagens feitas do plástico vegetal derivado da cana de açúcar evitando a emissão de 4 kg de gases do efeito estufa em cada quilo de plástico usado nas embalagens.

Os frascos possuem um vidro de 35% reciclado, somando um total de 180 toneladas de vidro por ano sendo reutilizado, isso equivale a mais de 700 mil frascos de Malblec (linha de perfume masculino da empresa). Nas embalagens de maquiagem, 87% dos cartuchos são feitos de papel reciclado, a empresa aumentou a quantidade de produto envazado e reduziu mais de 60% a quantidade de plástico e papel utilizado na embalagem. Com a utilização de garrafas PET reciclado, é incorporado por ano o equivalente a mais de 40 mil garrafas de refrigerante de 2 litros, empilhadas teriam a altura de 370 estátuas do Cristo Redentor.

Além disso, desde 2000 a empresa não realiza testes em animais, e esse compromisso é materializado em 2018 com a certificação PETA Cruelty Free, criando alternativas para não testar os produtos em animais, como as inovadoras tecnologias pele 3D, que simulam órgãos humanos, testes in vitro para assegurar a performance e a segurança dos produtos, sem contar com o portfólio de 30% composto por produtos veganos.

De acordo com o Clube de Criação, uma entidade sem fins lucrativa fundada por publicitários para valorizar e preservar a criatividade da propaganda brasileira, este ano de 2019, a empresa anunciou o desenvolvimento e lançamento do I.A.R.A (Índice de Avaliação de Risco Ambiental), uma ferramenta que permite calcular o impacto prejudicial de produtos enxaguáveis, como shampoos, condicionadores e sabonetes, no ambiente aquático, para que pesquisadores desenvolvem fórmulas com objetivo de substituir ou reduzir os componentes para que o produto gere menor impacto na água.

Desta forma, o Boticário possui o Boti Recicla, o maior programa de reciclagem de embalagens do país, considerando número de coleta, possuindo a frase de efeito: "Sua embalagem vazia pode ajudar a preservar o planeta". Desde 2006, o programa consiste em coletar todas as embalagens vazias (vidro, plástico ou papel), enviar para as cooperativas de catadores ou para empresas gerenciadoras cadastradas no programa. Os clientes podem levar até a loja, além das embalagens vazias de rotinas internas, como os provadores e outros, para também serem enviadas à reciclagem. Lembrando que é aceito qualquer embalagem vazia, sejam elas institucionais ou da concorrência. A entrega de embalagens vazias se transforma em desconto para a compra novo itens da loja, por meio do cadastro no hot site da empresa (boticario.com.br/botirecicla)

O Boticário trabalha por ciclos que geralmente duram 20 dias cada. Os ciclos servem para destacar os lançamentos e promoções do período. As filiais criam ações para expandir o conhecimento e sinalização do novo ciclo na empresa, por meio de postagem em redes sociais, outdoors e caracterização da loja, como foram realizados no lançamento de novas fragrâncias da linha Floratta e Cuide-se Bem. Existem promoções em que se o cliente levar uma embalagem vazia, ganha uma determinada porcentagem de desconto em produtos selecionados. Esta é uma ação de alto desempenho, onde os clientes são informados sobre o destino das embalagens vazias pelo Programa Boti Recicla. Além disso, no fechamento de cada venda, é informada ao cliente a existência do programa de reciclagem Boti Recicla, inclusive se ele preferir pode deixar a embalagem de papel e futuramente trazer os recipientes vazios de vidro ou plástico para o envio para as cooperativas. Na loja há um recipiente sinalizado específico para embalagens vazias.

O envio dessas embalagens é feito em média de duas vezes ao mês ou sempre que houver necessidade. O volume pode chegar ao peso de mais ou menos 12 Kg. Em seguida as caixas são embaladas com fita adesiva e identificadas com a etiqueta (RECICLARESÍDUOS) e dados do destino. É emitida a nota fiscal com o peso total, quantidade de volumes e dados do destino para ser enviado pela transportadora às cooperativas de reciclagem.

Dentro da empresa todos os colaboradores têm conhecimento e consciência da importância da sustentabilidade dentro e fora da empresa. Eles são treinados através de um programa específico em um Portal exclusivo de O Boticário e sempre são atualizados por intermédio da Multiplicadora (Pessoa responsável de treinar e multiplicar conhecimentos referentes a assuntos da empresa).

O grupo tem metas para o futuro e já vem trabalhando para alcançá-las, engajando ainda mais clientes, colaboradores e grupos interessados pelo tema. Entre essas metas inclui obter 63% de produtos com menor impacto na água (enxaguáveis) e 76% de produtos vendidos com material reciclado e/ou fonte renovável. Em 2024 a empresa almeja possuir 100% dos produtos enxaguáveis com novas fórmulas que não impactem no meio hídrico.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A logística reversa está introduzida no cotidiano da população há bastante tempo, seja por embalagens retornáveis ou reutilização de embalagens. Empresas vêm introduzindo a fim de ganhar destaque no mercado e para reduzir custos de produção. É fato que as empresas que utilizam dessa ferramenta tendem a conquistar a empatia dos consumidores em vista que o assunto “sustentabilidade” está no auge e envolve a todos no planeta. Por isso é incontestável que a logística reversa apesar de um alto custo de tecnologia e implementação, é uma estratégia de produção e de marketing com retorno garantido, uma vez que a mesma seja embasada em processos lógicos da empresa. Mas para que essa estratégia tenha o resultado esperado é necessário que haja planejamento dos processos e de divulgação do serviço oferecido pela empresa, onde muitas empresas pecam e não obtém o retorno esperado.

A introdução dessa logística engloba fatores econômicos redirecionando os investimentos de estocagem, compra de matéria prima, de produção e descarte com objetivo de reduzir custos, reaproveitar e reciclar embalagens, como fatores ambientais voltados para a preservação do meio ambiente reduzindo os impactos ambientais causados pelo excessivo descarte dos produtos e embalagens, além dos fatores sociais voltados para a conscientização da responsabilidade social, novas atividades econômicas, geração de empregos, construção e manutenção da imagem positiva a fornecedores, funcionários e principalmente clientes.

A empresa em questão tem um pilar sólido a respeito da sustentabilidade, investem em pesquisa para novas técnicas como é o caso do programa IARA, mas ainda existem falhas na comunicação dos programas da empresa para a sociedade. Pois não é de conhecimento de toda a população que existe aplicabilidade de métodos de reciclagem e retorno de embalagens tão próximas a eles, não apenas de embalagens a marca Boticário, mas de outras marcas que utilizam de embalagens e produtos de perfumaria e beleza. Sugiro a realização de campanhas de conscientização em escolas e empresas, por meio de palestras, o uso de mídias de massa

como rádio, carros de som, além da utilização de mala direta informando a realização dos programas junto à divulgação dos lançamentos dos ciclos e as redes sociais que é a ferramenta da atualidade, estratégia já utilizada pela empresa, mas com fraco empenho. Além disso, é preciso que o local de coleta seja melhor demonstrado tanto dentro das lojas físicas como em outdoors e revistas das consultoras, para que chame a atenção do cliente e ele se sinta motivado a trazer a sua embalagem á loja. Muitas pessoas conhecem a marca por ser nacionalmente renomada, mas não faz ideia da existência do programa. O objetivo é levar para as essas pessoas o conhecimento do descarte correto, além de despertar a curiosidade de empresas em levarem essa estratégia para dentro do seu planejamento estratégico. A atitude do Grupo é de extrema importância, mas que há uma grande necessidade em uma maior divulgação.

REFERÊNCIAS

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial.** Porto Alegre: Bookman, 2001.

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial.** 5. ed. São Paulo: Bookman, 2006.

BOUZA, Alexandre. **O Boticário mostra o seu comprometimento com as atitudes sustentáveis.** Disponível em: <<https://www.cosmeticinnovation.com.br/o-boticario-mostraoseu-comprometimento-com-as-attitudes-sustentaveis/>> Acesso em 11 de março de 2019).

CARVALHO, José Crespo de - **Logística.** 3ª ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2002. ISBN 978972618-279-4.

DIAS, João Carlos Quaresma - **Logística global e macrologística.** Lisboa: Edições Sílabo, 2005. ISBN 978972-618-369-3.

Fundação Grupo O boticário de Proteção a natureza. Disponível em:<<http://www.fundacaogrupoboticario.org.br/pt/Pages/default.aspx>> Acesso em 12 de março de 2019.

FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos:** São Paulo 2006.

GIUNTINI, R.; ANDEL, T. **Reverse logistics role model Part 3, Transportation & Distribution,** vol.36, number 4, April 1995.

LACERDA, Leonardo. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos:** São Paulo 2006.

LACERDA, L. **Logística reversa: uma visão sobre os conceitos básicos e as práticas operacionais.** 2002. Disponível em: Acesso em: 15 de março de 2019.

LAMBERT, D.; STOCK, J.; VANTINE, J. **Administração Estratégica da Logística.** São Paulo: Vantine Consultoria, 1998.

LEITE, P. R. **Logística Reversa: meio ambiente e competitividade,** São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LEITE, Paulo Roberto. **Logística Reversa: meio ambiente e competitividade.** 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

Ministério do Meio Ambiente. **Agenda 21 Brasileira: ações prioritárias**. Brasília: MMA, 2002.

NOVAES, Antônio Galvão, 1935- **Logística e Gerenciamento da Cadeia de distribuição/ Antonio Galvão Novaes** – Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). Logística Reversa. Disponível em:< <http://www.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/residuos-perigosos/logistica-reversa>> Acesso em 12 de março de 2019.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica: para alunos do curso de graduação e pósgraduação**. São Paulo: Loyola, 2002.

RICHARDSON, R. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ROGERS, Dale S. , TIBBEN.LEMBKE, Ronald S.. Going Backwards: **Reverse Logistics Trends and Practices**. Reno, University of Nevada: 1999.

TADEU, Hugo Ferreira Braga; SILVA, Jersone Tasso Moreira; BOECHAT, Cláudio Bruzzi; CAMPOS, Paulo Marcius Silva; PEREIRA, André Luiz. **Logística reversa e sustentabilidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2012, 193p.

APÊNDICE A – ENTREVISTA

O BOTICÁRIO

Como funciona o mecanismo de retorno de embalagens vazias dentro da empresa? O Boticário sempre se preocupou com as Pessoas e com o Meio Ambiente, e foi pensando na sustentabilidade que ele criou o BotiRecicla, o maior programa de reciclagem de embalagens do país, considerando número de coleta. Desde 2006 o BotiRecicla funciona da seguinte forma: Enviamos todas as embalagens vazias (vidro, plástico ou papel) para as Cooperativas de Catadores ou para empresas gerenciadoras cadastradas no programa.

Os clientes podem trazer até a loja e também enviamos as embalagens vazias de rotinas internas, como os provadores e outros.

Obs.: Aceitamos qualquer embalagem vazia, sejam elas institucionais ou da concorrência.

É passado para todos os colaboradores, se sim, como isso feito?

Sim.

Todos têm conhecimento e consciência da importância da sustentabilidade dentro e fora da empresa. Eles são treinados através de um programa específico para o colaborador em um Portal exclusivo de O Boticário e sempre são atualizados por intermédio da Multiplicadora (Pessoa Responsável de treinar e multiplicar conhecimentos referente a assuntos da empresa).

Qual o espaço de tempo dado entre um envio e outro das embalagens?

Enviamos em média duas vezes ao mês ou sempre que houver necessidade.

É criada alguma Ação para as filiais expandirem o conhecimento do Programa para a População?

Sim.

O Boticário trabalha por Ciclos que geralmente dura 20 dias cada. Os Ciclos servem para destacarmos os lançamentos e promoções do período. Existem promoções em que se o cliente levar uma embalagem vazia, ganham desconto em produtos selecionados. Está é uma Ação de alta performance, onde os clientes são informados sobre o destino das embalagens vazias para o Programa BotiRecicla.

Como é feito o envio das embalagens para a Matriz?

Reaproveitamos as caixas de recebimento de produtos, armazenamos todas as embalagens vazias. Cada volume pode chegar ao peso de mais ou menos 12 Kg. Em seguida embalamos as caixas com fita adesiva e identificamos com a etiqueta (RECICLA-RESÍDUOS) e dados do destino. Emitimos a nota fiscal com o peso total e quantidade de volumes e dados do destino para ser enviado pela transportadora às Cooperativas de Reciclagem.

Os colaboradores conscientizam os clientes sobre o programa de reaproveitamento e desconto da loja?

Sim.

No fechamento da venda, informamos ao cliente que temos o programa de reciclagem BotiRecicla, inclusive se ele preferir, pode deixar a embalagem de papel e futuramente trazer os recipientes vazios de vidro ou plástico para enviarmos para as Cooperativas. Na loja temos um recipiente específico para embalagens vazias. Muitos clientes já têm consciência e praticam essa Ação.