

PECULIARIDADES DA LOGÍSTICA NATURA EM MANAUS

Tamires da Silva Vilagelim¹
Américo Matsuo Minori²

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo compreender a logística da Natura, identificar as peculiaridades da logística da Natura na cidade de Manaus e destacar como o processo logístico age como diferencial competitivo no mercado. Este artigo baseia-se no levantamento bibliográfico, que foi feito a partir de análise de fontes secundárias: revista, artigos e sites, que abordam, de diferentes maneiras o tema escolhido para estudo. Natura é reconhecida mundialmente por sua atuação no mercado de produtos de tratamento para o rosto, corpo, sabonetes, barba, desodorantes, óleos corporais, maquiagem, perfumaria, cabelos, proteção solar, e infantil. Esta empresa brasileira está no mercado há 50 anos, assim, grande parte do seu sucesso e expansão fundou-se do gerenciamento logístico aplicado por esta conceituada empresa. O uso da tecnologia de informação é um dos diferenciais competitivos para a Natura. Pois o uso da tecnologia de informação, em especial da Internet, como meio de relacionamento com as consultoras define-se como um diferencial da companhia. Ocorre que a logística da Natura é ainda demorada no que diz respeito ao produto acabado chegar a cidade de Manaus, visto que a única rodovia que faz interligação com Manaus é a BR 319, que não é trafegável de maneira efetiva pois não é pavimentada. E devido ao material da Natura ser de grande fragilidade, evita-se seu trajeto rodoviário completo de São Paulo até Manaus.

Palavras-chave: Diferencial competitivo. Logística. Natura.

ABSTRACT: This paper aims to understand Natura logistics, identify the peculiarities of Natura logistics in the city of Manaus and highlight how the logistics process acts as a competitive differential in the market. This article is based on the bibliographic survey, which was made from analysis of secondary sources: magazine, articles and websites, which address in different ways the theme chosen for study. Natura is recognized worldwide for its role in the face, body, soap, beard, deodorant, body oil, makeup, perfumery, hair, sun protection, and child care products market. This Brazilian company has been in the market for 50 years, so much of its success and expansion was based on the logistics management applied by this reputable company. The use of information technology is one of the competitive advantages for Natura. For the use of information technology, especially the Internet, as a means of relationship with consultants is defined as a differential of the company. It turns out that Natura's logistics are still slow with regard to the finished product reaching the city of Manaus, since the only highway that interconnects with Manaus is the BR 319, which is not effectively trafficable because it is not paved. And because Natura's material is very fragile, it avoids its complete road route from Sao Paulo to Manaus.

Keywords: Competitive differential. Logistics. Natura

¹ Graduanda do curso de Administração. Faculdade Boas Novas. Manaus, Amazonas. E-mail: tamires_vilagelim@hotmail.com;

² Mestre em Engenharia de Produção. Docente da Faculdade Boas Novas. Manaus, Amazonas. E-mail: aminori0235@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

As relações de compra e consumo estão em constantes transformações onde, cada dia mais, os consumidores estão exigindo das empresas que o processo de entrega do produto seja mais célere, e isso envolve uma cadeia logística bem planejada e executada, para que seja possível atender a satisfação do cliente final (BULLER, 2012).

As transformações de um mercado mais exigente não se aplicam somente ao menor preço, mas também a agilidade, atendimento e qualidade dos produtos. Essas mudanças são um reflexo da busca dos consumidores por atendimentos eficazes e eficientes. E, para atender estas novas concepções de consumo, as empresas estão se ajustando, reduzindo custos, investindo em tecnologia e tornando os processos mais rápidos e integrados, a fim de tornar mais eficiente o atendimento do consumidor (OLIVEIRA, 2013).

Como um modelo de logística integrada, destaca-se a empresa Natura, fundada em 1969, com um portfólio inovador no mercado de cosméticos e produtos de higiene e beleza. Líder no setor de vendas diretas no Brasil, é hoje, a maior multinacional brasileira e possui operações na Argentina, Bolívia, Chile, México, Peru, Colômbia e França (NATURA, 2018). E com seus 50 anos no mercado, detém de uma cadeia logística de alto nível (NATURA, 2018).

A estrutura da companhia é composta por fábricas em Cajamar (SP) e Benevides (PA), oito centros de distribuição no Brasil, um HUB em Itupeva, além de centros de Pesquisa e Tecnologia em São Paulo (SP), Manaus (AM) e Nova York (EUA). Detém 65% da fabricante australiana de cosméticos Aesop, com lojas em países da Oceania, Ásia, Europa e América do Norte (NATURA, 2019).

Todavia, para que a logística integrada trabalhe de maneira precisa e atenda um mercado consumidor exigente, sem perder a qualidade, é preciso administrar uma logística responsável com planejamento, implementação e controle de todas as etapas, tornando mais simples e ágil a operação (REVISTA FATEC, 2018). Neste contexto, verifica-se a importância da integração da logística, desde o recebimento da matéria prima até a entrega do produto final ao consumidor.

O presente trabalho tem como objetivo compreender a logística da Natura, identificar as peculiaridades da logística da Natura na cidade de Manaus, e por fim, destacar como o processo logístico age como diferencial competitivo no mercado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. A Natura

A empresa foi criada em 1969, quando Antônio Luiz da Cunha Seabra, abriu uma loja e um laboratório em São Paulo. No ano de 1974 foi feita a escolha pelo modelo de vendas diretas. Em 1989, as quatro empresas que compunham o sistema Natura, originárias de parcerias com outros empreendedores, foram incorporadas à Natura Cosméticos. Em 1983, a Natura tornou-se uma das primeiras fábricas de bens de consumo contínuo a comercializar produtos com recargas ou refil. No período de 1990 a 1992 a empresa ganhou competitividade para enfrentar o mercado global com a integração de veteranos de multinacionais na diretoria (NATURA 2018).

Natura é reconhecida mundialmente por sua atuação no mercado de produtos de tratamento para o rosto, corpo, sabonetes, barba, desodorantes, óleos corporais, maquiagem, perfumaria, cabelos, proteção solar, e infantil. Esta empresa brasileira está no mercado há 50 anos (NATURA, 2018).

A Natura é a maior companhia de cosméticos brasileira. A empresa desenvolve, fabrica, distribui e comercializa cosméticos, fragrâncias e produtos de higiene pessoal, possuindo uma marca que está entre as mais reconhecidas no mercado de cosméticos no país (OLIVEIRA, 2014).

A companhia é composta de uma estrutura com grandes fábricas em Cajamar (SP) e Benevides (PA), oito centros de distribuição no Brasil, um HUB em Itupeva, além de centros de Pesquisa e Tecnologia em São Paulo (SP), Manaus (AM) e Nova York (EUA). Detém 65% da fabricante australiana de cosméticos Aesop, com lojas em países da Oceania, Ásia, Europa e América do Norte. Produtos da marca Natura podem ser adquiridos pela Revista Natura ou pela Rede Natura em qualquer lugar (INVESTE, 2015).

A missão da Natura é criar e comercializar produtos e serviços que promovam o bem estar/estar bem. Uma característica das revendedoras, também conhecidas como Consultoras Natura, é o fato de serem em sua grande maioria mulheres (NATURA, 2018).

2.2. A logística da Natura

Com um histórico de mudança de estratégias, e como sendo hoje modelo de empresa brasileira que utiliza ferramentas no padrão de venda direta, a Natura, destaca-se

pela logística aplicada 100% automatizado e a notória forma de atender os mais distintos lugares do Brasil e da América Latina (REVISTA LOGÍSTICA, 2019).

Para isso, é necessário que haja gerenciamento e integração das áreas da empresa, conectados ao domínio da tecnologia de ponta e ao uso de ferramentas gerenciais para auxílio na tomada de decisão que buscam a redução de custos e melhoramento do nível de serviço (REVISTA LOGÍSTICA, 2019).

Neste segmento, a logística, cuja missão é disponibilizar os produtos e serviços certos, nos lugares e tempos corretos, recebe devida atenção, já que seus custos são bastante representativos, podendo chegar a 30% da receita bruta de uma empresa (BALLOU, 2010).

O uso da tecnologia de informação é um dos diferenciais competitivos para a Natura. Pois o uso da tecnologia de informação, em especial da Internet, como meio de relacionamento com as consultoras define-se como um diferencial da companhia (OLIVEIRA, 2014).

Com a aplicação da tecnologia de ponta o estoque de matéria-prima está centralizado no armazém vertical, controlado por um sistema automatizado inteligente, que permite o controle e a movimentação. Esse sistema possibilita que a matéria-prima chegue à fábrica em aproximadamente seis minutos após a solicitação (OLIVEIRA, 2014).

2.3. A logística de distribuição da Natura em Manaus e suas peculiaridades

A logística de distribuição, responsável pelo processo de transferência do produto da empresa para o cliente, é uma das etapas mais onerosas de todo processo logístico, podendo representar cerca de dois terços do custo logístico total (BALLOU, 2011).

Para Ballou (2010), as diversas estratégias de transportes, estoque e localização, atividades da logística consideradas primárias pelo autor, devem ser estabelecidas desejando-se atingir um nível de serviço desejado ao cliente, além de maximizar a produtividade.

Nessa perspectiva, Ballou (2010), afirma que além da necessidade de tornar o processo mais eficiente, a logística também é a responsável por estudar maneiras de tornar as atividades mais rentáveis, podendo ser através de uma melhoria no nível de serviço, que passa a ser considerada uma vantagem competitiva, e/ou uma diminuição do custo.

Neste sentido a Natura utiliza do comitê PPA (Plataforma Parceiros pela Amazônia) em Manaus e Belém, no qual o objetivo é promover o desenvolvimento de

negócios de impacto socioambiental para criar uma economia baseada na conservação, restauração e uso sustentável da floresta amazônica (NATURA, 2018).

Em conjunto com o Centro de Empreendedorismo na Amazônia, lançou-se a segunda capacitação e rodada de negócios do Programa Amazônia Up. O foco é acelerar ideias, protótipos e/ou negócios na área rural voltados à floresta e biodiversidade (NATURA, 2018).

Diante do mundo globalizado a Natura se encontra no topo, pois sua logística de entrega e distribuição é eficiente dentro do quadro de competitividade do mercado de cosméticos e perfumarias. Haja vista é valorativa e cultural com foco no cliente final e na sustentabilidade por meio da sua cadeia de abastecimento.

A Natura trabalha com a implantação do cinturão logístico de São Paulo, assim, reduz os custos com logística e agiliza o sistema de entregas. O projeto trabalha da seguinte forma, uma carreta automatizada é carregada em Cajamar com produtos acabados, é descarregada no hub em Itupeva, montada novamente com produtos solicitados pelo centro de distribuição de São Paulo e descarregada na capital paulista sem nenhum contato humano (BLUEPRINTT, 2019).

Toda a carga é montada fora do caminhão e depois, por meio de um sistema de esteiras motorizadas e elevadores, transporta-se tudo para o interior da carreta. Esse processo de retirada ou abastecimento de produtos da carreta leva cinco minutos (BLUEPRINTT, 2019).

Trazendo a logística da Natura para a região de Manaus, ela se apresenta mais complexa do que em outras regiões de atendimento da Natura, em razão de outros fatores peculiares, tais como:

- a) Os meios de transportes para as cargas da Natura em Manaus são: aéreo, Rodofluvial (Via São Paulo a Belém-PA/ Porto Velho-RO - via rodoviário, e de Belém-PA / Porto Velho-RO para Manaus-AM por balsa), e via cabotagem (marítimo). Conforme ilustrado na Figura 01, as carretas chegam até Belém/PA, embarcam em balsa para chegar até a cidade de Manaus. Em Manaus, as mesmas seguem para descarga nos Centros de Distribuição da cidade.

Figura 0 1 – Modal Rodofluvial.



Fonte: Adaptado do site Ecoviagem, 2019.

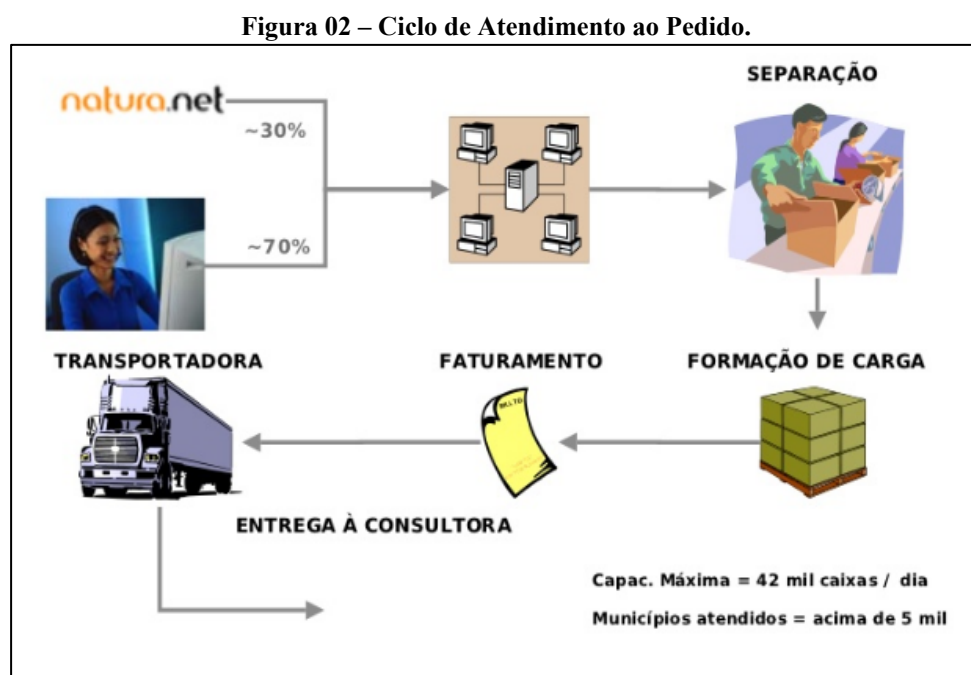
- b) As entregas na cidade são feitas por consultoras Natura ou retiradas no centro de distribuição;
- c) Pedidos on-line são entregues via correios (e-commerce), dados os prazos no próprio site da Natura.

Ocorre que a logística da Natura é ainda demorada no que diz respeito ao produto acabado chegar à cidade de Manaus, visto que a única rodovia que faz interligação com Manaus é a BR 319, que não é trafegável de maneira efetiva, pois não é pavimentada. E devido ao material da Natura ser de grande fragilidade, evita-se seu trajeto rodoviário completo, que seria de São Paulo até Manaus para abastecer o CD Manaus. Portanto é utilizada a balsa que é um meio de transporte fluvial lento, para completar sua trajetória.

2.4. O Processo de entrega das consultoras

A partir do momento que o quadro kanban (Administração de estoque que se utiliza de um sistema de cartões para controlar o fluxo de material, proporcionando redução de estoque, otimização do fluxo de produção, redução das perdas e aumento da flexibilidade) mostra o pedido das consultoras, a fábrica inicia a produção, indicando o quê e quanto deve

ser produzido. Após a produção, os produtos vão para área de separação dos pedidos por consultoras. Automaticamente, segue para a área de faturamento, onde os pedidos são divididos em lotes e enviados para paletizar, de acordo com o estado e cidade de cada pedido, assim como a saída das carretas para cada destino (LOGÍSTICA 2014). A fim de esclarecer este processo, ver Figura 02:



Fonte: Da Silva, 2012.

De acordo com a Figura 02, a logística macro da natura inicia quando o cliente solicita o produto para a consultora (70%) ou via internet (30%). Logo após o recebimento dos pedidos de compra, o armazém faz a separação do produto (que já está em seu armazém pronto). Em seguida forma-se a carga e emite-se o faturamento e, logo após, segue com as transportadoras, ou para o cliente final, ou para os CD (Centro de Distribuição) da Natura.

As Consultoras Natura, são revendedoras autônomas sem relação empregatícia. O fechamento de ciclo, acontece em duas datas, dia 05 e dia 15 de cada mês, após esse fechamento, as mesmas passam os pedidos para o comercial da Natura em Manaus/AM. Os pedidos dos produtos tem o prazo de pagamento de 21 dias ou de 42 dias em alguns casos. Após a chegada dos produtos no setor comercial em Manaus/AM são entregues no endereço das consultoras pelos entregadores da Natura.

3. METODOLOGIA

Metodologia é o conjunto de procedimentos sistemáticas e racionais também chamados de métodos que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo, conhecimentos válidos e verdadeiros traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do pesquisador. Ou seja, é a forma pela qual você vai pensar seu trabalho (ROVER, 2006).

Segundo GIL (2010), pesquisa é desenvolvida mediante o concurso dos conhecimentos disponíveis e a utilização cuidadosa de métodos, técnicas e outros procedimentos científicos.

Este artigo baseia-se no levantamento bibliográfico. Pesquisa bibliográfica é toda bibliografia tornada pública, tais como: jornais, revistas, livros, ou até mesmo gravações em fita magnética (MARCONI; LAKATOS, 2011, p.57). As fontes principais de informações de pesquisas foram: Relatório anual Natura 2018 e Revista Logística 2019.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO

Diante das dificuldades da Logística da Natura em atender os clientes, independentes da sua localização, a mesma se utiliza de tecnologias para superar a maioria das dificuldades. Formando os recursos tecnológicos, a Natura se utiliza de recursos específicos regionais para atender o público de Manaus, por exemplo, transporte de balsa para chegar até a cidade de Manaus.

Nota-se assim o grande diferencial na logística de entrega para Manaus se enquadra nos meios de transportes que são utilizados para a região, sendo o aéreo e o fluvial os mais solicitados. Através do avanço tecnológico que a natura usa em relação a armazenamento e logística de carga e descarga, mesmo tendo custo um pouco mais elevado com o transporte para Manaus, Natura ainda se mantém um nível de excelência no quesito comprometimento, mantendo um alto nível de satisfação dos seus clientes.

5. CONCLUSÃO

No trabalho pelo que foi apresentado, conclui-se que a Natura possui um sistema de logística diferenciado para entrega do produto final ao consumidor de Manaus, utilizando vários modais de transportes tanto aéreo, rodoviário e fluvial. Mesmo que a utilização de rodovias não seja o mais economicamente viável para transportar os produtos até Manaus, o meio aéreo e fluvial consegue suprir a demanda de distribuição, visto que em termos fluviais Manaus é bem abastecida e possui capacidade de receber a demanda. Porém o meio rodoviário não é totalmente excluído sendo utilizado apenas em parte do trajeto, mais especificamente quando o destino final é a capital do Pará, Belém. Mesmo este não tendo a capacidade de realizar a entrega até Manaus, quando e grandes quantidades se torna um meio de transporte economicamente viável.

Percebeu-se que a Natura é uma empresa sempre preocupada em atender o cliente de maneira ágil, fácil e rápido. A forma com que a empresa busca na tecnologia, ferramentas para ajudar o seu processo a ser mais célere, faz com que o cliente e as consultoras Natura estejam sempre com o produto na palma da mão.

6. REFERÊNCIAS

BALLOU, R.H. **Logística Empresarial: transporte, administração de materiais e distribuição física**. Trad. YOSHIZAKI, H.T.Y. 1. ed. 25. reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

BLUEPRINTT. **As tecnologias da Natura e Electrolux para redução de custos na logística, 2019**. Disponível em: <<https://blueprintt.co/blog/reducao-de-custos-na-logistica/>>. Acesso em: 10 de out de 2019.

BULLER, Luz Selene. **Logística empresarial**. IESDE Brasil. Curitiba, PR, 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

INVESTE SÃO PAULO. **Natura inaugura hub logístico com tecnologia inédita no Continente**. Portal Investe São Paulo, 2015. Disponível em: <<https://www.investe.sp.gov.br/noticia/natura-inaugura-hub-logistico-com-tecnologia-inedita-no-continente/>>. Acesso em: 01 de out de 2019.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 7. ed. – 6. reimpr. São Paulo: Atlas: 2011.

NATURA. **Relatório anual Natura 2018**. Disponível em: <<https://js.rede.natura.net/html/home/2019/abril/categoria/relatorio-anual-natura-2018.pdf>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019.

NATURA. **Relatório anual Natura 2018**. Disponível em: <<https://js.rede.natura.net/html/home/2019/abril/categoria/relatorio-anual-natura-2018.pdf>>. Acesso em: 10 de setembro de 2019.

OLIVEIRA, Jane Azevedo. **Terceirização da logística: um estudo de caso na indústria de cosméticos**. Universidade Federal De Juiz De Fora. Juiz de Fora, 2014.

OLIVEIRA, Ezequiel Joaquim. **Qualidade de serviço ao cliente do ramo de panificação da indústria e comércio de produtos alimentícios Ltda**. Faculdade Tecsona. Paracatu, 2013.

REVISTA FATEC. **Revista de Logística da Fatec Carapicuíba. Ano 9, Número 1. Carapicuíba, 2018**. Disponível em: <<http://www.fateccarapicuiiba.edu.br/wp-content/uploads/2018/11/RevistaFatecV9N1.pdf>>. Acesso em 10 de setembro de 2019.

REVISTA LOGÍSTICA. **Natura inaugura hub logístico com tecnologia inédita no Continente**. Disponível em: <<https://www.imam.com.br/logistica/noticias/2191-natura-inaugura-hub-logistico-com-tecnologia-inedita-no-continente>>. Acesso em: 29 de set de 2019.

ROVER, Ardinete. **Metodologia científica: educação a distância**. UNOESC. Joaçaba, 2006.