



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS DO PONTAL
CURSO DE GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**



PAULO RICHARD MARIANO VALENTIM

**A LOGÍSTICA REVERSA NO MUNICÍPIO DE ITUIUTABA, MG: UMA ANÁLISE
DA PARCERIA ENTRE BOTICÁRIO E COOPERCICLA.**

O programa Boti Recicla na Cooperativa de Reciclagem de Ituiutaba, MG

**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

PAULO RICHARD MARIANO VALENTIM

**A LOGÍSTICA REVERSA NO MUNICÍPIO DE ITUIUTABA, MG: UMA ANÁLISE
DA PARCERIA ENTRE BOTICÁRIO E COOPERCICLA.**

O programa Boti Recicla na Cooperativa de Reciclagem de Ituiutaba, MG

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito parcial para a conclusão do
curso de Graduação em Geografia, do Instituto
de Ciências Humanas do Pontal, da
Universidade Federal de Uberlândia.
Orientador: Prof. Dr. Paulo Cezar Mendes

ITUIUTABA-MG
2025

PAULO RICHARD MARIANO VALENTIM

**A LOGÍSTICA REVERSA NO MUNICÍPIO DE ITUIUTABA, MG: UMA ANÁLISE
DA PARCERIA ENTRE BOTICÁRIO E COOPERCICLA.**

O programa Boti Recicla na Cooperativa de Reciclagem de Ituiutaba, MG

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Graduação em Geografia da
Universidade Federal de Uberlândia, como
requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel.

BANCA EXAMINADORA:

Professor: Dr. Paulo César Mendes ICHPO
Universidade Federal de Uberlândia (Orientador)

Professora: Dra. Gerusa Gonçalves Moura ICHPO
Universidade Federal de Uberlândia

Professor: Me. André Luiz Bueno da Silva
Universidade Federal de Uberlândia

Aprovado em ____/____/____

ITUIUTABA-MG
2025

Dedico este trabalho à minha mãe, avó e meu filho,
pelo estímulo, carinho e compreensão.

AGRADECIMENTOS

A realização deste Trabalho de Conclusão de Curso não teria sido possível sem o apoio incondicional e a inspiração de pessoas que, de maneiras distintas, tornaram esta jornada acadêmica um caminho de crescimento e superação.

Em primeiro lugar, dedico minha mais profunda gratidão à minha família.

À minha mãe, Marta, por ser a minha base inabalável. Seu amor incondicional, sua força e seu incentivo constante foram o combustível essencial em cada etapa da graduação. Este diploma é, em grande parte, o reflexo de sua dedicação e crença em meu potencial.

À minha amada avó, Dona Laura, por sua sabedoria, carinho e orações. Seu apoio silencioso, mas constante, forneceu o porto seguro necessário para que eu pudesse me perseverar nos momentos mais desafiadores.

Ao meu filho Bernardo, a razão maior de todo o meu esforço. Sua presença e alegria me lembraram diariamente o propósito desta dedicação e, além disso, me deram força para superar diversas barreiras.

Aos professores que, com dedicação e rigor, me guiaram e transmitiram o conhecimento necessário para o desenvolvimento deste estudo. O meu reconhecimento por toda a paciência e por terem sido a referência acadêmica durante este período de intensa aprendizagem.

Aos colegas de faculdade, que tornaram este período extenuante um pouco mais agradável com o companheirismo e as risadas compartilhadas. Em especial, agradeço a André Bueno, que, com sua ajuda e disposição na formatação, apareceu em um momento crucial e impediu que o cansaço final me fizesse desistir. O seu apoio técnico e moral foi inestimável.

A todos, o meu sincero e eterno obrigado.

“Na Natureza nada se cria, nada se perde,
tudo se transforma.”

Antoine Lavoisier

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo geral analisar a logística reversa de embalagens pós-consumo, com foco na parceria entre a empresa de cosméticos O Boticário e a Cooperativa de Catadores de Materiais Recicláveis de Ituiutaba (MG), a Coopercicla. Inserido em um contexto marcado pelo aumento da geração de resíduos sólidos urbanos, o presente trabalho busca compreender, à luz da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), os avanços, desafios e contribuições dessa parceria para a gestão de resíduos e a promoção da economia circular no município. A pesquisa adotou uma abordagem metodológica mista, qualitativa e quantitativa, combinando entrevistas semiestruturadas com diversos sujeitos e agentes envolvidos nessa dinâmica, incluindo cooperados, consumidores, funcionárias das lojas do Boticário e catadores informais, com a análise de dados numéricos sobre o fluxo de materiais recicláveis e a atuação da Coopercicla no programa Boti Recicla. Os resultados permitiram uma compreensão da parceria e de seus impactos socioambientais. Constatou-se, portanto, o papel estratégico da cooperativa na logística reversa e a importância dos catadores informais, frequentemente invisibilizados, na cadeia de reciclagem. A pesquisa também revelou entraves estruturais, como a carência de incentivos fiscais e de investimentos públicos, que limitam o potencial da economia circular no município. Conclui-se que a parceria entre O Boticário e a Coopercicla apresenta potencial de aprimoramento, sendo um modelo viável para a gestão sustentável de resíduos sólidos. A experiência estudada oferece subsídios para o fortalecimento de políticas públicas, a qualificação de práticas empresariais e a proposição de novas investigações sobre o tema.

Palavras-chave: Logística reversa; Resíduos sólidos; Ituiutaba, MG.

ABSTRACT

This undergraduate thesis generally aims to analyze the reverse logistics of post-consumer packaging, focusing on the partnership between the cosmetics company O Boticário and the Cooperative of Recyclable Material Waste Pickers of Ituiutaba, Minas Gerais (Coopercicla). Inserted into a context marked by the increasing generation of urban solid waste, the present study sought to understand, in light of the Brazilian National Solid Waste Policy (PNRS), the advances, challenges, and contributions of this partnership to waste management and the promotion of the circular economy in the municipality. The research adopted a qualitative and quantitative methodological approach, combining semi-structured interviews with various subjects and agents involved in the process, including cooperative members, consumers, O Boticário store employees, and informal waste pickers, with the analysis of numerical data on the flow of recyclable materials and Coopercicla's performance in the Boti Recicla program. The results allowed for an understanding of the partnership's dynamics and its socio-environmental impacts. It was, therefore, observed the strategic role of the cooperative in reverse logistics and the importance of informal waste pickers, often rendered invisible, in the recycling chain. The research also revealed structural obstacles, such as the lack of fiscal incentives and public investments, which limit the potential of the circular economy in the municipality. It is concluded that the partnership between O Boticário and Coopercicla presents potential for improvement, making it a viable model for the sustainable management of solid waste. The experience studied offers subsidies for strengthening public policies, qualifying corporate practices, and proposing new investigations on the topic.

Keywords: Reverse logistics; Solid waste; Ituiutaba, MG.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Tabela 1: Perfil dos catadores entrevistados e as principais categorias de desafios percebidos em sua atuação	27
Foto 1 e 2: Cotidiano do catador informal e tipo de lixeira que ele procura seus materiais reciclados	30
Foto 3: Catador de reciclagem informal em atividade	32
QUADRO 1: Perfil e percepções dos consumidores do Boticário sobre o Programa Boti Recicla	33
QUADRO 2: Avaliação da comunicação e sugestões dos consumidores sobre o Programa Boti Recicla	35
Foto 4: Espaço destinado para recolher as devoluções de embalagens.	37
QUADRO 3: Avaliação geral, percepções ambientais e sugestões de melhoria dos consumidores sobre o Programa Boti Recicla	39
FOTO 5: fachada da loja do Boticário, sem nenhuma propaganda sobre o programa Boti Recicla. - Ituiutaba (MG)	42
Foto 6: Banner de Divulgação do Boti-Recicla	43
Foto 7: Fachada da loja do Boticário na avenida 17 em Ituiutaba (MG) - Brasil	44
Foto 8: Recipiente para descarte das embalagens pelos clientes.	45
Quadro 4: Percepção geral das Funcionárias por citação.	47
FOTO 9: Cooperado operando a prensa.	49
FOTO 10: Cooperados descarregando o caminhão depois de um dia de coleta seletiva.....	50
FOTO 11: Pátio de armazenamento dos materiais recolhidos e recebidos.	51
Tabela 2: Dificuldades cotidianas e principais desafios enfrentados pelos cooperados da Coopericla.	52
FOTO 12: Caminhão entregando as caixas do Boti Recicla.	54
FOTO 13: Caixas recebidas na semana	55
Tabela 3: Resumo dos benefícios da parceria e dos treinamentos desejados pelos cooperados	56
FOTO 14: Materiais que se tornariam lixo no aterro sanitário.	58
FOTO 15: Cooperado na primeira triagem das caixas do Boti Recicla.	59
FOTO 16: Pátio da Coopericla na entrada de caminhões.	61
Tabela 4: Pontos de Entrega Voluntária (PEVs)	63
Tabela 5: Quantidade de caixas recebidas semanalmente e o total mensal do Boti Recicla na Coopericla de novembro de 2024 a abril de 2025	64
Gráfico 1: Total de Caixas Recebidas do Boti Recicla por Mês	65
Gráfico 2: Proporção de Caixas Recebidas do Boti Recicla por Mês	66
Gráfico 3: Distribuição semanal de caixas recebidas do Boti Recicla em cada mês analisado.....	67
Tabela 6: apresenta o volume total de cada tipo de material vendido pela Coopericla mensalmente, de novembro de 2024 a abril de 2025	68
Gráfico 4: Vendas dos principais Materiais recicláveis pela Coopericla por mês analisado. (kg)	69
Gráfico 5: Tendência de Vendas Mensais dos Principais Materiais da Coopericla (kg)	70
Gráfico 6: Distribuição Total de Vendas de Materiais pela Coopericla (Nov/2024 - Abr/2025).	71

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

COOPERCICLA – Cooperativa de Catadores e Recicladores de Ituiutaba

CLR- Crédito de Logística Reversa

EC- Economia Circular

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

LR – Logística Reversa

OMS- Organização Mundial da Saúde

PNRS – Política Nacional de Resíduos Sólidos

PEVs Pontos de Entrega Voluntária

RBC – Responsabilidade Compartilhada

RCD – Resíduos de Construção Civil

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

RSU – Resíduos Sólidos Urbanos

SISNAMA – Sistema Nacional do Meio Ambiente

UFU- Universidade Federal de Uberlândia

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS, LOGÍSTICA REVERSA E O DEBATE AMBIENTAL	14
2.3. Da Eficiência Logística ao Equilíbrio Socioambiental	16
2.4. O Pós-Consumo e o Imperativo da Economia Circular	18
2.5. Cooperativismo e os Desafios Estruturais da Cadeia Reversa	19
2.6. Logística Reversa, o Uso do Espaço e a Produção do Território Geográfico	21
3. METODOLOGIA DA PESQUISA	23
3.1. Delineamento da Pesquisa e Escopo do Estudo de Caso	23
3.2. Métodos de Coleta, Tabulação e Análise dos Dados	23
3.4. Aspectos Éticos e Apresentação do Processo	24
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	27
4.2. Conhecimento e Frequência de Participação no Programa	37
4.3. O Programa Boti Recicla e a Imagem da Marca	40
4.4. Comunicação e Sugestões para Melhoria	41
4.5. A Importância da Cooperciela e Sugestões de Melhoria	57
4.6. Análise dos dados quantitativos	64
4.8. Análise dos impactos e potencial da logística Reversa	72
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
6. REFERÊNCIAS	79
APÊNDICE - A -	81
FOTOS DAS ATIVIDADES DA COOPERATIVA.	81
ANEXO B- DOCUMENTOS DO ESTÁGIO	89
ANEXO - C - Relatório das atividades de estágio	94
ANEXO - D - Roteiro das Entrevistas	97

1. INTRODUÇÃO

O crescimento contínuo dos padrões de consumo, ainda em trajetória ascendente, tem intensificado a geração de resíduos sólidos, configurando-se como um dos grandes desafios socioambientais da atualidade. A gestão desses resíduos, cada vez mais complexa, exige soluções inovadoras e integradas. Nesse contexto, a logística reversa se destaca como uma estratégia fundamental, pois possibilita a reinserção de materiais descartados na cadeia produtiva, reduzindo impactos ambientais e, ao mesmo tempo, criando oportunidades de trabalho e geração de renda.

No Brasil, a instituição da Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/2010) representou um marco regulatório ao estabelecer a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos e incentivar a economia circular. A lei também reconhece o papel central das cooperativas de catadores, fundamentais para a consolidação de práticas sustentáveis de gestão de resíduos.

É nesse cenário que se insere o presente trabalho de conclusão de curso, desenvolvido no âmbito do bacharelado em Geografia, cujo objetivo geral é analisar a aplicação prática da logística reversa de embalagens pós-consumo, a partir da parceria entre o Grupo Boticário e a Cooperativa de Reciclagem de Ituiutaba (Coopercicla), localizada em Ituiutaba, Minas Gerais. A escolha desse estudo de caso decorre da possibilidade de compreender como a articulação entre organizações empresariais e sociais pode contribuir para a gestão de resíduos em escala municipal, revelando tanto os avanços alcançados quanto os desafios e contradições ainda persistentes.

A pesquisa adotou abordagem mista, tanto qualitativa, quanto quantitativa, articulando a análise e sistematização de dados relativos ao fluxo de materiais recicláveis e às vendas da cooperativa com entrevistas semiestruturadas realizadas junto a diferentes sujeitos e agentes que fazem parte do processo operacional, como os catadores informais, funcionárias das lojas do Boticário, consumidores do programa “Boti Recicla”, cooperados da Coopercicla e o presidente da cooperativa Coopercicla. Esse procedimento metodológico permitiu construir uma visão abrangente da dinâmica da logística reversa e da economia circular em Ituiutaba.

Para garantir clareza e objetividade, este trabalho foi estruturado em quatro partes, a saber: Inicialmente, apresenta-se a revisão bibliográfica, com a contextualização dos conceitos de logística reversa, PNRS, economia circular e o papel das cooperativas na gestão

de resíduos. Em seguida, a seção de metodologia detalha os procedimentos adotados, a delimitação geográfica do estudo e as atividades realizadas durante a pesquisa. Na parte central, “Resultados e Discussão”, são apresentados e analisados os dados quantitativos do programa Boti Recicla e as percepções dos diferentes agentes entrevistados, relacionando-os a impactos sociais e ambientais, bem como ao potencial da logística reversa no município. Por fim, a Conclusão sintetiza os principais achados, reafirma a relevância da parceria e aponta caminhos para o aprimoramento do sistema, além de sugerir direções para futuras pesquisas.

Assim, este Trabalho de Conclusão de Curso busca contribuir para o entendimento da logística reversa e dos desafios da gestão de resíduos sólidos em Ituiutaba, oferecendo reflexões que também podem ser estendidas ao contexto nacional. Ao integrar teoria, prática e realidade local, a pesquisa pretende subsidiar a melhoria de políticas públicas, fortalecer iniciativas cooperativistas e empresariais e, em última instância, colaborar para a construção de uma sociedade mais sustentável.

2. POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS, LOGÍSTICA REVERSA E O DEBATE AMBIENTAL

Nesta seção estabelece-se o rigoroso embasamento teórico-conceitual da pesquisa, apresentando os principais debates acadêmicos que sustentam a análise da parceria em Logística Reversa (LR). A estrutura segue um caminho lógico que parte do marco legal no Brasil (PNRS), detalha a LR como processo estratégico e econômico, e, por fim, ancora o tema na perspectiva da Geografia, utilizando conceitos de território e produção do espaço.

2.1. O Marco Regulatório da PNRS e a Revolução da Responsabilidade Compartilhada

A legislação surgiu, nesse contexto, como uma resposta tardia, porém urgente aos modelos insustentáveis de destinação final dos nossos resíduos sólidos – os lixões – e à necessidade de integrar o gerenciamento de resíduos à política de desenvolvimento nacional. Portanto, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), Lei nº 12.305, de 2010, representa o ponto de virada para uma gestão ambiental e sanitária do Brasil, que realmente funcione. Após anos de debate e inação legislativa, a PNRS estabeleceu uma clara hierarquia de prioridades na gestão: não geração, redução, reutilização, reciclagem, tratamento e, por último, a destinação final dos rejeitos em aterros sanitários licenciados e ambientalmente adequados.

A fim de garantir sua eficácia, a PNRS especificou uma gama de instrumentos de implementação que buscam a transformação, tanto da infraestrutura quanto da cultura de consumo em si. Isso inclui a exigência de que todos os municípios e estados se enquadrem na elaboração de Planos de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos, além da criação de sistemas de informação e estímulo à educação ambiental. Dentre os instrumentos, um crucial é a obrigatoriedade dos Acordos Setoriais, que buscam pactos de adesão obrigatória para setores específicos, como o de embalagens, nos quais não só o governo, mas também as empresas estabelecem metas e responsabilidades concretas para que aconteça esse fluxo reverso. Com essa abordagem fica nítido a amplitude da lei, e a busca por uma transformação cultural e estrutural no país, exigindo que a gestão de resíduos seja planejada e fiscalizada em diferentes escalas (Leal, 2017).

A PNRS é composta por princípios transformadores, um dos principais está na Responsabilidade Compartilhada pelo Ciclo de Vida dos Produtos, ou seja, este princípio

jurídico atribui deveres ambientais e logísticos a todos os agentes envolvidos na cadeia de consumo, desde fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, consumidores, até o poder público, todos são responsáveis. Essa corresponsabilidade alicerça e sustenta a articulação de programas de Logística Reversa, pois além de transferir parte do ônus da destinação do lixo dos municípios para o setor produtivo, ela também reconhece que o resíduo é um problema social e econômico que deve ser resolvido em parceria (Leal, 2017).

Alguns mecanismos são necessários para que essa corresponsabilidade se materialize, especialmente para categorias de produtos com alto potencial poluidor ou grande volume de descarte, como as embalagens pós-consumo, que a partir da responsabilidade estendida do produtor (REP), deixa claro a sua responsabilidade sobre as embalagens produzidas. Leal (2017) entende que a REP é o dispositivo legal que força o setor empresarial a internalizar os custos e a gestão de seus produtos após o consumo. Com essa exigência é rigorosa, a Logística Reversa se torna obrigatória para certas categorias, devendo ser implantada independentemente do serviço público de limpeza urbana municipal.

O princípio da Responsabilidade Compartilhada impõe uma mudança paradigmática: o resíduo não é mais visto como um problema exclusivo da gestão pública. Ao estender a responsabilidade aos fabricantes e demais elos da cadeia, a PNRS força a internalização das externalidades ambientais, transformando o ciclo de vida do produto em um ciclo de vida da responsabilidade. Esta é a espinha dorsal legal que justifica a necessidade de parcerias entre o setor privado e as cooperativas, pois somente por meio da articulação de todos os agentes será possível cumprir as metas de retorno de materiais. (Couto & Silva, 2019, p. 40)

Já na fiscalização do cumprimento da PNRS, é crucial a atuação integrada entre os órgãos ambientais estaduais e federais, que devem garantir que os planos de Logística Reversa sejam claros e efetivos (Jacobi, 2012). Além disso, a PNRS possui uma profunda dimensão social, onde o reconhecimento e a inclusão dos catadores de materiais recicláveis, incentivando sua organização em cooperativas, é um dos seus maiores avanços sociais. A lei garante que esses trabalhadores sejam prioritariamente contratados para a execução da Logística Reversa. A legislação, realmente, oferece um novo arcabouço para a atuação do setor. A esse respeito, Barbieri (2011) destaca a transformação social imposta pela Lei:

A Logística Reversa, no contexto da Política Nacional de Resíduos Sólidos, não pode ser reduzida a uma mera técnica de gerenciamento de materiais. Ela se

configura como uma política de Estado que visa a requalificação socioeconômica de uma população historicamente marginalizada. O incentivo ao cooperativismo e a garantia de participação dos catadores na cadeia é um ato de justiça social que busca formalizar o que antes era uma atividade informal e precária, integrando esses trabalhadores como agentes essenciais e reconhecidos do processo de desenvolvimento sustentável. (Barbieri, 2011, p. 185)

Ao buscar a formalização dos catadores, a lei visa a promoção da dignidade e da inclusão social, fortalecendo a ideia de que a gestão de resíduos é um projeto de reestruturação, e que tal projeto demanda o engajamento de todos, desde a alta gestão corporativa até o catador na ponta dessa dinâmica.

2.2. A Logística Reversa: Processo Estratégico, Economia Circular e Desafios Operacionais

Nesse contexto de legislação, a Logística Reversa (LR) é o conjunto de processos que operacionaliza a responsabilidade estendida exigida pela PNRS. Ela vai em direção oposta ao fluxo unidirecional da logística tradicional (que pensa do produtor ao consumidor), concentrando-se no planejamento e controle do fluxo reverso de produtos e materiais, ou seja, do ponto de consumo ao ponto de origem, objetivando a recuperação do seu valor residual ou garantindo a destinação ambientalmente correta. Essa inversão de valores no fluxo logístico exige uma complexidade de gestão que a diferencia significativamente da logística “comum” de “ida”, envolvendo incertezas quanto ao volume, qualidade e ponto de retorno do material.

2.3. Da Eficiência Logística ao Equilíbrio Socioambiental

Em uma abordagem inicial, a Logística Reversa na literatura gerencial e de engenharia ambiental foi marcada pela ênfase na eficiência econômica e na gestão da cadeia de suprimentos. Um dos principais teóricos dessa perspectiva, Paulo Roberto Leite (2009), define a LR com foco na movimentação e gerenciamento de resíduos para a recuperação de valor. Em seu livro, o autor detalha a abrangência desse gerenciamento:

"A Logística Reversa é o gerenciamento e a movimentação de produtos usados e/ou resíduos de seu destino final, com o propósito de recuperar valor ou dispor adequadamente deles" (Leite, 2009, p. 28).

Então, a principal motivação inicial, era a obtenção de valor, seja pela revenda de produtos devolvidos dentro da Logística Reversa de Pós-Venda ou pela recuperação de insumos valiosos para a redução da dependência de matéria-prima virgem, dentro da Logística Reversa Pós-Consumo. Nessa otimização dos processos de devolução, reparo e

reuso, vista como um passo importante para a redução dos custos do ciclo produtivo, tornando a empresa mais competitiva, influenciou na perspectiva de lucros e estabeleceu o entendimento de que a Logística Reversa é uma extensão da logística empresarial tradicional, aplicada ao fluxo de retorno de materiais. Leite (2009) detalha que a eficácia da LR está intrinsecamente ligada à minimização dos custos de transporte e processamento dos materiais devolvidos, transformando os resíduos em um ativos (Leite, 2009).

Porém, essa visão caminhou para um patamar estratégico maior, entendendo que a LR é um diferencial competitivo e um imperativo de valorização da marca. O foco saiu da simples "recuperação de custo" para o "investimento em reputação" e a gestão de riscos. Portanto, agora a LR é encarada como um investimento, e esse investimento se traduz na lealdade do consumidor e mitigação de riscos regulatórios, conforme imposto pela PNRS. A pesquisadora Guarnieri (2011) é objetiva ao sintetizar uma visão mais ampla da LR, e entende que "A Logística Reversa deve ser compreendida como uma estratégia que busca equilibrar desempenho econômico com a preservação ambiental, promovendo a sustentabilidade organizacional e social" (Guarnieri, 2011, p. 13). Com isso, a LR transforma as obrigatoriedades ambientais em oportunidades de geração de valor agregado, ao mesmo tempo em que reforça a imagem corporativa e, simultaneamente, promove a responsabilidade social e a conservação de recursos naturais.

A transição da logística tradicional para a reversa representa uma maturidade gerencial que reconhece o fim do *pipeline* linear. A gestão do canal reverso exige o desenvolvimento de novas competências, desde a análise de viabilidade econômica do reuso e da reciclagem até o *design* de produtos mais fáceis de desmontar. O fracasso em gerenciar eficientemente o fluxo de retorno não apenas eleva os custos operacionais, como também expõe a empresa a riscos de reputação e a sanções legais, tornando a Logística Reversa um pilar da estratégia de longo prazo. (Novaes, 2018, p. 55)

A incerteza do volume e da qualidade dos produtos devolvidos, a necessidade de múltiplos pontos de coleta, e a dificuldade de coordenação entre os diversos agentes da cadeia, são alguns dos desafios apresentados pelo canal reverso que inexitem no canal direto, e por isso exigem uma gestão logística sofisticada e flexível (Pires, 2010). O domínio da Logística Reversa é, portanto, um fator que diferencia empresas maduras em termos de responsabilidade corporativa e confere uma importante vantagem competitiva no mercado globalizado (Pires, 2010).

2.4. O Pós-Consumo e o Imperativo da Economia Circular

Ao contrário da logística pós-venda (devolução por defeito), esta monografia concentra-se na Logística Reversa Pós-Consumo, que trata dos materiais que retornam à cadeia produtiva após o descarte pelo consumidor final. Este é o fluxo mais complexo, pois ele depende, em sua maioria, da participação ativa e voluntária do consumidor para devolver a embalagem vazia. A dificuldade aumenta porque o material devolvido normalmente tem baixo valor agregado unitário, mas é primordial para o volume da reciclagem. O desafio consiste em criar infraestrutura e incentivos que consigam ultrapassar a dinâmica do descarte simples e incorreto.

O modelo de Economia Circular (EC) propõe o rompimento definitivo com o que estava pré estabelecido, ou seja, "extrair, produzir, usar e descartar", transformando o resíduo em insumo, por isso a urgência de implementação de sistemas de LR pós-consumo está diretamente ligada à necessidade de transição para a Economia Circular. A LR viabiliza essa transição teórica, garantindo que o material descartado seja reintroduzido na cadeia de valor. De acordo com Leite (2009), a LR, quando ocorre a integração das atividades de recuperação e reciclagem ao ciclo produtivo, fecha esse ciclo produtivo e garante que o material descartado volte a alimentar o sistema de "supply chain" com matéria-prima secundária. Essa integração é a essência do conceito de EC, buscando minimizar o desperdício e maximizar o valor dos recursos.

O alto volume e o curto ciclo de vida das embalagens pós-consumo, objeto de estudo deste trabalho, tornam-nas centrais na discussão da Economia Circular. Ojima (2023) argumenta que a eficácia na coleta e reciclagem de embalagens é um indicador direto da maturidade de uma sociedade em relação à gestão de resíduos, especialmente no setor de cosméticos, que gera uma variedade imensa de materiais (plásticos complexos, vidros, aerossóis). A reinserção desses materiais na cadeia produtiva é essencial para o desenvolvimento sustentável (Souza et al., 2016). Abreu e Nagano (2022, p. 2) reforçam que a LR de embalagens deve ser entendida como um processo de planejamento e controle que visa explicitamente "recuperar seu valor e minimizar os impactos ambientais", alinhando-se plenamente ao modelo circular e à exigência legal da PNRS.

O papel do consumidor é mais do que passivo no modelo de Economia Circular; ele se torna um agente ativo no fechamento do ciclo. A adesão voluntária aos programas de Logística Reversa pós-consumo, como o Boti Recicla, depende diretamente da conveniência, da comunicação e dos incentivos oferecidos. Quando a empresa consegue transformar o ato de descarte em uma experiência positiva e de valor percebido, o fluxo reverso se estabiliza. Caso contrário, a alta fricção logística fará com que a maior parte

das embalagens retorne ao fluxo municipal comum de resíduos. (Machado, 2021, p. 110)

Mesmo sendo evidente os benefícios sociais e ambientais, a viabilidade da Logística Reversa Pós-Consumo exige, portanto, a criação de uma rede de Pontos de Entrega Voluntária (PEVs) acessíveis e com comunicação clara, de modo a reduzir a fricção do consumidor (Ojima, 2023). Um dos maiores desafios técnicos, no entanto, é o design das embalagens, pois a mistura de diferentes tipos de plásticos e aditivos dificulta a triagem e o reprocessamento em escala, elevando os custos da cadeia reversa (Vianna, 2015).

2.5. Cooperativismo e os Desafios Estruturais da Cadeia Reversa

As cooperativas de catadores são os pilares operacionais na cadeia da Logística Reversa Pós-Consumo. São elas as responsáveis pela triagem, beneficiamento e comercialização dos materiais descartados e tem um papel essencial para a concretização da LR pós-consumo, pois elas garantem a qualidade e o volume do material secundário que abastecerá a indústria, sendo, na prática, os elos mais eficientes e de menor custo operacional na logística do resíduo seco brasileira.

Além de otimizar a logística, a organização dos catadores em cooperativas gera impacto social e econômico. Souza et al. (2012) destacam que o cooperativismo é a forma mais eficaz de promover a inclusão social e econômica de uma população historicamente à margem. Conforme preconiza a PNRS, o trabalho da catação, quando formalizado, transforma-se em digna fonte de renda e contribui para a estabilidade social. Nesse contexto da LR, as cooperativas executam uma tarefa que, se não fossem por elas, exigiria um investimento massivo em logística própria por parte das empresas, encarecendo os custos. Leite (2009) deixa claro que, não só pelos ganhos ambientais, mas a LR gera, também, um importante benefício social ao formalizar e apoiar o trabalho dos catadores, transformando a catação informal em um elo organizado da cadeia de valor. O apoio às cooperativas passou a ser um dos pilares da responsabilidade social corporativa no Brasil.

Apesar disso, estas organizações ainda enfrentam desafios estruturais latentes que limitam sua eficiência financeira e consequentemente operacional. A vulnerabilidade econômica diante da flutuação do preço das “commodities” de recicláveis e a precariedade de infraestrutura e maquinário (Souza et al., 2012) são obstáculos diários. Essa vulnerabilidade se manifesta, não somente na falta de acesso a crédito e na dificuldade em negociar preços justos por estarem na ponta da cadeia, mas também, muitas vezes, por

estarem sujeitas a atravessadores. Com isso, o apoio do setor privado, por meio de parcerias amplas e robustas de longo prazo, torna-se um fator crítico para a expansão e a sustentabilidade dessas organizações. Nesse contexto, os Créditos de Logística Reversa (CLR) surgem como um mecanismo financeiro promissor para injetar capital e gerar estabilidade na base dessa cadeia, incentivando o desenvolvimento de infraestruturas adequadas, bem como recompensando o serviço ambiental prestado.

A fragilidade econômica das cooperativas de catadores é um reflexo direto da sua posição na cadeia de valor: elas estão sujeitas à instabilidade do mercado de *commodities* recicláveis, atuando com margens baixas e grande risco operacional. Para que a parceria com o setor privado seja verdadeiramente sustentável e justa, ela precisa transcender a simples compra do material. É imperativo que os contratos incluam cláusulas de remuneração por serviços de triagem, oferecendo um fluxo de receita estável que permita a essas organizações investirem em melhorias estruturais e na dignidade do trabalho. (Silva, 2023, p. 98)

Um dos grandes desafios do cooperativismo, portanto, é sair da fragilidade da venda de matéria-prima para a estabilidade do contrato de prestação de serviços logísticos de triagem e destinação de resíduos (Souza et al., 2012). Besen (2012) detalha a necessidade de apoio institucional:

A inclusão socioeconômica dos catadores, por meio de suas cooperativas, não é apenas um adendo social à PNRS, mas um elemento estruturante da própria Logística Reversa. A formalização e a estabilização dessas entidades exigem mais do que doações esporádicas. Requer-se a criação de mecanismos permanentes de remuneração pelos serviços ambientais prestados e a garantia de contratos de longo prazo com o setor privado, protegendo os catadores das oscilações de mercado e permitindo o investimento em infraestrutura adequada de galpões e equipamentos. (Besen, 2012, p. 115)

É de fundamental importância que as políticas públicas reconheçam e garantam a prioridade dessas cooperativas na prestação de serviços de triagem, assegurando sua sustentabilidade institucional e seu papel central na gestão urbana de resíduos sólidos.

2.6. Logística Reversa, o Uso do Espaço e a Produção do Território Geográfico

A análise da Logística Reversa transcende a dimensão puramente econômica e ambiental, na visão da Geografia, ela é um processo que reorganiza o espaço geográfico e redefine a relação sociedade-natureza a partir de um território. O resíduo sólido é um produto social que, ao ser inserido no fluxo da LR, se torna um vetor de transformação territorial antes mesmo de ser um problema ambiental. A implementação de programas

empresariais e a exigência da PNRS se materializam no espaço, criando novos objetos e sistemas de ação que modelam o território urbano e rural dos municípios brasileiros.

Dentro dessa dinâmica, o conceito de território, conforme desenvolvido por Milton Santos (1996), é fundamental para essa análise. Ele define o território não somente como o limite político-administrativo, mas sim como o espaço onde se dão as relações de poder, bem como as normas e as ações dos indivíduos e das instituições. Assim, a Logística Reversa, ao criar um novo fluxo obrigatório para o resíduo, aciona uma profunda reorganização do uso do solo e dos fluxos. Além da criação desses novos fluxos urbanos, ela também exige novos espaços físicos para ecopontos e galpões de triagem, recriando assim o uso e o valor do solo urbano e suburbano para abrigar as infraestruturas de reciclagem. Nessa direção, Santos (1996, p. 18) argumenta: "O espaço geográfico é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações". Nesse sentido, A Logística Reversa, a partir de sua rede de coleta, transporte e triagem, constitui um "sistema de ações" que planeja o fluxo reverso e que se manifesta em um "sistema de objetos, " (caminhões, balanças, prensas, os pontos de coleta), produzindo ou reproduzindo novos arranjos espaciais, principalmente nos fluxos de matéria e energia dentro da cidade. O fluxo de resíduos, portanto, reflete e reproduz as desigualdades na distribuição de renda e de infraestrutura presentes nos municípios.

O catador de material reciclável é o ator social que estabelece uma territorialidade própria sobre a cidade e uma análise da Logística Reversa exige a compreensão da territorialidade dos atores envolvidos. Seu trabalho e suas rotas diárias de coleta e busca de resíduos representam a materialização da Logística Reversa no nível mais fundamental. O catador, ao coletar, não está só realizando sua atividade econômica, ele está transformando a matéria no espaço e estabelecendo uma relação de poder sobre o resíduo que seria descartado, atuando como um "agente ambiental urbano" (Coelho, 2018). Essa territorialidade é um reflexo das "rugosidades" do espaço, onde as formas herdadas (ruas, bairros) são utilizadas para novas funções econômicas (Milton Santos, 2002). Milton Santos (1979), ao discutir as dinâmicas das cidades, oferece um alicerce para a compreensão do trabalho do catador de reciclagem dentro da estrutura econômica urbana:

No circuito inferior, as atividades são caracterizadas pela informalidade, pela ausência de tecnologia avançada e pelo uso intensivo do trabalho manual. A coleta de resíduos e a catação inserem-se, de forma precária, nesse circuito, utilizando a materialidade do espaço urbano – as ruas, os depósitos, os fluxos – como seu principal insumo. O catador, ao reverter o fluxo do lixo, atua na

interface entre os dois circuitos: seu trabalho de baixo capital alimenta o circuito superior (a indústria de transformação) com matéria-prima secundária. Essa relação de dependência e subordinação é espacialmente manifesta na periferia das cidades. (Santos, 1979, p. 62)

Nessa articulação entre o capital privado e o cooperativismo, prevista em lei, se materializa a intersecção entre o global, nesse caso as empresas, e o local, caracterizado pelo território de atuação da cooperativa. Os termos da parceria, as metas de volume e a forma de remuneração são forças que se refletem no território, explicitando como o capital global interfere na gestão local e reconfigura o trabalho em sua base.

A infraestrutura de descarte e reciclagem, ao se materializar no espaço geográfico, torna visível a distribuição de poder e riqueza na cidade. Onde a Logística Reversa é mais eficiente, com PEVs bem localizados e cooperativas bem estruturadas, há uma maior concentração de capital e melhores condições de vida. A ausência ou a precariedade dessa infraestrutura em outras áreas revela as falhas da política pública e a seletividade dos investimentos privados. A Geografia, ao analisar esses fluxos e pontos de descarte, atesta que o resíduo é um indicador social e espacial da desigualdade urbana. (Coelho, 2018, p. 145)

Portanto, a análise da LR permite verificar como as políticas e as estratégias empresariais atuam na produção do espaço, evidenciando as tensões entre o interesse econômico e a necessidade de gerar um território mais justo e inclusivo para os cooperados. O estudo da LR na Geografia Urbana é crucial para entender como os fluxos de resíduos se tornaram um componente chave da dinâmica da cidade (Soja, 2010), mexendo com o uso e o controle do espaço pelos diferentes agentes sociais.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

Durante esta seção, serão descritos os procedimentos e abordagens adotados para a elaboração do trabalho e a análise dos dados obtidos, com o intuito de preservar o rigor da pesquisa, bem como sua transparência. Buscando uma compreensão mais aprofundada e multifacetada sobre o tema, a metodologia foi delineada a fim de garantir a integração de diversas perspectivas, bem como as fontes de informações.

3.1. Delineamento da Pesquisa e Escopo do Estudo de Caso

A pesquisa possui uma abordagem mista, quali-quantitativa, configurando-se como um estudo de caso para aprofundar o conhecimento sobre a parceria entre O Boticário e a Cooperciela, e sua Logística Reversa (LR), no município de Ituiutaba, MG.

O estudo adota um caráter bem objetivo, propondo-se a resolver um problema prático, a análise da eficácia da LR e seus desafios locais, paralelamente gera conhecimento sobre o papel das cooperativas e a gestão de resíduos sólidos. O trabalho se concentra nas percepções dos agentes que estão diretamente ligados ao caso, incluindo catadores cooperados, catadores informais, consumidores e funcionários das lojas.

Este estudo foi geograficamente delimitado à cidade de Ituiutaba, MG, com foco na parceria entre O Boticário e a Cooperciela e sua LR. O período de abrangência da pesquisa é de seis meses (novembro de 2024 a abril de 2025), o que permitiu o acompanhamento de um ciclo operacional completo da parceria e a coleta de dados consistentes para uma análise robusta.

3.2. Métodos de Coleta, Tabulação e Análise dos Dados

Em direção à construção de uma visão abrangente da dinâmica da LR, a coleta de dados foi dividida em dimensões qualitativa e quantitativa, com tratamento e análise específicos para cada tipo.

Na dimensão qualitativa, houve uma concentração dos esforços na análise temática de entrevistas semiestruturadas, focada na compreensão aprofundada das experiências e percepções dos agentes envolvidos: funcionárias das lojas do Boticário, consumidores da marca, catadores informais e cooperados.

Já na dimensão quantitativa, que envolveu a coleta e análise estatística de dados secundários para identificar padrões e mensurar a efetividade das soluções. Os dados numéricos analisados não incluíram o volume de resíduos específicos coletados no âmbito do programa Boti Recicla, pois não há uma separação entre o que chega na dinâmica do programa e o que chega a partir da coleta seletiva, porém o volume de materiais reciclados e vendidos pela Coopercicla, possibilitou a avaliação da efetividade econômica e operacional da parceria, bem como sua efetividade no âmbito social.

3.3. Instrumentos e Tratamento Específico

As respostas das entrevistas semiestruturadas, em alguns casos, como as feitas com catadores informais, foram sistematizadas, extraindo-se a essência e os pontos-chave para a análise de conteúdo. No caso das entrevistas com os cooperados, optou-se por realizar um questionário misto, com respostas binárias, "sim ou não", para confirmação de práticas e uso de recursos, e questões abertas para manter o aspecto subjetivo e a captação da essência das informações relevantes.

Após a coleta, os dados quantitativos foram tabulados em planilhas eletrônicas. Essa etapa permitiu a realização de cálculos de frequências, médias e porcentagens, facilitando a construção de tabelas e gráficos que serão utilizados na apresentação visual dos resultados. Já os dados qualitativos foram submetidos à análise temática de conteúdo, que envolveu a leitura exaustiva do material transcrito, a identificação de unidades de significado e a categorização das informações em temas relevantes. A integração da análise quantitativa e qualitativa proporcionou uma visão abrangente e aprofundada da dinâmica da logística reversa dentro da parceria, o que resultou em uma seção de “resultados e discussão” integrada, pois a análise dos resultados estava intrínseca à discussão.

3.4. Aspectos Éticos e Apresentação do Processo

A pesquisa foi conduzida em estrita conformidade com os princípios éticos, garantindo o anonimato e a confidencialidade de todos os participantes. O consentimento livre e esclarecido foi obtido antes de cada interação, assegurando a voluntariedade e a integridade dos dados coletados.

Concomitantemente, foi realizada a coleta de dados quantitativos sobre o volume e tipo de resíduos coletados, reciclados e comercializados pela Coopercicla, com foco nos materiais provenientes da parceria com O Boticário. Para complementar, foram conduzidas entrevistas semiestruturadas com o Presidente e os cooperados da Coopercicla para compreender a gestão da cooperativa, os impactos sociais e econômicos da parceria e suas perspectivas.

Fora da Coopercicla, mas ainda na cidade de Ituiutaba, as atividades se concentraram na análise da coleta seletiva e logística reversa do Boticário. Isso envolveu a observação do fluxo de entrega de embalagens vazias pelos consumidores nas lojas do Boticário, registrando os procedimentos de armazenamento e encaminhamento dessas embalagens para a Coopercicla, e analisando a comunicação do programa "Boti Recicla" nos pontos de venda. A pesquisa documental foi realizada em fontes governamentais (IBGE, Prefeitura Municipal de Ituiutaba e Câmara) e não governamentais para contextualizar a gestão de resíduos na cidade e no Brasil.

Além disso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com funcionárias das lojas do Boticário para captar a percepção sobre o programa de logística reversa e a participação dos clientes. As entrevistas com os catadores informais foram realizadas sem uma metodologia estabelecida, pois os encontros aconteceram de forma aleatória em alguns casos, no meio da rua ou em estabelecimentos retirando materiais recicláveis, e outros foi necessário realizar plantões em ferro-velhos da cidade para encontrá-los.

Essa abordagem permitiu não apenas compreender sua dinâmica de trabalho, desafios e contribuições, mas também identificar os poucos locais na cidade que comprem todos os materiais recicláveis mais comuns. Por fim, eram esperadas entrevistas com representantes da gestão municipal de resíduos para obter informações sobre políticas públicas e desafios regulatórios, porém todas as entrevistas marcadas foram canceladas.

As atividades desenvolvidas durante o presente trabalho permitiram uma imersão prática na cadeia de valor da reciclagem, enriquecendo o projeto com dados primários e “insights” sobre a eficiência da triagem e a interação entre o poder público, cooperativas e cooperados. Foram identificadas oportunidades de melhoria para a Coopercicla e fornecido “feedback” sobre o programa Boti Recicla, contribuindo para a validação de hipóteses e o aprofundamento do conhecimento.

As entrevistas foram obtidas em lugares variados, desde sucatões e ferros velhos, nas ruas da cidade, com os catadores informais, até o local de trabalho de cooperados e funcionárias das lojas do Boticário na cidade. As entrevistas com consumidores foram obtidas na frente, ou até mesmo dentro dos estabelecimentos de compra. Todas elas foram gravadas em áudio e transcritas para posterior sistematização.

Para garantir a privacidade dos participantes, todos os nomes dos entrevistados mencionados neste trabalho são fictícios. As citações e referências serão atribuídas a um identificador genérico (ex: Consumidor 1, Catador Informal 1, Alexandra, Daiane, Raissa, Sandra, Carla, entre outros), seguido do ano de realização das entrevistas, que ocorreram em 2025.

Por fim, para uma ilustração adequada do processo, optou-se por inserir algumas imagens registradas durante o período de pesquisa ao longo do corpo do texto. Imagens consideradas importantes para a compreensão do processo que rege essa parceria e que não foram incluídas no texto principal foram alocadas no Apêndice A.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante esta seção apresentaremos e discutiremos os resultados da pesquisa, a partir de olhares diferentes, percepções e realidades dos diferentes agentes ativos na cadeia de reciclagem de Ituiutaba, com enfoque maior no programa de logística reversa do Boticário (Boti Recicla) e sua parceria com a Coopercicla. A partir dessas visões em diferentes papéis da dinâmica da logística reversa, nossas análises buscam alcançar uma compreensão multifacetada dos desafios, oportunidades e impactos socioambientais da reciclagem na cidade.

4.1. Percepções dos Catadores Informais de Materiais Recicláveis

As entrevistas com os catadores informais demonstraram um panorama complexo dos seus cotidiano de trabalho, e a partir delas podemos entender os desafios socioeconômicos e perceber uma relação distante com as estruturas formais de reciclagem. A seguir a Tabela 1 elucida o perfil dos catadores entrevistados e as principais categorias de desafios percebidos em sua atuação.

Tabela 1: Ituiutaba, MG- Perfil dos catadores entrevistados e as principais categorias de desafios percebidos em sua atuação, 2025.

Identificação do Catador	Tempo de Atuação (aprox.)	Materiais Encontrados/Preferidos	Mais Encontrados/Preferidos	Percepção da Coopercicla	Principal Dificuldade mencionada	Uso de EPIs	Relação com População/Poder Público
Catador 1	10 anos	Latinhas, Pet	Papelão	Conhece, mas não programas	Sol quente, complementar renda	Não	Nenhuma
Catador 2	5 anos	Metálicos (preferência)		Não compram materiais	Preço vil dos materiais	Não	Nenhuma (prefeitura)
Catador 3	5 anos	Plástico, Papelão		Faz coleta seletiva	Peso (idade), Preço	Não (caro)	De nenhum jeito
Catador 4	5 anos	Metálicos (preferência)		Não compram materiais	Preço vil, Estigma social	Não (caro)	Nenhuma
Catador 5	15+ anos	Plástico, Papelão (pref. metais)		Não compram da gente	Valor dos materiais	Luvas	Não se relaciona
Catador 6	5 anos	Latinhas (preferência)		Faz coleta seletiva	Dificuldade em carregar (idade)	Não	Estigma social, Nenhuma com poder público
Catador 7	5 anos	Papelão (pref. latinhas)		Não sabe o trabalho	Estigma social, Lixo misturado	Não	Estigma social
Catador 8	10 anos	Papelão, Pet (pref. latinhas)		Não sabe	Preço do material, Sol	Não	Boa com pop., Nenhuma com pref.
Catador 9	5-6 anos	Latinhas, Garrafas de plástico		Não conhece	Preço baixo	Não precisa	Não sabe
Catador 10	5 anos	Plásticos, Papelão (pref. metais)		Conhece coleta seletiva	Preço, Falta de cooperativa próx.	Não (desnecessário)	Misto c/ pop., Nenhuma com pref.
Catador 11	5-6 anos	Plásticos, Papelão		Não compram materiais	Preço, População misturar lixo	Luvas	Estigma social, Não sabe da pref.

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2025)/**Elaboração:** VALENTIM (2025)

Em relação aos materiais coletados, predominam latinhas, papelão e plásticos, mas os metais aparecem como preferidos por vários entrevistados, devido ao maior valor agregado e à facilidade de comercialização. Por outro lado, mesmo encontrando papelão e plásticos em abundância, muitos optam por não recolhê-los, já que os preços de venda são baixos e há dificuldade em encontrar compradores próximos. Esse fator acaba limitando a coleta e reforçando a vulnerabilidade econômica da categoria.

A percepção sobre a Coopercicla também chama a atenção: a maioria dos catadores conhece a cooperativa, mas demonstra desconhecimento sobre suas atividades e, principalmente, frustração com o fato de ela não comprar diretamente os materiais coletados. Essa ausência de integração formal empurra os catadores para ferros-velhos e sucatões, tornando-os ainda mais dependentes das variações de preço e dificultando a ampliação de sua renda.

As principais dificuldades relatadas foram o baixo valor pago pelos recicláveis, as limitações físicas impostas pelo peso dos materiais, a idade avançada de muitos trabalhadores e a exposição constante ao sol, típica do clima quente e seco da região. Esses fatores tornam a atividade extenuante e pouco compensatória financeiramente. Além disso, apenas dois dos onze catadores afirmaram utilizar luvas, enquanto os demais trabalham sem Equipamentos de Proteção Individual (EPIs), seja pelo custo elevado, seja pela percepção de desnecessidade, expondo-se a riscos de saúde.

Outro ponto recorrente nos depoimentos foi o estigma social. Grande parte dos entrevistados relatou situações de preconceito, nas quais são vistos como “catadores de lixo” em vez de agentes fundamentais para a reciclagem e para a sustentabilidade urbana. Essa falta de reconhecimento é agravada pela ausência de políticas públicas específicas voltadas para a categoria: a relação com o poder público é praticamente inexistente, e não há apoio ou incentivo formal ao seu trabalho. Em alguns casos, os próprios catadores relataram não saber de nenhuma ação da prefeitura voltada para a reciclagem, o que reforça a sensação de invisibilidade social.

De forma geral, os dados indicam que os catadores informais de Ituiutaba desenvolvem uma atividade essencial para o meio ambiente, mas em condições precárias, com baixo retorno financeiro e pouco apoio institucional. A ausência de integração com a Coopercicla e com o poder público limita o potencial da logística reversa na cidade, deixando

esses trabalhadores em situação de vulnerabilidade, ao mesmo tempo em que reforça a importância de políticas que valorizem e fortaleçam seu papel na gestão dos resíduos sólidos.

No que tange às atividades de coleta de materiais recicláveis e os desafios diários e contradições diárias enfrentadas pelos trabalhadores de materiais recicláveis de forma geral é descrito por eles como “intenso”. Durante o trabalho de campo pude observar que o dia-a-dia dos catadores é árduo. No que refere-se ao retorno financeiro, os mesmos relataram que fica abaixo do esperado, o que frustra suas expectativas frente ao trabalho que é para conseguir juntar os materiais.

A principal barreira econômica, conforme explicitado por diversos entrevistados e reiterado no Quadro 1, é o baixo custo da maioria dos materiais recicláveis. Um dos catadores deixa bem claro que, "A maior dificuldade é o preço, a gente tem que juntar muito pra pegar um pouquinho só de dinheiro" (Catador 2). Como ficou evidente em nossas jornadas de busca por entrevistas, a maioria dos catadores informais eram pessoas acima dos 50 anos, e muitos são idosos aposentados, e essa realidade força muitos a buscar grandes volumes de material para garantir uma renda mínima para subsistência ou para "complementar a minha renda de aposentado" (Catador 8).

O clima na cidade de Ituiutaba, em sua maior parte, é quente e seco, com radiação solar alta, o que torna as condições de trabalho fisicamente extenuantes, fazendo com que seja mais um empecilho, além do monetário. Por ser um sol intenso, um fator limitante, os catadores precisam ajustar seus horários de trabalho. Um deles relata: "A maior dificuldade é o sol quente, por isso vou bem de manhãzinha" (Catador 1). A idade avançada e a condição física também representam desafios significativos para o transporte dos materiais, tornando o trabalho ainda mais pesado: "Pra mim a maior dificuldade é o peso, porque eu já tô velho e as vezes fica pesado demais o carrinho".

Como podemos ver na Foto 1, observa-se a falta dos Equipamentos de Proteção Individual (EPIs), como luvas, e a falta do mesmo se justifica tanto pelo alto custo quanto pela percepção individual de necessidade, como bem relatado "Não uso porque eu não tenho, caro demais uma luva pra gente poder comprar toda hora, aí a gente vai sem mesmo" (Pesquisa de campo, 2025, relatos entrevistado Catador 3).

Porém, as maiores dificuldades não são vivenciadas apenas nos aspectos econômicos e físicos, pois a sensação de desprezo por parte da população demonstrada nas entrevistas é

preocupante, visto que um dos pontos mais sensíveis abordados pelos catadores é o estigma social, como mostrado na Foto 1. Há uma percepção generalizada de desprezo por parte da população, que os associa a “reviradores de lixo” e não ao trabalho de reciclagem: "A população olha pra gente de um jeito ruim, quase todo mundo vê a gente como catador de lixo e não de materiais recicláveis" (Pesquisa de Campo, 2025, relatos entrevistado Catador 6).

Foto 1 e 2: Cotidiano do catador informal e tipo de lixeira que ele procura seus materiais reciclados



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

Referente à percepção dos catadores informais sobre a Cooperbicla é, na grande maioria de entrevistados, de grande desconhecimento sobre suas operações e de sentimento de frustração pelo fato da cooperativa não comprar os materiais que eles coletam, apresentados no Quadro 1. Por mais que a maioria saiba da existência da cooperativa e reconheça seu papel na coleta seletiva em alguns bairros — "Eu já vi eles passando aqui no bairro para pegar reciclagem nas casas" (Catador 6) —, a informação crucial de que a Cooperbicla não compra materiais diretamente dos catadores informais é um fator extremamente limitante para uma maior interação entre esses agentes. "Eu conheço a COOPERCICLA, mas eles não compram nenhum material da gente" (Catador 4). Essa

limitação direciona os catadores para ferros-velhos e sucatões locais, que se tornam seus principais compradores. "Eu encontro todo tipo de material, mas eu só pego os metálicos, os outros ninguém compra, só em um que compram, mas é muito longe pra mim. Eu vendo no ferro velho aqui do bairro mesmo" (Catador 2). no entanto, em conversas informais com outros catadores informais que não foram entrevistados, foi relatado que existem pelo menos mais dois lugares na cidade que compram plástico e papelão, embora também fiquem a uma distância considerável, o que ainda representa um desafio de logística e transporte.

Analisando essa dinâmica de venda fica evidente o impacto na seleção dos materiais, pois se não há onde vender, ou não há condições de levar até o ponto de venda, automaticamente o catador não recolhe aquele material, aumentando ainda mais o volume de materiais recicláveis jogados na natureza. Mesmo encontrando uma variedade de recicláveis como plástico e papelão, os catadores priorizam os metais devido ao maior valor de mercado e à facilidade de venda. "O que eu mais encontro com certeza é plástico e papelão, mas eu prefiro os metais porque valem mais na hora da venda e dão menos trabalho para vender" (Catador 5). A ausência de outros pontos de compra para plásticos e papelão próximos aos seus locais de atuação é um ponto crítico: "O preço dos materiais e a dificuldade em não ter por perto uma cooperativa que compre os nossos materiais, além dos metálicos" (Catador 10).

Como evidenciado no Quadro 1, o apoio institucional e a oferta de capacitação formal são praticamente inexistentes na trajetória desses catadores. A maioria nunca recebeu qualquer tipo de treinamento específico, embora demonstre interesse em participar de formações que tragam benefícios práticos ao seu trabalho.

Foto 3: Catador de reciclagem informal em atividade



FONTE: Pesquisa de campo (2025)/Org. VALENTIM (2025)

Mesmo diante das dificuldades já mencionadas, os catadores demonstram uma consciência significativa acerca da importância de sua atuação para a sustentabilidade urbana e ambiental. Eles se reconhecem como agentes fundamentais na destinação correta dos resíduos sólidos e na manutenção da limpeza da cidade, como evidenciado em alguns relatos: "É muito importante, porque sem os catadores o lixo seria ainda maior no nosso meio ambiente" (Catador 11). Esse sentimento de responsabilidade coletiva contrasta com a invisibilidade social e a precariedade em que vivem, o que reforça a urgência de políticas públicas e parcerias que valorizem e fortaleçam seu trabalho.

Embora os catadores evidenciem os desafios da base da reciclagem, a efetividade de programas de logística reversa, como o Boti Recicla, depende da participação do consumidor. Nesse sentido, entrevistas com clientes do Boticário em Ituiutaba revelaram percepções majoritariamente positivas sobre o programa, destacando a influência da preocupação ambiental nas escolhas de consumo, além de motivações, expectativas e sugestões de aprimoramento para a iniciativa.

QUADRO 1: Ituiutaba, MG- Perfil e percepções dos consumidores do Boticário sobre o Programa Boti Recicla, 2025.

Identificação do consumidor	Frequência da Devolução	Tipos de Embalagens Devolvidas	Motivação para devolver	Percepção do Programa Boti Recicla.	Facilita o descarte?	Relação com a marca?	Percepção preocupação ambiental Boticário
Consumidor 1	Toda vez que compra	Cremes (plástico), outros materiais	Meio ambiente, descontos	Muito bom, deveríamos ter mais	Facilita demais	Sim (preocupa-se c/ meio ambiente/bolso)	Provavelmente sim (ajuda a mudar consciente)
Consumidor 2	Ainda não devolveu, mas irá	Nenhuma ainda	Preocupação c/ meio ambiente	Conheceu hoje e gostou bastante	Sim	Sim (a partir de hoje)	Parece que sim
Consumidor 3	Duas vezes	Vídras e plásticos	Manutenção da vida no planeta	Muito bom	Sim	Sim (práticas ambientais impactam)	Não (preocupam c/ vendas, imagem verde)
Consumidor 4	Pelo menos 1x/mês	Cremes e perfumes (vidro e plástico)	Gosta da marca, faz bem p/ sociedade/ambiente	Ótimo	Facilita demais	Não (já usava antes)	Parece que sim
Consumidor 5	Toda vez que compra	Plástico (cremes)	Preservação do meio ambiente	Ótimo	Sim	Sim (preocupa-se c/ meio ambiente)	Sim (iniciativas como essas)
Consumidor 6	Nunca devolveu, mas irá	Nenhuma ainda	Preservação, desconto	Muito bom	Sim	Sim (quer ajudar o planeta)	Muito (senão não faria programa)
Consumidor 7	Nunca trouxe nenhuma	Nenhuma ainda	Planeta, descontos	Parece ser bom	Com certeza	Sim (prefere marcas c/ preocupação ambiental)	Sim (por causa desse programa)
Consumidor 8	3 ou 4x/ano	Todas que acabam	Meio ambiente, descontos	Muito bom	Facilita muito	Sim (produtos bons, cuida ambiente)	Acredita que sim (senão seria fadada)
Consumidor 9	Nunca trouxe, ainda	Não informou	Preservação do meio ambiente	Bom	Sim	Sim (discurso ecológico atrai)	Sim (mas mais por dinheiro, apelo ecológico)
Consumidor 10	Uma vez (conheceu a pouco)	Plástico e vidro	Descontos, meio ambiente	Uma boa	Facilita muito	Sim (gosta, apelo ecológico)	Não (mas apelo ecológico vende)
Consumidor 11	Sempre que comprar um item	A que tiver acabado	Descontos, meio ambiente	Bom demais	Muito	Sim	Um pouco (jogada de marketing verde)
Consumidor 12	Segunda vez, sempre fará	Cremes, perfumes	Praticidade/economia, meio ambiente	Muito bom	Sim	Sim (compra c/ preocupação ambiental)	Sim (destinação correta já é preocupação)

Fonte: Pesquisa de Campo (2025)/Org.VALENTIM, P.R., 2025.

O levantamento realizado com os consumidores do Boticário, em Ituiutaba, revelou percepções diversas sobre o programa de logística reversa Boti Recicla, mas com predominância de avaliações positivas. A frequência de devolução das embalagens variou bastante entre os entrevistados, assim, alguns afirmaram devolver sempre que comprem um novo produto, como é o caso dos consumidores 1, 5 e 11, enquanto outros relataram nunca ter devolvido, mas expressaram a intenção de participar futuramente, a exemplo dos consumidores 2, 6 e 7. Houve ainda relatos de devoluções ocasionais, com frequência mensal ou algumas vezes ao ano, como no caso dos consumidores 4 e 8, o que evidencia diferentes níveis de engajamento.

Quanto ao tipo de embalagem devolvida, as mais recorrentes foram frascos de cremes, perfumes e recipientes plásticos, embora alguns consumidores também tenham mencionado o retorno de embalagens de vidro. Observou-se que aqueles que já participam ativamente do programa tendem a devolver todos os tipos de embalagens utilizadas, enquanto os menos engajados ainda não experimentaram a prática.

As motivações que levam os consumidores a participar do programa estão centradas, principalmente, em duas dimensões (i) - a preservação do meio ambiente, e (ii) - a obtenção de descontos em novos produtos. Depoimentos como os dos consumidores 1 e 5 ressaltam a importância ambiental do programa, enquanto outros, como o consumidor 10, destacam tanto o apelo ecológico quanto o benefício econômico. Essa dualidade demonstra que a combinação entre incentivo financeiro e consciência ambiental é um fator determinante para a adesão ao programa.

Em relação à percepção geral do Boti Recicla, prevaleceu a avaliação positiva, com termos como “muito bom”, “ótimo” e “bom demais” sendo os mais utilizados. Apenas alguns consumidores mostraram certa desconfiança, interpretando a iniciativa como uma possível estratégia de marketing verde, como o consumidor 11, que a descreveu como “um pouco é jogada de marketing”. Ainda assim, mesmo entre os mais críticos, há o reconhecimento de que o programa facilita o descarte adequado e traz benefícios ambientais. Sobre a facilidade do processo, a maioria destacou que o programa realmente contribui para o descarte correto das embalagens, facilitando a entrega de resíduos que, muitas vezes, não teriam destinação adequada. Esse aspecto foi reforçado em falas como a do consumidor 1, que afirmou que o programa “facilita demais” a devolução.

QUADRO 2: Ituiutaba, MG- Avaliação da comunicação e sugestões dos consumidores sobre o Programa Boti Recicla, 2025.

Identificação do consumidor	Avaliação da comunicação programa	Programa bem divulgado na loja?	Sugestão para melhorar divulgação	Sugestão para incentivar mais participação	Sugestão para melhorar o programa?	Expectativas futuras em sustentabilidade?
Consumidor 1	Não sabe (conheceu na loja)	Sim (pelas vendedoras)	Mais publicidade voltada p/ iniciativa	Aumentar desconto conforme materiais devolvidos	Aumentar desconto conforme materiais devolvidos	Manutenção e ampliação de programas
Consumidor 2	Não sabe (conheceu hoje)	Sim	Divulgar mais em mídias tradicionais	Aumentar os descontos	Não	Não tem expectativas
Consumidor 3	Não sabe	Em partes	Divulgar em diferentes veículos de mídia	Aumento dos descontos (aumentando materiais)	Não	Que melhorem e mantenham o programa
Consumidor 4	Não sabe	Sim (pelas vendedoras)	Não tem	Mais descontos	Não	Manutenção
Consumidor 5	Boa	Sim	Ampliar programa e aumentar descontos	Ampliar divulgação e prêmios	Não	Ampliação e manutenção
Consumidor 6	Não sabe avaliar	Sim	Não	Aumentar os descontos	Aumentar desconto a cada embalagem vazia	Manutenção
Consumidor 7	Não muito boa	Não	Divulgação redes sociais (jovens)	Aumentar descontos (se aumentar embalagens)	Não	Não tem expectativas
Consumidor 8	Não sabe responder	Nas lojas sim (não fora)	Não	Aumentar descontos e divulgar melhor	Não lembra agora	Manter e ampliar programas
Consumidor 9	Ruim (nunca tinha ouvido falar)	Vendedoras divulgam bem (pouco na loja)	Mídias alternativas e consolidadas	Aumento dos descontos	Não	Manutenção e ampliação
Consumidor 10	Não sabe avaliar profundamente	Sim (pelas vendedoras)	Anunciar mais amplamente	Aumentar os descontos	Não	Manutenção e ampliação
Consumidor 11	Não sabe avaliar (não conhece a fundo)	Sim (pelas vendedoras)	Divulgar mais nas redes sociais	Divulgar mais nas redes sociais	Não	Mais abrangência
Consumidor 12	Na loja bem, mas não nas mídias	Sim	Com possíveis clientes, mais mídias	Aumentar o desconto e anunciar amplamente	Não	Manutenção e aumento da abrangência

FONTE: Pesquisa de campo (2025). **Org.** VALENTIM, P.R., 2025.

A análise das respostas dos consumidores do Boticário em relação à comunicação e divulgação do programa Boti Recicla evidencia alguns padrões importantes. Em primeiro lugar, nota-se que a maioria dos entrevistados conheceu o programa diretamente nas lojas, principalmente por meio das vendedoras. Esse dado demonstra que a comunicação interna funciona de maneira razoável, mas também revela uma limitação significativa: fora do espaço da loja, a divulgação do programa é pouco expressiva. Diversos consumidores afirmaram não conhecer a iniciativa previamente, e alguns só tiveram contato com a proposta no momento da entrevista, como foi o caso dos consumidores 1, 2 e 3. Esse quadro mostra que, embora o contato pessoal seja eficiente, a ausência de uma campanha de divulgação mais ampla restringe a participação de potenciais consumidores.

Quando questionados sobre formas de melhorar a comunicação, a maior parte dos entrevistados sugeriu ampliar a divulgação em diferentes mídias. As indicações variaram desde o uso de redes sociais voltadas para o público jovem, mencionadas pelo consumidor 7, até mídias tradicionais e consolidadas, sugeridas pelos consumidores 2, 3 e 9. Isso demonstra que o alcance do programa poderia ser potencializado ao diversificar os canais de informação, unindo estratégias digitais e tradicionais.

Em relação às formas de incentivar uma maior participação, a resposta quase unânime foi a ampliação dos descontos oferecidos em troca das embalagens devolvidas. A percepção geral é de que os incentivos atuais são insuficientes e que um maior retorno econômico estimularia ainda mais a adesão. Alguns consumidores destacaram a ideia de vincular os descontos diretamente à quantidade de embalagens entregues, como os consumidores 1, 3 e 7, reforçando a importância de atrelar benefícios proporcionais ao esforço de participação.

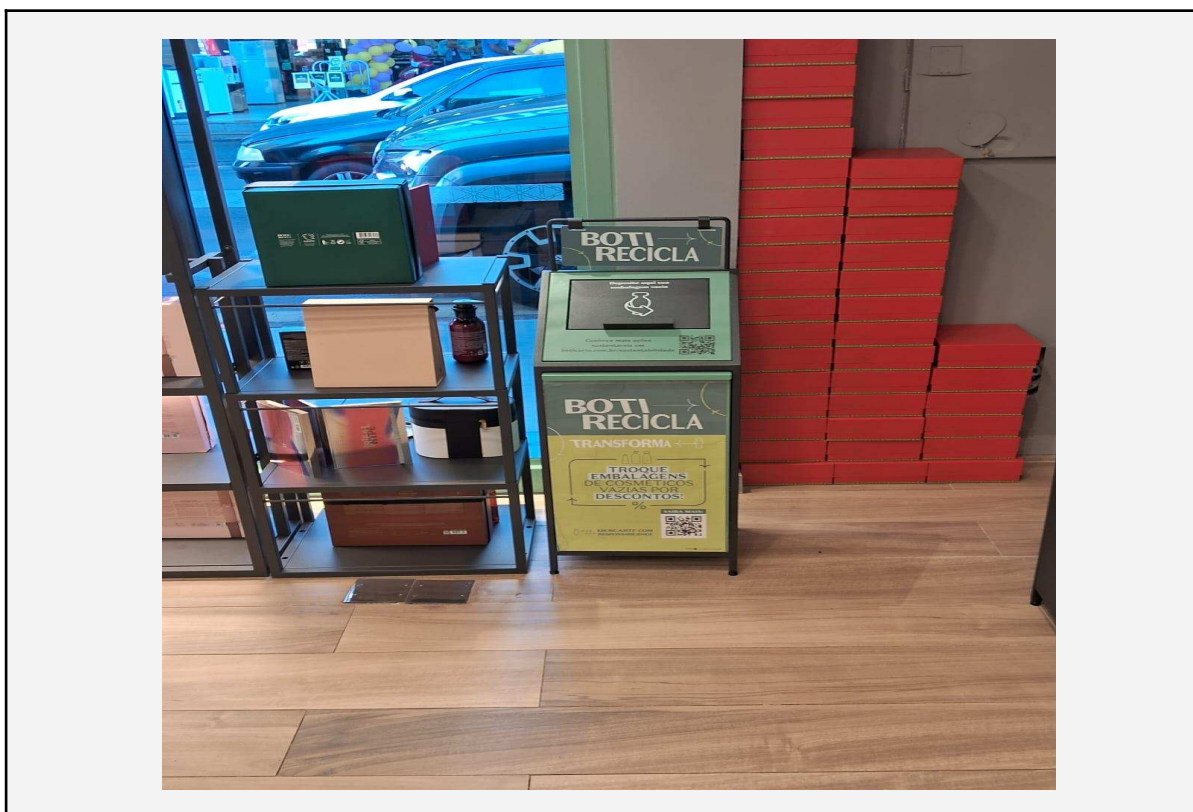
Sobre sugestões para melhorar o programa em si, muitos afirmaram não ter propostas específicas, limitando-se a reforçar a demanda por maior desconto e por mais prêmios vinculados às devoluções. Ainda assim, destaca-se que não houve críticas diretas ao funcionamento do programa, mas sim um reconhecimento de que sua efetividade poderia ser potencializada com ajustes simples de incentivo e divulgação.

No que tange às expectativas futuras relacionadas à sustentabilidade, prevaleceu o desejo de manutenção e ampliação do programa, evidenciado em falas de consumidores como o 5, 8, 9 e 10. Ainda que alguns entrevistados tenham afirmado não ter expectativas claras (consumidores 2 e 7), a maioria acredita que iniciativas como o Boti Recicla precisam ser expandidas e fortalecidas, seja em maior escala dentro da própria marca, seja como exemplo para outras empresas.

4.2. Conhecimento e Frequência de Participação no Programa

Podemos ver que a principal forma de conhecimento do programa Boti Recicla, para a maioria dos consumidores entrevistados, foram as vendedoras nas lojas físicas, conforme relatado por um dos consumidores e demonstrado no Quadro 2. "Conheci na loja, a partir das vendedoras" (Consumidor 1) é uma resposta recorrente. Alguns entrevistados revelaram ter conhecido o programa recentemente e já manifestaram a intenção de participar ativamente, como exemplificado por um consumidor: "Pra falar a verdade eu conheci o programa somente hoje, uma das vendedoras me explicou como funciona e eu gostei bastante" (Consumidor 2), e outro que afirmou: "Nunca devolvi, mas agora vou" (Consumidor 6). Já os consumidores mais frequentes indicam devolver embalagens "Toda vez que eu venho comprar" (Consumidor 1) ou "Pelo menos uma vez por mês" (Consumidor 4). Os tipos de embalagens mais frequentemente devolvidas são as de plástico (especialmente de cremes) e de vidro, como visto no Quadro 2. As devoluções são recolhidas e armazenadas em um espaço destinado para isso dentro da loja, ilustrado na figura abaixo.

Foto 4: Ituiutaba, MG- Espaço destinado para recolher as devoluções de embalagens, 2025.



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

A combinação entre benefício financeiro e consciência ambiental se mostrou predominante entre as motivações dos consumidores, como ficou explícito no Quadro 2, demonstrando que a possibilidade de conseguir descontos é um forte apelo, mas somado a preocupação ambiental, se torna extremamente atrativo, como podemos ver no depoimento do consumidor 1: "Além da preocupação com o meio ambiente, é claro, os incentivos financeiros através dos descontos" (Consumidor 1). Um outro ainda reforça: "É um misto de preservar o meio ambiente e ajudar o meu bolso, pois os descontos me atraem também, mas não é o principal" (Consumidor 8). Há também aqueles cuja motivação é "Única e exclusivamente a manutenção da vida no nosso planeta" (Consumidor 3).

Com uma avaliação geral do programa altamente positiva. Os consumidores o consideram "muito bom" (Consumidor 1, Consumidor 6, Consumidor 12) ou "ótimo" (Consumidor 4, Consumidor 5), evidenciando que ele "Facilita demais" (Consumidor 4) o descarte correto das embalagens. O Quadro 3 a seguir detalha a avaliação do programa e as percepções sobre a comunicação e preocupação ambiental da marca.

QUADRO 3: Ituiutaba, MG- Avaliação geral, percepções ambientais e sugestões de melhoria dos consumidores sobre o Programa Boti Recicla

Identificação do Consumidor	Avaliação Geral do Programa	Percepção da Preocupação Ambiental da Marca	Avaliação da Comunicação do Programa	Sugestões de Melhoria (Geral e Divulgação)
Consumidor 1	Muito bom	Provável (ajuda a mudar o consciente)	Não sabe dizer (conheceu na loja)	Aumentar desconto com mais materiais; Mais publicidade
Consumidor 2	Gostou (conheceu hoje)	Parece que sim	Não pode avaliar (não conhecia)	Aumentar descontos; Mais mídias tradicionais
Consumidor 3	Muito bom	Não (mas vende imagem)	Não pode avaliar	Aumento de descontos com mais materiais; Divulgar em diferentes mídias
Consumidor 4	Ótimo	Não sabe ao certo, mas parece que sim	Não sabe avaliar	Mais descontos
Consumidor 5	Ótimo	Sim (por iniciativa)	Boa	Ampliar programa e aumentar descontos/prêmios
Consumidor 6	Muito bom	Muito (senão não faria)	Não sabe avaliar	Aumentar descontos em novos produtos e a cada nova embalagem
Consumidor 7	Parece ser bom	Sim (por causa do programa)	Não muito boa	Aumentar descontos; Divulgação em redes sociais de jovens
Consumidor 8	Muito bom	Quer acreditar que sim	Não sabe responder	Aumentar descontos; Divulgar melhor
Consumidor 9	Bom	Sim (mas busca dinheiro, atrai gente)	Ruim (nunca tinha ouvido falar)	Aumento de descontos; Divulgar em mídias alternativas e consolidadas
Consumidor 10	Uma boa	Não (marketing vende)	Parece ser bom	Aumentar descontos; Anunciar mais amplamente
Consumidor 11	Bom demais	Um pouco (jogada de marketing)	Não pode avaliar	Divulgar mais nas redes sociais
Consumidor 12	Muito bom	Sim (destinação correta já é preocupação)	Na loja bem, mas não nas mídias	Aumentar descontos; Anunciar em mídias para todos os públicos

FONTE: Pesquisa de campo (2025) / **Org.** VALENTIM, P.R., 2025.

A análise dos dados apresentados no Quadro 3 revela que a percepção geral dos consumidores sobre o programa Boti Recicla é bastante positiva, sendo avaliado como “muito bom” ou “ótimo” pela maior parte dos entrevistados. Essa avaliação demonstra que o programa tem conseguido transmitir uma imagem de responsabilidade socioambiental e de comprometimento com a sustentabilidade. No entanto, essa aprovação não é unânime: alguns consumidores expressaram desconfiança quanto à real intenção da marca, sugerindo

que a iniciativa pode estar associada mais à estratégia de marketing do que a uma preocupação ambiental genuína, como apontaram os consumidores 3, 10 e 11.

A percepção sobre a preocupação ambiental do Boticário também oscilou entre confiança e ceticismo. Enquanto alguns consumidores acreditam que a empresa realmente se preocupa com a destinação correta dos resíduos e com a preservação do meio ambiente (casos dos consumidores 5, 6 e 12), outros relativizam esse compromisso, atribuindo-o ao apelo de marketing verde, que funciona mais como uma forma de atrair clientes do que como um compromisso efetivo (consumidores 3, 10 e 11). Esse dado sugere que, embora a marca seja reconhecida, ainda enfrenta o desafio de consolidar sua credibilidade ambiental de forma mais clara junto ao público.

No que diz respeito à comunicação do programa, a avaliação foi, em grande parte, limitada ou mesmo inexistente. Vários entrevistados afirmaram não saber avaliar ou relataram conhecer o programa apenas dentro da loja, o que evidencia uma fragilidade na divulgação externa da iniciativa. Poucos consumidores reconheceram a comunicação como efetiva, como o consumidor 5, que classificou como “boa”. A maioria, entretanto, destacou a necessidade de maior visibilidade em diferentes meios de comunicação. Essa lacuna compromete o alcance do programa, restringindo-o a um público já vinculado à marca e ao espaço físico das lojas.

As sugestões de melhoria convergem em dois pontos centrais: a ampliação dos descontos oferecidos como incentivo e o fortalecimento da divulgação. A percepção recorrente é de que os benefícios econômicos atuais são insuficientes para atrair maior participação, sendo comum a sugestão de que os descontos sejam proporcionais ao número de embalagens entregues, como defenderam consumidores 1, 3 e 6. No campo da comunicação, os entrevistados recomendaram expandir a publicidade em diferentes canais, desde mídias tradicionais até redes sociais, especialmente as voltadas ao público jovem, como destacou o consumidor 7.

4.3. O Programa Boti Recicla e a Imagem da Marca

A partir das entrevistas dos consumidores ficou claro que a participação no programa Boti Recicla exerce uma influência positiva na relação dos consumidores com a marca O Boticário. Diversos deles relataram que a iniciativa reforça a lealdade e acaba sendo um

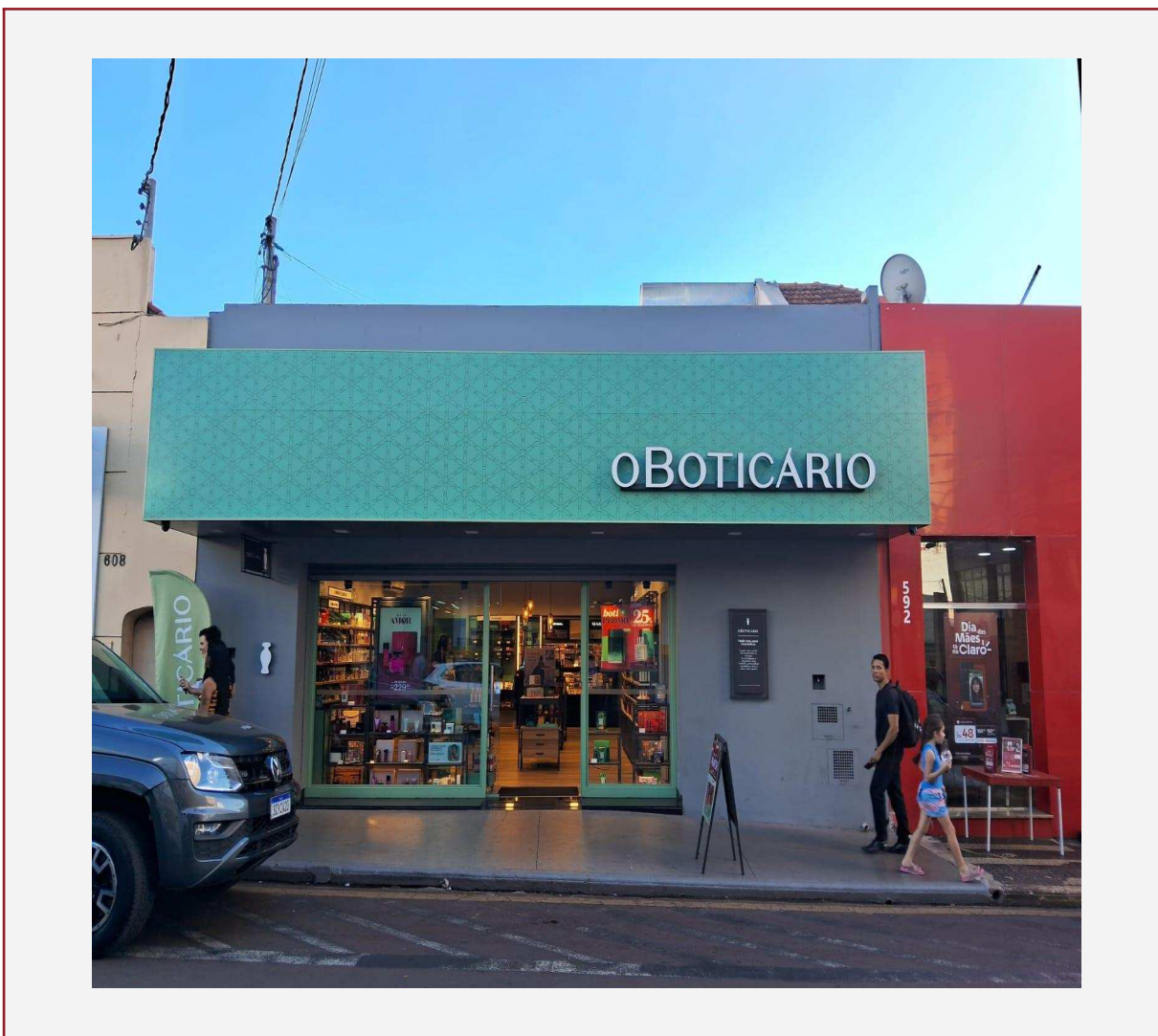
diferencial na escolha de produtos. "Influencia sim, por que eu já gosto da marca, e como eu me preocupo com o meio ambiente e o meu bolso, já aproveito e uso o útil ao agradável" (Consumidor 1). Outro entrevistado expressa: "Sim, pois atualmente eu só compro de lugares que tenham preocupação ambiental" (Consumidor 12).

No que tange à preocupação ambiental sincera da marca, as opiniões foram variadas, como demonstrado no Quadro 3. Embora a existência do programa seja vista como um indicativo positivo — "Muito, senão não faria um programa desses né" (Consumidor 6) —, alguns consumidores percebem a ação também como uma estratégia de marketing verde. "Provavelmente sim né, mas mesmo que seja só marketing, uma iniciativa dessas ajuda a mudar o consciente das pessoas" (Consumidor 1). Outros são mais céticos: "Creio que sim, mas se preocupam mais em ganhar dinheiro, e um discurso ecologicamente correto atrai muita gente, inclusive eu" (Consumidor 9), ou "Um pouco, pois há nisso também uma jogada de marketing verde, né" (Consumidor 11). Apesar das diferentes interpretações, o consenso é que, mesmo com um viés de marketing, a iniciativa contribui positivamente para a conscientização e o meio ambiente.

4.4. Comunicação e Sugestões para Melhoria

O programa Boti Recicla foi bem avaliado por quase todos os participantes entrevistados, porém quando se trata de comunicação sobre o programa, temos um ponto crítico, visto que a maioria dos consumidores relataram que a comunicação "deixa a desejar", pois conforme ilustrado no Quadro 3. Apesar de ser considerada eficiente, os consumidores acham que é somente em alguns aspectos, enquanto em outros não, como podemos ver no depoimento do consumidor 8. "Nas lojas sim" (Consumidor 8) e "pelas vendedoras sim" (Consumidor 11), há uma percepção de que a divulgação externa é insuficiente. Alguns vêem que, mesmo que na fachada da loja não há nada que esteja divulgando o programa, como evidenciado na figura abaixo. "Nas lojas é bem divulgado, mas não vejo nenhuma propaganda do programa em nenhum lugar" (Consumidor 8), e muitos não conheciam o programa antes de ir à loja: "Eu acho bem ruim, porque eu nunca tinha ouvido falar do programa" (Consumidor 9). Essa lacuna na comunicação para públicos mais amplos e em diferentes mídias é um ponto crítico, segundo a maioria dos entrevistados.

FOTO 5: Ituiutaba, MG- Fachada da loja do Boticário, sem nenhuma propaganda sobre o programa Boti Recicla, 2025.



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

Em relação às sugestões de incentivo para maior participação e aprimoração do programa, houve um maior enfoque em dois pilares: aumento de desconto e expansão das propagandas em diferentes mídias, como podemos ver no Quadro 3. "Se pudesse aumentar o desconto à medida que fossem aumentando os materiais devolvidos, isso sim seria perfeito" (Consumidor 1) é uma sugestão clara. Quanto à comunicação, a necessidade de "Divulgar em diferentes veículos de mídia, assim alcançariam todos os públicos" (Consumidor 3) e "Divulgar mais nas redes sociais" (Consumidor 11) se mostrou recorrente. Já as expectativas futuras dos consumidores em relação às ações de sustentabilidade do Boticário são de "manutenção e ampliação de programas como esse" (Consumidor 1).

Durante a pesquisa, mais especificamente durante as entrevistas, ficou claro que a implementação do programa Boti Recicla nas franquias do Boticário, com enfoque principal na coleta de embalagens de cosméticos já consumidos, além de ser um elemento estratégico para a gestão ambiental da empresa, também se mostrou uma ótima ferramenta na relação com os clientes. Nas entrevistas com os agentes que estão na linha de frente e interagem diretamente com os consumidores, as perspectivas das consultoras de vendas nos oferecem “insights” extremamente preciosos sobre como funciona e quais os impactos e desafios que essa dinâmica apresenta. As funcionárias entrevistadas demonstraram um conhecimento aprofundado sobre o Boti Recicla quando se trata do funcionamento na loja e de sua importância, descrevendo-o como um programa de benefício mútuo entre o consumidor e o meio ambiente, além de serem responsáveis por grande parte da divulgação e conscientização sobre o programa.

Foto 6: Ituiutaba, MG- Banner de Divulgação do Boti-Recicla, 2025.



Fonte: Site de O Boticário/Org.VALENTIM, P.R., 2025.

A divulgação do programa nas lojas é feita de forma variada, utilizando uma gama de instrumentos de divulgação, desde materiais visuais, que incluem cartazes e banners, até a interação direta entre consultoras e clientes. Alexandra, uma das consultoras de vendas de uma das lojas do Boticário na cidade, destaca essa dupla vertente: "A partir de cartazes, cards e comunicação, além da gente, consultoras de vendas" (ALEXANDRA, 2025). Essa interação pessoal se mostra crucial, pois, como relata a Gerente Larissa, "A maioria das vezes os clientes já sabem sobre o programa Boti Recicla", o que demonstra que alguns já foram

alcançados pela divulgação externa, mas o reforço verbal feito pelas vendedoras nos pontos de vendas ainda é primordial. Aliado a essa dinâmica de interação entre consultoras e consumidores, a presença ativa nas redes sociais, com vídeos e posts informativos, complementa a estratégia de divulgação, como relatado por Raissa e Daiane, consultoras em diferentes lojas, mas que utilizam da mesma ferramenta, evidenciando o esforço em alcançar um público mais amplo e variado.

A frequência de devolução das embalagens varia entre lojas, mas há consenso de que a participação está em crescimento. As vendedoras relatam maior engajamento após esclarecerem que não apenas perfumes, mas também plásticos poderiam ser devolvidos. Segundo Raissa, esse aumento decorre da junção entre desconto e preocupação ambiental: “se tem desconto e melhora o planeta, os clientes preferem comprar aqui” (RAISSA, 2025). Os materiais mais devolvidos são vidros e plásticos, principalmente de cremes e perfumes, além de embalagens de outras marcas.

Foto: 7: Ituiutaba, MG- Fachada da loja do Boticário na avenida 17, 2025



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

O armazenamento e encaminhamento das embalagens na loja segue um processo estruturado: os clientes depositam os itens em recipientes do Boti Recicla, que depois são organizados em caixas de papelão pelas consultoras. O envio ocorre quando se atinge o volume mínimo, geralmente oito caixas, segundo funcionárias como Daiane e Raissa. Quanto ao destino final, algumas vendedoras não souberam especificar, mas Daiane afirmou que “a gente envia para a cooperativa aqui do Boticário” (DAIANE, 2025), confirmando a parceria com a Coopercicla, ainda que essa informação não seja uniforme entre todas.

Foto 8: Ituiutaba, MG- Recipiente para descarte das embalagens pelos clientes, 2025.



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

Funcionárias do programa Boti Recicla relatam poucas dificuldades operacionais. Larissa destaca a familiaridade com os desafios, e outra consultora aponta que a logística reversa impulsiona vendas. No entanto, há um desafio na compreensão das regras pelos clientes, especialmente a não acumulação de descontos, o que gera frustração. Para aumentar

a adesão, a principal sugestão é ampliar a divulgação, principalmente em redes sociais, já que muitos clientes desconhecem o programa fora da loja. Duas entrevistadas também sugerem descontos cumulativos como incentivo, embora considerem a ideia inviável.

A seguir, a consultora Raissa apresenta o programa:

O Boti Recicla é uma campanha do Boticário, onde você traz, no mínimo 3 embalagens vazias, você adquire 15 reais de desconto em compras acima de 150 reais. É bem benéfico, pois além de você reciclar, você ainda ganha um desconto na sua compra. (RAISSA, 2025)

Para uma melhor compreensão da percepção geral das funcionárias do Boticário sobre o programa Boti Recicla, a seguir veremos um quadro que resume os pontos chave debatidos nas entrevistas:

Quadro 4: Ituiutaba, MG- Percepção geral das Funcionárias por citação, 2025.

Descrição do Programa	O programa é visto como benéfico para todos: clientes, meio ambiente e a empresa. Combina reciclagem com incentivos financeiros, tornando-o atrativo.	"É um programa que além de ser benéfico, tanto para a reciclagem quanto para o meio ambiente, é um programa que traz benefícios para ele mesmo e seus consumidores." (ALEXANDRA, 2025)
Divulgação	A divulgação é feita por meio de materiais visuais na loja (cartazes, banners, cards) e, principalmente, pelo contato direto e reforço das consultoras de vendas. Há um esforço em mídias sociais (Instagram).	"A gente faz vídeos para o Instagram frequentemente, além dos banners e nos consultoras que sempre reforçamos o programa ao final de qualquer atendimento, diariamente." (DAIANE, 2025)
Engajamento do Cliente	Há um claro aumento no engajamento dos clientes ao longo do tempo. A principal motivação dos clientes é a combinação da preocupação ambiental com o benefício do desconto.	"A participação só aumenta, porque depois que as pessoas percebem que estão ajudando o planeta e com isso ganham descontos, elas sempre voltam." (LARISSA, 2025)
Tipos de Embalagens	Clientes devolvem diversos tipos de embalagens, sendo vidro e plástico (especialmente de cremes e perfumes) os mais comuns. Houve aumento na devolução de plásticos após a clarificação de que qualquer embalagem vale o desconto.	"Todos os tipos, mas os vidros de perfumes e as embalagens de creme são os mais devolvidos." (FLAVIA, 2025)
Armazenamento e Fluxo	As embalagens são coletadas em recipientes específicos na loja e depois organizadas em caixas de papelão para envio. Existe um volume mínimo (8 caixas) para o envio. Algumas vendedoras sabem que são enviadas para cooperativas parceiras.	"A gente organiza dentro daquele recipiente ali do Boti Recicla, mas depois é feito em caixas de papelão que eles mandam pra gente, aí colocamos as informações para que possam identificar a nossa loja e enviamos para a reciclagem." (RAISSA, 2025)
Desafios	Poucos desafios operacionais relatados. O principal desafio é a compreensão das regras por parte dos clientes (ex: não acumulativo) e a falta de conhecimento prévio sobre o programa antes de entrarem na loja.	"O principal desafio são alguns clientes que não sabem direito como funciona e querem ter mais descontos por terem trazido muitas embalagens, sem levar em consideração que não é acumulativo." (DAIANE, 2025)
Sugestões de Melhoria	Ampliar a divulgação em diversas mídias, especialmente nas redes sociais, para alcançar novos públicos. Aumentar os descontos, ou torná-los acumulativos, seria um grande incentivo (embora a viabilidade seja questionada).	"Acho que a divulgação nas redes sociais ajudaria bastante, porque tem gente que a gente apresenta o programa e o cliente nunca tinha ouvido falar fora da loja." (RAISSA, 2025)
Impacto na Marca	O programa tem um impacto "muito positivo" na imagem do Boticário. A preocupação com o meio ambiente e a oferta de descontos fidelizam os clientes e diferenciam a marca no mercado.	"Além de reciclar você ganha um desconto, então acaba motivando o cliente." (RAISSA, 2025)

FONTE: Pesquisa de campo (2025). **Org.** VALENTIM, P.R., 2025.

Referente aos impactos gerados pelo programa Boti Recicla na imagem do Boticário, o consenso geral entre as entrevistadas é de que é percebido como "muito positivo". A preocupação da marca com o meio ambiente é um fator decisivo para essa percepção e para a fidelização de clientes. Alexandra sintetiza o sentimento geral: "é o único programa que eu

conheço que tenha franquias que trabalham dessa forma, só ouço falar do Boti Recicla" (ALEXANDRA, 2025). Daiane vai além e complementa, "Além de dar desconto ainda ajuda o meio ambiente, então as pessoas descartam da forma correta e ganham descontos", reforçando a relação entre benefício econômico e responsabilidade ambiental. Essa percepção das vendedoras indica que o Boti Recicla não é apenas uma iniciativa de sustentabilidade, mas também uma ferramenta de marketing e engajamento que fortalece a imagem da marca junto aos consumidores ambientalmente conscientes. A parceria com a Coopercicla é vista como importante, mesmo que os detalhes de sua atuação não sejam plenamente conhecidos pela grande maioria das consultoras entrevistadas, o que reforça a confiança na empresa Boticário em destinar corretamente os materiais para que possam chegar até as cooperativas que tem contrato com o Boticário.

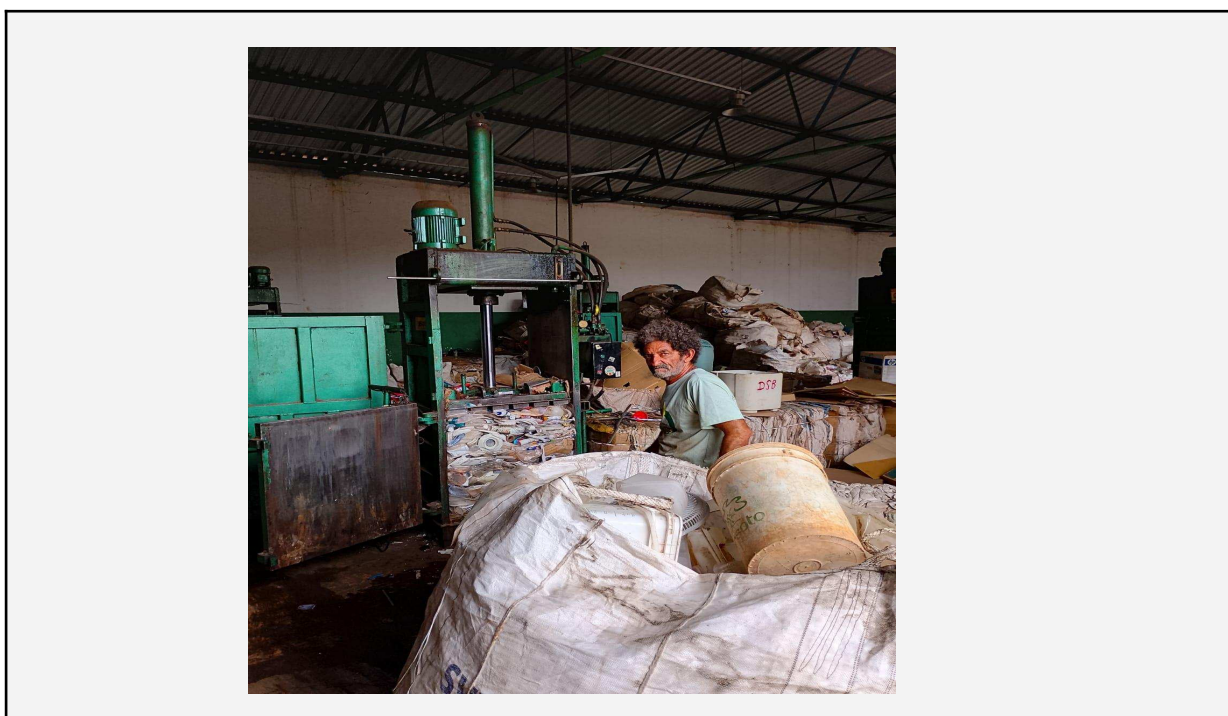
Dessa forma, as entrevistas com as funcionárias do Boticário em Ituiutaba demonstraram um envolvimento positivo e um entendimento claro sobre o programa Boti Recicla. Essa iniciativa é vista como benéfica para todas as partes envolvidas, alavancando a conscientização ambiental dos consumidores dos seus produtos e fortalecendo a imagem de empresa ambientalmente correta. Os desafios, que se mostraram pequenos na visão das funcionárias, se voltaram mais na clareza da comunicação de algumas regras e na potencial ampliação dos incentivos, mas de forma geral, a percepção é de sucesso e contribuição mútua entre empresa, consumidores e o meio ambiente. A proatividade das consultoras de vendas, aliada aos canais de divulgação já existentes, se mostrou um pilar para o sucesso contínuo do programa.

Nesta subseção detalharemos todas as percepções e experiências de 21 cooperados que atuam na Coopercicla de Ituiutaba, Minas Gerais, tendo como base as entrevista realizadas no âmbito da cooperativa. As entrevistas foram realizadas com o objetivo de entender as visões e necessidades advindas do trabalho na cooperativa, bem como compreender a dinâmica que impacta a parceria entre Coopercicla e Boticário e, também, analisar as sugestões de melhoria em seu ambiente de trabalho e, conseqüentemente, de suas vidas.

Na cooperativa, as atividades são diversificadas, isso é fundamental para o processo de reciclagem. Entre as principais funções, foram citados os processos de prensagem e triagem desses materiais a serem reciclados, a coleta porta a porta de materiais recicláveis, e, também, a administração das operações. Aproximadamente 62% dos entrevistados estão diretamente envolvidos no processo de triagem, uma das etapas mais desafiadoras e que exige atenção e

esforço físico constante na separação dos diversos tipos de materiais. Nas funções de coleta, estão 43% dos entrevistados, ou seja, 9 dos 21 entrevistados atuam na coleta seletiva pelos bairros. Essa parte da dinâmica de reciclagem, também muito importante, se evidencia pelos relatos de grande esforço físico, assim como os 24% que atuam na prensagem, que relataram a dificuldade em carregar os materiais até as máquinas de prensa. Um dos cooperados está ligado à administração, nos relata as dificuldades como os prazos e complexidades inerentes à função.

FOTO 9: Cooperado operando a prensa.

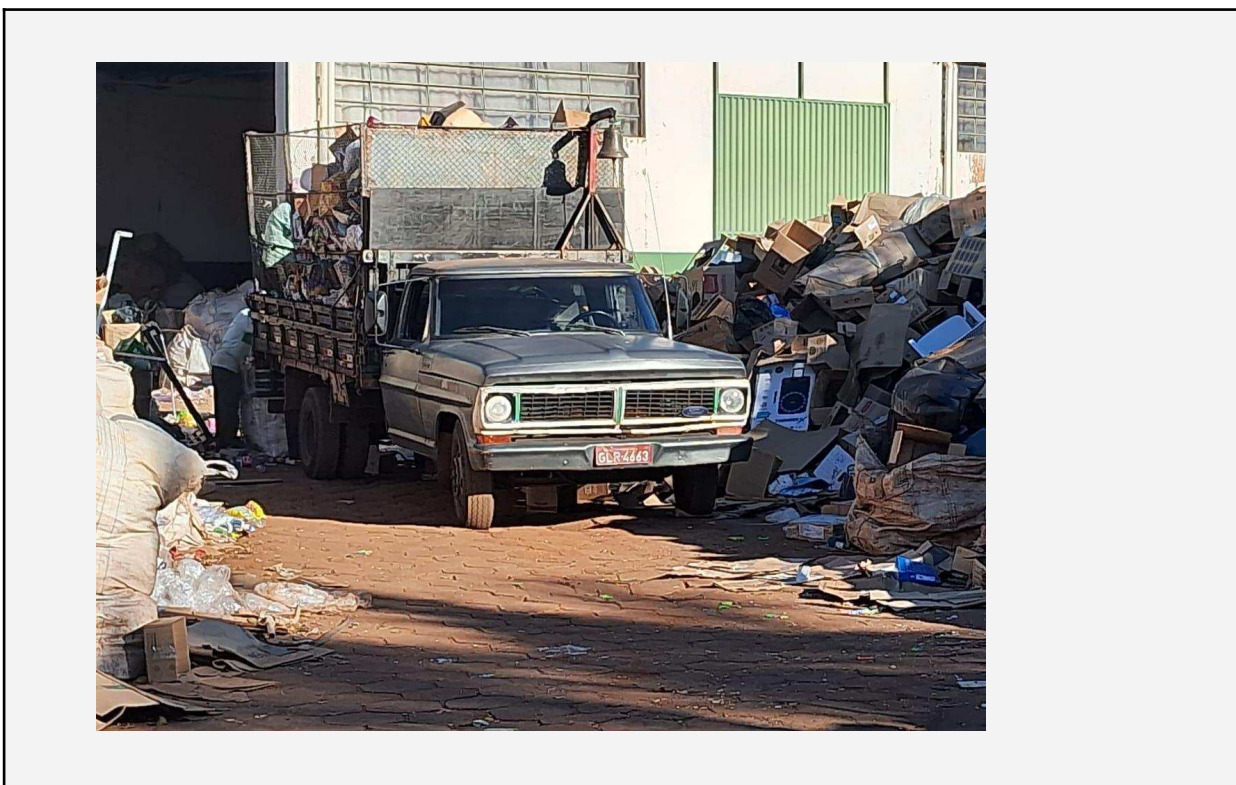


Fonte: Pesquisa de Campo (2025)/**Elaboração:** VALENTIM (2025)

É nítido que uma grande parcela dos cooperados enxerga o trabalho realizado na coopercicla como um desafio, pois a escala organizada de 1 a 5, buscando a percepção de dificuldade, onde 1 é “muito fácil e 5 “muito difícil”, nos mostrou que 71% dos entrevistados acham o trabalho apresenta uma dificuldade entre 3 e 5, sendo mais específico, 4 entrevistados avaliaram a dificuldade e a classificaram no nível 5, 5 deles avaliaram e a classificaram no nível 4 e mais 4 avaliaram como nível 3, enquanto apenas 5 cooperados entrevistados avaliaram e consideraram a dificuldade de nível 2. Nenhum avaliou como “muito fácil”. As dificuldades frequentemente mencionadas estão relacionadas ao desgaste físico (citado por 15 dos 21 entrevistados) e ao baixo preço dos materiais recicláveis (também citado por 15 entrevistados).

As longas horas em pé durante o processo de triagem é um relato recorrente quando atribuímos ao desgaste físico das pernas e costas, mas não só na triagem, mas também, na prensa, onde os relatos foram em sentido ao peso dos materiais carregados até a prensa e a dor nas costas que essa atividade traz, e por mais que tenha empilhadeira, alguns materiais são levados “nas mãos”. Como Cooperado 2 e Cooperado 11 mencionaram, "ter que ficar em pé o dia todo separando os materiais recicláveis, começa dar uma dor nas pernas as vezes" e "a maior dificuldade é ficar em pé o dia todo". Outros destacam o cansaço geral e a necessidade de percorrer longas distâncias carregando peso, e ainda descarregar o caminhão na chegada a cooperativa, como ilustrado na figura abaixo.

FOTO 10: Ituiutaba, MG- Cooperados descarregando o caminhão depois de um dia de coleta seletiva, 2025.



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

Uma das dificuldades recorrentes mencionadas pelos cooperados está com a população e seu preconceito, mencionado por 9 dos cooperados que trabalham na linha de frente da dinâmica de reciclagem. Os relatos vão desde a falta de paciência das pessoas até o descarte incorreto de materiais, que comumente chegam sujos ou até misturados ao lixo, dificultando o trabalho dos catadores e aumentando os riscos de contaminação. Um dos cooperados destaca que “ a maior dificuldade são as pessoas”, já o cooperado 5 ressalta que “

a população olha pra gente com jeito de que estamos fazendo algo de errado, mas só estamos fazendo o nosso trabalho.

Outro cooperado também menciona os materiais com “pontas perigosas” e o descaso de alguns cidadãos em relação à separação para a coleta seletiva. Sobre as condições do local de trabalho, 4 cooperados veem como um desafio, incluindo o medo de se machucar ou contrair infecções devido ao ambiente de trabalho perigoso em relação a assepsia dos materiais recolhidos. Além disso, o Cooperado 6 lamenta que "o trabalho é pesado, o dinheiro que a gente ganha é pouco, é bem complicado". Na imagem abaixo podemos ver diversos tipos de materiais cortantes e possivelmente contaminados por algum patógeno prejudicial a saúde humana, assim fica evidente o porquê da preocupação de alguns cooperados.

FOTO 11: Ituiutaba, MG- Pátio de armazenamento dos materiais recolhidos e recebidos, 2025.



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

Para resumir as percepções dos cooperados em relação a desafios no trabalho diário e as principais dificuldades percebidas, elaboramos o Quadro abaixo para facilitar a compreensão:

Tabela 2: Ituiutaba, MG- Dificuldades cotidianas e principais desafios enfrentados pelos cooperados da Cooperbicla, 2025.

Característica Avaliada	Nº de Cooperados que Citaram	Detalhes/Observações
Dificuldade do Trabalho Diário		
(Escala de 1 a 5, onde 1 = muito fácil e 5 = muito difícil)		
Muito fácil (1)	0	
2	5	Alguns se sentem acostumados ou a função específica não é tão exigente fisicamente (ex: prensagem).
3	4	Prazos curtos (administração), dores nas pernas por ficar em pé.
4	6	Grande peso dos materiais, cansaço devido a longas caminhadas, dores nas costas, desgaste físico.
Muito difícil (5)	4	Trabalho pesado, pouco dinheiro, população não colabora, peso a carregar, dores constantes.
Principais Desafios (múltipla escolha)		
Nº de Cooperados que Citaram		
Baixo preço dos materiais	15	Afeta diretamente a remuneração dos cooperados, tornando o trabalho menos atrativo financeiramente.
Desgaste físico	15	Resultante de longas horas em pé, levantamento de peso, movimentos repetitivos, gerando dores nas pernas, costas e cansaço geral.
Dificuldade com a população/preconceito	9	Falta de respeito, descarte incorreto de materiais (sujos, com lixo), exigência de paciência e habilidades interpessoais.
Condições do local de trabalho	4	Preocupação com segurança e higiene do ambiente de trabalho, risco de infecções e acidentes.
Outros (especificar)	0	

Fonte: Pesquisa de Campo (2025)/Org. VALENTIM, P.R., 2025.

A análise das percepções dos cooperados sobre as condições de trabalho evidencia um quadro de grande esforço físico e dificuldades estruturais. Na avaliação da dificuldade do trabalho diário, utilizando a escala de 1 a 5, nenhum cooperado considerou a atividade “muito fácil”. Apenas dois classificaram como nível 2, relatando que já se acostumaram ou que exercem funções menos exigentes, como a prensagem. Quatro cooperados atribuíram nota 3, destacando problemas como prazos administrativos e dores decorrentes de longos

períodos em pé. A maioria avaliou o trabalho entre os níveis 4 e 5, totalizando dez cooperados. Esses apontaram o peso excessivo dos materiais, o desgaste físico provocado por caminhadas longas, dores constantes nas costas e pernas, além do baixo retorno financeiro, que reforça a percepção de trabalho pesado e pouco valorizado.

Quando questionados sobre os principais desafios, o consenso recaiu sobre dois pontos centrais: o baixo preço dos materiais e o desgaste físico, ambos mencionados por 15 cooperados. O preço reduzido dos recicláveis impacta diretamente na renda, tornando a atividade menos atrativa. Já o desgaste físico resulta da natureza repetitiva e pesada do trabalho, associado ao esforço de carregar grandes volumes. Outros aspectos também se destacaram, como a dificuldade de lidar com a população, citada por nove cooperados, especialmente em função do preconceito, da falta de respeito e do descarte incorreto de materiais. Por fim, quatro cooperados destacaram problemas relacionados às condições do local de trabalho, como segurança e higiene inadequadas, riscos de infecção e acidentes.

Sobre a parceria entre Coopercicla e Boticário e seus impactos, representando uma unanimidade entre os cooperados entrevistados, a parceria entre Coopercicla e Boticário é vista como benéfica para todos os 21. todos eles concordam que a parceria traz benefícios, tanto para a cooperativa quanto para os cooperados, e na visão de 11 dos 21 cooperados entrevistados, o principal benefício está concentrado no aumento de volume dos materiais recicláveis, uma vez que as caixas enviadas pelo Boticário se traduzem diretamente em renda e salários para os cooperados.

Dois deles, o cooperado 15 e o 10, destacaram que a parceria "trouxe muitos, mas o principal são as caixas enviadas pra gente vender os materiais que vem dentro delas" e "o maior de todos são os materiais que eles enviam para a cooperativa e depois de vendidos se tornam parte da nossa remuneração". Esse envio constante de material é primordial para a manutenção financeira da cooperativa. Um dos cooperados (Cooperado 14) inclusive afirmou que, "se não fosse a parceria com o boticário, com certeza a gente já teria fechado", demonstrando a importância vital do programa para a continuidade das operações da Coopercicla. Outros cooperados (Cooperado 8, 13) mencionaram que a parceria em si já é um benefício, pois proporciona trabalho, renda e contribui para a preservação do meio ambiente.

FOTO 12: Ituiutaba, MG- Caminhão entregando as caixas do Boti Recicla, 2025.



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

O caminhão do Boti Recicla (foto acima) toda semana, ou em quase todas, trás novas caixas com diversos novos materiais, fortalecendo a ação da cooperativa, como podemos ver nas percepções dos cooperados. A figura a seguir nos mostra a quantidade enviada apenas em uma semana, demonstrando a efetiva responsabilidade do Boti Recicla para com as cooperativas e, conseqüentemente, com os cooperados. As caixas empilhadas da foto foram enviadas em apenas uma remessa, na semana em que foi registrada foram recebidas mais de 1500 caixas do programa pela Coopericla, representando grande parcela na quantidade total de materiais recolhidos. Na foto só é possível ver a primeira fileira de caixas, mas o montante entregue em apenas uma semana é consideravelmente grande, gerando um volume final que faz diferença para as operações da cooperativa.

FOTO 13: Ituiutaba, MG- Caixas recebidas na semana, 2025.



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

A percepção dos cooperados sobre a consciência dos consumidores de Ituiutaba é matizada. A maioria (13 de 21) percebeu um aumento na devolução de embalagens, citando o maior volume de materiais nas esteiras de triagem (Cooperados 10, 15, 18), a ampla divulgação na mídia (Cooperado 20), o fato de a reciclagem “ter virado moda” (Cooperado 11), maior preocupação com o tratamento do lixo (Cooperado 4) e participação crescente na coleta seletiva, inclusive com materiais já lavados (Cooperados 5, 21).

Por outro lado, oito cooperados não compartilham dessa visão positiva, apontando a falta de paciência e o desrespeito de alguns consumidores (Cooperados 1, 12), a mistura de lixo comum com reciclável (Cooperados 6, 16) e a predominância de embalagens vindas de fora de Ituiutaba, sem aumento perceptível da coleta local (Cooperados 9, 19).

Tabela 3: Ituiutaba, MG- Resumo dos benefícios da parceria e dos treinamentos desejados pelos cooperados, 2025

Parceria com O Boticário trouxe benefícios?	Nº de Cooperados que Citaram	Detalhes/Observações
Sim	21	Todos os cooperados concordam que a parceria é benéfica.
Principal Benefício da Parceria		
Aumento de materiais/caixas (renda/salário)	11	Principalmente embalagens de cosméticos, que são vendidas e contribuem para a remuneração dos cooperados.
Sustentabilidade da cooperativa	1	A parceria é crucial para a continuidade das operações da CooperCicla, evitando o fechamento.
Geração de trabalho, renda e preservação ambiental	2	A parceria não só gera recursos financeiros, mas também fortalece o propósito ambiental da cooperativa.
Dependência de bicos/outras fontes diminui	1	A parceria oferece uma fonte de material mais consistente, reduzindo a necessidade de buscar outras fontes de renda informais.
Não especificado (mas benefício sim)	6	Embora não tenham detalhado o benefício, confirmaram que a parceria é positiva.
Desejo por Treinamento/Capacitação?		
Sim	15	Indica uma abertura e desejo por aprimoramento profissional e conhecimento.
Não	6	Alguns se sentem familiarizados com as tarefas ou não veem necessidade para o tipo de trabalho que realizam.
Tipo de Treinamento mais útil (múltipla escolha)		
Logística Reversa (Boti Recicla) / Parceria	9	Demonstra interesse em entender melhor o fluxo dos materiais e a dinâmica da parceria que impacta diretamente seu sustento.
Segurança	2	Necessidade de conhecimento sobre práticas seguras, especialmente com máquinas como a prensa e no manuseio de materiais potencialmente perigosos.
Conscientização da População	2	Desejo ferramentas para educar e incentivar o descarte correto, evitando materiais impróprios e o desrespeito.
Triagem	1	Aperfeiçoamento nas técnicas de separação dos materiais.
Variação de funções / para iniciantes	1	Treinamento mais abrangente para que todos possam desempenhar diferentes tarefas e para integrar novos cooperados de forma eficaz.
Todos os tipos de treinamento	1	Indicação de que qualquer aprendizado é valioso e bem-vindo para o aprimoramento geral.

Fonte: Trabalho de campo (2025)/Org.VALENTIM, P.R., 2025.

4.5. A Importância da Coopericla e Sugestões de Melhoria

Para a maioria dos entrevistados, as sugestões de melhoria perpassam por melhorias que refletem financeiramente em suas vidas, além do reconhecimento do seu trabalho. Sem dúvidas, a reivindicação mais importante e recorrentemente citada pelos cooperados entrevistados foi a volta da cesta básica, que foi retirada pela prefeitura. Dos 21 entrevistados, 17 mencionaram o retorno da cesta básica como um componente essencial para a melhoria de vida dos cooperados. Eles enfatizam que a cesta básica "ajudava e muito" na vida deles e que a sua ausência "só piora a nossa vida" (Cooperado 9). Sem a cesta básica, os cooperados são obrigados a gastar mais com alimentação, refletindo negativamente em suas rendas, que já não é farta. A maioria dos cooperados apontam a prefeitura como a responsável pela retirada de suas cestas, alegando que "a prefeitura não quer nem saber da gente" (Cooperado 18) ou que foi retirada com a "desculpa da pandemia e até agora não devolveram nada" (Cooperado 20). Seja por qualquer motivo, a retirada é sentida por todos os cooperados.

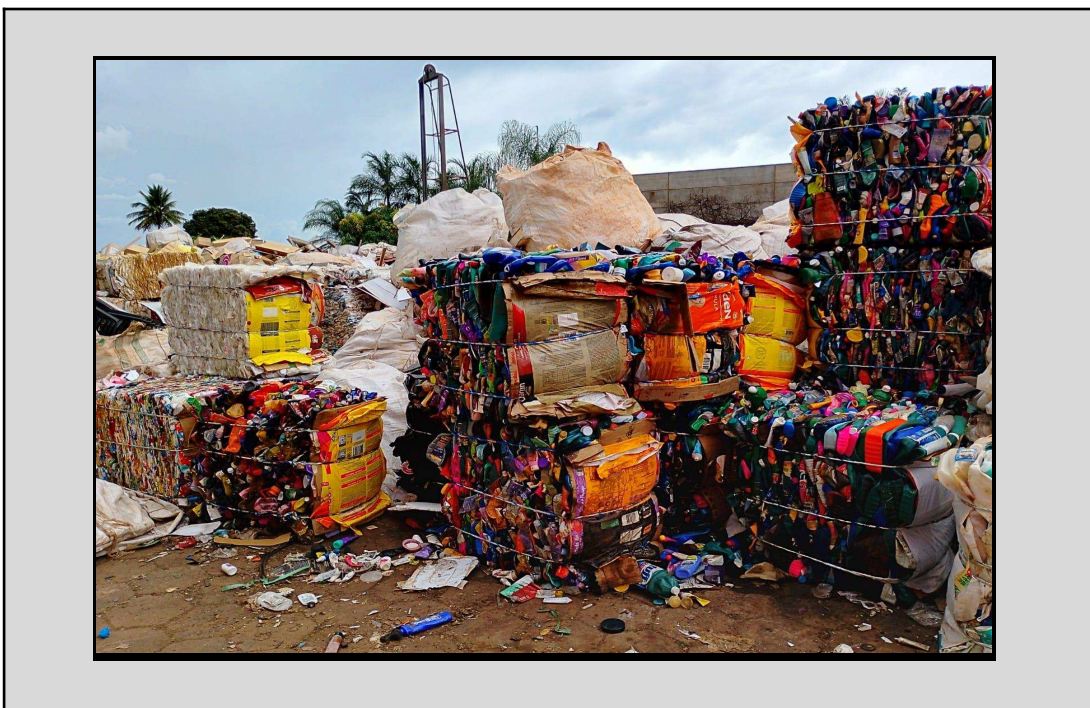
Outra sugestão que também foi bastante mencionada está no aumento dos preços dos materiais recicláveis. Oito dos cooperados entrevistados entendem que o preço dos materiais é um fator externo e difícil de controlar, mas sabem que um aumento refletiria diretamente em seus salários, melhorando significativamente suas vidas. "O que melhora a vida é dinheiro e se a gente ganhar mais também melhora", expressou um cooperado (Cooperado 11). Outras sugestões menos mencionadas sugerem mais intervenções sociais e um melhor "tratamento das pessoas com a gente" (Cooperado 1). Enquanto outro, da administração, sugere que se houvesse um maior comprometimento dos cooperados a vida deles melhoraria em função da melhoria da cooperativa, que não ficaria mais sem mão de obra (Cooperado 3). Há também sugestões de mais propagandas por parte do poder público, visando uma melhor compreensão da população em relação ao trabalho executado pela Coopericla (Cooperado 7). Um deles sugere uma maior divulgação nas redes sociais para alcançar clientes que não conhecem o programa (Cooperado 4, 5).

Em relação a capacitação, 71% dos cooperados explicitaram a vontade de receber mais treinamentos. O tipo de treinamento mais solicitado, por 9 cooperados, é sobre a Logística Reversa do Boticário e a parceria em si, demonstrando um interesse em compreender melhor a origem dos materiais e o fluxo do programa que impacta diretamente no seu sustento. Como o Cooperado 15 afirmou, "um curso sobre logística reversa seria bastante útil, a gente entenderia melhor o que estamos fazendo". Na visão de alguns

cooperados, um treinamento em segurança seria mais útil (2 cooperados), em função dos riscos de acidentes com máquinas como a prensa. Outros dois cooperados sugerem treinamento para a população sobre como descartar os materiais corretamente, e alguns expressaram interesse em treinamentos gerais para variação de funções ou para novos ingressantes cooperados.

Todos os 21 entrevistados classificaram o trabalho da Coopercicla como "Muito importante". Isso demonstra que a importância do trabalho da Coopercicla para a cidade de Ituiutaba é um ponto de consenso absoluto entre os cooperados. As razões para essa percepção são variadas, mas convergem para o papel fundamental da cooperativa na gestão de resíduos e na sustentabilidade ambiental e social da cidade de Ituiutaba. Os cooperados destacam consistentemente que o trabalho da Coopercicla evita que o aterro sanitário ultrapasse seu limite ou "desafoga" o aterro (Cooperado 2, 3, 7, 13, 16, 17, 21), contribuindo para a melhora do meio ambiente e a diminuição da poluição. Eles veem a si mesmos como responsáveis por retirar "o que seria lixo" do meio ambiente. A imagem abaixo deixa mais evidente as declarações presentes nas entrevistas anteriormente mencionadas.

FOTO 14: Ituiutaba, MG- Materiais que se tornariam lixo no aterro sanitário, 2025.



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

Apesar do seu grande impacto ambiental, a Coopercicla é, também, vista como uma fonte essencial de trabalho e renda para dezenas de pessoas (Cooperado 7, 8, 13). O cooperado 2 menciona que o trabalho da cooperativa "faz dinheiro pra gente" a partir de algo que seria descartado, transformando resíduo em remuneração. Outros compreendem que a cooperativa facilita a vida da população ao realizar a coleta seletiva e promover um destino correto para os materiais recicláveis. Um dos cooperados menciona que eles "facilitam a vida de muita gente passando de porta em porta pra pegar pra eles não terem o trabalho" de levar os materiais até os pontos de descartes.

Mesmo com a percepção unânime da importância, alguns cooperados expressam uma certa frustração com a falta de reconhecimento por parte da sociedade. Um deles lamenta que o trabalho "não tem valor para muita gente" e que "poucas pessoas sabem disso e não enxergam que faz bem para toda a população" (Cooperado 3). Mesmo com esses desafios, a convicção de que estão realizando um "bem para a cidade" (Cooperado 10, 20) e contribuindo para um futuro melhor é o combustível para esses cooperados continuarem a exercer esse valioso trabalho.

FOTO 15: Ituiutaba, MG- Cooperado na primeira triagem das caixas do Boti Recicla, 2025.



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

As entrevistas com os cooperados revelam um grupo dedicado, consciente da importância de seu trabalho para a sociedade e o meio ambiente, mas que enfrenta desafios significativos, principalmente relacionados à remuneração e ao tratamento por parte da população. A parceria com o programa Boti Recicla é valorizada como um pilar de suporte, e o desejo por mais conhecimento e melhores condições de vida é constante em suas aspirações.

Esta subseção analisa de forma integrada as perspectivas sobre o Boti Recicla e a dinâmica da reciclagem em Ituiutaba, evidenciando a importância das vozes dos agentes diretamente envolvidos para compreender desafios, dificuldades, oportunidades e sucessos do ciclo sustentável.

Para as funcionárias do Boticário, o programa apresenta benefícios duplos: incentiva a reciclagem e oferece descontos aos clientes, fortalecendo a imagem ambiental da empresa. Observam engajamento crescente, impulsionado tanto pelo incentivo financeiro quanto por uma consciência ambiental em expansão, apoiada por divulgação ativa nas lojas e redes sociais. O programa se mostra eficaz no incentivo ao descarte correto de embalagens, principalmente de vidro e plástico de perfumes e cremes, armazenadas em recipientes específicos antes do envio à reciclagem, cujo destino final muitas vezes é desconhecido pelas vendedoras.

Do lado dos cooperados da COOPERCICLA, a parceria com o Boticário garante um fluxo constante de materiais recicláveis (vidro, plásticos, PEAD e papelão), traduzindo-se em trabalho, renda e impacto ambiental positivo ao desviar resíduos dos aterros sanitários.

Apesar do otimismo das funcionárias quanto ao engajamento dos clientes, a percepção dos cooperados sobre a conscientização da população é mais matizada. Alguns percebem aumento no volume de materiais, mas muitos expressam frustração com a falta de paciência, o descarte incorreto e a presença de materiais sujos, misturados ou perigosos. Isso mostra que, embora o Boti Recicla seja bem-sucedido em seu nicho, a educação ambiental mais ampla ainda é um desafio em Ituiutaba.

O cotidiano dos cooperados e catadores informais é marcado por desafios físicos e operacionais, com desgaste físico devido ao peso dos materiais e longas horas em pé. A administração da cooperativa enfrenta pressão por prazos curtos em relatórios e projetos. A vulnerabilidade econômica é agravada pelo baixo preço dos materiais e pela retirada da cesta básica pela gestão municipal, enquanto preconceito e condições inadequadas de trabalho são

barreiras adicionais. Como ilustra a imagem abaixo, as condições não são ideais, mas refletem a realidade de uma cooperativa que transforma resíduos que seriam descartados em trabalho e renda.

FOTO 16: Ituiutaba, MG- Pátio da Coopercicla na entrada de caminhões, 2025.



Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

As necessidades/sugestões de melhoria dos cooperados e catadores informais são bem claras: o "retorno da cesta básica" é uma demanda recorrente e urgente para aliviar a situação financeira dos cooperados. O aumento nos preços dos materiais também é um anseio forte, tanto para os cooperados quanto para os informais, pois impactaria diretamente em suas rendas. Notamos também um clamor por mais "intervenções sociais" e conscientização da população sobre a importância do seu trabalho. Interessantemente, muitos demonstram grande interesse em "treinamentos sobre a logística reversa do Boticário", buscando compreender melhor o ciclo completo dos materiais e seu papel nesse processo, o que poderia fortalecer seu

senso de valor e eficiência. Treinamentos sobre "segurança" (especialmente para quem opera prensas) e "triagem" também são apontados como úteis.

Em síntese, o "Boti Recicla" exemplifica uma iniciativa de sucesso na logística reversa, com um impacto positivo percebido na marca da empresa e no fluxo constante de materiais. Contudo, a análise integrada revela a necessidade premente de abordar os desafios enfrentados pelos elos mais vulneráveis da cadeia de reciclagem em Ituiutaba. Há uma desconexão entre a conscientização direcionada pelo incentivo e a prática geral de descarte, bem como uma discrepância na distribuição dos benefícios econômicos. Fortalecer as condições de trabalho e a renda dos cooperados e catadores, aliado a campanhas de educação ambiental mais abrangentes, e iniciativas como a criação dos PEVs (Pontos de Entrega Voluntária) são passos cruciais para aprimorar a sustentabilidade e a equidade de todo o sistema de reciclagem na cidade.

A Prefeitura Municipal, através da Secretaria de Meio Ambiente e da Causa Animal, em parceria com a COOPERCICLA, implementou Pontos de Entrega Voluntária (PEVs) para estruturar a coleta seletiva em Ituiutaba. Essa iniciativa facilita o descarte correto de materiais, alinhando-se aos objetivos do programa A3P do Ministério do Meio Ambiente.

Os PEVs estão distribuídos em locais estratégicos como a Praça da Prefeitura e CRAS específicos (Ipiranga, Buritis, Brasil, Natal, Pirapitinga e Alvorada), cobrindo diversas áreas da cidade. A COOPERCICLA é responsável pela coleta dos materiais nesses pontos, integrando-os às suas rotas diárias, assim como na coleta porta a porta.

Os coletores dos PEVs são feitos de chapas 100% recicladas, provenientes de tubos de creme dental (25% alumínio e 75% PEBD). Esse processo transforma tubos vazios em material para telhas ou placas, evitando o descarte de 40 kg de plástico no meio ambiente e promovendo a logística reversa. A instalação dos PEVs, em 17 de maio, coincide com o Dia Mundial da Reciclagem, reforçando a conscientização sobre a redução, reutilização e reciclagem de resíduos para um desenvolvimento sustentável.

A tabela abaixo detalha os PEVs disponíveis em Ituiutaba, incluindo localização, área de abrangência, contato e tipos de materiais recicláveis aceitos.

Tabela 4: Ituiutaba, MG- Pontos de Entrega Voluntária (PEVs), 2025

LOCAL	ENDEREÇO	ÁREA DE ABRANGÊNCIA	TELEFONE	MATERIAIS	EMPRESA PARCEIRA
Prefeitura Municipal de Ituiutaba	Praça Cônego Ângelo, S/N.	Centro	34-3271-8100	Vidro, Plástico, Papel e Metal.	COOPER CICLA
Cras Ipiranga	R. José Jacobe Yunes, 68 - Ipiranga.	Bela Vista, Drummond, Gardênia, Ipiranga, Maria Vilela, Paranaíba, Progresso, Santo Antônio, São José, Setor Industrial Antônio Baduy, Setor Universitário e Tiradentes.	34-3262-5809	Vidro, Plástico, Papel e Metal.	COOPER CICLA
Cras Buritis	R. Aranãs - Buritis.	Residencial Buritis, Nadime Derze Jorge I e II, Portal dos Ipês, Residencial Canaã I e II, Esperança, Santa Edwiges, Novo Horizonte, Chácaras do Tijuco, Residencial Lisboa, Residencial D'na Maria e Residencial Inocência Franco.	34-3269-6609	Vidro, Plástico, Papel e Metal.	COOPER CICLA
Cras Brasil	R. Uruguai, 1468 - Brasil.	Alcides Junqueira, Boa Esperança, Camargo, Carvalho, Gilca Vilela Cancelli, Independência, Jardim do Rosário e Tupã.	34-3268-2453	Vidro, Plástico, Papel e Metal.	COOPER CICLA
Cras Natal	R. Segunda, 990 - Centro.	Elândia- Novo Tempo I, Jerônimo Mendonça, Natal, Nova Ituiutaba I, II, III E IV, Santa Maria e Setor Sul.	34-3269-4601	Vidro, Plástico, Papel e Metal.	COOPER CICLA
Cras Pirapitinga	R. Uberlândia, 535 - Pirapitinga.	Residencial Carlos Dias Leite, Cidade Jardim, Guimarães, Camilo Chaves, Jardim Copacabana, Jardim Jamila, Lagoa Azul 2, Marcondes, Marta Helena, Sol Nascente I e II, Mirim, Novo Tempo II, Pirapitinga e Primavera.	34-3268-8991	Vidro, Plástico, Papel e Metal.	COOPER CICLA
Cras Alvorada	Rua. João Querino de Moraes, 45 - Plantina	Alvorada, Distrito Industrial Manoel Alves Cancelli, Jardim Estados Unidos, Hélio, Residencial Jardim Europa I, Residencial Jardim Europa II, Lagoa Azul I, Monte Verde, Novo Mundo, Platina, Satélite Andradina e Setor Norte.	34-3268-5953	Vidro, Plástico, Papel e Metal.	COOPER CICLA

Fonte: Site da Prefeitura de Ituiutaba (2025) / **Org.** VALENTIM, P.R., 2025

4.6. Análise dos dados quantitativos

Durante esta subseção apresentaremos uma análise aprofundada dos dados quantitativos referentes ao fluxo de materiais provenientes da logística reversa do Boticário para a Coopercicla e as vendas totais de materiais recicláveis pela cooperativa. Para isso utilizamos diferentes representações gráficas com o intuito de identificar padrões, tendências e a importância de cada tipo de material dentro dessa dinâmica.

Fluxo de Caixas do Programa Boti Recicla para a Coopercicla

O programa Boti Recicla demonstrou um fluxo contínuo e expressivo de caixas de materiais recicláveis para a Coopercicla. A análise da quantidade total de caixas recebidas mensalmente, bem como sua distribuição semanal, oferece uma visão detalhada sobre a consistência e o volume de materiais que chegam à cooperativa através desta parceria.

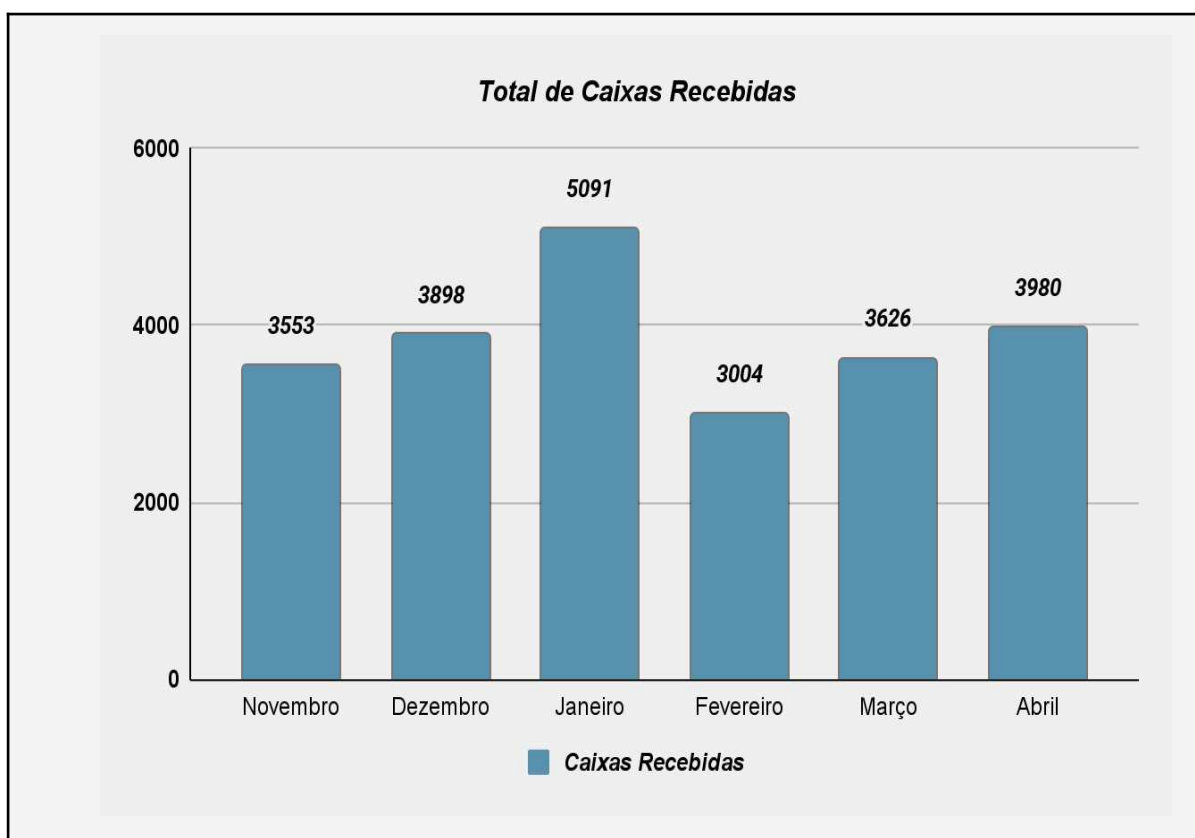
Tabela 5: Ituiutaba, MG- Quantidade de caixas recebidas semanalmente e o total mensal do Boti Recicla na Coopercicla de novembro de 2024 a abril de 2025.

Mês	Semana 01 (Caixas)	Semana 02 (Caixas)	Semana 03 (Caixas)	Semana 04 (Caixas)	Semana 05 (Caixas)	Total mensal (Caixas)
novembro/2024	987	546	1052	968	-	3553
dezembro/2024	870	1540	596	892	-	3898
janeiro/2025	1241	516	1693	1641	-	5091
fevereiro/2025	1079	833	1092	-	-	3004
março/2025	1067	590	1100	869	-	3626
abril/2025	882	580	1251	842	425	3980

Fonte: Dados fornecidos pela Coopercicla (2025)/Org. VALENTIM, P.R., 2025.

Conforme a Tabela 5, o mês de janeiro de 2025 registrou o maior volume de caixas recebidas do Boti Recicla, totalizando 5091 caixas, com um pico notável na terceira e quarta semanas. Dezembro de 2024 também se destacou, impulsionado por um volume expressivo na segunda semana. Fevereiro de 2025 apresentou o menor volume, possivelmente devido à menor quantidade de semanas com registro. A média mensal de caixas recebidas foi de aproximadamente 3858 caixas, demonstrando uma contribuição constante e significativa do programa Boti Recicla para o volume de materiais processados pela cooperativa.

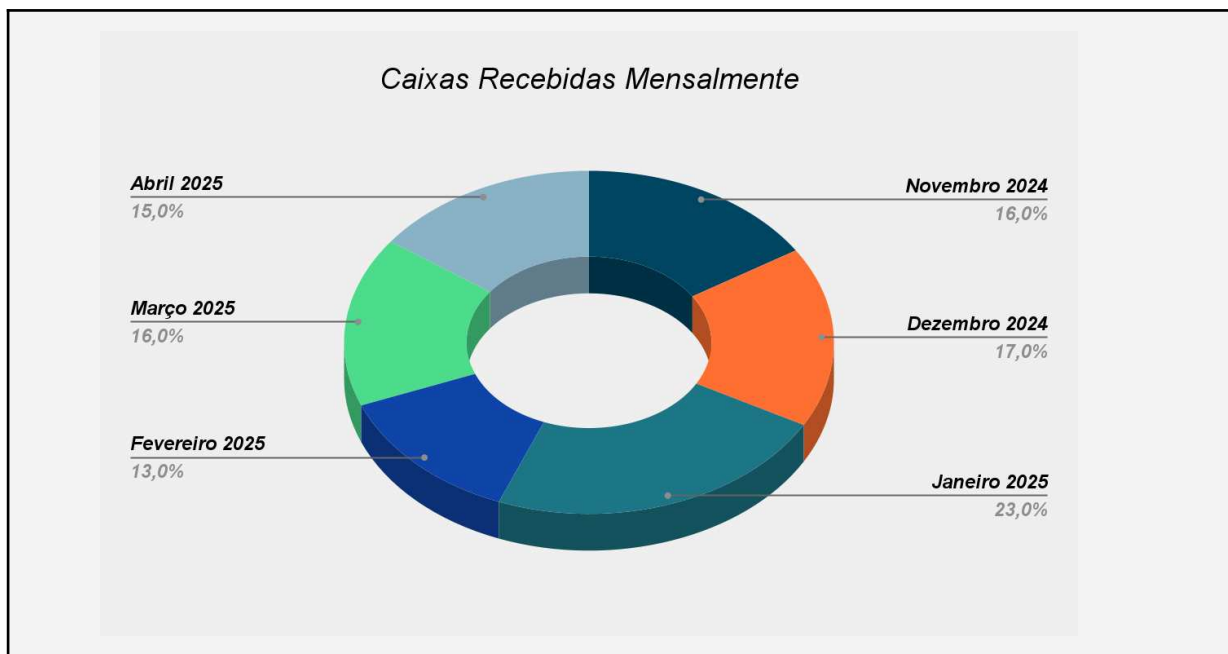
Gráfico 1:Ituiutaba, MG- Total de Caixas Recebidas do Boti Recicla por Mês, 2025.



Fonte: Dados Fornecidos pela Coopericla (2025)/**Org.** VALENTIM, P.R., 2025.

O Gráfico 1 demonstra o volume de caixas de logística reversa recebidas mensalmente pela Coopericla, mostrando o pico em janeiro de 2025, possivelmente influenciado pelas festas de final de ano e pelo alto consumo de produtos do Boticário, assim como o menor volume, em fevereiro de 2025, também pode ter sido influenciado pela queda de consumo em comparação ao mês de dezembro, onde ocorrem as festividades.

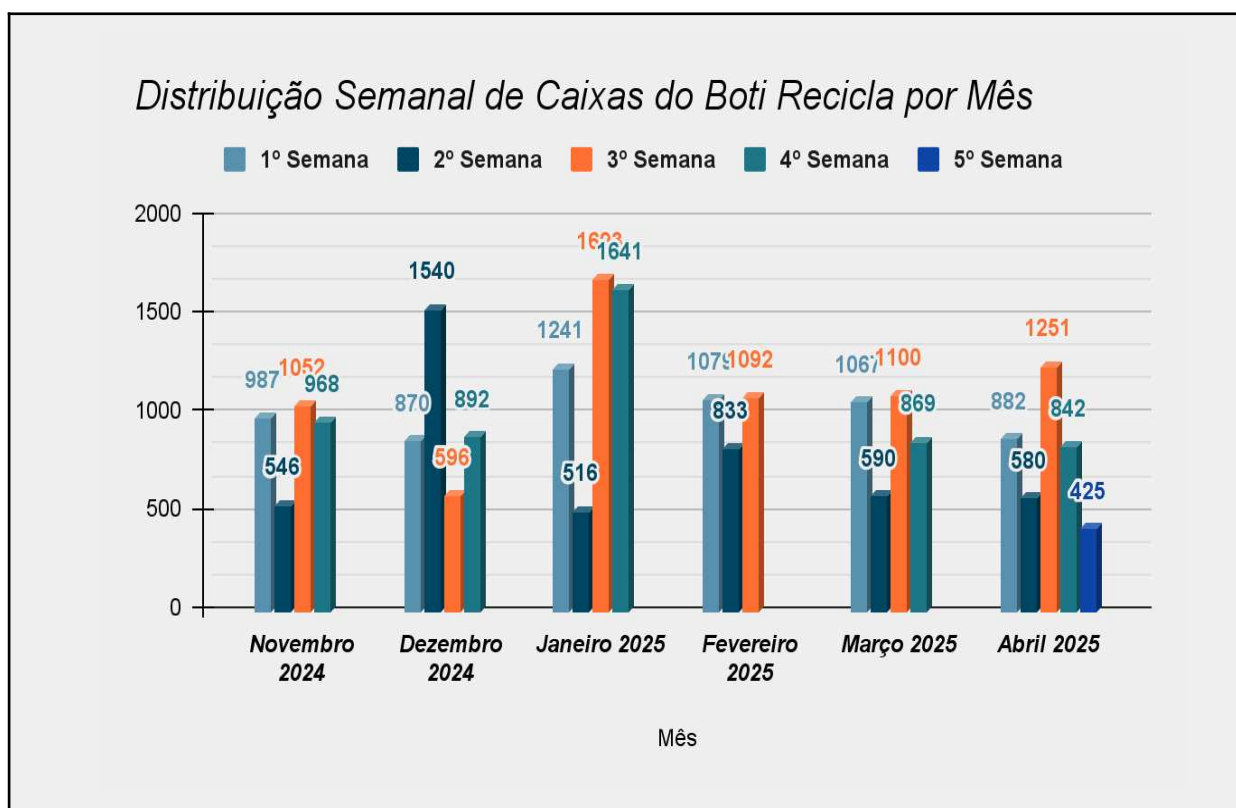
Gráfico 2:Ituiutaba, MG- Proporção de Caixas Recebidas do Boti Recicla por Mês, 2025.



Fonte: Dados Fornecidos pela Coopericla (2025)/Org.VALENTIM, P.R., 2025.

No Gráfico 2, a ilustração da distribuição percentual das caixas recebidas por mês, indicou que o mês de janeiro de 2025 foi o mês com a maior contribuição para o volume total, mais uma vez deixando claro a influência das festividades de final de ano, no qual se há a tradição de presentear. Diferente do mês de fevereiro, onde tivemos os menores percentuais, visto que também é reflexo de uma época sem a tradição de presentear. Nos meses que sucederam as festividades referentes ao período do carnaval, também houve reflexo, pois a grande geração de resíduos sólidos produzidos pela festa não influencia positivamente na entrega dos materiais nos PEVs do Boticário, não havendo uma elevação no número de caixas entregues pelo programa Boti Recicla.

Gráfico 3: Ituiutaba, MG- Distribuição semanal de caixas recebidas do Boti Recicla em cada mês analisado, 2025.



Fonte: Dados Fornecidos pela Coopercicla (2025)/org. VALENTIM, P.R., 2025.

No gráfico 3 ficou evidente que a variação semanal de distribuição de caixas do programa Boti Recicla, assim como no gráfico 2, sugere a influência de fatores externos, tal como logística ou padrões de descarte. Atipicamente, a segunda semana de dezembro demonstrou um recebimento de caixas acima das outras semanas, bem diferente da dinâmica dos outros meses. Esse fato sugere que, além dos fatores logísticos, datas comemorativas também influenciam nessa dinâmica de recebimentos das caixas com os materiais recicláveis. Somente em um mês houve a ocorrência de recebimento na quinta semana, e também apresentou o menor volume.

4.7. Vendas de Materiais Recicláveis pela Coopercicla

Responsável pela comercialização de uma diversidade de materiais recicláveis, a Coopercicla vem desempenhando um importante papel na economia circular de Ituiutaba. Os dados de vendas representam o volume total de materiais comercializados, porém não os diferencia por sua origem, o que nos impossibilita de analisar o que foi vendido advindo da

coleta seletiva e o que teve origem no programa Boti Recicla. A análise geral das vendas oferece um panorama da operação da cooperativa e dos materiais mais transacionados.

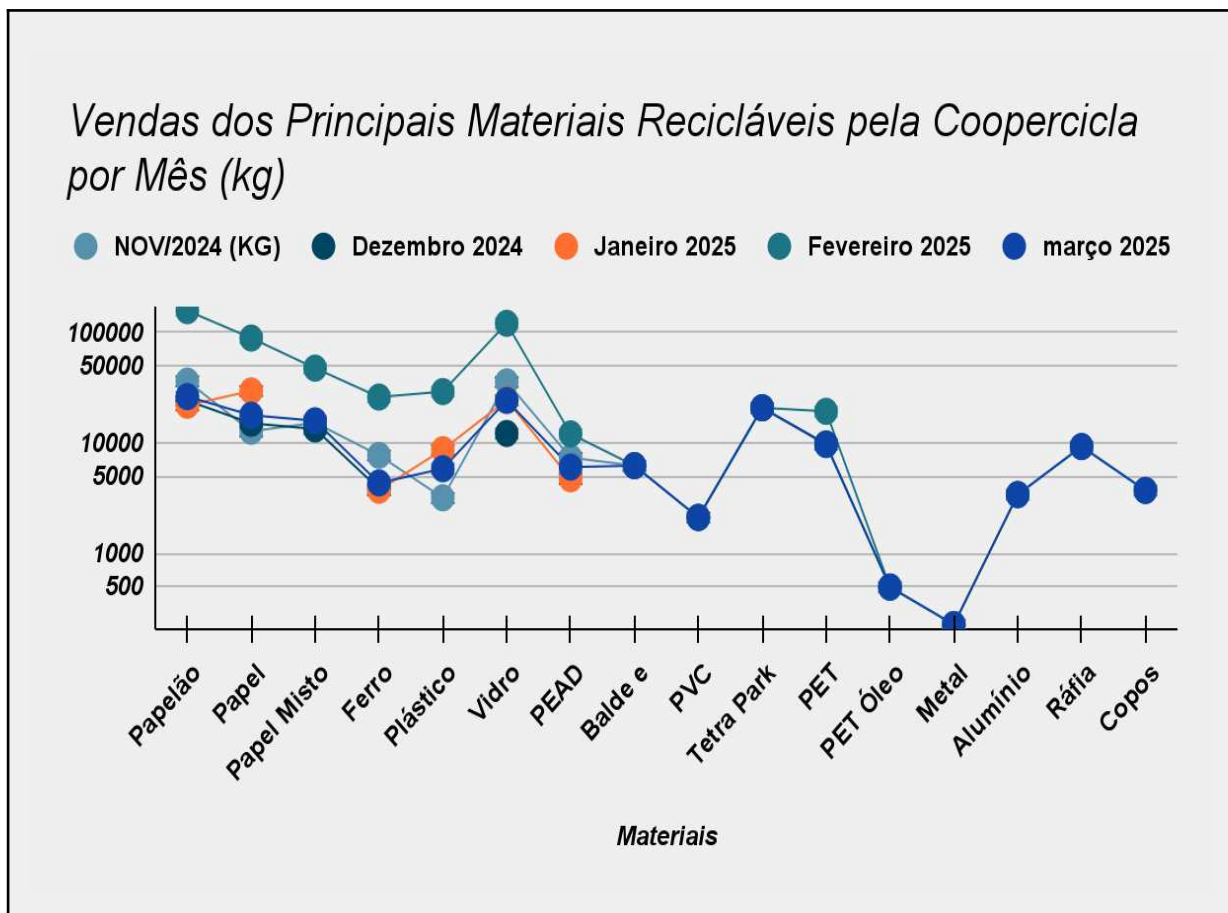
Tabela 6: Ituiutaba, MG- Volume total de cada tipo de material vendido pela Coopercicla mensalmente, de novembro de 2024 a abril de 2025, 2025.

Material	Nov/24 (Kg)	Dez/24 (Kg)	Jan/25 (Kg)	Fev/25 (Kg)	Mar/25 (Kg)	Abr/25 (Kg)	Total (Kg)	Média mensal (Kg)
Papelão	36280	24250	24160	21905.2	20080	30960	157635.2	26275.87
Papel Branco	12730	10200	15040	29580	21570	-	89120	17824
Papel Misto	15230	-	13370	-	18950	-	47550	15850
Ferro	7720	3510	3840	3720	3710	3510	26010	4335
Plástico (sacola e lona)	3180.4	4190.5	-	8687.8	5137.4	7967	29163.1	5832.62
Vidro	35720	17890	12170	24470	-	30970	121220	24244
PEAD (plástico)	7350	-	-	4720	-	-	12070	6035
Balde e Bacia (plástico)	6219.9	-	-	-	-	-	6219.9	6219.9
PVC	-	-	2110	-	-	-	2110	2110
Tetra Park	-	-	20800	-	-	-	20800	20800
PET (garrafas de plástico)	-	-	9786	-	-	9520	19306	9653
PET Óleo (garrafas de óleo)	-	-	494	-	-	-	494	494
Metal	-	-	-	225.7	-	-	225.7	225.7
Alumínio	-	-	-	3400	-	-	3400	3400
Ráfia	-	-	-	-	9260	-	9260	9260
Copos descartáveis (plástico)	-	-	-	-	-	3707.9	3707.9	3707.9

Fonte: Dados fornecidos pela Coopercicla (2025)/Org VALENTIM, P.R., 2025.

A Tabela 6 indica que o Papelão e o Vidro são os materiais mais consistentemente vendidos pela Coopercicla em termos de volume. Outros materiais como Papel Branco, Plástico (sacola e lona) e Ferro também apresentam volumes consideráveis. A presença de diversos tipos de plásticos e papéis reflete a variedade de materiais que a Coopercicla processa. A ocorrência de alguns materiais em meses específicos pode sugerir padrões sazonais ou a dependência de volumes acumulados para comercialização.

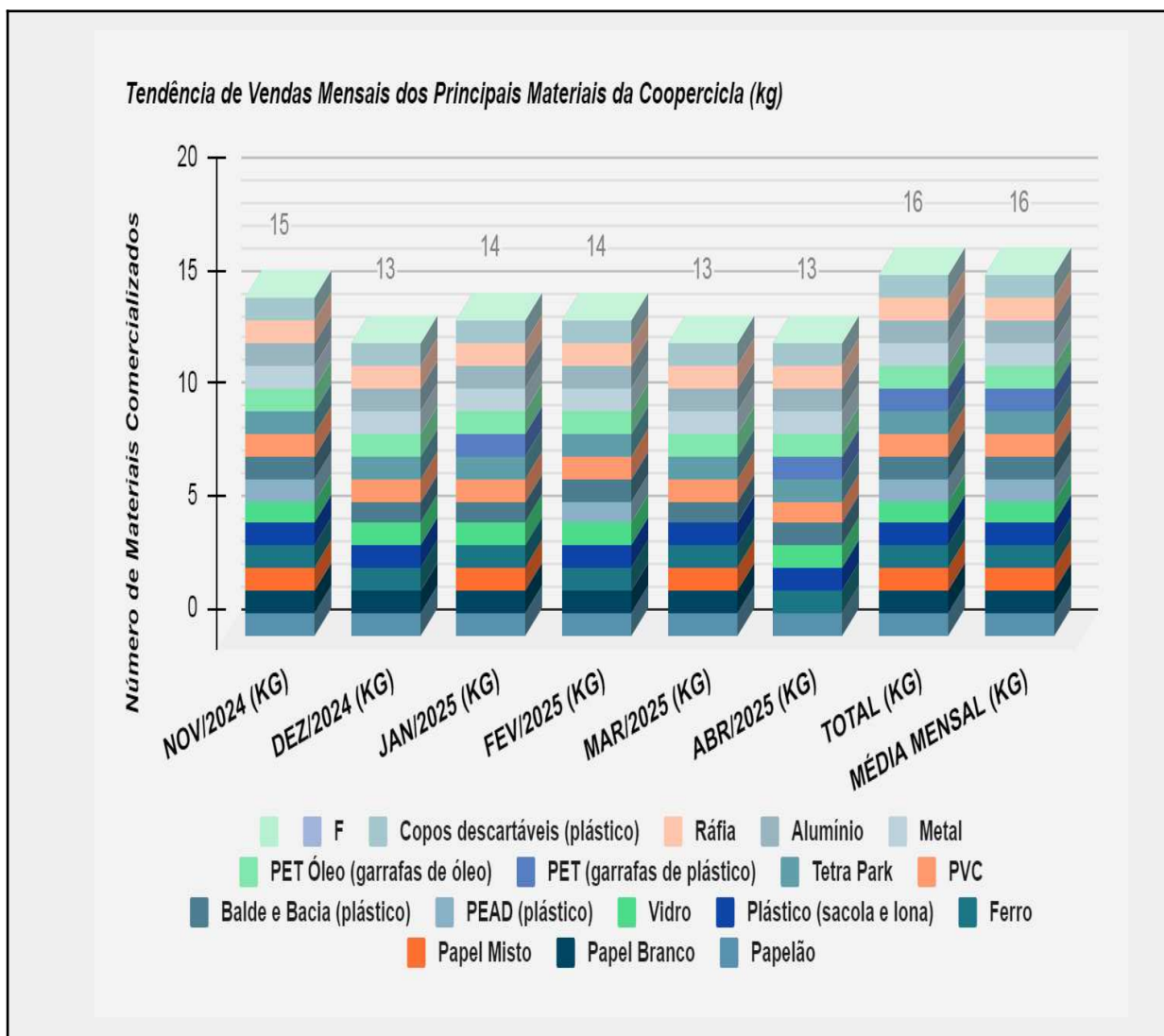
Gráfico 4: Ituiutaba, MG- Vendas dos principais Materiais recicláveis pela Coopercicla por mês analisado (kg), 2025.



Fonte: Dados fornecidos pela Coopercicla (2025)/Org. VALENTIM, P.R., 2025.

No Gráfico 4 podemos ver a demonstração das vendas mensais dos principais materiais recicláveis pela Coopercicla, o Papelão e Vidro geralmente representam os maiores volumes de comercialização mensal, porém estes materiais abundantes estão entre os materiais com menores preços de venda. Assim, o reflexo desse processo de reciclagem está, não só nas questões financeiras, mas também na quantidade de resíduos que está sendo retirado da natureza. Alguns materiais não contam com uma venda mensal, pois é necessário juntar um montante significativo para fazer a venda ou, em algumas ocasiões, ocorre a espera por um período em que o preço do material em questão esteja melhor para a comercialização.

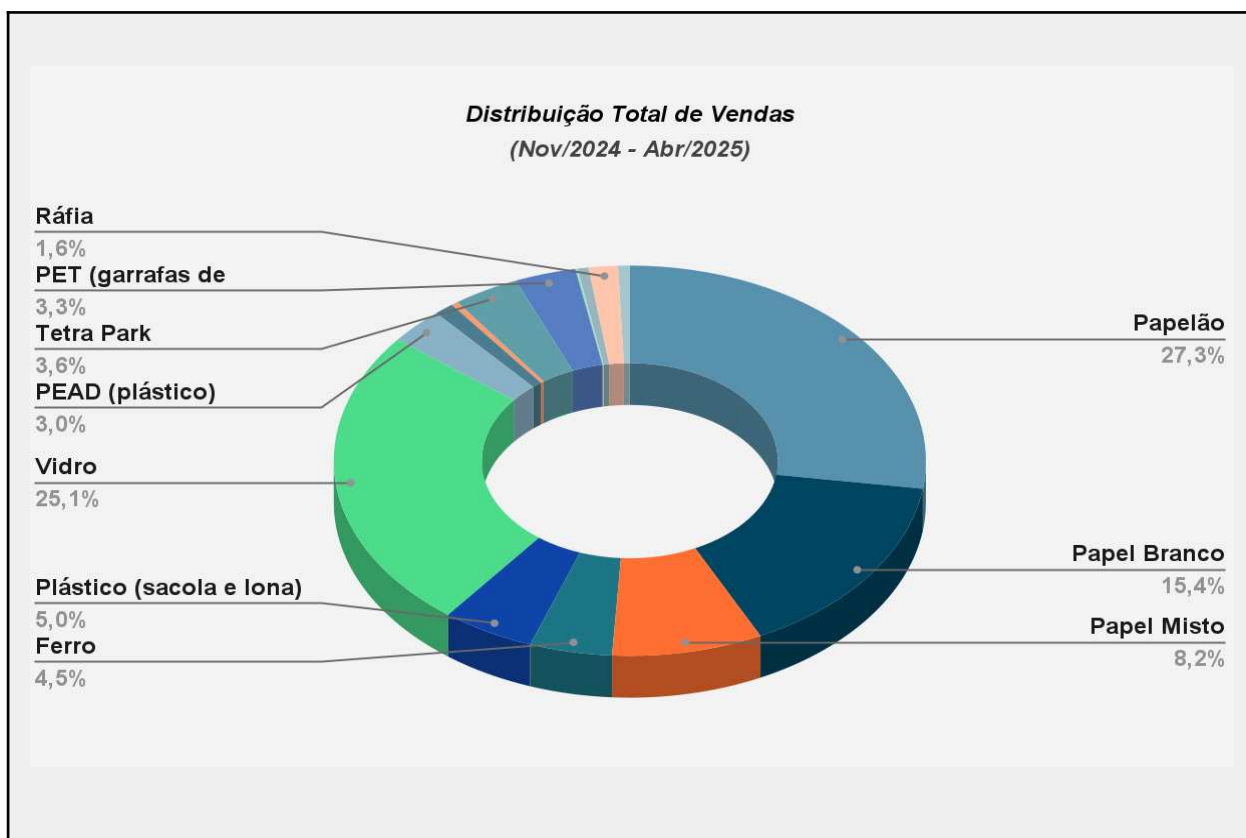
Gráfico 5: Ituiutaba, MG- Tendência de Vendas Mensais dos Principais Materiais da Coopercicla (kg), 2025.



Fonte: Dados Fornecidos pela Coopercicla (2025)/**Org.** VALENTIM, P.R., 2025.

O Gráfico acima ilustra as tendências de vendas dos materiais de maior volume, mostrando flutuações e picos que podem ser influenciados por diversos fatores, como mencionado anteriormente. O total de vendas realizadas pela cooperativa, desde novembro de 2024 até abril de 2025, foram totalizados e transformados em percentuais, como poderemos ver no gráfico posterior (abaixo).

Gráfico 6: Ituiutaba, MG- Distribuição Total de Vendas de Materiais pela Coopericla (Nov/2024 - Abr/2025), 2025.



Fonte: Dados Fornecido pela Coopericla (2025)Org. VALENTIM, P.R., 2025.

No gráfico acima é possível identificarmos os materiais com o maior percentual de vendas nos seis meses analisados. Na imagem estão somente os materiais que atingiram um percentual maior que 1%, por isso, alguns materiais como: balde e bacia 1%, PET (óleo) 0,1%, PVC 0,4%, metal 0,01%, alumínio 0,6% e copos descartáveis, também com 0,6% de toda a comercialização. Analisando os materiais mais vendidos, a importância da parceria fica mais do que explícita, pois os materiais mais vendidos, não por coincidência, são os mesmos que vem nas caixas do Boti Recicla. Três dos quatro materiais mais vendidos são presença constante nas caixas. Além da própria caixa que é de papelão, materiais como vidro e papel misto (revistas dos catálogos de venda) estão entre os mais vendidos. A partir desta distribuição fica clara a importância dessa parceria e desses materiais para a operação da cooperativa. No total, a Coopericla comercializou 577.522,8 kg, ou seja, foram retirados do aterro sanitário mais de 577,5 toneladas que se tornariam lixo na natureza, e reinseridos na cadeia produtiva.

4.8. Análise dos impactos e potencial da logística Reversa

A parceria entre a Coopercicla e o programa Boti Recicla em Ituiutaba, é reconhecida por sua colaboração entre o setor empresarial e cooperativas de reciclagem, gerando múltiplos benefícios para ambas as partes. Nesta iniciativa podemos enxergar a otimização da gestão de resíduos e o desenvolvimento social da comunidade, demonstrando impactos socioambientais de grande relevância, explicitados pelos dados quantitativos. A contribuição do Boti Recicla, com cerca de 3.858 caixas de resíduos mensais, é crucial para a mitigação ambiental e o desenvolvimento social.

Essa iniciativa gera impactos ambientais e sociais que estão diretamente ligados. Na parte ambiental, promove uma significativa redução do volume de resíduos em aterros sanitários, um dos principais desafios da gestão de resíduos urbanos. Ao desviar materiais recicláveis, o programa não apenas prolonga a vida útil dos aterros, mas também minimiza a formação de chorume (líquido poluente que pode contaminar o solo e a água) e a emissão de gases de efeito estufa, como o metano, gerado pela decomposição anaeróbica da matéria orgânica. Assim a reciclagem contribui substancialmente para a conservação de recursos naturais. Um grande exemplo é o papel reciclado, que reduz a necessidade de corte de árvores, o vidro reciclado economiza areia e energia na fusão, e o plástico e o alumínio reciclados diminuem a dependência de combustíveis fósseis e mineração intensiva. Cada tonelada de papel reciclado, por exemplo, pode salvar até 17 árvores e economizar uma quantidade considerável de água e energia. A otimização do uso de energia e água nos processos produtivos secundários, em comparação com a produção primária de bens, é um benefício ambiental direto.

Embora não haja dados específicos de emissões de gases de efeito estufa diretamente associados à parceria, a reciclagem, por consumir significativamente menos energia e gerar menos poluentes que a produção a partir de matérias-primas virgens, contribui indiretamente, mas de forma robusta, para a redução da poluição atmosférica e a mitigação das mudanças climáticas. Ao assegurar o retorno das embalagens pós-consumo à cadeia produtiva, a logística reversa do Boticário fomenta ativamente a economia circular em Ituiutaba, transformando resíduo em recurso valioso e minimizando o desperdício, alinhando-se aos princípios de um sistema regenerativo e restaurador.

Assim como os impactos ambientais vistos agora, os sociais também são relevantes para essa dinâmica. Com a atuação da Coopercicla, apoiada por programas como o Boti Recicla, gerando renda e sustento, pautada na comercialização de materiais recicláveis, sendo a principal, ou até mesmo a única fonte de renda para muitos cooperados, a cooperativa se mostra uma luz no fim do túnel. A entrada constante de materiais do Boti Recicla contribui para a estabilidade e previsibilidade dos rendimentos, permitindo um planejamento financeiro mais seguro e melhorando a qualidade de vida e a segurança financeira das famílias envolvidas. É importante ressaltar que, devido à forma de comercialização dos materiais pela Coopercicla, não é possível quantificar separadamente a venda de cada tipo de material advindo exclusivamente das caixas do Boticário. Contudo, os materiais contidos nessas caixas – como papel branco, papel misto, vidro, PEAD, sacolas, embalagens de desodorante de alumínio e o próprio papelão das caixas – estão entre os mais vendidos pela cooperativa, representando um volume significativo e fortalecendo diretamente sua operação e receita. As cooperativas de reciclagem são mecanismos importantes de inclusão social e formalização do trabalho, oferecendo trabalho digno a catadores que frequentemente atuam na informalidade. Essa formalização confere-lhes direitos trabalhistas, acesso à previdência social e reconhecimento profissional, elementos essenciais para a cidadania e a dignidade.

A estrutura cooperativista tende a proporcionar um ambiente de trabalho mais seguro, organizado e com acesso a equipamentos de proteção individual (EPIs), como luvas e máscaras, além de potenciais benefícios sociais, melhorando as condições de trabalho e o bem-estar geral dos cooperados, em contraste com os riscos da coleta informal. Finalmente, a cooperativa funciona como um pólo de organização e empoderamento comunitário, promovendo a colaboração, o aprendizado mútuo e um forte senso de pertencimento. É nessa dinâmica que se fortalece a capacidade de articulação social do grupo, permitindo que os cooperados busquem melhores condições, defendam seus direitos e participem ativamente das decisões que afetam suas vidas e a gestão da cooperativa. A integração desses aspectos ambientais e sociais demonstra como a logística reversa, quando bem implementada e com parcerias estratégicas, pode ser um motor para o desenvolvimento sustentável.

Representando um potencial muito grande de impulsão da sustentabilidade econômica e ambiental na cidade, a logística reversa apresentada na parceria entre Boticário e Coopercicla exemplifica o poder que essas parcerias podem alcançar. Porém, para que isso

seja viável é necessário que haja a implementação de políticas de incentivos que estejam em consonância com a PNRS e, além disso, sejam bem coordenadas.

Para a logística reversa alcançar seu potencial máximo, a atuação conjunta e coordenada de incentivos governamentais e empresariais é primordial. Do lado do poder público, é crucial criar um ambiente regulatório favorável com legislação clara, fiscalização efetiva (como a PNRS), e metas bem definidas, além de oferecer incentivos fiscais (redução de ICMS, IPI, ISS) para empresas e cooperativas. O investimento em infraestrutura pública de coleta seletiva, com mais Pontos de Entrega Voluntária (PEVs) e rotas eficientes, e o apoio técnico às cooperativas são fundamentais. Campanhas contínuas de educação ambiental são essenciais para engajar a população. Por outro lado, o setor empresarial deve ir além do cumprimento legal, ampliando e otimizando seus programas de logística reversa com pontos de coleta acessíveis e programas de fidelidade. Investir em inovação, como embalagens mais recicláveis e uso de materiais reciclados, e fortalecer parcerias com cooperativas garante a destinação correta e a valorização justa dos resíduos.

Alguns dos mecanismos que podem ajudar a impulsionar a logística reversa são os Créditos de Logística Reversa, ou Certificados de Reciclagem, instrumentos financeiros que comprovam a reciclagem de materiais pós-consumo, criando um mercado para resíduos e permitindo que empresas cumpram metas. Assim como os Sistemas de Caução e Retorno (SCRs), comuns na Europa e em partes do Brasil para embalagens de bebidas, adicionam um valor reembolsável ao preço do produto, incentivando fortemente a devolução e garantindo a qualidade do material. Além do poder público, instituições financeiras podem oferecer subsídios e financiamentos específicos, como linhas de crédito subsidiadas para cooperativas e indústrias de reciclagem investirem em infraestrutura e tecnologia. Os programas de Responsabilidade Estendida do Produtor (REP) podem ser aprimorados com metas mais ambiciosas e penalidades rigorosas, forçando empresas a internalizar custos do ciclo de vida do produto, bem como os Incentivos ao Consumidor, gerando programas de pontos ou gamificação que podem dar maior visibilidade para a reciclagem, além de tornar mais recompensador e até mesmo, mais divertido.

Mesmo que tenhamos potencial, a expansão da logística reversa no Brasil e em Ituiutaba enfrenta desafios, mas também apresenta oportunidades. Os desafios incluem o baixo engajamento e conscientização da população, a infraestrutura inadequada de coleta seletiva e a acessibilidade limitada de PEVs e rotas ineficientes. A flutuação e volatilidade do

mercado de recicláveis impactam a rentabilidade das cooperativas, enquanto a qualidade e contaminação dos materiais, devido à separação inadequada, reduzem o valor e dificultam a reciclagem. A burocracia e complexidade regulatória, juntamente com a falta de articulação entre os múltiplos atores da cadeia, também representam barreiras significativas. Porém, há oportunidades promissoras. A crescente conscientização ambiental e a demanda dos consumidores por produtos sustentáveis podem impulsionar o investimento empresarial e o engajamento popular. Avanços tecnológicos na reciclagem permitem o processamento de uma gama mais ampla de materiais, aumentando a eficiência e o valor dos recuperados.

O desenvolvimento de novos modelos de negócio na economia circular, incluindo plataformas digitais e startups inovadoras, abre novas frentes. A expansão da logística reversa também tem um enorme potencial para geração de emprego e renda, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico. Incentivos governamentais e marcos regulatórios favoráveis, como a PNRS e a discussão sobre Créditos de Logística Reversa, podem fortalecer o arcabouço legal e financeiro. Portanto, o fortalecimento de parcerias público-privadas, como a Boti Recicla-Coopercicla, pode criar um ecossistema robusto para a gestão de resíduos e a promoção da economia circular.

Nos resultados quantitativos da parceria Boti Recicla-Coopercicla em Ituiutaba houve um reforço na importância da logística reversa, princípio fundamental da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), que estabelece a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos. A iniciativa do Boticário, ao coletar e destinar suas embalagens pós-consumo, demonstra alinhamento direto com os objetivos da PNRS de promover a gestão integrada e o gerenciamento ambientalmente adequado dos resíduos sólidos. Isso corrobora a literatura que aponta a Responsabilidade Estendida do Produtor (REP) como um pilar para a sustentabilidade, onde as empresas assumem a corresponsabilidade pela gestão de seus produtos após o consumo, conforme preconizado por autores como Leite (2017) em suas análises sobre a aplicação da PNRS no contexto brasileiro.

As caixas advindas do Boti Recicla e o volume de vendas da cooperativa ilustram o alinhamento com a economia circular, transformando resíduos em insumos valiosos e gerando valor econômico e social. Este modelo é central para a transição de uma economia linear para uma circular, conforme defendido por Braungart & McDonough (2009) em "Cradle to Cradle", que propõem um design de produtos e sistemas que eliminem o conceito de lixo. Modelos de parceria entre grandes empresas e cooperativas de catadores são amplamente

reconhecidos na literatura acadêmica como eficientes para a gestão sustentável de resíduos e a inclusão de grupos sociais vulneráveis. Estudos como os de Moraes & Rodrigues (2018) e Silva & Costa (2020) enfatizam que o apoio institucional a cooperativas é crucial para a eficiência da coleta e triagem, dignidade e melhoria das condições de vida dos catadores. A constatação de que materiais como papel, vidro, PEAD e alumínio, provenientes das caixas do Boticário, estão entre os mais vendidos pela Coopercicla, demonstra a efetividade da valorização de resíduos, um conceito chave na logística reversa que busca maximizar o valor econômico dos materiais descartados, reduzindo o desperdício e fortalecendo a cadeia de reciclagem. Os dados de volume sugerem que a Coopercicla se beneficia desse fluxo constante, resultando em maior capacidade operacional, ganhos de escala e melhores condições de trabalho e remuneração para seus cooperados, um reflexo direto do impacto socioeconômico positivo das parcerias bem-sucedidas.

A variação nos volumes de caixas recebidas e materiais vendidos, conforme os gráficos 2.1 a 2.6, reflete dinâmicas de mercado e engajamento inerentes aos sistemas de logística reversa. A literatura especializada aponta que fatores como sazonalidade de consumo, nível de conscientização pública e eficiência da infraestrutura de coleta influenciam diretamente esses volumes, corroborando a complexidade da gestão de fluxos de materiais pós-consumo. A discussão sobre a necessidade de maiores incentivos governamentais e empresariais, na Seção 3.2, está em consonância com a teoria da gestão de resíduos e da economia ambiental, que defende a intervenção estatal e a responsabilidade corporativa para superar falhas de mercado e consolidar a economia circular.

Mecanismos como os Créditos de Logística Reversa exemplificam instrumentos econômicos que internalizam custos ambientais e sociais, incentivando a participação de todos na busca por soluções sustentáveis, conforme discutido por autores como Porter & Van der Linde (1995) sobre a relação entre regulamentação ambiental e inovação. A análise é complementada pelos dados qualitativos obtidos a partir das percepções de cooperados e funcionárias do Boticário, que validam e aprofundam as inferências sobre os impactos sociais, os desafios práticos enfrentados e as oportunidades percebidas, oferecendo uma visão mais completa e contextualizada que integra a experiência vivida com os dados objetivos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou analisar a dinâmica da logística reversa de embalagens pós-consumo do Boticário em Ituiutaba (MG), por meio da parceria com a Coopercicla. A investigação, de natureza quali-quantitativa, articulou as percepções de diferentes agentes — catadores informais, consumidores, funcionárias da empresa e cooperados — permitindo uma leitura ampla sobre os desafios, potencialidades e impactos socioambientais dessa prática no município.

Os resultados revelaram que os catadores informais, embora exerçam papel essencial na reciclagem, permanecem em condições de alta vulnerabilidade: enfrentam precariedade no trabalho, ausência de equipamentos de proteção, baixos rendimentos e forte estigma social. Ainda assim, demonstram consciência ambiental e reconhecem a relevância de sua atuação. A ausência de integração com a Coopercicla limita tanto suas possibilidades de renda quanto a ampliação do volume de materiais destinados à cooperativa.

Já os consumidores do Boticário demonstraram percepções positivas em relação ao programa Boti Recicla, motivados por uma combinação de preocupação ambiental e benefícios econômicos. A adesão reforça a lealdade à marca, mas aponta para a necessidade de ampliar a divulgação em mídias externas às lojas, alcançando públicos mais amplos. As funcionárias da empresa mostraram-se elos fundamentais na comunicação e operação do programa, contribuindo para seu fortalecimento.

No âmbito da Coopercicla, a parceria com o Boticário representa um pilar importante para a sustentabilidade financeira da cooperativa, garantindo fluxo contínuo de materiais recicláveis e geração de renda às famílias envolvidas. Apesar disso, os cooperados também enfrentam dificuldades relacionadas ao desgaste físico, volatilidade dos preços de mercado e preconceito social. A descontinuidade de benefícios como a cesta básica e a carência de melhores condições de trabalho reforçam a necessidade de apoio institucional.

De forma geral, a parceria analisada demonstra impactos ambientais relevantes, como a redução do volume de resíduos destinados ao aterro sanitário e a contribuição para a economia circular. No aspecto social, fortalece a inclusão produtiva, mas ainda carece de políticas públicas mais efetivas, infraestrutura de coleta seletiva e campanhas educativas permanentes. A experiência evidencia a importância de um alinhamento entre poder público, empresas e cooperativas para que a logística reversa avance no país.

A análise crítica indica que, embora iniciativas como o Boti Recicla sejam bem-sucedidas, permanecem desafios estruturais: baixa adesão da população em geral, instabilidade no mercado de recicláveis, falta de apoio governamental e carência de incentivos econômicos mais sólidos. Ao mesmo tempo, abre-se um campo fértil de oportunidades com o crescimento da consciência ambiental, a inovação tecnológica e o potencial de geração de emprego e renda por meio da economia circular.

Como desdobramento, este trabalho indica a necessidade de aprofundar investigações em diferentes frentes, como a análise econômica da precificação dos materiais recicláveis, o impacto da formalização na vida dos catadores informais, a eficácia das campanhas de educação ambiental e a comparação com outros modelos de logística reversa implantados em diferentes contextos.

Por fim, destaco que, a experiência adquirida tanto na graduação, mas sobretudo, nas atividades em campo para a elaboração dessa pesquisa não se encerra aqui. Pelo contrário, serve de base para a continuidade da pesquisa em nível de pós-graduação. Pretendo aprofundar essa discussão no mestrado em Geografia, ampliando o olhar crítico sobre as interações entre sustentabilidade, políticas públicas e territorialidades da reciclagem em Ituiutaba e no Brasil.

6. REFERÊNCIAS

- ABREU, M. C. S.; NAGANO, M. S. Logística Reversa de Embalagens Pós-Consumo: Estudo de Caso sobre uma Indústria Potiguar. **Revista de Administração e Negócios do Amazonas**, v. 2, n. 1, p. 1-15, 2022.
- BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
- BRASIL. Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 3 ago. 2010.
- GUARNIERI, P. Logística Reversa: em busca do equilíbrio econômico e ambiental. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 25, n. 71, p. 13-28, 2011.
- ITUIUTABA. Lei nº 1.362, de 10 de dezembro de 1970. Institui o Plano Diretor Físico do Município de Ituiutaba, suas normas ordenadoras e disciplinadoras e dá outras providências. Ituiutaba, MG, 10 dez. 1970.
- ITUIUTABA. Lei Complementar nº 153, de 13 de julho de 2018. Institui a Revisão do Plano Diretor Integrado do Município de Ituiutaba e dá outras providências. Ituiutaba, MG, 13 jul. 2018.
- JESUS, F. S. M. de; BARBIERI, J. C. Atuação de cooperativas de catadores de materiais recicláveis na logística reversa empresarial por meio de comercialização direta. **RGSA - Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 7, n. 3, p. 89-113, 2013.
- LEITE, P. R. **Logística Reversa**: Meio Ambiente e Competitividade. São Paulo: Prentice Hall, 2009.
- LOGÍSTICA REVERSA DO BOTICÁRIO. [S. l.: s. n.], 2022.
- OJIMA, M. L. F. **Resíduos Sólidos e a Economia Circular no Brasil**: A Logística Reversa de Embalagens e os Desafios de sua Aplicação. 2023. Dissertação (Mestrado em Gestão Ambiental e Sustentabilidade) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2023.
- PREFEITURA DE ITUIUTABA. Texto sobre a destinação de resíduos sólidos, publicado no site da Prefeitura de Ituiutaba. [S. l.: s. n.], [s.d.] 2025.
- PREFEITURA DE ITUIUTABA. Prefeitura Sustentável: texto do site sobre ações municipais. [S. l.: s. n.], [s.d.] 2025.
- PRESIDENTE DA COOPERCICLA. Entrevista com o presidente da cooperativa. [S. l.: s. n.], 2025.

SANTOS, J. G. A logística reversa como ferramenta para a sustentabilidade: um estudo sobre a importância das cooperativas de reciclagem na gestão dos resíduos sólidos urbanos. **Revista Reuna**, v. 17, n. 2, p. 81-96, 2012.

SOARES NETO, A. G. [Diretor do Departamento de Controle Ambiental e Fiscalização]. **In: PREFEITURA DE ITUIUTABA. Prefeitura Sustentável: texto do site sobre ações municipais.** [S. l.: s. n.], 2024.

SOUSA, D.; OLIVEIRA, G.; MENDONÇA, H.; CRUZ, P. Logística reversa e sustentabilidade. **Revista Inovação, Projetos e Tecnologia**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 129-136, 2016.

SOUZA, M. T. S.; PAULA, M. B.; SOUZA-PINTO, H. O papel das cooperativas de reciclagem nos canais reversos pós-consumo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 52, n. 2, p. 246-262, 2012.

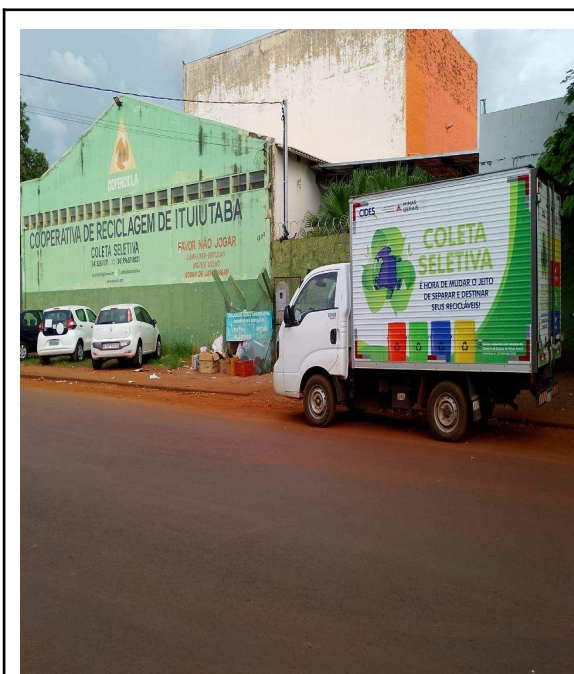
VALENTIM, Paulo. Entrevistas com Consumidores do Boticário (Programa Boti Recicla) em Ituiutaba. Ituiutaba, MG, Brasil, maio. 2025. Dados primários não publicados.

VALENTIM, Paulo. Entrevistas com Cooperados da COOPERCICLA sobre Logística Reversa e Reciclagem em Ituiutaba. Ituiutaba, MG, Brasil, jun. 2025. Dados primários não publicados.

VALENTIM, Paulo. Entrevistas com Funcionárias do Boticário sobre o Programa Boti Recicla em Ituiutaba. Ituiutaba, MG, Brasil, maio. 2025. Dados primários não publicados.

APÊNDICE - A -
FOTOS DAS ATIVIDADES DA COOPERATIVA.

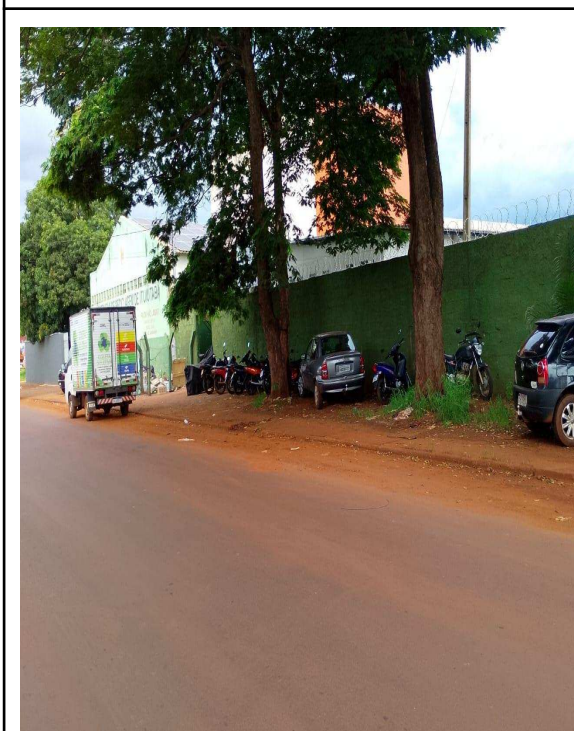
Figuras 1, 2 ,3 e 4: Imagens das entradas da cooperativa.



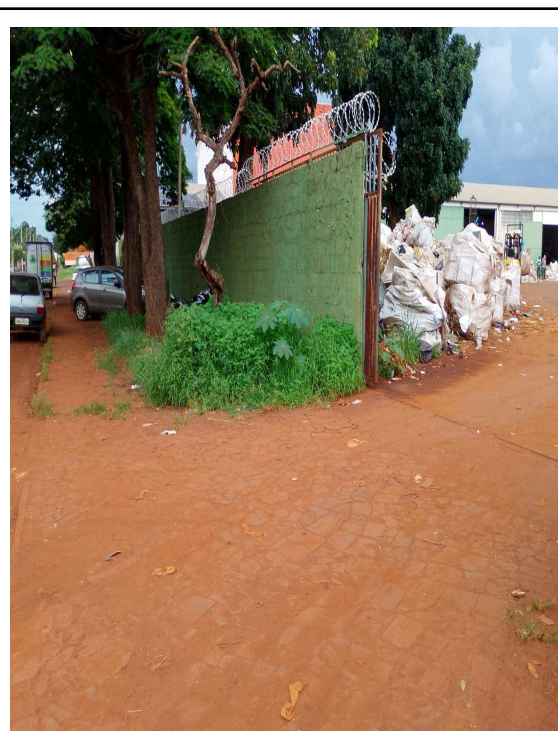
Fachada da cooperativa.



Entrada principal para os cooperados.



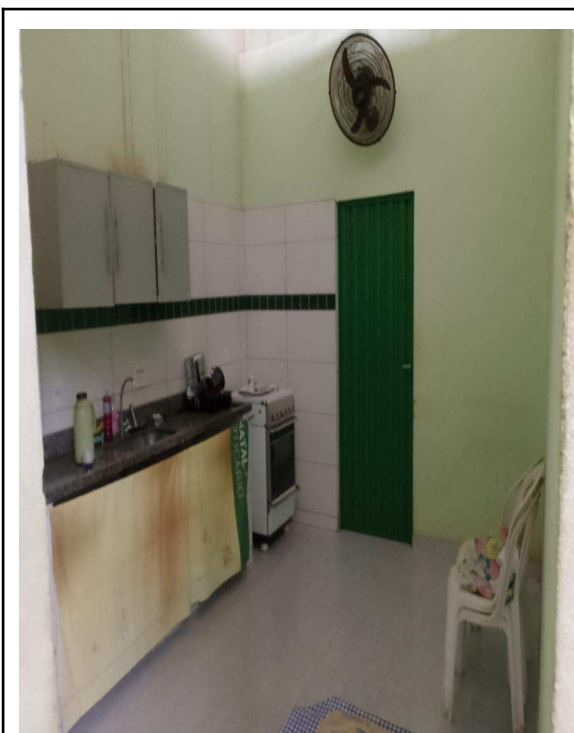
Estacionamento para os cooperados.



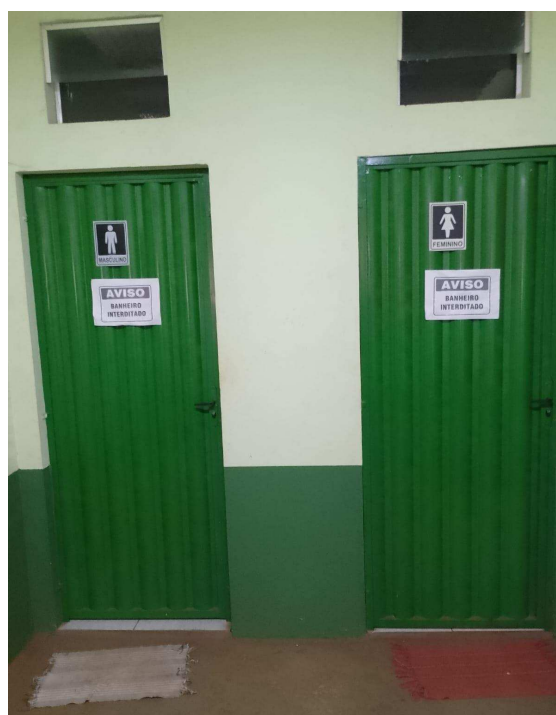
Entrada principal para carregamento e descarregamento de materiais.

Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

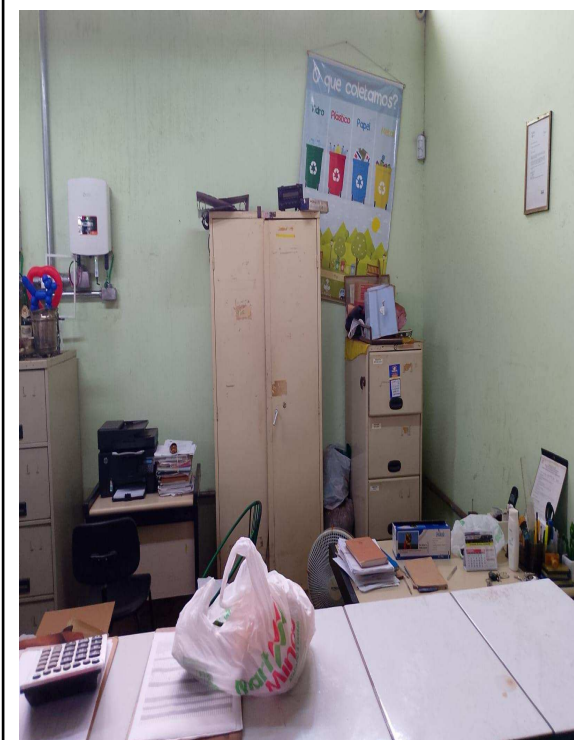
Figuras 4, 5, 6, 7 e 8: Imagens da estrutura interna da cooperativa.



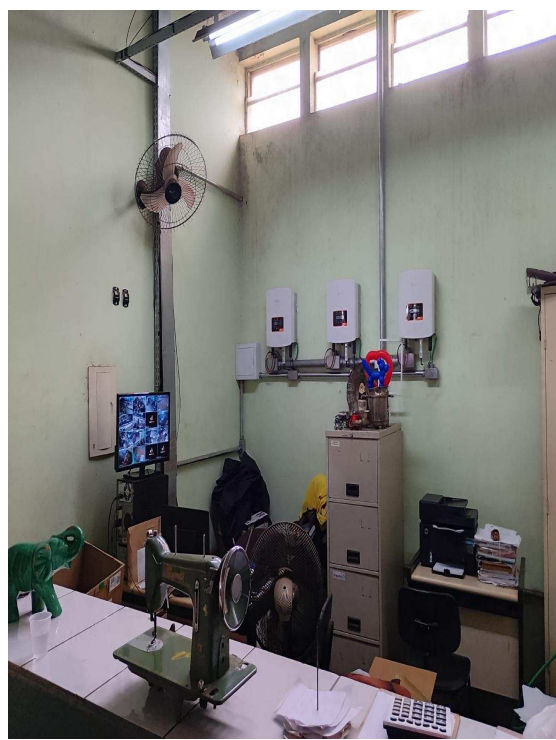
Copa da cooperativa.



Sanitários internos.

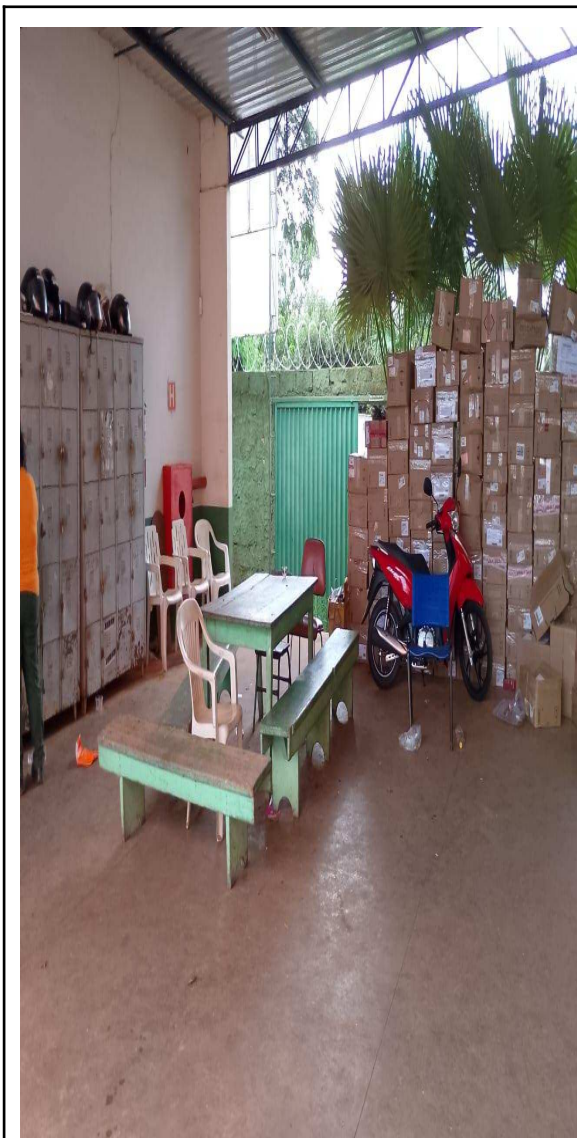


Escritório da direção.



Recepção da cooperativa.

Figuras 9 e 10: Imagens do refeitório e armários.



Refeitório para tomar café da manhã/tarde.



Cozinha da cooperativa.

Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

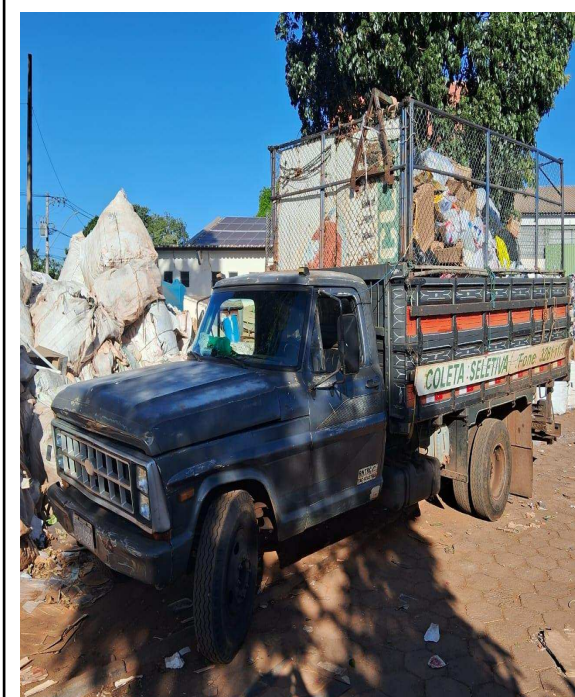
Figuras 11, 12, 13 e 14: Caminhões descarregando a coleta seletiva, assim como o do Boti Recicla.



Caminhão do Boti Recicla.



Caminhão da coleta seletiva 1



Caminhão da coleta seletiva 2



Caminhão da coleta seletiva 3 (baú).

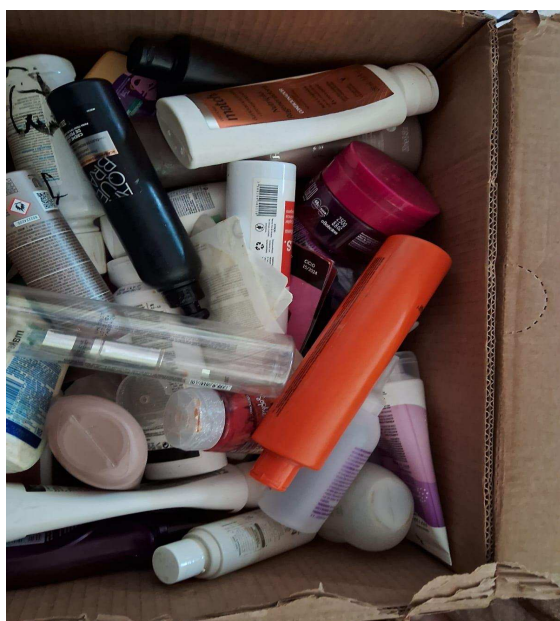
Figuras 15, 16, 17 e 18: Imagens das caixas advindas do Boti Recicla em uma semana.
(aberta e fechada)



Caixas recebidas na semana.



Modelo de caixa advinda do Boti Recicla.

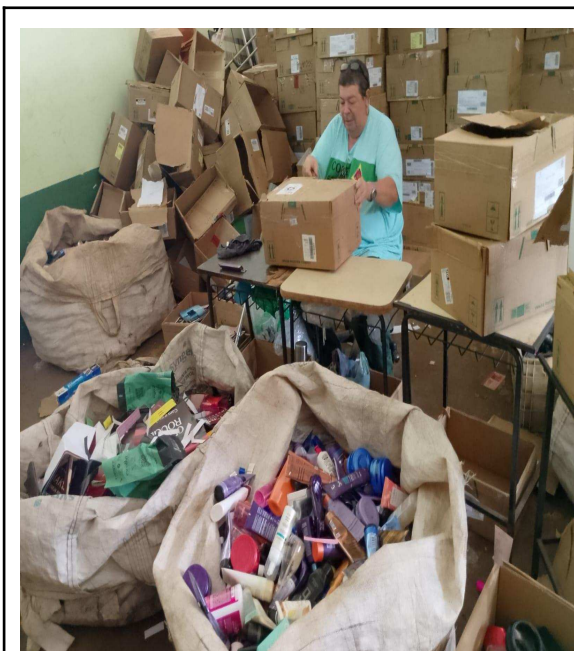


Caixa do programa aberta.

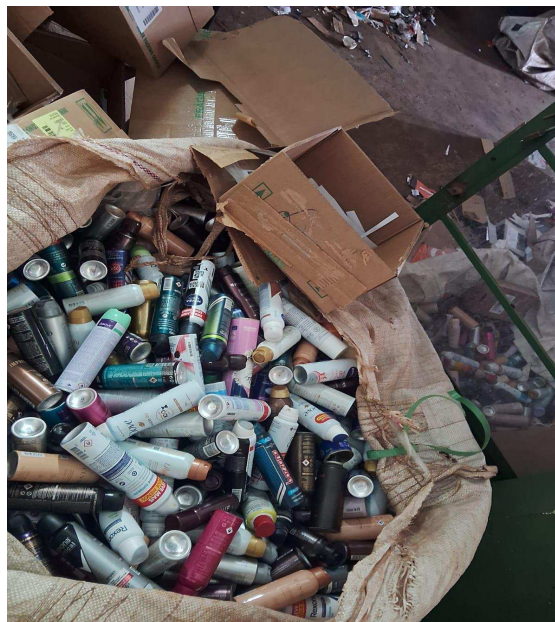


Caixas recebidas do programa.

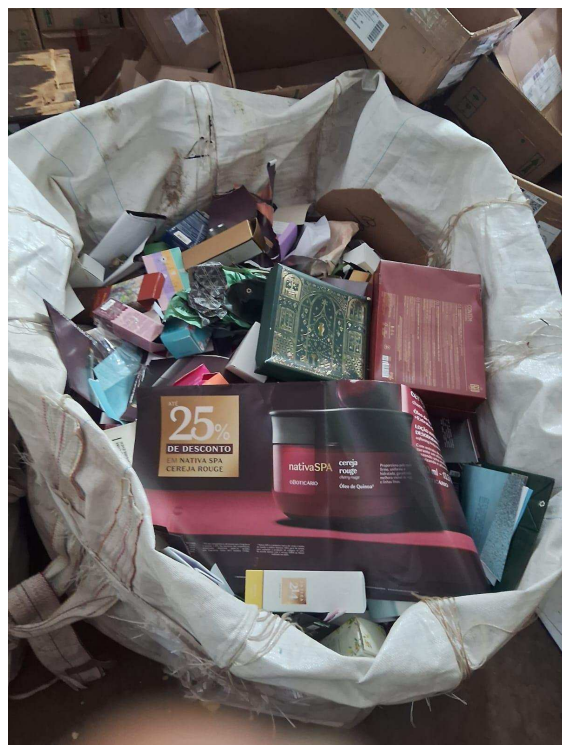
Figuras 19, 20, 21 e 22: Imagens da primeira triagem dos materiais advindos do programa Boti Recicla.



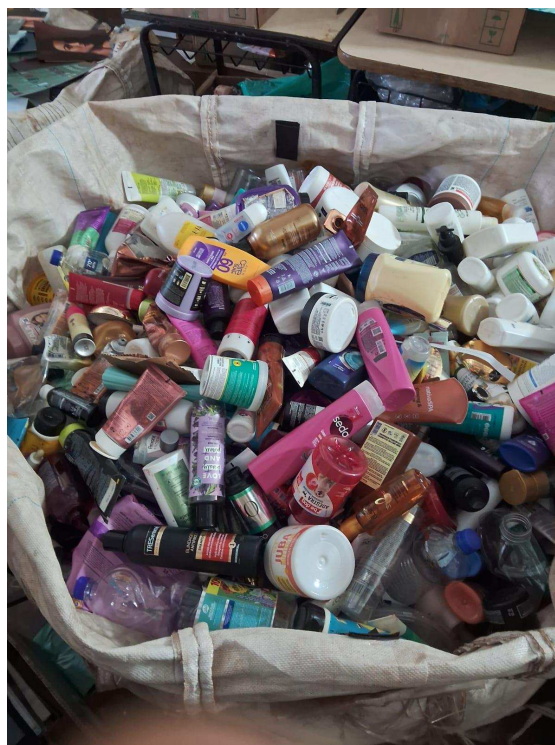
Separação inicial dos materiais por espécies.



Bag com embalagens de desodorante (alumínio).



Bag com embalagens de papéis variados.



Bag com embalagens PEADs.

Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

Figuras 23, 24, 25 e 26: Materiais em produção para a comercialização.



Caixas de papelão advindas do programa.



Prensas produzindo fardos de papelão.



Cooperado levando material para a prensa.

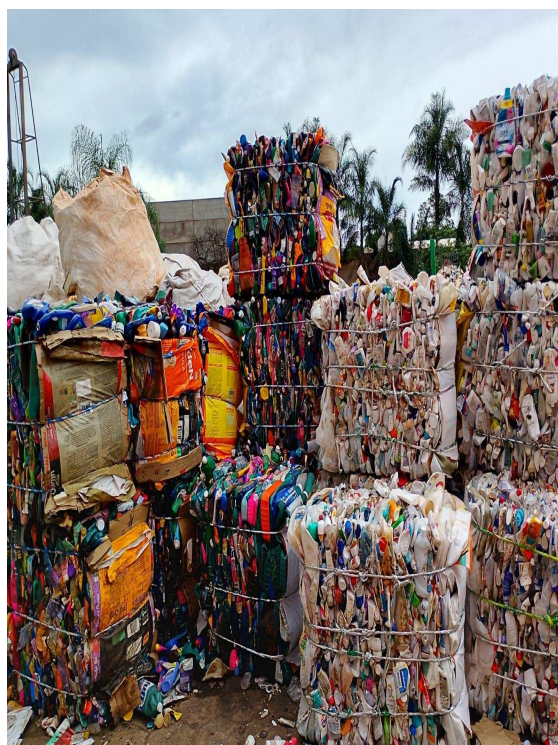


Cooperado operando a prensa.

Figuras 27, 28, 29 e 30: Materiais prontos para a comercialização.



Fardos de garrafas PET prensados.



Fardos de embalagens PEAD.



Fardos de papelão.



bags de papel misto (revistas/catálogos).

Fonte: VALENTIM, P.R., 2025.

ANEXO B- DOCUMENTOS DO ESTÁGIO

Termo de Compromisso



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Pró-Reitoria de Graduação
Diretoria de Ensino
Divisão de Formação Discente - Setor de Estágio



**TERMO DE COMPROMISSO DE ESTÁGIO
EXTERNO - INDIVIDUAL**

☒ **OBRIGATÓRIO** ☐ **NÃO OBRIGATÓRIO**

Todos os campos devem ser preenchidos de forma digitada e não manuscrita.
Este documento não será aceito com rasura, ilegível, desconfigurado ou adulterado.

1. INSTITUIÇÃO DE ENSINO

Razão Social: Universidade Federal de Uberlândia	Cargo: Pró-reitora de Graduação
Representante: Profª Drª Kárem Cristina de Sousa Ribeiro	
Natureza jurídica: Fundação pública criada pelo Decreto-Lei nº 762 de 14 de maio de 1969, alterado pela Lei nº 6.592, de 24 de maio de 1978, inscrita no CNPJ sob o nº 25.648.387/0001-18	
Endereço: Av. João Naves de Ávila, 2121 - Campus Santa Mônica, Bloco 3P-Reitoria, Sala 3P04 - Bairro Santa Mônica - CEP: 38400-902 - Uberlândia-MG	
Telefone: (34) 3291-8984 / E-mail: estagio@prograd.ufu.br / Página: http://www.prograd.ufu.br/estagio	
Legislação vigente em que se apoia este instrumento:	
- Lei Nº 11.788/2008 - Lei Federal de Estágio - Resolução Nº 93/2023, do Conselho de Graduação - Normas Gerais de Estágio de Graduação da UFU - Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados ou "LGPD" - Instrução Normativa nº 213/2019, do Ministério da Economia - aceitação de estagiários no âmbito da Administração Pública federal - E demais legislações pertinentes	

2. DADOS DO ESTÁGIO

Data de início: 051224	Data de término: 12-12-2024	Carga horária semanal: 30 horas
Bolsa (marcar com ●): ☐ SIM ☒ NÃO.		
Valor da bolsa: _____, ou outra forma de contraprestação de serviço:		
Auxílio transporte: Todo Estágio NÃO Obrigatório exige o pagamento do Auxílio transporte. Para Estágio Obrigatório , o pagamento do Auxílio transporte é opcional.		
Valor do auxílio transporte: _____		
Seguro contra acidentes pessoais, sob responsabilidade da:		
☒ UFU, por meio da apólice coletiva nº 18.820.54072.001, da MBM Seguradora S.A. (O seguro será pago pela UFU para o Estágio Obrigatório)		
☐ Concedente do Estágio, por meio da apólice nº _____, da seguradora _____		

3. CONCEDENTE DO ESTÁGIO

Razão Social: COOPERATIVA DE RECICLAGEM DE ITUIUTABA - COPERCICLA	CNPJ: 06.190.202/0001-20
Representante Legal: ODEON NUNES BARCELOS	CPF: 499.088.126-53
Natureza Jurídica: ☐ Pública ☒ Privada	Tipo: ☒ Matriz ☐ Filial
Endereço: AVENIDA DEPUTADO DANIEL DE FREITAS BARROS 1200	
Bairro: IPIRANGA	Cidade: ITUIUTABA Estado: MG
Telefone: (34) 32611171	E-mail: COPERCICLA@GMAIL.COM

4. ESTAGIÁRIO(A)

Nome Completo: PAULO RICHARD MARIANO VALENTIM	CPF: 38406022892
Curso: LICENCIATURA E BACHARELADO EM GEOGRAFIA	Matrícula nº: 211511GEO010
Endereço: RUA AUSTEN DRUMOND 1099	
Bairro: TUPÃ	Cidade: ITUIUTABA Estado: MG
Telefone: (19) 997843609	E-mail: RICHARDVALENTIM2013@GMAIL.COM



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Pró-Reitoria de Graduação
Diretoria de Ensino
Divisão de Formação Discente - Setor de Estágio



5. PLANO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO

Nome do(a) Supervisor(a): ODEON NUNES BARCELOS

E-mail do(a) Supervisor(a): COPERCICLAITBA@GMAIL.COM

Nome do(a) Professor(a) Orientador(a): PAULO CEZAR MENDES

SIAPE: 2315091

Nome do(a) Coordenador(a) de Estágio: KÁTIA GISELE OLIVEIRA PEREIRA

Descrição das atividades a serem desenvolvidas durante o período do estágio:

Acompanhar os materiais recicláveis que chegam na logística reversa, assim como os que são separados por dia para retornarem novamente à cadeia de consumo.

As partes identificadas celebram o presente Termo de Compromisso de Estágio, de acordo com a legislação vigente e as seguintes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMEIRA – Durante o período de realização do estágio, o(a) estagiário(a) estará sujeito ao que determina a legislação vigente, devendo cumprir, ainda, as normas disciplinares no âmbito da Concedente do Estágio, cumprir fielmente o Plano de Atividades de Estágio elaborado pela mesma e guardar sigilo quanto às informações a que tiver acesso;

PARÁGRAFO ÚNICO – A Instituição de Ensino e a Concedente do Estágio se comprometem a tratar os dados pessoais do(a) estagiário(a) necessários para as atividades de estágio, em atendimento à legislação de privacidade aplicável, incluindo, mas não se limitando, à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD);

CLÁUSULA SEGUNDA – O estágio obrigatório é componente curricular do curso, cuja carga horária compõe sua integralização, sendo requisito para sua conclusão e obtenção de diploma;

PARÁGRAFO ÚNICO – O estágio obrigatório atenderá o que determina o Projeto Pedagógico do Curso (PPC) e as Normas Complementares de Estágio do Curso, e seu término não estará necessariamente vinculado ao término do período letivo;

CLÁUSULA TERCEIRA – É obrigatório o preenchimento do PLANO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO incorporado a este Termo de Compromisso de Estágio;

CLÁUSULA QUARTA – O estágio poderá ter duração de, no máximo, 02 (dois) anos, somados todos os Termos de Compromisso de Estágio celebrados junto à mesma concedente, exceto quando se tratar de estudante com deficiência, que poderá realizar estágio na mesma concedente até o término do curso ao qual está vinculado;

CLÁUSULA QUINTA – Quando houver prorrogação do período do estágio, a Concedente deverá enviar ao Setor de Estágio um Aditivo a este Termo de Compromisso. Se isto não ocorrer, o estágio será considerado, automaticamente, encerrado na data de término indicada neste Documento;

CLÁUSULA SEXTA – O(A) estagiário(a) cumprirá a carga horária semanal indicada neste Termo de Compromisso, sendo o horário do estágio estabelecido de acordo com as conveniências mútuas, resguardados os horários de aulas, de provas e de outras atividades acadêmicas do(a) estudante e considerando, ainda, as limitações relacionadas aos meios de transporte. Na impossibilidade de cumprir o horário acordado, por motivo de força maior, a Concedente do Estágio deverá ser previamente informada pelo estagiário(a);

CLÁUSULA SÉTIMA – O pagamento do Seguro contra Acidentes Pessoais, caracterizado como exigência indispensável para o cumprimento das atividades do estágio, será de responsabilidade da Concedente do Estágio ou, alternativamente, poderá ser assumida pela Instituição de Ensino, em caso de estágio obrigatório;

CLÁUSULA OITAVA – Se o estágio tiver duração igual ou superior a 01 (um) ano, será assegurado ao estagiário período de recesso de 30 (trinta) dias a ser usufruído, preferencialmente, durante suas férias letivas. O recesso será proporcional no caso de o estágio ter duração inferior a 01 (um) ano;

CLÁUSULA NONA – O(A) estagiário(a) não terá vínculo empregatício de qualquer natureza com a Concedente do Estágio, em razão deste Termo de Compromisso, desde que seja cumprido na íntegra o que ele estabelece;

CLÁUSULA DÉCIMA – O(A) estagiário(a) deverá informar de imediato e por escrito à Concedente do Estágio e ao Setor de Estágio qualquer fato que interrompa, suspenda ou cancele a sua matrícula na Instituição de Ensino, ficando responsável por quaisquer despesas causadas pela ausência dessa informação;

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – O(A) estagiário(a) deverá apresentar, junto à Coordenação de Estágio do Curso, relatórios semestrais e final das atividades desenvolvidas, com vista obrigatória do(a) Supervisor(a) de Estágio e do(a) Professor(a) Orientador(a);

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – O(A) estudante será desligado(a) do estágio nas seguintes hipóteses:

- I - Comprovada a falta de aproveitamento do(a) estagiário(a), depois de decorrida a terça parte do tempo previsto para a duração do estágio;
- II - A qualquer momento, a pedido do(a) estagiário(a), da Concedente do Estágio ou da Instituição de Ensino, manifestado por escrito;
- III - Em decorrência do descumprimento de qualquer cláusula do convênio, quando houver, ou deste Termo de Compromisso;

PROGRAD
Pró-Reitoria de Graduação

DIREN
Diretoria de Ensino

DIFDI
Divisão de Formação Discente

SESTA
Setor de Estágio



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
 Pró-Reitoria de Graduação
 Diretoria de Ensino
 Divisão de Formação Discente - Setor de Estágio



IV - Quando houver trancamento de matrícula, conclusão, abandono ou frequência irregular no curso;

PARÁGRAFO ÚNICO – Caso o estágio seja interrompido antes da data de término prevista neste Termo de Compromisso, o(a) estagiário(a) deverá enviar ao Setor de Estágio da UFU um Termo de Desligamento do Estágio, preenchido e assinado, indicando a data em que ocorreu sua finalização;

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – A Concedente do Estágio deverá manter o Setor de Estágio da UFU informado quanto à prorrogação e ao desligamento, assim como outras informações pertinentes do estágio;

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – O(A) Professor(a) Orientador(a) de Estágio deverá acompanhar e avaliar as atividades do(a) estagiário(a);

PARÁGRAFO ÚNICO – Ao assinar este instrumento, o(a) Professor(a) Orientador(a) defere o Plano de Atividades de Estágio, atesta a matrícula, a frequência e o vínculo do(a) estudante com a instituição, assim como a disponibilidade de cumprimento da carga horária para realização do estágio;

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – Fica eleito o Foro da Comarca de Uberlândia para dirimir qualquer questão que se originar deste Termo de Compromisso e que não possa ser resolvida amigavelmente.

E, por estarem de inteiro e comum acordo com o estabelecido no presente instrumento e com a legislação vigente, as partes identificadas o assinam.

Ituiutaba - MG , 02 de dezembro de 2024

COOPERATIVA DE
RECICLAGEM DE ITUIUTABA
COPERCICLA:06190202000120
Assinado de forma digital por
COOPERATIVA DE RECICLAGEM DE
ITUIUTABA COPERCICLA:06190202000120
Dados: 2024.11.22 15:10:13 -03'00'

CONCEDENTE DO ESTÁGIO
Representante Legal

COOPERATIVA DE
RECICLAGEM DE ITUIUTABA
COPERCICLA:06190202000120
Assinado de forma digital por
COOPERATIVA DE RECICLAGEM DE
ITUIUTABA COPERCICLA:06190202000120
Dados: 2024.11.22 15:10:24 -03'00'

CONCEDENTE DO ESTÁGIO
Supervisor(a) de Estágio

gov.br Documento assinado digitalmente
PAULO RICHARD MARIANO VALENTIM
Data: 21/11/2024 15:07:18-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br/>

ESTAGIÁRIO(A)
ou responsável, se menor de idade

gov.br Documento assinado digitalmente
KATIA GISELE DE OLIVEIRA PEREIRA
Data: 18/11/2024 17:57:04-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br/>

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Professor(a) Orientador(a) e/ou
Coordenador(a) de Estágio

gov.br Documento assinado digitalmente
NILCEIA PAULA DIAS
Data: 03/12/2024 14:21:51-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br/>

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Setor de Estágio/DIFDI/DIREN/PROGRAD
Representante Legal - Portaria de Pessoal UFU Nº 745, de 10/02/2023

PROGRAD
Pro-Reitoria de Graduação

DIREN
Diretoria de Ensino

DIFDI
Divisão de Formação Discente

SESTA
Setor de Estágio

Plano de atividades de Estágio do Bacharelado.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Pró-Reitoria de Graduação
Diretoria de Ensino
Divisão de Formação Discente - Setor de Estágio



PLANO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO EXTERNO - INDIVIDUAL

☒ OBRIGATÓRIO ☐ NÃO OBRIGATÓRIO

Todos os campos devem ser preenchidos de forma digitada e não manuscrita.
Este documento não será aceito com rasura, ilegível, desconfigurado ou adulterado.

1. INSTITUIÇÃO DE ENSINO

Razão Social: Universidade Federal de Uberlândia
Representante: Profª Drª Kárem Cristina de Sousa Ribeiro **Cargo:** Pró-reitora de Graduação
Natureza jurídica: Fundação pública criada pelo Decreto-lei nº 762 de 14 de maio de 1969, alterado pela Lei nº 6.592, de 24 de maio de 1978, inscrita no CNPJ sob o nº 25.648.387/0001-18
Endereço: Av. João Naves de Avila, 2121 – Campus Santa Mônica, Bloco 3P-Reitoria, Sala 3P04 – Bairro Santa Mônica – CEP: 38400-902 – Uberlândia-MG
Telefone: (34) 3291-8984 / **E-mail:** estagio@prograd.ufu.br / **Página:** http://www.prograd.ufu.br/estagio
Legislação vigente em que se apoia este instrumento:

- Lei Nº 11.788/2008 - Lei Federal de Estágio
- Resolução Nº 93/2023, do Conselho de Graduação - Normas Gerais de Estágio de Graduação da UFU
- Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados ou "LGPD"
- Instrução Normativa nº 213/2019, do Ministério da Economia - aceitação de estagiários no âmbito da Administração Pública federal
- E demais legislações pertinentes

2. CONCEDENTE DO ESTÁGIO

Razão Social: COOPERATIVA DE RECICLAGEM DE ITUIUTABA-COPERCICLA **CNPJ:** 06.190.202/0001-20
Representante Legal: ODEON NUNES BARCELOS **CPF:** 499.088.126-53

3. ESTAGIÁRIO(A)

Nome Completo: PAULO RICHARD MARIANO VALENTIM
Matrícula nº: 21511GEO010 **CPF:** 38406022892

4. PLANO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO

Nome do(a) Supervisor(a): ODEON NUNES BARCELOS
Nome do(a) Professor(a) Orientador(a): PAULO CEZAR MENDES **SLAPE:** 2315091
Início do estágio: 05-12-2024 **Final do estágio:** 12-12-2024

Descrição das atividades a serem desenvolvidas durante o período do estágio:

Acompanhar os materiais recicláveis que chegam na logística reversa, assim como os que são separados por dia para retornarem novamente à cadeia de consumo.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
 Pró-Reitoria de Graduação
 Diretoria de Ensino
 Divisão de Formação Discente - Setor de Estágio



As partes acima identificadas celebram o presente Plano de Atividades de Estágio Externo, de acordo com a legislação e as seguintes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMEIRA – O presente Plano de Atividades de Estágio Externo é parte integrante do Termo de Compromisso de Estágio (TCE) Externo, elaborado pela Concedente do Estágio, ou de Aditivo ao TCE Externo para sua finalidade, e mantém as condições firmadas no referido TCE ou Aditivo;

CLÁUSULA SEGUNDA – A assinatura deste plano, pelas partes envolvidas, confirma o acordo das atividades a serem desenvolvidas com o(a) estagiário(a) acima identificado(a);

CLÁUSULA TERCEIRA – Fica eleito o Foro da Comarca de Uberlândia para dirimir qualquer questão que se originar deste Aditivo e que não possa ser resolvido amigavelmente;

E, por estarem de inteiro e comum acordo com o estabelecido no presente instrumento e com a legislação vigente, as partes identificadas o assinam.

Ituiutaba - MG ,02 de dezembro de 20 24

COOPERATIVA DE
 RECICLAGEM DE ITUIUTABA
 COPERCICLA:0619020200012
 0

Assinado de forma digital por
 COOPERATIVA DE RECICLAGEM DE
 ITUIUTABA
 COPERCICLA:06190202000120
 Dados: 2024.11.22 14:34:40 -0300

CONCEDENTE DO ESTÁGIO
 Supervisor(a) de Estágio
 ou Representante Legal



Documento assinado digitalmente
PAULO RICHARD MARIANO VALENTIM
 Data: 21/11/2024 15:21:12 -0300
 Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

ESTAGIÁRIO(A)
 ou responsável, se menor de idade



Documento assinado digitalmente
KATIA GISELE DE OLIVEIRA PEREIRA
 Data: 22/11/2024 10:34:45 -0300
 Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
 Professor(a) Orientador(a) ou
 Coordenador(a) de Estágio



ANEXO - C - RELATÓRIO DAS ATIVIDADES DE ESTÁGIO

RELATÓRIO DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO EXTERNO

1. INSTITUIÇÃO DE ENSINO

Razão Social: Universidade Federal de Uberlândia
Representante: Prof Dr Waldenor Barros Moraes Filho **Cargo:** Pró-reitor de Graduação
Natureza jurídica: Fundação pública criada pelo Decreto-Lei nº 762 de 14 de maio de 1969, alterado pela Lei nº 6.592, de 24 de maio de 1978, inscrita no CNPJ sob o nº 25.648.387/0001-18
Endereço: Av. João Naves de Ávila, 2121 – Campus Santa Mônica, Bloco 3P-Reitoria, Sala 3P04 – Bairro Santa Mônica – CEP: 38400-902 – Uberlândia-MG
Telefone: (34) 3291-8984 / **E-mail:** estagio@prograd.ufu.br / **Página:** <http://www.prograd.ufu.br/estagio>

Legislação vigente em que se apoia este instrumento:

- Lei Nº 11.788/2008 - Lei Federal de Estágio
- Resolução Nº 93/2023, do Conselho de Graduação - Normas Gerais de Estágio de Graduação da UFU
- Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados ou "LGPD"
- Instrução Normativa nº 213/2019, do Ministério da Economia - aceitação de estagiários no âmbito da Administração Pública federal
- E demais legislações pertinentes

2. ESTAGIÁRIO(A)

Nome Completo: PAULO RICHARD MARIANO VALENTIM **CPF:** 38406022892
Matrícula Nº: 21511GEO010 **E-mail:** richardvalentim2013@gmail.com

3. DADOS DO ESTÁGIO

Modalidade do Estágio: (x) Obrigatório () Não Obrigatório
Data de início: 05-12-2022 **Data de término:** 12-12-2024 **Carga horária total:** 30 horas
Local do Estágio: Ituiutaba
CPF (Pessoa Física) ou CNPJ (Empresa): 499.088.126-53
Supervisor(a) de Estágio: ODEON BARCELLOS
Professor(a) Orientador(a) de Estágio: PAULO CÉZAR MENDES

4. INTRODUÇÃO (Neste campo, o estagiário descreve o local, objetivos e forma de operacionalização do estágio, periodicidade, etc.)

As execução do estágio ocorreu na cooperativa de catadores de reciclagem de Ituiutaba (Coopercicla). A unidade, situada na cidade de Ituiutaba, MG, conta com seis máquinas de prensa, três caminhões de coleta, esteiras de separação dos materiais, pátio para armazenamento desses materiais até a sua venda, além de divisões estabelecidas a partir da área de atuação dos profissionais que ali estão.

As atividades desenvolvidas durante o período de estágio foram variadas, desde o acompanhamento e separação dos matérias que chegam na logística reversa, advindo dos pontos de coleta do Boticário, até a busca de novos materiais recicláveis em estabelecimentos parceiros da cooperativa. As sessões de estágio consistiram na execução e acompanhamentos das atividades anteriormente descritas e levaram, aproximadamente, de 3 a 4 horas diárias, divididos em dez dias.

5.DESENVOLVIMENTO (Descrição de todas as atividades, de forma objetiva, desenvolvidas pelo estagiário. Importante lembrar que essas atividades precisam estar alinhadas aos objetivos do Plano de Atividades de Estágio)

Todas as atividades desenvolvidas durante o período foram estabelecidas previamente, sendo assim, todas estavam em consonância com a dinâmica existente na Logística Reversa, foco do estágio.

Entre as atividades que já estavam preestabelecidas, como a separação dos materiais que chegam dentro da logística reversa, em parceria com a empresa Boticário, se configurou a maior parte das atividades, visto que nela estava o foco da pesquisa, porém, com o objetivo de compreender melhor o funcionamento da cooperativa, também participei de algumas coletas de matérias recicláveis advindos de estabelecimentos comerciais da cidade.

6.CONSIDERAÇÕES FINAIS (Reflexão sobre o desenvolvimento do estágio e sua importância para agregar à sua área de formação)

A parceria entre a cooperativa e o estagiário é de extrema importância para a nossa formação, uma vez que, quando o profissional lida diretamente com os desafios encontrados em loco, fica mais fácil o entendimento e resolução de possíveis problemas, além de que essa parceria entre agentes que estão trabalhando para melhorar a forma como descartamos os nossos resíduos, é essencial para o desenvolvimento de um planeta mais saudável. O curso de geografia também está voltado para a sobrevivência do planeta, então, tanto o curso, quanto a cooperativa estão caminhando na mesma direção.

As partes acima identificadas celebram o presente Relatório de Atividades de Estágio Interno Obrigatório, de acordo com a Legislação vigente.

O Relatório de atividades deverá ser entregue e armazenado na Coordenação de Estágio do Curso.

Fica eleito o Foro da Comarca de Uberlândia para dirimir qualquer questão que se originar deste Relatório e que não possa ser resolvido amigavelmente.

E, por estarem de inteiro e comum acordo com as condições estabelecidas nas cláusulas supra relacionadas e na Legislação vigente, as partes assinam, eletronicamente, o presente instrumento, para os mesmos efeitos legais.

Ituiutaba, MG, 05 de Março de 2025

Documento assinado digitalmente
 PAULO RICHARD MARIANO VALENTIM
Data: 22/05/2025 06:59:25-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

ESTAGIÁRIO(A)
Ou responsável, se menor de idade.

ODEON NUNES
BARCELOS:4990
8812653

Assinado de forma digital
por ODEON NUNES
BARCELOS:49908812653
Dados: 2025.05.07
10:25:22 -03'00'

CONCEDENTE DO ESTÁGIO
Supervisor(a) de Estágio

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Professor(a) Orientador(a) e/ou
Coordenador(a) de Estágio

ANEXO - D - ROTEIRO DAS ENTREVISTAS**Roteiro das entrevistas dos cooperados****1-Identificação :**

Nome:

Tempo de atuação na cooperativa:

2-Sobre a Cooperativa e o Trabalho Diário:

Qual a sua principal função ou atividade na Cooperbicla?

() Triagem () Prensagem (x) Coleta () Venda/Logística () Administração () Outra (especifique):

Em uma escala de 1 a 5, onde 1 é "muito fácil" e 5 é "muito difícil", como você avalia a dificuldade de realizar seu trabalho diário na cooperativa?

1() 2() 3() 4() 5()

Se respondeu 3, 4 ou 5, poderia dar um exemplo da dificuldade?

R: A maior dificuldade são as pessoas.

Quais os 3 materiais recicláveis que vocês mais recebem na cooperativa, por ordem de maior quantidade?

1:

2:

3:

3-Logística Reversa do Boticário e Impactos:

Você participa diretamente da triagem ou manuseio das embalagens que vêm do Boticário (do programa Boti Recicla)?

() Sim () Não

Em sua opinião, a parceria com O Boticário trouxe benefícios para a cooperativa?

() Sim () Não.

Se sim, qual o principal benefício?

Você percebe que os consumidores de Ituiutaba estão mais conscientes sobre a devolução de embalagens para reciclagem (não apenas do Boticário)?

☐ Concordo totalmente ☐ Concordo ☐ Neutro ☐ Discordo ☐ Discordo totalmente.

Por que?

4-Desafios, Condições e Melhorias:

Quais dos seguintes são os maiores desafios no seu trabalho?

(Marque até 3 opções)

☐ Baixo preço dos materiais ☐ Desgaste físico ☐ Falta de equipamentos de proteção (EPIs) ☐ Falta de treinamento/capacitação ☐ Dificuldade com a população/preconceito ☐ Condições do local de trabalho ☐ Transporte dos materiais ☐ Outro (especifique):

Você gostaria de ter mais treinamentos ou capacitação (sobre segurança, triagem, logística reversa (Bota Recicla))?

☐ Sim ☐ Não.

Se sim, qual tipo de treinamento seria mais útil?

R:

Em sua opinião, o que poderia melhorar a vida dos cooperados em Ituiutaba?

R:

5-Percepção Geral:

Qual a importância do trabalho da Cooperbicla para a cidade de Ituiutaba?

☐ Muito importante ☐ Importante ☐ Razoável ☐ Pouco importante ☐ Nada importante.

Por que?

R:

Roteiro da Entrevista com catadores informais:**Identificação:**

Nome:

Tempo atuando como catador de recicláveis:

Trabalho e Materiais:

Como é seu dia a dia na coleta?

Onde você coleta?

Quais materiais você mais encontra e vende?

Para quem você vende?

Como você percebe a Coopercicla e o trabalho que ela realiza?**Desafios e Condições:**

Quais as maiores dificuldades no seu trabalho (segurança, saúde, renda)?

Você usa equipamentos de proteção? Por quê?

Como você se relaciona com a população e o poder público?

Apoio e Melhorias:

Conhece a Coopercicla ou outros programas de reciclagem?

Já teve apoio ou capacitação sobre reciclagem/segurança? Gostaria de ter?

O que poderia melhorar a vida dos catadores informais em Ituiutaba?

Importância do Trabalho:

Qual a importância do seu trabalho para a cidade e o meio ambiente?

Roteiro de entrevistas com funcionárias do Boticário.**1-Identificação:**

Nome:

Tempo de atuação na loja do Boticário:

Cargo ocupado:

2-Sobre o Programa Boti Recicla:

Como você descreveria o programa "Boti Recicla" para um cliente que ainda não o conhece?

R:

Você recebe treinamento específico do Boticário sobre o programa "Boti Recicla"?

☐ Sim ☐ Não

Como o programa é divulgado na loja?

R:

3-Participação dos Clientes e Fluxo de Embalagens:

Com que frequência os clientes costumam devolver embalagens vazias na loja?

☐ Toda vez que compram ☐ Uma vez por mês ☐ Raramente ☐ Nunca

Quais tipos de embalagens os clientes mais devolvem? Embalagens de perfumes, aromarias, cuidados pessoais...

1:

2:

Você percebe alguma mudança no engajamento dos clientes com o programa ao longo do tempo (mais ou menos participação)?

☐ Sim, mais engajamento ☐ Sim, menos engajamento ☐ Não houve mudança ☐ Não sei

Se sim, brevemente, o que você acha que causou essa mudança?

R:

Como são armazenadas as embalagens coletadas na loja antes de serem enviadas para a reciclagem?

R:

Tem algum número específico de caixas para enviar para a reciclagem?

R:

Você sabe para onde essas embalagens são enviadas para reciclagem?

R:

4-Desafios e Sugestões:

Qual o principal desafio para a loja em relação à logística reversa do programa Boti Recicla?

R:

O que, em sua opinião, poderia ser feito para incentivar mais clientes a participarem do programa "Boti Recicla"?

R:

Como você acredita que o programa "Boti Recicla" impacta a imagem do Boticário perante os clientes?

() Muito positivamente () Positivamente () Neutro () Negativamente () Muito negativamente

Por que?

R:

Roteiro das entrevistas feitas com os consumidores do Boticário

Dados do Entrevistado

Nome:

Idade:

Profissão:

Bairro/Cidade:

Participação no Programa de Logística Reversa:

Você já conhecia o programa de logística reversa do Boticário (Boti Recicla)? Se sim, como o conheceu?

R:

Com que frequência você costuma devolver embalagens vazias na loja?

R:

Quais tipos de embalagens você costuma devolver?

R:

O que te motiva a devolver as embalagens para reciclagem?

R:

Percepção sobre o Programa e a Marca:

O que você acha do programa de logística reversa do Boticário?

R:

Você acha que o programa facilita o descarte correto das embalagens?

R:

A sua participação no programa influencia a sua relação com a marca O Boticário? Se sim, como?

R:

Você acha que o Boticário se preocupa com o meio ambiente? Por quê?

R:

Comunicação e Divulgação:

Como você avalia a comunicação do Boticário sobre o programa de logística reversa?

R:

Você acha que o programa é bem divulgado nas lojas?

R:

Você tem alguma sugestão para melhorar a divulgação do programa para os clientes?

R:

Sugestões e Expectativas:

O que você acha que poderia ser feito para incentivar mais pessoas a participarem do programa?

R:

Você tem alguma sugestão para melhorar o programa de logística reversa do Boticário?

R:

Quais são as suas expectativas em relação às ações de sustentabilidade do Boticário no futuro?

R: