

LOGÍSTICA REVERSA COMO FATOR AGREGADOR DE VALOR NA MARCA, PRODUTO OU SERVIÇO

Gustavo Quitto Amaral Reis ¹
Luma Lenize dos Santos Oliveira ²
Herus Pontes ³

Área de conhecimento: Administração

Eixo Temático: Administração da Produção, Materiais e Logística.

RESUMO

O presente artigo discorre sobre Logística Reversa, qual se difere da logística tradicional no ponto em que se preocupa com o fluxo de saída dos produtos, ou seja, com o retorno dos produtos ao seu ponto de origem. Decorrente de uma legislação cada vez mais severa, organizações passam a optar por produtos que possuam a maior quantidade de materiais reciclados, como também, percebem a necessidade de descarte ecologicamente correto no final de sua vida útil. O presente trabalho visa questionar se a Logística Reversa, se efetuada corretamente, pode ser considerada um fator agregador de valor a um determinado produto, serviço ou marca, se pode repercutir socialmente e, como consequência, gerar uma imagem de empresa ambientalmente responsável. O método utilizado foi uma pesquisa objetiva feita com universitários da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – *Câmpus* Pato Branco e obteve como resultado os dados que leva a conclusão da Logística Reversa como fator agregador de valor, com a apresentação de dados empíricos de casos de canais reversos que agregam valor econômico às empresas e também das exigências legais que impedem o descarte indiscriminado de resíduos no meio ambiente.

Palavras-chave: Desenvolvimento Sustentável. Fator Agregador de Valor. Logística Reversa.

INTRODUÇÃO

Na decorrência do desenvolvimento da consciência ambiental - facilmente observados no cotidiano do cidadão, a partir dos diversos meios de comunicação – as organizações estão inseridas em uma realidade em que posições empresariais ambientalmente corretas podem representar a promoção de marca/produto/serviço perante a parte consumidora.

Neste contexto, podem ser citadas diversas estratégias utilizadas pelas empresas para adentrarem ao quadro de organizações ambientalmente

¹ Acadêmico do Curso de Bacharelado em Administração, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – *Câmpus* Pato Branco. gustavoquittog@hotmail.com

² Acadêmica do Curso de Bacharelado em Administração, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – *Câmpus* Pato Branco. luuma.ols@hotmail.com

³ Mestre em Engenharia da Produção (UTFPR). Docente do Curso de Bacharelado em Administração, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – *Câmpus* Pato Branco. herusp@utfpr.edu.br



responsáveis, como reciclagem, uso de materiais biodegradáveis, tentativa de redução dos resíduos sólidos, como também, o assunto que se trata o presente artigo, Logística Reversa.

Os autores Roger e Tibben-Lembke (1999) tratam da Logística Reversa como uma área da própria Logística Empresarial, qual é responsável por planejar, operar e controlar os fluxos reversos da matéria-prima, estoques de processos e produtos acabados e todo o desenvolvimento desde o consumo até o ponto de origem, tal processo tem como objetivo recuperar o valor desta matéria-prima ou ainda encaminhá-la para o destino correto. Acredita-se que este processo é benéfico no ponto que origina ganhos na competitividade, além de influenciar positivamente econômico, social e ambientalmente.

Assim, o presente trabalho se desenvolveu a partir da seguinte problemática: É possível afirmar que a utilização do processo de Logística Reversa agrega valor à marca, produto ou serviço? Propondo-se a exploração de temas de cunho ambiental/social, este estudo tem o intuito de gerar benefício tanto para as empresas que usufruirão de tal conhecimento para adequarem suas melhorias, quanto para a sociedade que será atingida por estas.

Deste modo, ressalta-se que o objetivo de tal projeto foi analisar, a partir da pesquisa aplicada, quanto à efetiva importância, por parte dos consumidores, às empresas que adquirem Logística Reversa como um sistema da corporação, além disso, mensurar o índice de divulgação que tal sistema tem repercutido na sociedade física e jurídica.

Para concretização da pesquisa foi realizada um questionário descritivo de natureza quantitativa e de caráter interpretativo. Para obtenção de resultados, foram disponibilizados questionários fechados em uma rede social, o qual foi constituído por quatro questões.

A seguir, o presente artigo irá abordar o material teórico sobre Logística Reversa, bem como Gestão Ambiental, tendo em vistas que são temas entrelaçados e atrelados a esta pesquisa. Em seguida, uma abordagem explicativa sobre os meios executados que tornaram possível a presente pesquisa, juntamente com a apresentação dos resultados obtidos a partir dos questionários, finalizando com as conclusões obtidas pelos autores.



1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 História da Logística Reversa

O conceito de logística reversa tornou-se mais conhecido em meados dos anos 80, ainda estava restrito a um ciclo contrário ao fluxo direto de produtos na cadeia de suprimentos. Proveniente da pressão exercida pela legislação e órgãos fiscalizadores, diferentes conceitos e abordagens ganharam espaço a partir da década de 90. Impulsionado pelo aumento da atenção dada a questões de preservação ambiental, as empresas passaram a perceber estava-se criando um nicho mercadológico até então, desconhecido. (LEITE, 2003).

De acordo com, o *Council of Logistics Management* (1993, apud Leite, 2003, p. 15), “Logística Reversa é um amplo termo relacionado às habilidades e atividades envolvidas no gerenciamento de redução, movimentação e disposição de resíduos de produtos e embalagens”. Em decorrência a isto, as definições de Logística Reversa começaram a ter uma maior abrangência e uma fundamentação mais coesa.

O autor ainda complementa que Logística Reversa é:

[...] a área da logística empresarial que planeja, opera e controla o fluxo e as informações logísticas correspondentes, do retorno dos bens de pós-venda e de pós-consumo ao ciclo de negócios ou ao ciclo produtivo, por meio dos canais de distribuição reversos, agregando-lhes valor de diversas naturezas: econômico, legal, logístico, de imagem corporativa, entre outros. (LEITE, p. 16-17).

Este é um conceito amplo, em que o autor tem como objetivo viabilizar o retorno de bens através de sua reintegração no circuito de produção ou de venda. Portanto, deve existir uma fase de análise destes recursos de pós-venda e de pós-consumo com a finalidade de definir o estado que esses bens se encontram e determinar o processo o qual deverá ser submetido.

Os materiais podem regresar ao fornecedor ou serem vendidos se ainda estiverem em condições adequadas para sua comercialização. Além disso, há variás



outras opções para os destinos destes materiais, como por exemplo, serem reconicionados ou reciclados. Porém, o foco da atuação da Logística Reversa está vinculada a reintrodução dos materiais no mercado através do ciclo produtivo ou de negócios. Através da administração do percurso reverso de produtos a Logística Reversa integra os canais de distribuição reversos.

1.2 Desenvolvimento Sustentável/Gestão Ambiental

O mundo contemporâneo enfrenta, dentre centenas de outros, um desafio crucial, qual trata-se de se utilizar da força do mercado em prol do ambiente e não contra ele. É interessante ressaltar que estas empresas estão envolvidas em uma realidade em que atendem a clientes que zelam por atitudes ambientalmente responsáveis, portanto, este desafio atingido está atrelado à possibilidade de expressar uma boa imagem institucional. (TACHIZAWA, 2008).

Seguindo o pensamento do mesmo autor, o encurtamento dos ciclos de vida dos produtos é outra questão que influencia o retorno dos materiais que sobram do pós-consumo e que precisam ser descartados, deste modo, pode ser observado que a relação meio ambiente – consumo se tornou algo constante, visto isso, a Logística Reversa tem um papel de grande relevância para que os resíduos resultantes desse sistema não sejam descartados em lugares impróprios, além disso, esses resíduos podem se tornar fonte de renda à organização.

A partir desta relação, Tachizawa discorre sobre o cenário empresarial atual e sua relação com meio ambiente, esses tempos em que se afloram significativas mudanças de paradigmas podem estar sinalizando a migração para um novo contexto empresarial, que perfeitamente caracterizado como gestão de negócios de forma socialmente responsável e ecologicamente correta, este modelo empresarial que vem se fundamentando, visto que, a sua repercussão tem sido positiva em um mercado cada vez exigente.

A partir, dessa base teórica apresentada e de suas tecnologias, serão analisados os resultados obtidos na pesquisa relacionados ao desenvolvimento sustentável.



2 METODOLOGIA

Para que fosse possível alcançar os objetivos apresentados pela presente pesquisa, a elaboração deste artigo foi realizada através de pesquisa descritiva. No que diz respeito à coleta de dados foi realizada por meio de questionários fechados, com caráter interpretativo e natureza quantitativa, para entendimento deste tipo de pesquisa, esclarece Fonseca (2002, p. 20).

"Diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente".

Constituído no total de quatro questões, estas são de natureza autoexplicativas, em seu próprio contexto, explicavam o significado da Logística Reversa, caso não houvesse conhecimento do conceito do mesmo pelo questionado, as mesmas buscavam o domínio do conceito do tema proposto pelos respondentes, associando a Logística Reversa com as questões ambientais e empresariais.

Os questionários foram elaborados na plataforma do Google Docs, e seu *link* foi disponibilizado em uma rede social do meio acadêmico, no Facebook da UTFPR- Câmpus Pato Branco, esta rede é composta não somente por acadêmicos, mas também por servidores da instituição, os integrantes dessa rede foi o universo a ser estudado e os cem questionários a amostra, a tabulação dos dados foi elaborado conciliando gráficos para subsídio das análises.

As análises foram feitas levando como base os dados quantitativos e estabelecendo uma relação com o marcos teóricos pertinentes, assim usamo-os



como base para realizar a análise dos resultados, os quais estarão descritos a seguir.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir dos objetivos apresentados e do caminho metodológico construído, as análises de dados emergiram de modo a indicar alguns indícios que serão discutidos a seguir à luz do referencial teórico proposto. Neste sentido, os principais resultados obtidos através da pesquisa realizada apontam para a compreensão da consolidação da Logística Reversa como um fator agregador de valor ao produto. Tal argumento encontra amparo na significativa porcentagem obtida a partir da resposta dos cem instrumentos respondidos: 76% afirmaram que dariam preferência às empresas que utilizassem da Logística Reversa na cadeia produtiva.

Outra questão relevante refere-se à relação entre Logística Reversa no contexto ambiental. Tal questão indicou que 94% dos respondentes percebe na Logística Reversa um fator de suma importância para o meio ambiente e sua preservação. É possível considerar a partir dos dados obtidos a percepção significativa desta temática, tendo em vista que a responsabilidade ambiental tem se tornado cada vez mais fundamental nas empresas contemporâneas, pois já se tornou algo exigido pelos clientes como um quesito básico, bem como para o atendimento às diversas legislações que determinam uma posição correta das empresas, agregando a essas uma imagem de empresa ambientalmente responsável.

Os aspectos analisados anteriormente podem evidenciar a existência de um processo em andamento de conscientização da sociedade em diálogo com a legislação justaposta aos métodos de produção e consumo sustentáveis, que visam minimizar os impactos das atividades produtivas ao meio ambiente. Exemplo disso é a Resolução nº 258 do Conselho Nacional de Meio Ambiente – CONAMA (BRASIL, 1999). Tal resolução estabeleceu que as empresas fabricantes e importadoras de pneus estão obrigadas a coleta e destino final ambientalmente adequado dos pneus inservíveis, o que obriga este segmento a sustentar políticas de Logística Reversa.

Este cenário permite considerar que a logística assume papel importante no contexto do processo de consumo, pois pode influenciar nas decisões de compra, bem como influenciará direta os processos internos da organização. Logo, a



apropriação das normas ambientais por meio de práticas concretas, a conscientização sobre a sustentação do modelo de produção não é somente uma questão transitória, mas, uma reorientação da produção e do consumo para um desenvolvimento sustentável.

Deste modo, a logística pode ser um sistema que permita minimizar o impacto ambiental, não só dos resíduos provenientes das etapas de fabricação e do pós-consumo, mas também dos impactos durante o ciclo de vida dos produtos. Atrelado às questões contemporâneas da logística, está presente o marketing de consumo, que tem sido elaborado a partir de novas abordagens com olhares voltados para o desenvolvimento sustentável, assegurando uma vantagem competitiva de seus produtos e introduzindo as empresas em mercados com padrões de exigências mais rigorosos.

Há que se considerar ainda, a perspectiva em relação à redução de custos, decorrente do reaproveitamento de materiais e a economia com embalagens retornáveis já estabelecidas com esse objetivo em seu planejamento, que compensam o investimento em forma de receita, estimulando novas iniciativas em desenvolvimento e melhoria dos processos de logística reversa. Na reciclagem de latas de alumínio, por exemplo, há uma economia de 95% da energia elétrica que é expressivo quando se considera que a energia elétrica representa 70% do custo de fabricação do alumínio (LEITE, 2003, p. 121).

O planejamento da produção com custos reduzidos e menores em relação aos seus concorrentes promovem outra vantagem, ou seja, a dinâmica prevista pela Logística Reversa a partir do retorno de produtos se torna um diferencial que criam fidelidade com os clientes. Dessa forma, empresas que possuem um processo de Logística Reversa bem administrada tendem a se diferenciarem no mercado, uma vez que podem atender aos seus clientes de modo qualificado, influenciando também em uma diferenciação da imagem corporativa.

Neste âmbito, verifica-se que muitas empresas se utilizam da Logística Reversa estrategicamente de modo a posicionar-se como empresa responsável socialmente, contribuindo com a comunidade por meio de ações de geração de renda junto às pessoas e organizações que exploram a coleta de resíduos. Com isso, as empresas valorizam suas marcas e por decorrência, seus produtos. Estes



fatores podem não ser a única razão pela qual os clientes adquirem seus produtos, mas elas são consideradas relevantes estratégias de marketing.

Os elementos inseridos nesta discussão dialogam também com as possibilidades de melhorias dos padrões de processos - voltados aos serviços ou produção de bens - oferecidos aos clientes, pois, a Logística Reversa pode representar uma estratégia para agregar valor ao produto/serviço de várias formas, desde fornecer um instrumento de base ao marketing de relacionamento com o consumidor após a compra até oferecer um serviço orientado para a preservação ambiental.

Esta melhoria citada pode ser concebida no sentido de desenvolver uma vantagem competitiva sustentável para as empresas, visto que as introduzidas no serviço ao cliente de uma empresa, não são facilmente adaptadas pelos competidores como o são as mudanças no produto, no preço e na promoção, por dependerem de questões singulares, tais como a cultura organizacional, práticas de liderança e dinâmicas de trabalho.

A pesquisa também buscou identificar o conhecimento dos respondentes sobre a Logística Reversa. Neste quesito, somente 31% indicou saber o conceito de Logística Reversa, o que evidencia que este sistema ainda é pouco conhecido pelos consumidores.

A questão seguinte tinha como objetivo verificar o conhecimento dos consumidores em relação às empresas que possuam o sistema de Logística Reversa. Em resposta, 73% manifestaram não conhecer nenhuma empresa que possua este sistema, ou seja, este vetor está sendo pouco divulgado ou pouco aplicado nas empresas. Acredita-se que a falta de conhecimento ao assunto, está diretamente vinculada em ser o conceito recente tanto no espaço acadêmico quanto empresarial, todavia, há iniciativas de pesquisas e publicações consistentes sobre a temática.

Isto permite argumentar que as empresas que não possuem proximidade com os sistemas logísticos e suas benfeitorias podem estar deixando de explorar vantagens citadas acima. Outra questão a ser avaliada, é a polissemia acerca da logística reversa, assumindo diversas nomenclaturas tanto no contexto do marketing quando de outras áreas da Administração, demandando da adequação de termo para que a identificação pelo seu público alvo seja mais eficiente.



Abaixo podem ser analisados os gráficos dos resultados obtidos na pesquisa e que foram citados acima, o questionário, como foi dito anteriormente, foi elaborado com questões objetivas.

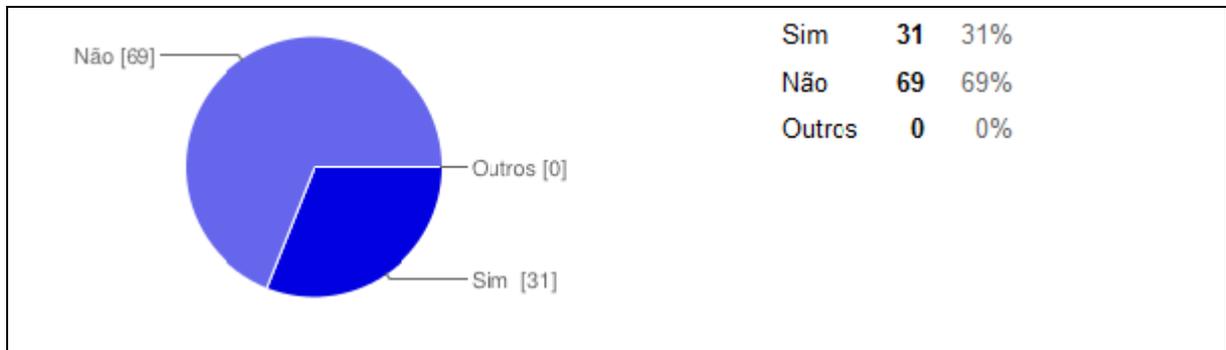


Gráfico 1 - Relação de consumidores/clientes que conhecem o conceito de logística reversa. Sendo sim, representando quem conhece e não para os que não conhecem.

Fonte: Dados Pesquisa, 2013.

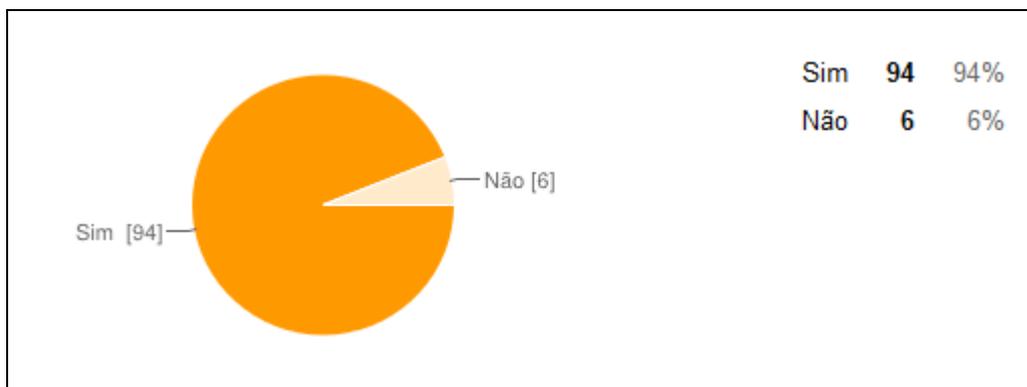


Gráfico 2 - Relação de consumidores/clientes que a logística reversa é importante para o meio ambiente.

Fonte: Dados Pesquisa, 2013.

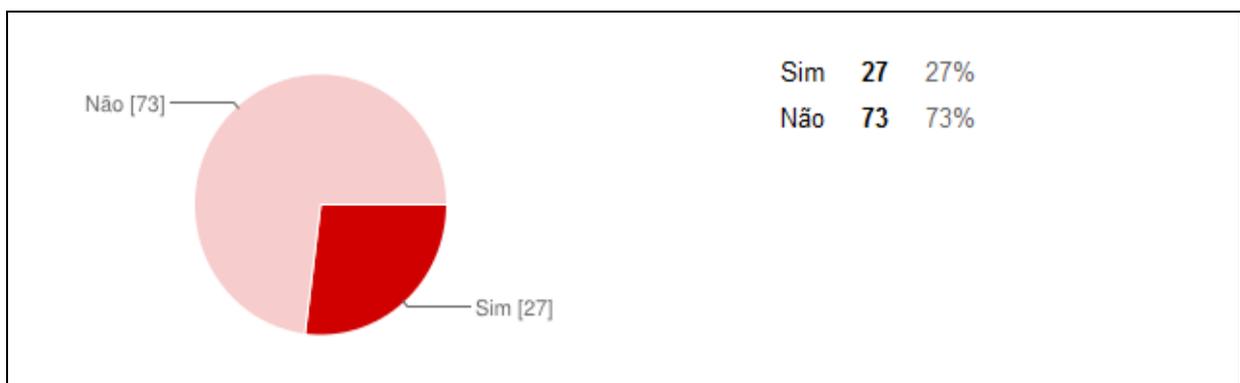


Gráfico 3 - Relação de consumidores/clientes que conhecem ou desconhecem alguma empresa que trabalhe com a logística reversa.

Fonte: Dados Pesquisa, 2013.

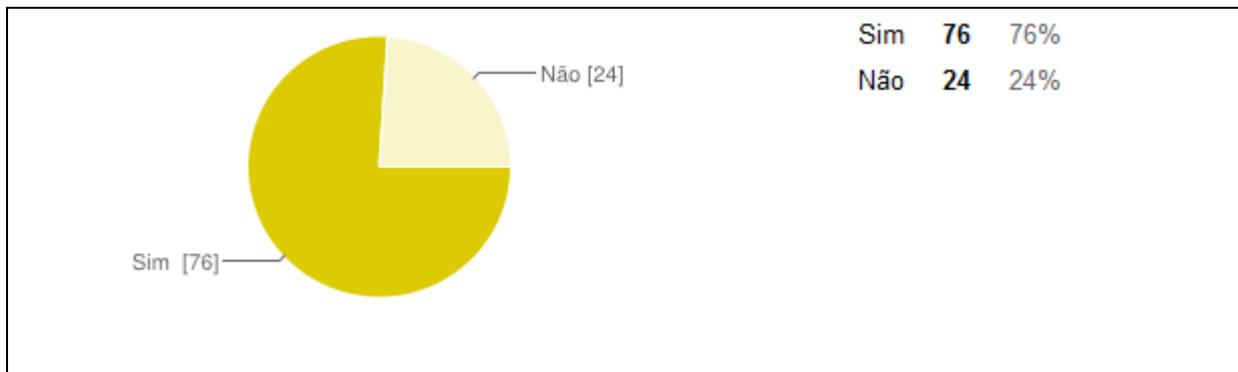


Gráfico 4 - Relação de consumidores/clientes que dariam preferencia a uma empresa decorrente do seu trabalho com a logística reversa.

Fonte: Dados Pesquisa, 2013.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve o propósito de analisar o quão importante pode ser para os consumidores que às empresas usem a Logística Reversa como um sistema da corporação, além disso, mensurar o índice de divulgação que tal sistema tem repercutido na sociedade física e jurídica.

Assim, a partir dos questionários respondidos devemos, primeiramente, levar em conta que o universo desta pesquisa se tratou de universitários e servidores da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – *Câmpus* Pato Branco, ou seja, que podem ser consideradas com bom nível de instrução. Deste modo, pode-se concluir que a Logística Reversa é um fator agregador de valor à marca/produto/serviço para a empresa que se utilizar dela.

Desta maneira, como foi explanado anteriormente, a Logística Reversa possui múltiplas características positivas que espelhariam em retornos não somente para a organização que a utiliza-se, mas também para a sociedade. Portanto, foram comprovadas na prática as teorias presentes neste trabalho. Pode-se dizer destas, principalmente em relação ao desenvolvimento sustentável, tendo em vista que é a



questão mais considerada para definir Logística Reversa fator relevante para a atualidade.

Pode-se concluir que objetivos foram concretizados, visto que, pudemos comprovar que a Logística Reversa é de importância relevante não somente para o desenvolvimento sustentável, como também para o ambiente empresarial, no qual pode-se ser usada a favor do marketing organizacional, por meio da valorização do conceito do marca/produto/serviço do ponto de vista do consumidor.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Resolução CONAMA Nº 258 de 26 de agosto de 1999. Estabelece que as empresas fabricantes e as importadoras de pneumáticos ficam obrigadas a coletar e dar destinação final, ambientalmente adequada, aos pneus inservíveis existentes no território nacional, na proporção definida nesta Resolução relativamente às quantidades fabricadas e/ou importadas. Publicação DOU: 02/12/1999. Brasília, 1999.

Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res99/res25899.html>>
Acesso em: Julho de 2013.

CARVALHO, José Crespo de; DIAS, Eurico Brilhante - *Estratégias logísticas: como servir o cliente a baixo custo*. Lisboa. Edições Sílabo. 2004. ISBN 978-972-618-332-7)

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

LEITE, Paulo Roberto. **Logística Reversa: Meio Ambiente e Competitividade**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

MATTAR, F. M. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 1994. 350p.
PROGENÉRICOS. Disponível em: < <http://www.progenericos.org.br/historia.shtml>>.
Acesso em: Agosto, 2013.



ROGERS, D. S.; TIBBEN-LEMBKE, R. S. **Going Backwards**: Reverse Logistics Trends and practices. Reno: University of Nevada, 1999. Disponível em: <<http://www.rlec.org/reverse.pdf>>. Acesso em: Agosto de 2013.

TACHIZAWA, Takeshy; **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa**: Estratégias de Negócios Focadas na Realidade Brasileira – 5ª ed. – São Paulo: Atlas, 2008.

