

A LOGÍSTICA REVERSA COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA LOCALIZADA NO VALE DO PARAÍBA/SP.

*Daniela Freire de Souza
Faculdade Canção Nova
danielafcn10@gmail.com*

*Prof. Me. André Alves Prado
Faculdade Canção Nova
andre.prado@fcn.edu.br*

Resumo

A logística reversa tendo sua aplicabilidade de maneira planejada e contínua, permite que o empreendimento tenha inúmeros benefícios. A implantação da Logística Reversa vem se tornando cada vez mais presente no setor empresarial quando se trata de sustentabilidade ambiental e agregar valor ao produto. A logística reversa se preocupa com o retorno de produtos e materiais ao processo de produção da empresa, para serem adequadamente descartados ou reaproveitados. Empresas com um bom sistema de logística reversa conseguem uma grande vantagem competitiva sobre aquelas que não possuem. Desta forma, este artigo tem como objetivo principal identificar como a logística reversa traz diferencial competitivo para a organização, ressalta também como sua aplicação diminui custos e impactos ambientais. Para tanto, utiliza-se uma metodologia com abordagem qualitativa, realizando um estudo de caso por meio de entrevista em uma empresa especializada no desenvolvimento, fabricação e comercialização de embalagens, localizada no Vale do Paraíba – SP. Foi possível constatar como é realizado o processo e a importância da logística reversa aplicada na indústria, identificando suas vantagens e benefícios.

Palavras-chaves: Logística Reversa, Diferencial competitivo, Fidelização de clientes.

Abstract

Reverse logistics, when applied in a planned and continuous manner, allows the enterprise to have numerous benefits. The implementation of Reverse Logistics has become increasingly present in the business sector when it comes to environmental sustainability and adding value to the product. Reverse logistics is concerned with the return of products and materials to the company's production process, to be properly disposed of or reused. Companies with a good reverse logistics system gain a great competitive advantage over those that do not. Thus, this article's main objective is to identify how reverse logistics brings a competitive edge to the organization, also highlighting how its application reduces costs and environmental impacts. To this end, a methodology with a qualitative approach is used, conducting a case study through

interviews in a company specialized in the development, manufacture and marketing of packaging, located in Vale do Paraíba - SP. It was possible to verify how the process is carried out and the importance of reverse logistics applied in the industry, identifying its advantages and benefits.

Keywords: Reverse Logistics, Competitive Advantage, Customer Loyalty.

1 - Introdução

A Logística Reversa é um tipo de logística que tem sido adotada por boa parte das empresas. É uma atividade que se preocupa com a reciclagem, reaproveitamento, reutilização e proporciona uma destinação final adequada para os materiais.

Ela envolve o processo de retorno de produtos ou materiais após o consumo, visando minimizar o impacto ambiental e promover a sustentabilidade. Além disso, a Logística Reversa busca reduzir os custos associados ao descarte inadequado e aumentar a eficiência no uso dos recursos.

Para as empresas, a Logística Reversa pode representar uma oportunidade de inovação atendendo as expectativas dos clientes que estão cada vez mais preocupados com a sustentabilidade.

O presente artigo teve como objetivo geral analisar a utilização da logística reversa como um diferencial competitivo a partir da empresa estudada. Os objetivos específicos são voltados a identificar a importância da logística reversa na empresa estudada, entender como ela minimiza custos operacionais e impactos ambientais e demonstrar sua utilização como estratégia competitiva na empresa.

A logística reversa ao ser integrada na operação de uma empresa, além de contribuir para o desenvolvimento sustentável, reduz custos, impactos ambientais, aumenta a fidelidade do cliente e proporciona diferencial competitivo à organização. Assim, pretendeu-se chegar à resposta da seguinte pergunta: Como a logística reversa contribui para a empresa estudada ter um diferencial competitivo?

O estudo de caso justifica-se por apresentar a importância da logística reversa para a organização, conservação da imagem empresarial e fatores que contribuem para a competitividade empresarial.

2 - Referencial Teórico

2.1 Histórico da Logística

A origem da palavra logística vem do grego “logistikos” significando cálculo e raciocínio no sentido matemático.

De acordo com Leite (2012), a logística pode ser definida, de forma bem simples, como o sistema que organiza as ações necessárias para que um produto chegue ao consumidor final.

A logística se preocupa em realizar todos os ciclos corretamente para que o produto chegue de forma eficiente até o consumidor, gerando satisfação no cliente.

Souza (2022), diz que não há uma data definida para o surgimento da logística, porém os primeiros vestígios de aplicações da logística puderam ser observados em meados dos anos 500 a.C. através de técnicas utilizadas em campanhas de guerra, para distribuição de mantimentos, munições e suprimentos em geral. Já o termo logística possui origem durante o reinado de Luiz XIV, no século XVII, através do posto de Marechal – General de Lógis, encarregado de realizar o transporte do material bélico e dos suprimentos, durante a guerra.

Segundo Cavalcante et al. (2022), a logística inicialmente era sinônimo de alojar ou acolher e, posteriormente, passou a simbolizar o planejamento, gestão e distribuição de recursos, para uma atividade específica.

Com o passar do tempo, a logística passou a ser adotada no ambiente empresarial, como uma forma de aumentar a produtividade e garantir a qualidade dos produtos e serviços oferecidos aos clientes.

De acordo com Vieira et al. (2009), a maioria dos autores menciona que a logística teve sua origem como uma estratégia militar. Para que as tropas pudessem avançar, era necessário um sistema que organizasse o deslocamento de tudo que os soldados viriam a precisar, como munição, equipamentos, alimentos e suporte médico. Por esse motivo, seu objetivo era providenciar que os recursos necessários estivessem disponíveis no lugar certo e no momento certo.

Desde sua origem a logística busca organização e recursos para que seja eficiente, suprimindo as necessidades do consumidor.

Souza (2022) comenta que, no Brasil, a logística surgiu entre as décadas de 1980 e 1990, através da necessidade que as empresas notaram de possuir depósitos centralizados, permitindo com que fosse possível uma maior agilidade na distribuição de produtos, acarretando na redução de estoques, melhor qualidade de serviço e gerenciamento reduzido nos estabelecimentos. Através destes fatos, uma boa

administração dos suprimentos tornou-se fundamental para que fosse possível entregar todos os produtos no seu devido tempo e na quantidade exata para suprir a demanda, evitando estoques durante todo o processo produtivo.

Com a logística, os consumidores puderam ter acesso aos produtos com mais facilidade, pois a distribuição de produtos se tornou mais ágil. A logística facilitou também a gestão de estoque, gerenciando melhor os produtos e processos produtivos, evitando desperdícios e diminuindo custos. A logística busca sempre se aprimorar de acordo com a necessidade do mercado, para que seja sempre eficiente em suas ações.

Segundo Guarnieri et al. (2006), a logística empresarial surgiu em decorrência da preocupação das empresas “com a qualidade do fluxo de bens dentro do processo produtivo, com o objetivo de atender bem ao cliente e conseqüentemente fidelizá-lo”.

O processo logístico foi evoluindo e sendo integrado.

2.2 Conceito de Logística

Para Leite (2009), a logística é uma das tarefas mais longínquas, que possibilita o fornecimento de bens e serviços. A evolução da sociedade, o crescimento do capitalismo, e o aumento da competitividade das empresas estabelecidas pelas duas razões citadas, modificaram essa metodologia em um indispensável instrumento na organização da movimentação de materiais e de conhecimento.

A logística planeja, implementa, segue de forma eficiente o fluxo dos produtos, etapas, a fim de atender às exigências do consumidor.

Para Severo (2006, p. 20):

A logística tem como objetivo incrementar a utilidade pela liberação do produto certo, nas condições, prazo, quantidades locais, cliente e custos solicitados. Seu sistema é composto por uma rede formada de instalações e informações que executa várias funções a fim de conseguir um eficiente fluxo do produto onde estão incluídos transferência, estocagem, manuseio e comunicação.

Ainda segundo Severo (2006), a logística é a organização do fluxo de materiais, desde o fornecedor até o cliente final. O processo envolve todas as funções de Compra, Planejamento e Controle de produção, Distribuição e exige um fluxo de informações e uma estrita conformação com as necessidades do cliente.

Essa definição indica que os produtos devem ser transportados de distância variada entre pontos de suprimento e deve ser feito para suportar com segurança e em quantidades suficientes a fim de conseguir se antecipar às necessidades da organização.

O conceito de logística vem sendo aprimorado ao longo dos anos, onde as organizações vêm percebendo a importância de manter um processo logístico eficiente, investindo na capacitação de seus colaboradores, promovendo competitividade frente ao mercado.

Para Ballou (2006) o planejamento logístico busca responder a perguntas que são constantes no ramo como: o quê, quando e como. Essas perguntas se desenvolvem em três níveis que são conhecidos como níveis: estratégico, tático e operacional, em que se diferem entre si apenas pelo horizonte temporal do planejamento, em que o estratégico é considerado de longo prazo, o tático tem um tempo intermediário e o operacional é um processo decisório de curto prazo com decisões tomadas diariamente. Cada nível de planejamento possui particularidades específicas e que devem estar em sintonia com os processos.

Todo o planejamento da logística e seus processos precisam estar em sintonia, para que cumpra cada etapa necessária de forma correta. O ideal é que cada um desses níveis de planejamento esteja alinhado uns com os outros para garantir a eficiência do sistema logístico como um todo.

Segundo Bulgacov (2006) fica evidenciado que a logística é um processo e como tal é constituído por fases principais que são caracterizadas em conformidade com a origem e o destino dos fluxos, seguindo uma sequência de atividades nas quais precisam ser compreendidas como funções específicas e interligadas. As empresas necessitam identificar e compreender cada etapa de seus processos para melhor planejá-los.

A compreensão dos processos e etapas são de suma importância para um melhor planejamento de cada fase logística, pois cada fase é fundamental para o sucesso da operação.

Para Ballou (2006) a logística é considerada um processo que inclui todas as atividades que são de suma importância para a disponibilização de bens e serviços ao consumidor, tornando a logística parte do processo da cadeia de suprimentos. Percebe-se que a logística é uma área de suma importância nas organizações, promovendo a disponibilização do produto/serviço ao cliente no momento necessário, e, além disso, o recolhimento deste, quando necessário, através da logística reversa.

A preocupação da logística com seu transporte é de suma importância, para que as respectivas etapas sejam concluídas e chegue ao menor tempo possível ao cliente.

Pozo (2004) conceitua que, os sistemas básicos de transportes para carga, os quais são considerados pelos agentes de transportadores e associações de exportador, são cinco: ferroviário, rodoviário, hidroviário, dutoviário e aeroviário. A importância desses modelos de transportes varia com o tempo e é explicada de acordo com sua carga. Os diferentes tipos de modais são:

Ferrovário: é um sistema de transporte lento, de matérias-primas ou manufaturados, porém, de baixo valor para longas distâncias.

Rodoviário: serviços de rotas curtas de produtos acabados ou semiacabados; oferece entregas razoavelmente mais rápidas e confiáveis descargas parceladas. Assim, é o sistema mais competitivo no mercado de pequenas cargas.

Aeroviário: apesar de ser um transporte caro, sua vantagem se dá por sua velocidade principalmente em longas distâncias, sem calcular o tempo de coleta e entrega e também manuseio no solo. Sua vantagem em termos de perdas e danos é bastante segura, não há necessidade de reforços e embalagens, desde que o trecho terrestre não exponha a carga e que no aeroporto elas não estejam sujeitas a roubos.

Hidroviário: disponibilidade e confiabilidade são fortemente influenciadas pelas condições meteorológicas. Além de manusear mercadorias a granel, esse meio de transporte também leva bens de alto valor, principalmente operadores internacionais, que costumam transportar em contêineres.

Dutoviário: transporte de fluidos por tubulações; sua movimentação é bastante lenta, mas a lentidão é compensada pelas 24 horas por dia de trabalho sem descanso; fatores meteorológicos não são significativos.

Afirma Dorizzotto (2022, p.19):

Fica claro a importância da logística no que diz respeito ao desenvolvimento de infraestruturas e melhoria da qualidade de vida, passando a ser crucial para as empresas, visto que a mesma otimiza recursos e aumenta o padrão de seus produtos, reduzindo custos e apresentando melhores resultados.

Assim como existem diferentes tipos de modais, existem também diferentes tipos de logística, como a de suprimentos, de produção, de distribuição e a reversa que será tratada neste estudo.

2.3 Diferencial Competitivo e Fidelização de Clientes

Segundo Jacob (2011) diferencial competitivo é tudo aquilo que difere a empresa de outras similares, é o que a coloca em primeiro lugar na tomada de decisão de qual estabelecimento o cliente escolherá frequentar.

O diferencial competitivo pode envolver diversos elementos, como: inovação, qualidade, preço, atendimento ao cliente, tecnologia.

Porter (2004) delimitou dois tipos de vantagem competitiva que uma empresa pode compreender em relação a seus concorrentes: menor custo ou diferenciação. A primeira é resultado da capacidade da empresa de realizar eficientemente o conjunto de atividades necessárias para obter um custo mais baixo que o dos concorrentes e a segunda é a capacidade de organizar essas atividades de uma forma única, capaz de gerar um valor diferenciado para os clientes.

Quando a empresa consegue reduzir seus custos operacionais ela pode obter vantagem competitiva, e quando ela oferece um produto ou serviço único ela obtém vantagem por diferenciação.

Leite, Silva e Menezes (2009) afirmam que a vantagem competitiva, por meio da diferenciação de produtos, apresenta dois aspectos: os tangíveis e intangíveis. Os tangíveis são observados em produtos e serviços, que, por exemplo, possuem um desempenho diferenciado. Já intangíveis incluem considerações sociais, emocionais, psicológicas e estéticas presentes no momento de escolha do produto ou serviço pelo consumidor.

Os aspectos tangíveis e intangíveis são elementos que podem ser fatores importantes para os consumidores no momento de decisão da compra ou na escolha de um serviço.

Mações (2017) diz que a vantagem competitiva está ligada com a criação de valor do produto ou marca, enfatiza ainda a existência de recursos ou ações que se sobressaem sobre os demais concorrentes.

A vantagem competitiva envolve a presença de elementos estratégicos internos como também a criação de valor percebida pelo consumidor. Para as empresas a busca de diferencial competitivo é constante, pois é a maneira a qual elas se mantêm à frente diante da concorrência e se destacam no mercado e conquistam a preferência dos consumidores.

De acordo com Camargo et al. (2018) a fidelização do cliente é uma das conquistas mais importantes para manter um bom desempenho. É fundamental acompanhar tudo o que está acontecendo no mercado e principalmente o que pode interessar aos clientes, pois o sucesso do negócio é alcançado pela satisfação de suas necessidades. A base da confiança vem da expectativa da concretização do que foi prometido pelos parceiros envolvidos na troca.

A fidelização envolve também a construção de um vínculo emocional, em que a busca por solucionar as necessidades dos clientes seja constante, atendendo suas expectativas e até mesmo superando-as. Esse processo é essencial para uma relação de longo prazo.

Kotler (2021) comenta que, em um mercado competitivo com infinitas opções, para fidelizar o cliente é preciso muita criatividade para garantir um relacionamento que dure entre empresa e cliente. A credibilidade precisa ser como a chave do sucesso, diante da satisfação e fidelização dos clientes.

É necessário que as empresas invistam em criatividade para conquistar a lealdade de seus clientes e se destaquem. A retenção de clientes exige comprometimento e esforço por parte da empresa.

Para Alvarez (2015) manter os clientes exige não apenas o foco na atividade de vendas, mas o atendimento contínuo com foco na atividade de pós-venda.

De acordo com Sparemberger (2019) para fidelizar e permanecer com um bom relacionamento com seus clientes, cada empresa deve ofertar mais valor quanto à satisfação para seus clientes do que para seus concorrentes e que a comunicação é importante para que as empresas mantenham relacionamentos, pois desenvolvem um maior relacionamento com seus clientes por meio da troca contínua de informações.

Para manter a lealdade ou conquistar novos clientes, o ideal é que as empresas ofereçam algo a mais do que seus concorrentes oferecem, e também um processo contínuo de comunicação, para ter mais eficácia na identificação do que o cliente necessita, tendo assim mais chances de superar suas expectativas e consequentemente fidelizá-los. É necessário identificar os clientes, suas necessidades e desejos e usar isso para estreitar o relacionamento, conhecê-los cada vez mais, para assim alcançar suas expectativas e necessidades.

Alvarez (2015) diz que é necessário um envolvimento profundo com o cliente para manter a lealdade do cliente, não dando razões para que busque outros fornecedores, já que clientes iniciais insatisfeitos podem facilmente mudar de empresa se outro fornecedor oferecer um nível de satisfação igual ou superior, mas clientes altamente satisfeitos têm menos probabilidade de encontrar outro fornecedor que possa satisfazê-los no mesmo nível da empresa atual.

Sendo assim, é necessário um envolvimento mais profundo com o cliente, e não apenas oferecer bons produtos e serviços, mas buscar conhecer as preferências de seus clientes, criando um vínculo forte e contínuo respondendo de forma eficaz às

suas necessidades.

2.4 Logística Reversa

Segundo Oliveira (2011) um tipo de logística que tem sido adotada por boa parte das empresas é a logística reversa.

Para Martins, Almeida e Souza (2018) analisando o caminho reverso de um produto, temos a Logística Reversa, que pode ser considerada um tema relativamente novo para a sociedade e empresas ao redor do mundo. Simultaneamente ao crescente avanço da tecnologia encontra-se a preocupação da população em relação à destinação final dos produtos a serem descartados, bem como o surgimento de legislações a respeito da problemática, visando à preservação dos recursos ambientais.

A logística reversa surge como uma resposta às questões ambientais. Aliando-se aos avanços tecnológicos, as empresas que implementam a logística reversa ajudam a promover a preservação dos recursos naturais, reduzindo assim os impactos ambientais.

Silva e Fragoso (2012) afirmam que a logística reversa surgiu como um conceito de remanejamento de materiais e resíduos, cujo um dos principais objetivos é o recolhimento e a recolocação dos mesmos nos canais de distribuição, podendo assim promover ganhos econômicos consideráveis, menos desgastes ambientais e agregar maior valor ao produto.

A logística reversa além de diminuir os impactos ambientais, agrega valor ao produto, pois as pessoas que têm preocupação em relação à preservação ambiental, irão optar por produtos e empresas que levam em conta a responsabilidade ambiental.

Leite (2012) considera que o conceito de logística reversa evoluiu a partir da década de 1990 em função do crescimento das discussões a respeito da preservação ambiental. A preocupação com os danos causados ao meio ambiente pelo descarte indiscriminado de embalagens e resíduos fez com que surgisse toda uma legislação a respeito do tema.

A logística reversa além de representar uma prática operacional na empresa, se tornou também uma opção para a resposta aos desafios ambientais e juntamente com legislações têm incentivado a sustentabilidade.

Para Almeida (2012) o estudo da logística reversa tornou-se preponderante em função da intensa industrialização, e do advento das novas tecnologias, do crescimento populacional nos centros urbanos e da diversificação do consumo de bens

e serviços. Os resíduos transformaram-se em um grande problema urbano com gerenciamento oneroso e complexo, considerando-se altamente volumoso, assim degradando o meio ambiente.

O crescimento da logística reversa é de suma importância uma vez que ela planeja, implementa e controla o fluxo de materiais de volta ao seu ponto de origem e reciclagem, após o uso do consumidor.

De acordo com Nogueira, Santos e Ribeiro (2020) pode-se dizer que a Logística Reversa atua nas atividades que incluem a redução, movimentação e disposição de produtos e embalagens. Partindo do princípio que o ciclo do produto não se encerra ao chegar às mãos do consumidor, tal produto necessita retornar a este ciclo de algum modo, através da reutilização ou de uma disposição final adequada, tornando-se uma importante ferramenta para a preservação do meio ambiente.

O papel da logística reversa é fundamental para que o ciclo do produto não se encerre ao chegar às mãos do consumidor, mas sendo descartado de forma correta diminuindo os impactos ambientais, e também reduzindo custos para a empresa.

Dorizzotto (2022) cita que, devido ao aumento na geração dos resíduos sólidos urbanos, provenientes do descarte incorreto de materiais, surge a necessidade e a preocupação da população em elaborar e adotar práticas que minimizem os impactos causados ao meio ambiente, agindo de modo mais sustentável. Uma das medidas adotadas pelas empresas, na busca pela redução dos custos, dos impactos gerados e visando sua adequação às leis ambientais, é a implantação da Logística Reversa.

Para Leite (2017) a Logística Reversa favorece as empresas de muitas formas, como a fidelização dos clientes, evidencia a responsabilidade empresarial em relação à sustentabilidade ambiental, a conservação de imagem empresarial, entre outros diversos fatores que colaboram para a competitividade empresarial.

A logística reversa permite que a organização goze de inúmeros benefícios, uma vez que é bem implantada, favorece a empresa de diversas maneiras, consequentemente isso faz com que a organização obtenha mais sucesso e ganhe mais espaço no mercado.

De acordo com Silva (2024, p. 10):

A logística reversa pode proporcionar várias oportunidades de melhoria ou ganho para as empresas por meio da reutilização dos materiais na produção. A adoção da logística reversa na organização possibilita algumas vantagens como minimização do impacto ambiental, melhoria de sua imagem, redução de custos e vantagem econômica.

Ainda segundo Silva (2024) é fato que a logística reversa pode contribuir para a competitividade das empresas atuais, a partir da implementação do controle reverso em sua cadeia produtiva, podendo agregar valor à sua imagem perante a sociedade, além de passar a imagem que a empresa não está só preocupada com o lucro, mas também com o meio ambiente. Este tema é importante pois, a logística reversa aliada à sustentabilidade no universo corporativo e acadêmico, proporciona uma relação de interatividade entre o meio ambiente, a sociedade e as organizações que passam a cuidar do meio ambiente, fortalecendo o sistema de conscientização da população, que pode acabar auxiliando nas ações ambientais organizacionais.

A logística reversa pode ser uma estratégia para fortalecer a imagem social e ambiental da empresa bem como para a melhoria da competitividade. É também uma forma de conscientizar a população da importância da preservação do meio ambiente e como isso acarreta e um impacto positivo.

Goto (2012) diz que, a logística verde estuda meios de planejar e diminuir impactos ambientais da logística comum.

O objetivo da Logística Verde é coordenar as atividades de tal forma que as necessidades dos beneficiários sejam atendidas com o menor custo para o meio ambiente.

De acordo com Chaves e Batalha (2006, p. 425):

Para que haja um fluxo reverso, existe um conjunto de atividades que uma empresa pode realizar ou terceirizar. Entre estas atividades encontram-se a coleta, separação, embalagem e expedição de itens usados, danificados ou obsoletos dos pontos de venda (ou consumo) até os locais de reprocessamento, reciclagem, revenda ou descarte.

Wille (2013), diz que considerando o aumento do consumo e a preocupação com o meio ambiente as empresas precisam reestruturar a sua logística, implantando a Logística Reversa como seu processo logístico e realizando o reaproveitamento da matéria prima ou encaminhá-la ao seu descarte adequado.

Em vista do aumento do consumo da população, a logística reversa é uns dos meios mais eficazes que as empresas podem adotar para reestruturar sua logística, pois através dela os materiais são descartados de forma correta e também reaproveitados.

Coelho (2011) comenta sobre algumas vantagens da logística reversa e diz que a logística reversa tendo a sua aplicabilidade de maneira planejada e contínua, permite que o empreendimento goze de inúmeros benefícios, principalmente da natureza

econômica, transformando materiais considerados inutilizáveis, em matéria prima, trazendo assim, redução de custos as empresas.

Com a aplicabilidade da logística reversa, se reduz também a dependência de novos fornecedores externos, não necessitando da aquisição de novos insumos, reaproveitando o que já existe, transformando-os em novos recursos ou matéria - prima.

De acordo com Lacerda (2002), existem clientes que se fidelizam às empresas por adotarem políticas sustentáveis, ou seja, de retorno de produtos, o que envolve uma estrutura para os produtos retornados. No que diz respeito às questões ambientais, existe uma grande tendência que a legislação ambiental venha tornar as empresas cada vez mais responsáveis pelo ciclo de vida de seus produtos, ou seja, serem responsáveis pelo produto depois de consumido, como o impacto que seu descarte possa causar ao meio ambiente.

Os consumidores estão cada vez mais atentos às práticas ambientais, preferindo empresas que adotem políticas sustentáveis. Há também por parte de legislações a conscientização para as empresas se responsabilizarem pelo ciclo de vida de seus produtos, levando em consideração a preservação do meio ambiente.

Em relação a redução de custos, Leopoldino (2016) explana que, a logística reversa tem trazido retornos consideráveis para as empresas, pois se tem economias com o reaproveitamento de materiais para a produção e com isso se tem cada vez mais novas iniciativas de fluxo reverso.

A logística reversa além de reduzir custos, proporciona diferencial competitivo à organização.

Campos e Goulart (2017) dizem que, na contemporaneidade, a logística reversa pode servir como estratégia competitiva, já que em outros momentos os produtos simplesmente são descartados sem o devido cuidado no meio ambiente. Atualmente, estes produtos são reaproveitados, continuando assim no processo produtivo. Para Prado (2022) diversas ações podem contribuir para minimizar os impactos no meio ambiente, sendo que materiais recicláveis por meio da logística reversa podem ser reutilizados evitando que organizações gerem maiores consequências ambientais no extrativismo exacerbado da matéria-prima.

Ao invés de simplesmente descartar os produtos, as empresas buscam integrá-los ao ciclo produtivo, reduzindo desperdícios e promovendo sustentabilidade.

Segundo Soares, Silva e Melo (2013), a Logística Reversa é uma arma

importante para a empresa se tratando de diferencial competitivo. Para se tornarem mais competitivas no mercado, as organizações buscam cada vez mais a redução de custos frente às suas concorrentes e a Logística Reversa eficaz pode proporcionar esse benefício à organização, seja ela pequena, média ou grande.

Ao gerenciar corretamente o retorno de produtos e materiais as empresas conseguem ter mais eficiência no uso de recursos, reduz custos operacionais, atende as normas ambientais e fortalecimento da marca e vantagem competitiva.

De acordo com Sinnecker (2007, p. 42):

Além do aumento da eficiência e da competitividade das empresas, a mudança na cultura de consumo por parte dos clientes também tem incentivado a logística reversa. Os consumidores estão exigindo um nível de serviço mais elevado das empresas e estas, como forma de diferenciação e fidelização dos clientes, estão investindo em logística reversa.

Para Silva e Colmenero (2010) a logística reversa é uma atividade que se preocupa com a reciclagem, reaproveitamento e a reutilização, que proporciona uma destinação final adequada para os materiais, componentes e resíduos industriais, que agregam valores para os produtos.

Ainda segundo o autor estes fatores se preocupam com as questões ambientais, aumento da competitividade empresarial e redução de custos.

Leopoldino (2016, p.1) diz que “no processo reverso da logística, os produtos passam por uma etapa de reciclagem e voltam à cadeia até ser descartado, percorrendo o ciclo de vida do produto”.

Ainda segundo Leopoldino (2016) a logística reversa veio como uma solução para a melhoria dos problemas ambientais causados no mundo, pois tem uma abordagem de sustentabilidade. O ciclo do produto não acaba quando o consumidor o descarta, pois os insumos retornam para a empresa, gerando novas possibilidades, novas matérias-primas. Com isso, a prática reversa da logística ganha mais força e inúmeros pontos positivos gerados para o meio ambiente.

A logística reversa contribui para a sustentabilidade de várias formas, recuperando produtos através da reutilização de materiais, aumento da eficiência no uso dos recursos naturais, minimização da poluição do solo, água e do ar, aumento da qualidade de vida das gerações presentes e futuras.

Berardi, Cattini e Miguel, (2020), apontam que, o processo de logística reversa precisa ser bem planejado. A coleta no processo inicial consiste na retirada do produto a ser devolvido no local onde ele se encontra e o transporte que leve o material e volte

com o insumo. A coleta pode acontecer de forma que a própria empresa programe a retirada do produto no local informado pelo usuário.

Carlos e Zorzo (2019), conclui que a Logística Reversa é uma área essencial para o sucesso das empresas, e que a vantagem competitiva é o principal motivo para a viabilidade e adoção, uma vez que a partir dela, há o aumento do nível de serviço e da satisfação do cliente, bem como o valor agregado à imagem corporativa, tornando-se estratégica ao integrar todos aos processos e interessados na cadeia produtiva.

Sendo assim, a logística reversa é um diferencial competitivo para a organização, pois além de atrair novos clientes, fideliza os que já existem na organização, visto que atualmente atitudes que visem à preservação do meio ambiente, ou melhor, atitudes sustentáveis, desenvolvem uma imagem positiva da organização aos clientes.

A logística reversa não é apenas uma questão de responsabilidade social ou conformidade, podendo se constituir um diferencial competitivo significativo, oferecendo benefícios econômicos, ambientais e estratégicos que podem impulsionar o sucesso das empresas.

Para um melhor entendimento do processo de logística reversa pode-se observar na figura 1 na qual nota-se que esta ferramenta gera produtos reutilizados que retornam ao ciclo produtivo tradicional:

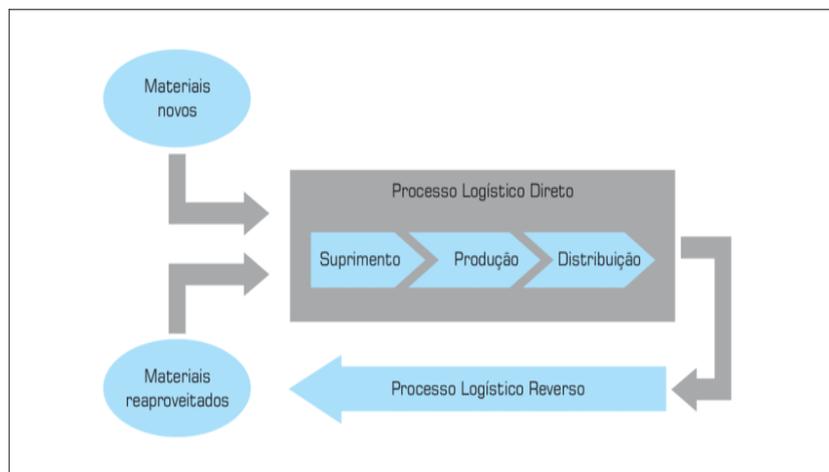


Figura 1 - Representação Esquemática dos Processos Logísticos Direto e Reverso
Fonte: Lacerda (2002)

3 - Metodologia

Neste trabalho foi realizado um estudo de caso em uma empresa localizada no

Vale do Paraíba/SP, para analisar a utilização da logística reversa como um diferencial competitivo.

Yin (2005, p. 32) explica que:

Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

O estudo de caso compara as ideias pesquisadas com os fatos, tendo a capacidade de confirmar eventos ou negar hipóteses que métodos específicos precisam ser bem estudados diante do caso estudado.

Conforme Gil (2022), o estudo de caso tem uma característica flexível, não podendo ter uma precisão no seu desenvolvimento. Ele pode ser feito com uma pessoa, família ou comunidade. Ele consiste em quatro fases: a delimitação da unidade de caso; coleta de dados; análise e interpretação de dados e redação do relatório.

Para Yin (2015), é fundamental que o investigador reflita sobre as habilidades para a realização de estudos de caso, como experiência prévia, sagacidade para fazer boas perguntas, capacidade de não se deixar levar por seus preconceitos e ideologias, flexibilidade para se adequar às situações adversas.

Com uma abordagem qualitativa, a fim de obter informações da importância de como a logística reversa ajuda a empresa a ter diferencial competitivo, foi utilizado como instrumento de pesquisa, para coleta de dados e informações, uma entrevista de dez perguntas abertas, gravada e depois transcrita, com o Coordenador de Logística da empresa. Rampazzo (2015), sugere o registro das respostas durante a entrevista de modo a garantir a fidelidade e a veracidade das informações, bem como o uso do gravador se o entrevistado aceitar.

O estudo de caso foi realizado em uma empresa especializada no desenvolvimento, fabricação e comercialização de embalagens, localizada no Vale do Paraíba – SP.

Com o intuito de elucidar a importância da logística reversa, e como isso traz diferencial competitivo para a organização, realizou-se uma entrevista que depois de transcrita foi analisada de acordo com o referencial teórico.

4 - Análise dos Dados

O estudo de caso aconteceu em uma Indústria produtora e recicladora de plástico. A empresa fica localizada no Vale do Paraíba - SP. O entrevistado foi o

coordenador responsável pela logística da empresa.

Pergunta 01: Quando a empresa sentiu a necessidade de implantar o processo de Logística Reversa?

Devido ao crescimento da empresa houve a necessidade de buscar novos recursos em relação a insumos dos clientes, então a empresa sentiu a necessidade de colocar a Logística Reversa garantindo o atendimento ao cliente.

Nota-se pela resposta do Coordenador que, com o crescimento da empresa, era crucial a busca de novos recursos, e com isso houve a necessidade da implantação da Logística Reversa. Silva e Fragoso (2012) afirmam que a logística reversa surgiu como um conceito de remanejamento de materiais e resíduos, cujo um dos principais objetivos é o recolhimento e a recolocação dos mesmos nos canais de distribuição, podendo assim promover ganhos econômicos consideráveis, menos desgastes ambientais e agregar maior valor ao produto. Wille (2013), nos diz que considerando o aumento do consumo e a preocupação com o meio ambiente as empresas precisam reestruturar a sua logística, implantando a Logística Reversa como seu processo logístico e realizando o reaproveitamento da matéria prima ou encaminhá-la ao seu descarte adequado.

Pergunta 02: Como é realizado o processo de Logística Reversa no dia a dia da Indústria?

Diariamente nós carregamos os caminhões para o cliente e o cliente ao embasar o material, segrega esses insumos e solicita a retirada por nós e como todos os dias nós temos caminhão no cliente a gente faz essa coleta lá no cliente retornando com os insumos, o mesmo caminhão que leva o material, ele retorna com insumos e volta com material de novo para o cliente.

O entrevistado descreve o modelo logístico de coleta e entrega contínua entre a empresa e o cliente. De acordo com Chaves e Batalha (2006, p. 425) para que haja um fluxo reverso, existe um conjunto de atividades que uma empresa pode realizar ou terceirizar. Entre estas atividades encontram-se a coleta, separação, embalagem e expedição de itens usados, danificados ou obsoletos dos pontos de venda (ou consumo) até os locais de reprocessamento, reciclagem, revenda ou descarte.

Pergunta 03: A Logística Reversa se torna um diferencial competitivo para a empresa?

Sim, é um diferencial. Primeiro pelo custo, que você reduz o custo de insumos, que se você manda um insumo e não faz a logística reversa esse insumo é descartado pelo cliente e fazendo a logística reversa você reaproveita esses insumos para preparar o material e enviar pra ele novamente, então é um diferencial competitivo no mercado para empresa.

A logística reversa, se torna diferencial competitivo para a organização, pois reduz custos e reaproveita insumos. Segundo Soares, Silva e Melo (2013), a Logística Reversa é uma arma importante para a empresa se tratando de diferencial competitivo. Para se tornarem mais competitivas no mercado, as organizações buscam cada vez mais a redução de custos frente às suas concorrentes e a Logística Reversa eficaz pode proporcionar esse benefício à organização, seja ela pequena, média ou grande.

Pergunta 04: Como a Logística Reversa minimiza custos operacionais da Organização?

Sim, a redução de custos é muito voltada pra essa parte de logística reversa em relação ao custo do insumo, um custo de insumo hoje de uma chapa por exemplo polionda que nós carregamos para o cliente é de trinta reais, então se a gente faz essa logística reversa a gente economiza nesse custo, então é uma maneira de reduzir o valor do material e ser mais competitivo no mercado.

De acordo com a resposta é notório que, através da logística reversa os materiais podem ser reaproveitados, e fazendo essa coleta e reutilização do material que foi entregue ao cliente, conseqüentemente reduz o custo de insumo para a empresa. Coelho (2011) comenta sobre algumas vantagens da logística reversa e diz que a logística reversa tendo a sua aplicabilidade de maneira planejada e contínua, permite que o empreendimento goze de inúmeros benefícios, principalmente da natureza econômica, transformando materiais considerados inutilizáveis, em matéria prima, trazendo assim, redução de custos as empresas. Leopoldino (2016) também explana que, a logística reversa tem trazido retornos consideráveis para as empresas, pois se tem economias com o reaproveitamento de materiais para a produção e com isso se tem cada vez mais novas iniciativas de fluxo reverso.

Pergunta 05: A Logística Reversa diminui os impactos ambientais? De que forma?

Ela reduz o impacto ambiental devido ao insumo que vai para o cliente não ser descartado no meio ambiente, como por exemplo, isopores, chapa polionda que é plástico, então esse insumo retornando para a empresa, diminui esse impacto ambiental.

Uma vez devolvidos, esses insumos podem ser reutilizados em novos processos e também reciclados. O fato dos materiais não serem descartados de forma incorreta no meio ambiente, mas devolvidos à empresa, ajuda a preservar os ecossistemas. Segundo Leopoldino (2016) a logística reversa veio como uma solução para a melhoria dos problemas ambientais causados no mundo, pois tem uma abordagem de sustentabilidade. O ciclo do produto não acaba quando o consumidor o descarta, pois os insumos retornam para a empresa, gerando novas possibilidades, novas matérias-primas. Com isso, a prática reversa da logística ganha mais força e inúmeros pontos positivos gerados para o meio ambiente.

Pergunta 06: O fato de ter implantado a logística reversa contribuiu para a fidelização dos clientes?

Sim, contribuiu para a fidelização. Porque hoje o mercado, o mundo, quer um mundo mais sustentável, então os clientes buscam empresas que tenham essa sustentabilidade, essa logística reversa e não polua o meio ambiente.

Através da resposta, é possível a compreensão de que a fidelização dos clientes está ligada a práticas sustentáveis por parte das organizações. Em relação à fidelização de clientes, Camargo et al. (2018) conceitua que, a fidelização do cliente é uma das conquistas mais importantes para manter um bom desempenho. É fundamental acompanhar tudo o que está acontecendo no mercado e principalmente o que pode interessar aos clientes, pois o sucesso do negócio é alcançado pela satisfação de suas necessidades. Os consumidores estão mais exigentes e optam por empresas que tenham programas de sustentabilidade, e como bem explana Martins, Almeida e Souza (2018), simultaneamente ao crescente avanço da tecnologia encontra-se a preocupação da população em relação à destinação final dos produtos a serem descartados, bem como o surgimento de legislações a respeito da problemática, visando à preservação dos recursos ambientais.

Pergunta 07: Existe algum incentivo governamental ou legislação que obrigue a realizar o processo de logística reversa?

Pelo o meu conhecimento, incentivo governamental ou legislação eu não tenho esse conhecimento, mas eu sei que devido ao grupo, a empresa ser focada no meio ambiente, isso conta muito para os nossos clientes, porque hoje eles optam por empresas que tenham sustentabilidade.

O entrevistado desconhece se existe legislação ou incentivo por parte do governo para a realização do processo de logística reversa, no entanto, acrescenta que, o foco da empresa no meio ambiente é um ponto que pode influenciar positivamente a escolha dos clientes. Como apontado por Lacerda (2002), existem clientes que se fidelizam às empresas por adotarem políticas sustentáveis, ou seja, de retorno de produtos, o que envolve uma estrutura para os produtos retornados. No que diz respeito às questões ambientais, existe uma grande tendência que a legislação ambiental venha tornar as empresas cada vez mais responsáveis pelo ciclo de vida de seus produtos, ou seja, serem responsáveis pelo produto depois de consumido, como o impacto que seu descarte possa causar ao meio ambiente.

Pergunta 08: A organização realizou parcerias para que a logística reversa aconteça?

A logística reversa tem que ter primeiro a parceria do transportador, porque nós precisamos que o mesmo caminhão que leve o material, retorne com insumo, então é uma das parcerias. E a parceria com o próprio cliente, incentivando ele a devolver os insumos que com esse retorno vai a parte de sustentabilidade e também a parte de economia pra ele, porque a gente consegue fazer um produto mais em conta próximo ao mercado e isso é vantajoso pra ele também. Então parceria com o transportador e com o cliente.

Tendo em vista a resposta do entrevistado, no processo da logística reversa é necessário a colaboração entres as partes da cadeia produtiva. Isso promove sustentabilidade e ganhos econômicos para todos os envolvidos. Berardi, Cattini Jr e Miguel, (2020) apontam que, o processo de logística reversa precisa ser bem planejado. A coleta no processo inicial consiste na retirada do produto a ser devolvido no local onde ele se encontra e o transporte que leve o material e volte com o insumo. A coleta pode acontecer de forma que a própria empresa programe a retirada do produto no local informado pelo usuário.

Pergunta 09: Como a Logística Reversa impulsiona o sucesso da Empresa?

A Logística Reversa é um diferencial na empresa, porque muitas empresas não utilizam o retorno de uma logística reversa, por exemplo, então isso é um diferencial tanto no mercado de meio ambiente quanto no cliente que reduz o valor do produto final.

A logística reversa é uma estratégia inteligente que gera valor para empresa.

Nesse sentido, Carlos e Zorzo (2019) concluem que a Logística Reversa é uma área essencial para o sucesso das empresas, e que a vantagem competitiva é o principal motivo para sua viabilidade e adoção, uma vez que a partir dela, há o aumento do nível de serviço e da satisfação do cliente, bem como o valor agregado à imagem corporativa, tornando-se estratégica ao integrar todos aos processos e interessados na cadeia produtiva.

Pergunta 10: Você gostaria de falar sobre algum assunto que não foi abordado de como a logística reversa contribui para a empresa ter um diferencial competitivo?

A logística reversa é um diferencial no mercado hoje que as empresas buscam, devido a sustentabilidade do meio ambiente, que é o foco hoje da maioria das empresas, então se você não polui e não coloca vamos assim dizer, a sucata no meio ambiente, isso reflete no cliente final e os clientes hoje buscam parceiros que não poluem o meio ambiente, então é um diferencial bem competitivo hoje no mercado.

À medida que os consumidores se tornam cada vez mais conscientes da importância da sustentabilidade, as empresas que adotam essa prática, acabam se destacando no mercado, gerando diferencial competitivo e fidelização no mercado.

Para Leite (2017) a Logística Reversa favorece as empresas de muitas formas, como a fidelização dos clientes, evidencia a responsabilidade empresarial em relação à sustentabilidade ambiental, a conservação de imagem empresarial, entre outros diversos fatores que colaboram para a competitividade empresarial.

Na figura 2 é demonstrado os paletes de frascos que são enviados aos clientes, esse conjunto de frascos desempenha um papel crucial no processo logístico, com sua organização estratégica otimiza o espaço e reduz o risco de danos, mantendo a qualidade dos itens durante o trajeto até o destino final. Na logística reversa, esses paletes tem a finalidade de facilitar o retorno de produtos ou embalagens para o fabricante, distribuidor ou ponto de coleta.



Figura 2 - Palete de frascos que são enviados para os clientes
Fonte: Empresa do estudo de caso (2024)

5 – Considerações Finais

Este artigo possibilitou a percepção da relevância da Logística Reversa, e como esta gera diferencial competitivo para a organização, reduzindo custos, diminuindo impactos ambientais. Relata também a importância da logística reversa, como ela agrega valor à imagem corporativa, tornando-se estratégia ao integrar os processos e os interessados na cadeia produtiva. Diante das exigências dos clientes que hoje em dia buscam por empresas que tenham sustentabilidade e também do surgimento de legislações ambientais, o estudo e aplicabilidade da logística reversa torna-se crucial.

O objetivo geral do trabalho era analisar a utilização da logística reversa como um diferencial competitivo a partir da empresa estudada. Esse objetivo foi alcançado, e através da pesquisa realizada, foi possível constatar que, a logística reversa é um diferencial no mercado, pois, o foco da empresa é a preocupação em relação a sustentabilidade ambiental, não poluir e não colocar a sucata no meio ambiente, e isso reflete no cliente final, pois atualmente, os clientes buscam parceiros que não poluem o meio ambiente. Sendo assim, a logística reversa se torna um diferencial bem competitivo no mercado.

Foi possível também alcançar os objetivos específicos do trabalho, estes que por sua vez se propunha a identificar a importância da logística reversa na empresa

estudada, entender como a mesma minimiza custos operacionais e impactos ambientais, e como pode ser utilizada como estratégia competitiva na empresa. Através da entrevista, foi possível compreender a importância da logística reversa como fator de competitividade para a empresa, pois proporciona várias oportunidades de melhorias ou ganho através da reutilização dos materiais de produção. Foi possível também entender que a logística reversa, minimiza custos operacionais, pois se é realizado o processo reverso com os insumos, a empresa economiza em materiais e também reduz o impacto ambiental devido ao insumo que vai para o cliente não ser descartado no meio ambiente, mas retornando para a empresa.

Através da pergunta de pesquisa - Como a logística reversa contribui para a empresa estudada ter um diferencial competitivo? -, pode-se afirmar que a logística reversa é um diferencial na empresa porque muitas empresas não utilizam o retorno de uma logística reversa, e o fato da empresa utilizar o fluxo reverso dos produtos é um diferencial tanto no mercado de meio ambiente como também para o cliente. É também um diferencial competitivo, pois reduz os custos, por ter a parceria do cliente que não descarta o insumo, e através disso a empresa pode reaproveitar esses insumos e enviar para ele novamente.

Nota-se a relevância da Logística Reversa, pois esta quando implementada é uma estratégia eficaz para melhorar a imagem da empresa junto aos clientes e ao mercado, o que resulta em uma maior competitividade por parte da empresa.

Sugere-se, futuras pesquisas aprofundadas sobre o tema, visando compreender também o impacto social da logística reversa.

Por fim, o desenvolvimento desse estudo de caso se torna relevante e enriquecedor ao integrar conceitos de responsabilidade social ambiental, e conscientização da importância acerca da logística reversa.

Referências

ALMEIDA, K. M. V. **Logística reversa para gestão de resíduos e coprodutos da cadeia de biodiesel estudo de caso em usinas do nordeste brasileiro**. 2012. 197p. Dissertação (Doutorado em Engenharia Civil) – Universidade Federal de Pernambuco - UFP, Recife, 2012.

ALVAREZ, Francisco J. S. M. **Gestão Estratégica de Clientes**. São Paulo: Saraiva, 2015.

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/Logística Empresarial.** – 5.ed. –Porto Alegre/SC: Bookman, 2006.

BERARDI, Patrícia; CATTINI JR, Orlando; MIGUEL, Priscila L. S. **Logística Reversa como vantagem competitiva, muito mais que reciclagem.** Revista MundoLogística. Nov/Dez 2020. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/0cd4b74b-04d9-4b07-b00d-3792cc285121/content>. Acesso em: 12 nov. 2024.

BULGACOV, Sergio. **Manual de gestão empresarial.** 2 ed. São Paulo, Atlas, 2006.

CAMARGO, Luiz Octavio de Lima; CAVENAGHI, Airton José; PEREIRA, Danilo Cava; WADA, Elizabeth Kyoko. **Os fãs do SESC em São Paulo: um estudo sobre hospitalidade e acolhimento.** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 12(2),46-64. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/LstQkgNqDX48NLLGZWWH4rd/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 01 nov 2024.

CAMPOS, Alexandre de; GOULART, Verci Douglas Garcia. **Logística reversa integrada: sistema de responsabilidade pós-consumo aplicados ao ciclo de vida dos produtos.** Érica/Saraiva, 2017.

CARLOS, Ana Paula de Géia Martins; ZORZO, Adalberto. **Logística Reversa como Fonte de Vantagem Competitiva.** X FATECLOG LOGÍSTICA 4.0 & A SOCIEDADE DO CONHECIMENTO FATEC GUARULHOS – GUARULHOS/SP - BRASIL 31 DE MAIO E 01 DE JUNHO DE 2019.

CAVALCANTE, Heloiza da Silva; GOMES, Jeycielle da Silva Oliveira; LOPES, Kathleen Karoline Jonson; SOUZA, Nivaldo Alexandre de; CAMPELO, Mauro. **Uma Breve Análise Sobre a Evolução da Logística.** XVI SEGET - SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA.

CHAVES, Gisele de Lorena Diniz; BATALHA, Mauro Otávio. **Os consumidores valorizam a coleta de embalagens recicláveis? Um estudo de caso da Logística Reversa em uma rede de hipermercados.** Gestão & Produção, v.13, n.3, p.423-434, set.- dez. 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/Lrp6CxM5gvgCxCn84WLgKHB/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 07 maio. 2024.

COELHO, L. C. **O poder da embalagem na logística reversa.** 2011.

DORIZZOTTO, Ana Letícia Vtti. **O processo de logística reversa em diferentes percepções e sua importância.** Universidade Federal de São Carlos Campus Lagoa do Sino Centro de ciências da natureza. São Paulo, 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

GOTO, André Kenreo. **A importância do sistema de gestão ambiental para o desenvolvimento de cadeia de suprimentos verde automotiva.** 2012. 226 f. Tese

(Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2012.
Disponível em: <https://bibliotecatede.uninove.br/handle/tede/697#preview-link0>.
Acesso em: 11 nov. 2024.

GUARNIERI, Patrícia; OLIVEIRA, Ivanir Luiz de. **A caracterização da logística reversa no ambiente empresarial em suas áreas de atuação:** pós-venda e pós-consumo – agregando valor econômico e legal. CEFET. Paraná, 2006.

JACOB, Diego Alves, **O que é diferencial competitivo?** (2011). Disponível em: <https://www.administradores.com.br/artigos/o-que-e-diferencial-competitivo>. Acesso em: 12 nov. 2024.

KOTLER, Philip. **Marketing Para O Século XXI**. Rio de Janeiro: Editora AltaBooks, 2021. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555202458/>. Acesso em: 03 nov.2024.

LACERDA, Leonardo. **Logística reversa:** Uma visão sobre os conceitos básicos e as práticas operacionais. Centro de Estudos em Logística -COPPEAD, P.3, 2002.

LEITE, Luciana R.; SILVA, Christiane L. C.; MENEZES, Emílio de A. **Sustentabilidade:** um diferencial competitivo para micro e pequenas empresas. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 29., 2009, Anais... Salvador: ABEPRO, 2009.

LEITE, Paulo Roberto. **Direcionadores estratégicos em programas de logística reversa no Brasil**. Revista Alcance, v. 19, n. 2, p. 182-201, abr./jun.2012.

LEITE, Paulo Roberto. **Logística reversa: meio ambiente e competitividade**. 2 ed. 240 p. São Paulo, 2009.

LEITE, Paulo Roberto. **Logística Reversa: Sustentabilidade e competitividade**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

LEOPOLDINO, Maria Rita de Cássia Calçada. **A logística reversa e as questões ambientais**. Brazilian Technology Symposium, 2016.

MAÇÃES, Manuel Alberto Ramos. **Vantagem competitiva e criação de valor**. – Vol. II. Grupo Almedina (Portugal) 2017.

MARTINS, Alice Josefa Andrade; DE ALMEIDA, Maria Luciana; SOUZA, Déborah Maria da Silva. **Análise das Práticas de Logística Reversa Aplicadas aos Vasilhames de Vidro em uma Engarrafadora de Bebidas**. Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade, v. 7, n. 1, p. 116-130, 2018. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/geas>. Acesso em: 13. nov. 2024.

NOGUEIRA, Mariane Prado; SANTOS, Renato Bechior; RIBEIRO, Sílvio. **A importância da logística reversa de embalagens de agrotóxicos**. Revista de Ciência e Tecnologia. Fatec Lins, Lins, SP, ano 6, v. 6, n. 2, p. 94-107, jul./dez. 2020. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/5040?mode=full>. Acesso em: 07 nov. 2024.

OLIVEIRA, Adriano Abreu; SILVA, Jersone Tasso Moreira. **A logística reversa no**

processo de revalorização dos bens manufaturados. 2011.

PORTER, Michael Eugene. **Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústria e da Concorrência.** 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

POZO, Hamilton. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais – Uma abordagem Logística.** São Paulo: Atlas, 2004.

PRADO, André. **Empreendedorismo: Dicas & Desafios.** Rio de Janeiro: Quártica, 2022.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação.** 8 ed. São Paulo: Loyola, 2015.

SEVERO, FILHO João. **Administração de Logística Integrada: Materiais, PCP,, Marketing.** Rio de Janeiro: E-Papaers, 2006.

SILVA, Marielle Luiza Custódio e. **A logística reversa como um diferencial competitivo.** 2024. 45 f. Monografia (Graduação em Administração) - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2024.

SILVA, Mayara Cristina Ghedini da; COLMENERO João Carlos. **A Logística Reversa como forma de desenvolvimento sustentável e competitivo das empresas.** 2010. 5º Encontro de engenharia e tecnologia dos Campos Gerais, 2010.

SILVA, Renato Francisco Saldanha; FRAGOSO, Elcio Aóisio. **Logística Reversa - Vantagem Competitiva e Econômica.** São Paulo, 2012.

SINNECKER, Cesar Alberto. **O estudo sobre a importância da logística reversa em quatro grandes empresas da região metropolitana de Curitiba.** 2007. Dissertação (Mestrado). Pontifícia Universidade Católica de Paraná, 2007.

SOARES, Anderson; SILVA, Claudinei Gomes da; MELO, Moisés de Sousa. **Logística reversa com ênfase no reuso de embalagens e paletes em uma empresa localizada em Osasco.** E-FACEQ: revista dos discentes da Faculdade Eça de Queirós, ISSN 2238-8605, Ano 2, número 2, agosto de 2013. Disponível em: <https://e-faceq.blogspot.com/p/edicoes-anteriores.html>. Acesso em: 07 maio. 2024.

SOUZA, Paulo Teixeira. **LOGÍSTICA INTERNA: O Princípio da Logística Organizacional está na Administração dos Recursos Materiais e Patrimoniais (ARMP).** Revista Científica FacMais, [s. l.], v. II, n. 1, 7 mar. 2022. Disponível em: <https://revistacientifica.facmais.com.br/wp-content/uploads/2012/10/10.LOG%C3%8DSTICA-INTERNA-Paulo-Teixeira-de-Sousa1.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2024.

SPAREMBERGER, Ariosto. **Vendas: Fundamentos e Relacionamento com os clientes.** 1. ed. Ed. Unijuí, 2019.

VIEIRA, Karina Nascimento; SOARES, Theresa Olívia Rodrigues; SOARES, Laila Rodrigues. **A Logística Reversa do Lixo Tecnológico: um estudo sobre o projeto de coleta de lâmpadas, pilhas e baterias da Braskem.** RGSA – Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 3, n. 3, p. 120-136, set./dez. 2009. Disponível em: <https://rgsa.openaccesspublications.org/rgsa/article/view/180>. Acesso em: 07 maio.

2024.

WILLE, Mariana Muller. **Logística Reversa**: conceitos, legislação e sistema de custeio aplicável. 14 f. Graduada em Administração, faculdade de Marketing, Curitiba, 2013.

YIN, Robert. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

YIN, Robert. K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2015.