

## **O Crescimento do uso da Logística Reversa pelo e-commerce**

Rafael Paiva da Silva

R.A: 2019301540

Instituição de Ensino: Universidade de Salvador

Curso de Pós-graduação em Logística e Supply Chain

Orientador: Simone Aparecida Miguel Ferreira

### **Introdução**

Ao observarmos as principais características do mercado consumidor concebido entre o final do século XX e o início do século XXI, é possível identificar a alta variedade de produtos em oferta, atributo este que visa atender o diverso número de micro segmentos existentes em cada um dos mercados. Porém a alta linha de produção somada ao baixo ciclo de vida dos produtos faz com que este grande número de produtos entre em obsolescência.

A globalização da economia e o desenvolvimento da internet fizeram com que diversas empresas vissem no e-commerce a possibilidade de oferecer ao seu cliente fatores que o ambiente virtual poderia proporcionar, dentre eles a segurança; facilidade nas pesquisas comparativas e comodidade.

Sem ter realizado um contato anteriormente com o produto é possível que o consumidor deseje realizar a devolução do produto assim que o receba. Esse desejo pode ser motivado por um mau funcionamento, uma avaria ou mesmo pelo arrependimento da compra.

Segundo uma pesquisa realizada pela Invesp, estima-se que cerca de 30% das compras virtuais sejam devolvidas já nos comércios físicos este número chega a apenas 9%.

O presente artigo busca apontar os principais fatores que fazem com que a Logística Reversa tenha se tornado uma ferramenta de forte incumbência dentro do e-commerce, e indicar como o seu uso preciso pode estabelecer uma maior fidelização entre a empresa que realiza a sua prática e seus consumidores.

A pesquisa realizada neste artigo utilizou como tática a Abordagem Qualitativa através da Metodologia Descritiva, partindo de uma revisão bibliográfica composta pelos principais autores da área.

## Desenvolvimento

Para Rogers e Tibben-Lembke (1999), a Logística Reversa pode ser definida como:

“Processo de planejamento, implementação e controle da eficiência, do custo efetivo do fluxo de matérias-primas, estoques de processo, produtos acabados e as respectivas informações, desde o ponto de consumo até o ponto de origem, com o propósito de recapturar valor ou adequar o seu destino”.

Analisando o progresso da sustentabilidade através das práticas humanas vemos que atividades como a de Logística Reversa, que visam a preocupação com a recuperação de materiais, são recentes. Rafaela de Almeida (2020), diz que os primeiros conceitos de Logística Reversa surgiram na Europa entre as décadas de 1970 e 1980. No Brasil a sua evidência teve princípio na década de 1990, quando o ciclo de vida dos produtos ofertados no mercado, com destaque àqueles que se mantinham em contínua evolução tecnológica, estava sendo reduzido.

Ao realizarmos uma comparação entre o comércio tradicional e o e-commerce é possível identificar as características que gerem mais atributos a esta prática. Para Novaes (2007) os principais elementos do e-commerce são: o serviço de comunicação, o gerenciamento de dados, os mecanismos de segurança, a comodidade ao cliente, o atendimento 24 horas por dia e a baixa necessidade de esforço físico.

Para Turban *et al.* (2005) o e-commerce é o método utilizado para comprar, vender, transferir ou trocar produtos, serviços ou informações através das redes de computador, incluído a internet. Através deste processo etapas do comércio tradicional são removidas, devido ao uso das técnicas de automatização das transações de compra e venda e integrando toda a cadeia de logística.

Segundo o conceito aplicado por Laudon e Laudon (2007) podemos ver a amplitude que o comércio eletrônico possui. Eles definem o e-commerce como: “o uso da Internet e da Web para conduzir negócios, ou seja, transações comerciais realizadas digitalmente”. Para eles o e-commerce não se restringe apenas ao ato de compra e venda, ele também inclui a prestação de serviços, colaboração entre parceiros de negócios e a realização de transações online internas das organizações.

O crescimento contínuo das lojas virtuais foram os principais questionamentos para a formação do vínculo entre o mercado eletrônico e a sua eficácia com o uso da logística.

Fleury & Monteiro, (2003), afirmam sobre o quão importante é o gerenciamento das atividades logísticas, uma vez que ela representa uma das maiores parcelas do custo final do produto. Segundo eles as empresas que desconsideram as atividades do setor logístico têm grandes chances de causar insatisfação em seus clientes, já que no e-commerce a satisfação e a fidelização são alimentadas continuamente por recursos como a logística. A demora na entrega ou falha no pedido realizado podem motivar a busca por uma nova loja virtual.

Quadro 01:

<b>FLUXO DIRETO</b>	<b>FLUXO REVERSO</b>
<b>Recursos para a estimada demanda</b>	Impossibilidade na estimacão da demanda
<b>Transporte de um ponto a muitos pontos</b>	Transporte de vários pontos a um ponto
<b>Preço uniforme</b>	Preço não uniforme
<b>Gestão de estoques tradicional</b>	Gestão de estoques mais complexa
<b>Métodos de marketing bem conhecidos</b>	Métodos de marketing mais complexos
<b>Custos claros e monitorados por sistemas de contabilidade</b>	Custos menos visíveis e poucas vezes contabilizado

Fonte: Leite, 2013

A facilidade na consulta e utilizao das informaçoes concederam aos proprietários dos e-commerces uma maior facilidade em analisar o perfil de seus consumidores, permitindo assim que as necessidades do mercado fossem conhecidas

de uma forma mais vasta. A partir deste conhecimento as necessidades poderiam ser transformadas em vantagens com a elaboração e aplicação de estratégias competitivas.

Sertek, Guindani e Martins (2012) definem a estratégia competitiva como o método utilizado pelas empresas para perceber o mercado, gerando comprometimento com atitudes e rápidas respostas às mudanças. Para eles as estratégias possuem relação direta com a originalidade, a elaboração de ações exclusivas e a agregação de valores, como a estratégia da logística reversa.

A Administração Estratégica transcorre de quatro etapas estruturais, como é mostrado na Figura 01.

Figura 01: Esquema da Administração estratégica



Fonte: Adaptado de Sertek; Guindani; Martins, 2012.

Atualmente vemos que em grande parte das empresas o uso da Logística Reversa encontra-se fraco, deixando de lado a possibilidade da vantagem competitiva que o seu uso pode conceder à administração estratégica da empresa.

A realização de um **Diagnóstico Estratégico** é a primeira etapa dentro da formação e implementação do processo, encontrando assim informações chaves como o tempo de duração do período de retorno dos materiais e o nível de satisfação dos consumidores. Ao portar estes dados o **Planejamento** pode ser estruturado, indicando assim os métodos que serão utilizados e investimentos físicos e estruturais. A **Implementação Estratégica** será o plano de ação referente ao planejamento escolhido e o **Controle de Estoques** será responsável pela relação direta com o alcance dos resultados obtidos com os objetivos traçados.

## **Considerações finais**

Ao analisar os dados e informações utilizados como base neste arquivo é possível afirmarmos que o e-commerce se encontra em um alto nível de aproveitamento, permitindo uma aproximação entre a comercialização e os avanços tecnológicos que foram incorporados ao comportamento humano.

Dentro deste alto avanço em que o e-commerce compõe, asseguramos que os processos de logística são o grande diferencial para o estabelecimento e manutenção da empresa, já que o modelo de gerenciamento e integração da cadeia de suprimentos por eles ofertada apresentará melhorias em relação à pesquisa de informações, a praticidade no ato de compra e o monitoramento de sua entrega.

A Logística Reversa entra como uma das chaves para que a formação do e-commerce utilizado por uma empresa atinja e fidelize seu maior número de clientes, tendo em vista que a disponibilidade para uma devolução em caso de trocas, falhas ou arrependimentos são garantidos por lei; por isso cabe à empresa estar sempre disponível a atender aos clientes caso eles tomem esta decisão.

A fidelização do cliente e a melhoria da imagem da empresa serão reforçadas com o planejamento e utilização adequados da Logística Reversa dentro do e-commerce, pois assim o aspecto de segurança estará sempre nítido quando um cliente for realizar a compra virtual e saberá que a devolução do produto é um aspecto exercido com qualidade por aquela empresa.

## Referências

- ALMEIDA, Rafaela Aparecida de. **Logística reversa no e-commerce**. Curitiba. Contentus, 2020.
- ARAÚJO, Ana Carolina de et al. **Logística reversa no comércio eletrônico: um estudo de caso**. *Gest. Prod.*, Jun 2013, vol.20, no.2, p.303-320. ISSN 0104-530X
- FLEURY, P. F., MONTEIRO, F. J. R. **O desafio logístico do e-commerce**. 2003. Disponível em: <<http://lvf2j.wordpress.com/2010/05/18/o-desafio-logistico-do-e-commerce/>> Acesso em: outubro de 2020.
- HERNÁNDEZ, C. T.; MARINS, F. A. S. ; CASTRO, R.C . **Modelo de Gerenciamento da Logística Reversa**. *Gestão & Produção (UFSCAR. Impresso)*, v. 19, p. 445-456, 2012.
- LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de Informação Gerenciais**. 7ª edição. Pearson. 2007.
- LEITE, Paulo Roberto. **Logística reversa: meio ambiente e competitividade**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- NOVAES, A. G. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.
- 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 2020.
- SALEH, Khalid. Product Return Rate – Statistics and Trends. **INVESP**, 2013. Disponível em: <<https://www.invespcro.com/blog/ecommerce-product-return-rate-statistics/>>. Acesso em: outubro de 2020
- SERTEK, Paulo; GUINDANI, Roberto Ari; MARTINS, Tomas Sparano; **Administração e planejamento estratégico**. Curitiba: IBPEX, 2011.
- SOUZA, R. S.; SILVA, A. D.; PAIVA, L. R.. **A importância da logística para o desenvolvimento do e-commerce: uma análise documental**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Centro Universitário do Sul de Minas.
- TURBAN, E., RAINER, R. K. J., POTTER, R.E. **Administração de tecnologia da informação: teoria e prática**. Elsevier. Rio de Janeiro, 2005.