

LOGÍSTICA REVERSA: UM ESTUDO EM UMA FRANQUIA DO SEGMENTO DA BELEZA EM RORAIMA

Autoria

Loyane Sousa de Moura

Administração /Universidade Federal de Roraima - UFRR

Georgia Patricia da Silva Ferko

Administração /Universidade Federal de Roraima

JAQUELINE SILVA DA ROSA

Administração /Universidade Federal de Roraima - UFRR

Luis claudio de Jesus Silva

Universidade Federal de Roraima - UFRR

Resumo

A Política Nacional dos Resíduos Sólidos no Brasil-PNRS, no ano de 2010, explicita que todos trabalhem juntos em favor da diminuição do impacto causado por suas ações no meio ambiente. Tendo isso em vista, no ano de 2006, o Grupo O Boticário resolve fazer a sua parte, criando o seu próprio programa de Logística Reversa. Este trabalho tem como objetivo compreender o processo de Logística reversa das embalagens pós-consumo de produtos, em um franqueado do Grupo Boticário, na cidade de Boa Vista-Roraima. Trata-se de uma pesquisa de cunho qualitativo e quantitativo, de caráter descritivo. Realizou-se entrevista, com o auxílio de um roteiro de questões abertas com a responsável pela Logística reversa na franquia e, também, foram aplicados questionários a 50 clientes de forma presencial. Viu-se que o programa implantado pela empresa tem a finalidade de contribuir com a preservação do meio ambiente, constituindo-se numa ótima iniciativa proposta. Contudo, notou-se que o programa requer maior divulgação, já que muitos dos clientes entrevistados não tinham conhecimento dele, resultando num baixo índice de devolução embalagens pós-consumo.

LOGÍSTICA REVERSA: UM ESTUDO EM UMA FRANQUIA DO SEGMENTO DA BELEZA EM RORAIMA

Área: Operações e Logística



RESUMO

A Política Nacional dos Resíduos Sólidos no Brasil-PNRS, no ano de 2010, explicita que todos trabalhem juntos em favor da diminuição do impacto causado por suas ações no meio ambiente. Tendo isso em vista, no ano de 2006, o Grupo O Boticário resolve fazer a sua parte, criando o seu próprio programa de Logística Reversa. Este trabalho tem como objetivo compreender o processo de Logística reversa das embalagens pós-consumo de produtos, em um franqueado do Grupo Boticário, na cidade de Boa Vista-Roraima. Trata-se de uma pesquisa de cunho qualitativo e quantitativo, de caráter descritivo. Realizou-se entrevista, com o auxílio de um roteiro de questões abertas com a responsável pela Logística reversa na franquia e, também, foram aplicados questionários a 50 clientes de forma presencial. Viu-se que o programa implantado pela empresa tem a finalidade de contribuir com a preservação do meio ambiente, constituindo-se numa ótima iniciativa proposta. Contudo, notou-se que o programa requer maior divulgação, já que muitos dos clientes entrevistados não tinham conhecimento dele, resultando num baixo índice de devolução embalagens pós-consumo.

Palavras Chave: Logística Reversa. Pós-Consumo. Embalagem.

ABSTRACT

The National Policy on Solid Waste in Brazil - PNRS, in 2010, makes explicit that all of them work together to reduce the impact of their actions on the environment. With this in mind, in 2006, the Group Boticário decided to do its part, creating its own Reverse Logistics program. This work aims to understand the process of reverse logistics of post consumer product packaging, in a franchisee of the Boticário Group, in the city of Boa Vista-Roraima. This is a qualitative and quantitative research of a descriptive nature. An interview was conducted with the help of a script of open questions with the person responsible for Reverse Logistics in the franchise, and also questionnaires were applied to 50 customers in the store. It was seen that the program implemented by the company aims to contribute to the preservation of the environment, constituting a great initiative proposed. However, it was noted that the program requires greater disclosure, since many of the clients interviewed were not aware of it, resulting in a low return rate of post-consumer packages

Key-Words: Reverse logistic. Post-Consumption. Packing.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com o Ministério do Meio Ambiente (2017), um consumidor consciente estima as atitudes de comprometimento ambiental que as organizações possuem, escolhendo preferivelmente empresas que tenham interesse e se comprometem com práticas ambientais na construção de um planeta sustentável, por meio de suas ações e projetos que envolvam o ambiente melhor.

Independente das demandas do mercado faz-se necessário que toda a sociedade mude a sua postura para preservar a natureza, pois toneladas de lixo são geradas todos os dias. À medida que ocorre esse ciclo de transformação sem limites, nota-se que o ambiente não tem conseguido sobreviver a esse impacto causado pela demasiada geração de resíduos sólidos, fato que acaba resultando em aterros a céu aberto, degradação e poluição (PEREIRA; PEREIRA, 2011).

A partir desse cenário, é possível imaginar a proporção dos danos causados por esses resíduos, devido ao seu descarte de forma inapropriada, trazendo, por conseguinte, prejuízos para o meio ambiente. Por outro lado, tem-se visto que uma parte da sociedade está preocupada em minimizar ações que causem malefícios à natureza. Uma prova disso são as iniciativas de reutilização de embalagens, os processos de reciclagem e os programas de logística reversa.

Para Novaes (2007), a logística reversa (LR) é um caminho para contribuir com a preservação do meio ambiente, promovendo uma destinação correta e o reaproveitamento de produtos e embalagens, com o objetivo de dar valor novamente para os itens que terão outra disposição final.

Atento às reivindicações dos potenciais clientes, o Grupo O Boticário criou o seu próprio programa de logística reversa em 2006, antes mesmo da instituição da Lei Nacional dos Resíduos Sólidos¹, beneficiando cerca de 1200 catadores de cooperativas de materiais recicláveis, sendo mais de 4000 pontos de coleta de frascos de produtos utilizados pelos consumidores que acabam destinados às cooperativas, ajudando o meio ambiente e gerando renda para os catadores (COSMETIC INNOVATION, 2017).

Nesse cenário, esta pesquisa tem como objetivo compreender o processo de logística reversa das embalagens pós-consumo de produtos, num franqueado do Grupo Boticário, na cidade de Boa Vista-Roraima. A escolha do tema para este trabalho se justifica em razão da necessidade de conhecimento do processo de logística reversa, visto que este ainda não é muito explorado na cidade de Boa Vista, embora seja de extrema importância já que, de acordo com Mueller (2005) os conceitos de sustentabilidade empresarial e logística reversa são temas que frequentemente são usados, aliados ao fato de o cliente estar mais preocupado com as consequências trazidas pelos produtos adquiridos ao meio ambiente e às futuras gerações.

O trabalho está estruturado em cinco seções, sendo esta a Introdução, a qual apresenta a temática de estudo e o objetivo. Na segunda seção, tem-se o Referencial Teórico. Na terceira seção, classifica-se a pesquisa, bem como indica-se

¹ Lei nº 12.305 que institui a gestão dos resíduos sólidos no país, com diretrizes e ações a fim de garantir a destinação correta aos resíduos, bem como responsabiliza a todos pela geração do resíduo que produz.

técnica de coleta e análise dos dados. Na quarta seção, apresentam-se os dados coletados e sua análise. Por fim, tem-se as Considerações finais, seguida das Referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Logística Reversa

De acordo com Moura (2006), a logística assegura o processo de movimentação de um produto desde o fornecedor até o consumidor, e cada vez mais também se realiza o fluxo inverso relacionado à reciclagem, devoluções e destinação final de um produto. Esse fluxo inverso é chamado de logística reversa e vem sendo bastante difundido, em virtude de ser uma forma de cooperar para o desenvolvimento sustentável do meio ambiente, permitindo também que empresas se beneficiem de forma a ter vantagem competitiva no mercado (GUARNIERI, 2011).

Segundo a Federação das Indústrias do Estado do Paraná - FIEP (2015), o conceito de logística reversa surgiu primordialmente nos países europeus, nas décadas de 70 e 80, mas foi na Alemanha que despontou a primeira lei abordando esse tema. Para a Lei nº 12.305, Política Nacional dos Resíduos Sólidos-PNRS (2010) a logística reversa tem o poder de transformar os resíduos do pós-consumo em novos ciclos produtivos ou dar-lhe destinação adequada por meio de procedimentos logísticos.

Para Byrne e Deeb (1993), logística reversa é o processo contínuo de tomar de volta produtos ou materiais de embalagem para evitar acumulação de lixo em aterros ou alto consumo de energia em processos de incineração. De acordo com Dowlatshahi (2000), a logística reversa é uma sequência onde o fabricante permite de forma estruturada que materiais ou partes destes retornem do ponto de consumo para possível reciclagem, disposição final ou remanufatura.

A logística reversa é também fundamentada pelo Decreto nº 7.404, de 23 de dezembro de 2010, criado com a finalidade de regulamentar a PNRS, formando também o Comitê Interministerial da Política Nacional de Resíduos Sólidos e o Comitê Orientador para a Implantação dos Sistemas de Logística Reversa.

Levando em consideração o que foi mencionado, pode-se afirmar que logística reversa apresenta uma visão sustentável, possibilitando que os recursos naturais sejam utilizados atrelados aos interesses da comunidade, ainda corroborando para o gerenciamento de resíduos. Além disso, os programas de logística reversa e reciclagem podem contribuir para a diminuição de degradação e proteção ambiental.

Hoje, a Logística Reversa conquista uma maior dimensão em discursões da gestão ambiental (DEMAJOROVIC, *et al*, 2012). Ela permite o acompanhamento do retorno dos produtos, sejam eles para destinação final ou reciclagem. Seu principal objetivo é a gestão e distribuição do material descartado para reuso, agregando valor econômico, social e ecológico para a sociedade e para a organização (WILLE; BORN, 2012).

A logística reversa fecha o ciclo da cadeia de suprimentos, adotando a LR como parte da logística direta, conforme é representada na figura 1.

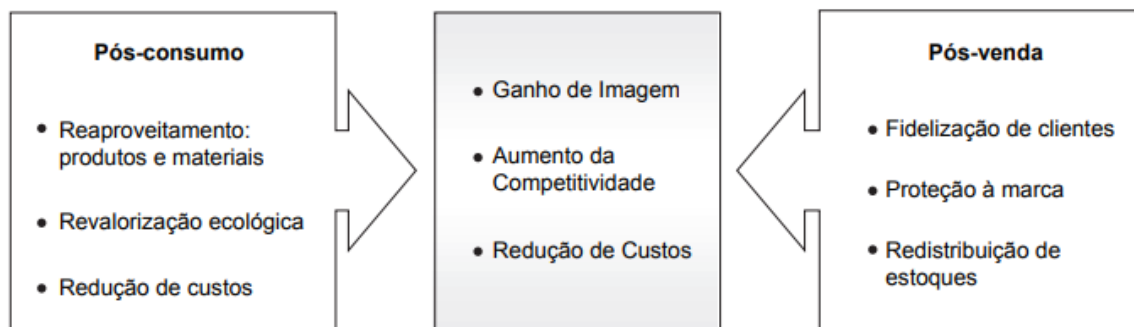
A logística reversa possui essas etapas para que funcione, inserindo-se dentro da logística e possuindo três pontos principais: o logístico, o qual permite novo valor para um produto; o financeiro, já que se existem custos para que se operacionalizem essas etapas como armazenagem, por exemplo, e principalmente,

o ambiental, que permite vários benefícios para o meio ambiente e para a sociedade (GUARNIERI, 2011).

A logística reversa de pós-venda acontece quando um produto/material chega com algum problema para o consumidor e precisa ser devolvido para possíveis reparos ou troca (GUARNIERI, 2011; LEITE, 2002; MUELLER, 2005). Além disso, ela agrega valor social ambiental e econômico, mas essencialmente agrega valor à marca da organização, por meio da reinserção de produtos à cadeia de suprimentos, conquistando clientes e os fidelizando (OLIVEIRA; RAIMUNDINI, 2005).

Desse modo, o fabricante, por meio dos processos de logística, pode oferecer um serviço de qualidade para o consumidor que se tornou mais exigente, permitindo que o produto não só chegue para ele no momento em que ele deseja, como também esteja pronto para o retorno imediato. Assim, a existência de um produto vai além de quando ele é entregue ao cliente final (MUELLER, 2005). A logística reversa de pós-consumo acontece com o reaproveitamento de produtos e materiais deixados em pontos de coletas pré-determinados, que envolvem o desenvolvimento de funções da logística de coletar, desmontar e processar produtos e materiais, garantindo que possam ser reciclados ou que tenham destinação correta (SILVA *et al.*, 2006; LEITE, 2003).

Figura 1 - Logística Reversa de Pós Venda e Pós-Consumo



Fonte: Leite (2003).

Assim, é possível entender que a logística reversa possui duas áreas (LIVA; PONTELO; OLIVEIRA, 2003): a de pós-venda e a de pós-consumo, ambas de grande valia. Porém, a logística de pós-consumo será a mais explorada neste trabalho, em razão do tema a ser desenvolvido. Desse modo, a instituição da logística reversa cada vez mais se torna importante para as organizações, uma vez que produtos devolvidos oferecem recaptura de valor, como também diminuição de gastos.

Porém, a logística reversa precisa ultrapassar barreiras para se desenvolver, tal como propiciar que os resíduos sejam recolhidos ou oferecer destino verdadeiramente correto, de forma a diminuir os seus impactos causados. Outro ponto é em relação às organizações que consideram essa atividade como tendo um custo elevado, além de ser complexa. Desse modo, a instituição da logística reversa depende da participação de vários agentes, para que ela possa ser operacionalizada, sejam clientes, governo e, principalmente, as organizações, que além de perceber os vários benefícios nela contidos, também ganham vantagem competitiva (DEMAJOROVIC *et al.*, 2012)

3 METODOLOGIA

A pesquisa é de cunho qualitativo e quantitativo. Martins (2004) afirma que a pesquisa qualitativa debate os questionamentos éticos mais do que qualquer uma, pelo fato da aproximação entre o pesquisador e os pesquisados. Segundo Goldenberg (2004), a integração da pesquisa quantitativa e qualitativa oportuniza ao investigador um entrelaçamento em suas conclusões, mostrando mais confiabilidade nos dados, já que eles são frutos de mais de um procedimento, o que não torna a pesquisa limitada.

Quanto aos objetivos, a pesquisa é descritiva. Para Gil (2008), esse tipo de pesquisa retrata as particularidades de estipuladas populações ou fenômenos, com o uso de técnicas padronizadas, como questionários, entrevistas e a observação sistemática para a coleta de dados, e a sua maior contribuição propiciada é oportunizar uma nova visão a respeito da existência que compreendemos.

O método utilizado foi o do estudo de caso. Yin (2001) afirma que o estudo de caso é uma das formas de se realizar pesquisa em ciências sociais, com a utilização de experimentos, levantamento de dados, pesquisas e análises, apenas uma das muitas maneiras de se fazer pesquisa em ciências sociais. Além disso, ainda aponta que um estudo de caso estipula o como e o porquê das complexas circunstâncias da sociedade.

Para a coleta de dados primários, fez-se entrevista em profundidade com o auxílio de um roteiro de perguntas abertas, adaptado de Fernandes (2008) que foram firmadas no Referencial Teórico. Esse roteiro é composto de 18 perguntas abertas. Participou da entrevista a colaboradora responsável pelo setor de logística reversa da franquia do Grupo Boticário em Boa Vista; identificou-se como colaboradora na seção de análise.

Também se utilizou de questionário com 08 questões, constituindo-se de 06 questões fechadas e 02 abertas, alicerçado no Referencial teórico, com 50 clientes O Boticário, com uso de amostragem aleatória simples, nas lojas localizadas na Avenida Jaime Brasil e no Pátio Roraima Shopping, no dia 16 de dezembro de 2017, com o intuito de conhecer a percepção e conhecimento dos consumidores acerca do programa de reciclagem de embalagens da franquia no estado. Além disso, coletou-se dados secundários, a partir dos Relatórios de sustentabilidade no site da empresa.

Para a análise dos dados obtidos, fez-se uso da técnica de análise de conteúdo para a pesquisa qualitativa. Para a análise da pesquisa quantitativa, realizou-se representação gráfica com percentagem com a utilização do Excel.

4 ANÁLISE E DISCUSSÕES

4.1 Caracterização e história da empresa

A empresa foco deste estudo é uma das maiores especializada em cosméticos, higiene pessoal e perfumaria no país. Atualmente, com 40 anos de mercado, a Hudson José Botica Comercial Farmacêutica Ltda., O grupo O Boticário, englobou as marcas, o Boticário, Eudora, The Beaut Box e a Quem disse Berenice? Esta, por sua vez, especializada em maquiagem, inova na liberdade de estética para as mulheres e tem como público alvo as mulheres jovens (SITE O BOTICÁRIO, 2017).

De acordo com o Relatório de Sustentabilidade do grupo O Boticário (2016), a Fundação O Boticário de Proteção à Natureza foi criada no ano de 1990, quando se decidiu implantar uma fundação sem fins lucrativos, para que de alguma maneira o



grupo pudesse ajudar na preservação do meio ambiente, promovendo assim várias ações, visando conservar o futuro das gerações e ofertar qualidade de vida.

Com 27 anos completados, dedicados à conservação da natureza brasileira, busca estabelecer mais parcerias, cria projetos e se converte em uma das principais financiadoras de projetos ambientais no Brasil, tornando possível a conservação de áreas ambientais, que também são fundamentais para a sobrevivência do ser humano, como é o caso da Mata Atlântica e do Cerrado brasileiro (SITE FUNDAÇÃO, 2017).

Além disso, realiza a prática da sustentabilidade com os programas de ecoeficiência, no qual opta por tecnologias e processos de produção que reduzam cada vez mais a emissão de gases no planeta, e o programa de Boti Recicla, uma ação para a reciclagem das embalagens O Boticário, criada no ano de 2006, proporcionando a correta destinação para embalagens que não teriam mais uso algum. Por meio desse programa, convida o consumidor a devolver suas embalagens, e assim assegura que elas tenham a destinação adequada. Desse modo a ação gera renda extra para mais de mil cooperados e protege O Boticário contra a pirataria (BOTIWEB, 2017). “Hoje, ele é o maior programa dessa natureza no Brasil em números de pontos de coletas (são quase 4 mil), envolvendo 28 mil pessoas nos bastidores dessa ação transformadora” (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE O BOTICÁRIO, 2016, p.30).

4.3 A prática da logística reversa da franquia em Boa Vista

Em entrevista com a gestora da franquia O Boticário no estado de Roraima, a qual trabalha há dois anos na empresa e é responsável pelo programa de logística reversa no estado, foi falado que O Boticário se preocupa com o ciclo de vida de seus produtos desde a extração da matéria prima até embalagens que favoreçam a reciclagem após o consumo. “O grupo entende que essas ações podem reduzir os impactos sociais e ambientais, além de transformar as pessoas e estimular atitudes positivas (colaboradora, 2017)”.

De acordo com publicações no site boticário (2017), o descarte inapropriado de embalagens faz com que elas demorem muito tempo para se decompor na natureza, poluindo dessa forma o meio ambiente. Por esse motivo, a devolução de materiais é compromisso de todos. Desse modo, foi criado o programa de reciclagem de embalagens, tendo como principal motivo a preocupação com o processo final da embalagem, bem como a preservação do meio ambiente.

De acordo com a colaboradora entrevistada, o programa de reciclagem de embalagens existe desde o ano de 2006, voltado para a preservação do meio ambiente, que é o Programa de Fundo de Proteção ao Meio Ambiente do grupo O Boticário, instituído quatro anos antes de ser estabelecida a Política Nacional dos Resíduos Sólidos (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE, 2016).

De acordo com a participante da entrevista, as franquias do estado de Roraima, aderiram juntas ao programa de reciclagem de embalagens. Conforme o acúmulo de material, cada loja separava o seu pós-consumo, e o administrativo fica encarregado de enviar para a cooperativa. Segundo a colaboradora, existe um setor encarregado de cuidar do programa, que é o setor fiscal. “Todo final de mês, os estoquistas separam o material de todas as lojas, por metal, papel e vidro e embalam para que então o setor fiscal possa pesar o material”, (ENTREVISTADA, 2017).

Figura 4 - Etapas de operacionalização do programa O Boticário



Fonte: Relatório de Sustentabilidade O Boticário (2016).

Segundo o relato da colaboradora da franquia no estado, todas as consultoras recebem treinamento, tanto para saber como é realizada a fabricação de cada produto quanto para saber o que é feito com cada embalagem e o destino do pós-consumo, “Elas devem atender com encantamento o cliente e sondar se tem conhecimento do programa no ato da venda, porém não é obrigado realizar a divulgação do programa”. (colaboradora, 2017).

Foram aplicados questionários com os clientes do O Boticário na cidade de Boa Vista-RR, a fim de saber se o consumidor da marca tem conhecimento sobre o programa de embalagens e se ele realizava a devolução de suas embalagens. No total conseguiu-se validar 50 questionários, após a recusa de vários clientes, por se classificarem como “indisponíveis” no momento. Dos 50 clientes, 32 eram femininos e 18 masculinos.

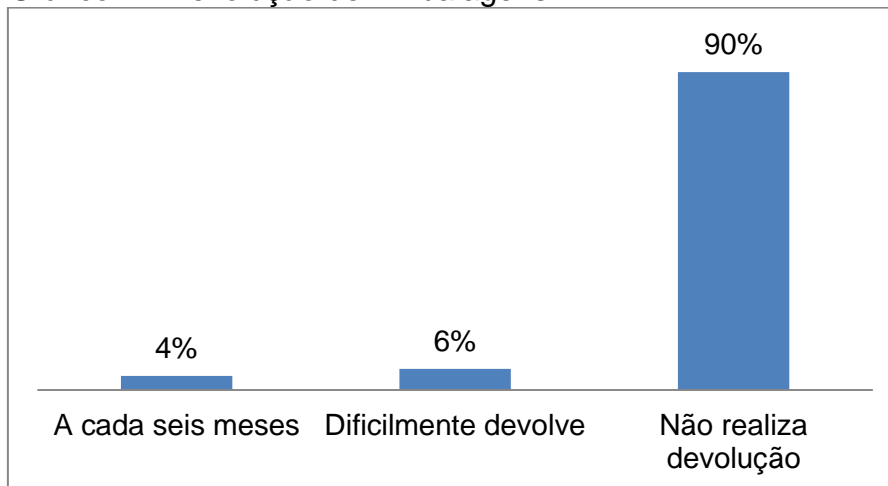
Observa-se que a maior parte das pessoas que respondeu a pesquisa, tem idade entre 18 a 24 anos, seguido de pessoas com idade entre 25 a 30 anos. Nota-se então que a maioria das pessoas que participaram da pesquisa é predominantemente jovem. De acordo com a ONU (2014), os jovens representam 28% da população mundial, sendo aqueles que mais podem se comprometer com causas ambientais. Tendo em vista que eles que conduzirão o mundo futuramente, e a sua percepção ambiental pode fazer com que a sociedade tenha uma relação diferente com a natureza.

Em relação à frequência realizam compras no grupo O Boticário identificou-se que a maior parte realiza compra dos produtos a cada seis meses nas lojas da cidade, sucessivamente com 32% a quantidade de pessoas que adquirem produtos na loja pelo menos uma vez ao mês, 14% mais de uma vez ao mês, 8% compram produtos apenas uma vez ao ano, e de acordo com os clientes, apenas em datas de fim de ano, e 4% compram a cada dois meses nas lojas da franquia.

Segundo Pereira e Bastos (2009), as táticas de fidelização tornam o cliente assíduo, por meio de ações e dedicação que o surpreendam. Assim, um cliente fiel espontaneamente terá uma ligação com a marca. Talvez por esse motivo, o cliente o boticário não tenha uma loja de preferência, tendo-se em vista que em todas elas o atendimento e a padronização das lojas são semelhantes.

No momento em que se perguntou sobre o conhecimento do programa de reciclagem de embalagens o boticário apenas 18% dos entrevistados afirmaram conhecer o programa de logística reversa da empresa, com 82% dos indivíduos declarando que não tinham conhecimento da existência deste programa.

Gráfico 1 - Devolução de Embalagens



Fonte: Elaboração própria (2017).

Apenas 10% das pessoas devolvem suas embalagens de pós-consumo nos pontos de coleta do O Boticário, 4% devolve a cada seis meses e 6% dificilmente devolve suas embalagens. Assim, percebe-se que há uma falha da empresa para a realização da divulgação do programa de reciclagem de embalagens da marca, já que foi identificado nesta pesquisa e em outras pesquisas como a de Rocha *et al.* (2011) na qual se identificou que 72,5% das pessoas não possui conhecimento sobre o programa, como também na pesquisa realizada por Correa e Silva (2013), a qual demonstrou que os participantes entrevistados, em sua maioria, dizem desconhecer o programa de LR da empresa O Boticário, o que em muito contribui para o insucesso do programa.

Dos 10% que realizam a devolução de suas embalagens, todas são do gênero feminino. De acordo com Garcia (2017), na maioria das pesquisas, as mulheres são as que mais se preocupam com o meio ambiente. Ele entende que esse interesse é desenvolvido desde a infância, já que ela possui uma imagem de cuidadora. O referido autor ainda afirma que as mulheres são mais engajadas com a sustentabilidade do que o gênero oposto.

Desta amostragem, mesmo conhecendo o programa de embalagens, 8% não realiza a devolução de suas embalagens vazias. De acordo com a colaboradora da franquia, a porcentagem dos retornos em relação ao volume de compras realizadas pelo consumidor é de 1 a 5%, o que se deve à falta de comunicação com os clientes. Ela ressaltou que apenas 2% devolvem, pois nem todo cliente tem o costume de ir deixar as embalagens de pós-consumo nos pontos de coleta. Sendo assim, as embalagens são enviadas de 3 em 3 meses, de todas as lojas, quando atinge, no mínimo, 10 caixas. Segundo a colaboradora da franquia, uma das lojas na cidade e Boa Vista, concentra maior participação na devolução das embalagens.



Quando perguntou-se aos consumidores se eles pagariam mais caro por um produto que contribuísse para a preservação do meio ambiente, 88% das pessoas afirmaram que pagariam sim, e apenas 12% assegurando que não pagariam mais caro.

Uma Pesquisa realizada pela Tetra Pak (2013) aponta que a questão ambiental ganha força junto ao consumidor, mostrando que a sustentabilidade tornou-se fator de decisão na hora da compra para 77% dos entrevistados que escolheram um produto que gerasse menos impacto ao meio ambiente. E de acordo com pesquisa produzida no ano de 2015, revelou-se que 30% do público de interesse associa a empresa a alguma iniciativa de reciclagem, coleta ou reutilização de embalagem (SITE O BOTICÁRIO, 2017).

Dessa maneira buscou-se conhecer a opinião dos participantes a respeito do programa de reciclagem O Boticário, e eles então explanaram que é uma ideia interessante, pois ajuda na preservação do meio ambiente, com o reaproveitamento de produtos que iriam parar no lixo. Um dos consumidores mencionou que “é um ótimo programa e que inclusive tem muita embalagem acumulada em casa”; outro consumidor disse que é um “programa muito bom, pois as embalagens vão para o lixo devido a não saber o que fazer com ela”. Outras duas falas, mencionam na oportunidade de se ter esse tipo de programa no mundo inteiro, além de parabenizar a iniciativa da empresa.

Porém, quando indagado aos clientes sobre o que poderia ser feito para melhorar esse programa, a maioria dos participantes desta pesquisa afirmou que seria bom que houvesse mais divulgação, para que todos fossem informados sobre a existência do programa de reciclagem; um expôs que depende da conscientização das pessoas, no sentido de devolver as suas embalagens e ajudar na preservação do ambiente; outros três ainda sugeriram que houvesse desconto pela devolução das embalagens. Ao triangular esses dados com a entrevista da colaboradora, vê-se que há um reflexo da falta de divulgação do programa pelas atendentes, pois não é obrigatório divulgá-lo.

Foi pesquisado no site oficial O Boticário se havia alguma divulgação sobre o programa, e foi encontrado na parte institucional do site o ponto atitudes sustentáveis que, com apenas um clique, direcionava para uma pequena explicação dinâmica a respeito do tema para os consumidores.

Com isso, percebe-se que o programa de logística reversa foi implantado na empresa e tem tudo para contribuir com a conservação da natureza e para um futuro mais limpo para a sociedade. Porém, nota-se um baixo índice de devolução das embalagens de pós-consumo O Boticário, sendo que as embalagens somente são enviadas para cooperativas a cada 3 meses, com 08 lojas na cidade e mais 1 loja da Quem disse Berenice?, Marca essa que também faz parte do grupo O Boticário.

Pode-se afirmar que o índice de compras de produtos é alto, ou seja, há muito material de pós-consumo para ser devolvido aos pontos de coleta ao invés de simplesmente ser jogado fora. Conforme se pode observar, o que falta mesmo é mais divulgação para que as pessoas tomem conhecimento da existência desse programa e tenham então a consciência de devolver suas embalagens.

De acordo com a colaboradora da franquia, é preciso melhorar a divulgação e visualização fora do site. Além disso, é de suma importância que a sociedade se conscientize da reciclagem existente, embora muitos clientes saibam que O Boticário desenvolve esse programa. Cada loja tem um depósito personalizado para recebimento dessas embalagens, mas os clientes precisam se acostumar com essa



rotina, pois, para ele é muito mais fácil ao terminar seu perfume ou creme descartar a embalagem na lixeira de casa, mesmo sabendo que poderia deixar em qualquer loja do grupo.

Segundo o site O Boticário (2017), não se entregam brindes ou descontos para consumidores que devolvam suas embalagens, pois acredita-se que os descartes inapropriados dessas embalagens poluem o meio ambiente. Por isso, a devolução desses materiais é um compromisso de todos a favor do mundo em que vivemos. Os responsáveis pelas franquias estão buscando novas alternativas nesse sentido, para que ações semelhantes à da Boti Recicla, que aconteceu em maio de 2017, possam se repetir com mais frequência.

No Boti Recicla, o cliente só precisava de uma embalagem vazia O Boticário. Então, se cadastrava no site e escolhia uma loja participante para assim receber um cupom que dava direito a um produto da linha Intense ou Make B, além de 20% de desconto para a compra de um novo produto na loja da linha Intense.

Além de ser uma ação para divulgar o programa de embalagens e ajudar na preservação do meio ambiente, é também uma forma para que o cliente vá até a loja e conheça os lançamentos e promoções na loja da franquia O Boticário, o que é bom para o meio ambiente, para a empresa e para o cliente, que ganha descontos e brinde.

De acordo com a colaboradora, os clientes de hoje querem ter acompanhamento do processo pós-consumo, do início ao final da destinação das embalagens. O Boticário se preocupa com a preservação da natureza, motivo pelo qual é uma estratégia de vantagem competitiva para as demais franquias O Boticário, que consegue ter um programa para atender os clientes que se importam com a natureza, e fidelizá-los, cumprindo, também, com a PNRS e com o Acordo Setorial De Embalagens já que oferece destinação adequada para as suas embalagens vazias.

Nesse sentido, a colaboradora da empresa diz que a relação da Política Nacional dos Resíduos Sólidos acontece por meio da Fundação Boticário de Proteção à Natureza preserva o meio ambiente e ajuda as famílias das cooperativas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do trabalho realizado, compreende-se que a Logística Reversa é um instrumento eficaz para colaborar com a preservação do meio ambiente, pois permite que os fluxos de retornos sejam operacionalizados, além de propiciar recaptura de valor a produtos e embalagens em fim de vida útil.

A Política Nacional dos Resíduos Sólidos possibilita que possamos trabalhar juntos em favor de uma natureza mais limpa, motivo pelo qual oferece reciclagem ou destinação adequada para resíduos que poderiam ir parar em lixões sem o mínimo cuidado ao invés de ser reutilizado.

O programa de reciclagem de embalagens foi implantado no grupo em 2006, antes da PNRS ser instituída, a fim de que as embalagens, após serem utilizadas pelos clientes da empresa, pudessem ter destinação adequada, o que contribuiu para a preservação do meio ambiente. Com isso, o grupo acabou ajudando várias cooperativas a obter renda por meio da doação das embalagens.

Em relação à devolução das embalagens, foi identificado que esse processo começa quando elas são devolvidas nos pontos de coletas instalados em todas as lojas da rede, porém não foi identificado nenhum coletor nas lojas visitadas, sendo



então entregues diretamente para as consultoras das lojas, como consta no relatório de sustentabilidade.

Quanto ao conhecimento dos clientes O Boticário, no caso da cidade de Boa Vista, a respeito do programa, nota-se que é baixo e que necessita ser mais divulgado, já que muitos nunca tinham ouvido falar sobre o programa de reciclagem, percebendo-se, então, que esse seria um motivo para que a porcentagem de devolução fosse tão baixa. Mesmo a maioria sendo mulher, não influenciou nos índices de devolução de embalagens pós-consumo.

Isso faz com que a maioria das embalagens dos consumidores O Boticário acabe indo para o lixo, ao invés de ser doada para a cooperativa Terra Viva, associação homologada pelo grupo para receber as embalagens de pós-consumo. Assim, é necessário que o consumidor desperte mais interesse em devolver suas embalagens, visto que 8% da amostragem, mesmo conhecendo o programa, não devolve, motivo pelo qual se indica que mais divulgação seja realizada.

O coletor implantado nas lojas da franquia já seria uma maneira de chamar a atenção dos consumidores para a causa, em razão de se notar que grande parte dos consumidores se importa com o meio ambiente.

No que se refere às estratégias para que o programa tenha sucesso, aponta-se que a campanha Boti Recicla é uma ótima estratégia, pelo fato de oferecer descontos e produtos novos a quem devolve suas embalagens, sendo também uma forma de atrair os consumidores, tanto para a sustentabilidade, como também para realizar novas compras e conhecer lançamentos.

Entende-se que o programa instituído pela empresa tem tudo para contribuir com a preservação do meio ambiente, fazendo com que materiais que demorariam anos para se decompor, tenham uma boa destinação ou reutilização. Entretanto, deveria ser mais divulgado, a fim de que mais clientes tenham o conhecimento a respeito desse programa, aumentando assim a quantidade de devolução nas lojas e, principalmente, causar menos impactos no meio ambiente.

Este estudo contribui para que a sociedade roraimense conheça a Logística Reversa, incentivando-a a fazer parte desse movimento, que é também uma forma de divulgar o programa de reciclagem de embalagens O Boticário.

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE LIMPEZA PÚBLICA E RESÍDUOS ESPECIAIS. **Panorama dos resíduos sólidos no Brasil**. 2015. Disponível em <<http://www.abrelpe.org.br/Panorama/panorama2015.pdf>>. Acesso em 05/09/2017.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10.004**: resíduos sólidos: Classificação. Rio de Janeiro, 2004.
- BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**. São Paulo, Atlas, 2015.
- BOTIWEB FRANQUIA. **Logística Reversa Passo a Passo**. Roraima, 2017.
- BRASIL. Decreto nº 7.404, de 23 de dezembro de 2010. Dispõe sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos, cria o Comitê Interministerial da Política Nacional de Resíduos Sólidos e o Comitê Orientador para a Implantação dos Sistemas de Logística Reversa. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 23 dez. 2010.
- BRASIL. Lei nº 12.305 de 2 de agosto de 2010. **Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos**-. Brasília: Gráfica do Senado, Brasília, DF. 02 ago. 2010.



- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Logística Reversa**. Disponível em <<http://www.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/residuos-perigosos/logistica-reversa>> Acesso em 20/11/2017
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Política Nacional dos Resíduos Sólidos**. Disponível em <<http://www.mma.gov.br/pol%C3%ADtica-de-res%C3%ADduos-s%C3%B3lidos>> .Acesso em 25/09/2017.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Plano nacional de resíduos sólidos**. Disponível em <http://www.sinir.gov.br/documents/10180/12308/PNRS_Revisao_Decreto_280812.pdf/e183f0e7-5255-4544-b9fd-15fc779a3657> acesso em 12/12/2017.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Quem é o consumidor consciente**. Disponível em <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/consumo-consciente-de-embalagem/quem-e-o-consumidor-consciente>> acesso em 25/11/2017.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente; Ministério da Educação; Instituto Brasileiro do Consumidor. **Manual de educação para o consumo sustentável**. Brasília: 2005.
- BYRNE, Patrick; DEEB, Alison. **Logistics Must Meet the "Green" Challenge. Transportation & Distribution**. 1993.
- COMPROMISSO EMPRESARIAL PARA RECICLAGEM - CEMPRE. **Relatório técnico acordo setorial de embalagens em geral**. Disponível <em <http://www.sinir.gov.br/documents/10180/23979/acordo+setorial+de+embalagens+em+geral.pdf/473bb9f9-1412-455e-b642-2325987b9a54>> Acesso em 26/11/2017.
- COSMETIC INNOVATION. **Grupo Boticário tem o maior programa de logística reversa do Brasil**. Disponível em <<https://www.cosmeticinnovation.com.br/grupo-boticoario-tem-o-maior-programa-de-logistica-reversa-do-brasil/>> acesso em 08/08/2017.
- COUNCIL OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PROFESSIONALS. **Glosary** Disponível em <http://cscmp.org/cscmp/educate/scm_definitions_and_glossary_of_terms/cscmp/educate/scm_definitions_and_glossary_of_terms.aspx?hkey=60879588-f65f-4ab5-8c4b-6878815ef921> Acesso em: 07/09/2017.
- DEMAJOROVIC, Jacques et al. Logística reversa: como as empresas comunicam o descarte de baterias e celulares?. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 52, n. 2, 2012.
- DOWLATSHAH, Shad. **Desenvolvendo uma teoria da logística inversa**. Interfaces, 2000.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO PARANÁ. FIEP. **Logística Reversa**. Disponível em <<http://www.sindimetallondrina.com.br/files/materiais/material-061758000000-27102015.pdf>> acesso em 29/11/2017.
- FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO. **Quem somos**. Disponível em <<http://www.fundacaogrupoboticoario.org.br/pt/Pages/default.aspx>>. Acesso em 28/12/2017.
- GARCIA, Loreley. **Meio ambiente & gênero**. Senac, 2017.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.
- GOLDENBERG, Mirían. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais** / - 8 ed. - Rio de Janeiro: Record, 2004.
- GUARNIERI, Patrícia. **Logística Reversa: em busca do equilíbrio econômico e ambiental**. 2011.

INSTITUTO NACIONAL DE PROCESSAMENTO DE EMBALAGENS VAZIAS-INPEV. **Logística Reversa**. Disponível em <<http://www.inpev.org.br/logistica-reversa/logistica-reversa-das-embalagens>> acesso em 05/12/2017.

LEITE, Paulo Roberto. **Logística reversa: nova área da logística empresarial**. Revista Tecnologista, maio, 2002.

_____. **Logística reversa**. Pearson. São Paulo, 2003.

LIVA, Patrícia Beaumord Gomes; PONTELO, Viviane Santos Lacerda; OLIVEIRA, Wedson Souza. **Logística reversa. Gestão e Tecnologia industrial. IETEC**, 2003.

MARTINS Heloisa Helena T. de Souza. **Qualitative research methodology** Universidade de São Paulo. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.30, n.2. 2004.

MOURA, Benjamim. **Logística: conceitos e tendências**. Centro Atlântico, 2006.

MUELLER, Carla Fernanda. **Logística Reversa, Meio Ambiente e Produtividade. Grupo de Estudos Logísticos, Universidade Federal de Santa Catarina**, 2005.

NOVAES, Antonio Galvão. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**, Rio de Janeiro. Elsevier. 2007.

O BOTICÁRIO. **Logística Reversa: reciclagem em todo país**. Disponível em <<http://relatoweb.com.br/boticario/15/logistica-reversa.php>> Acesso em 27/12/2017

O BOTICÁRIO. **Nossa História**. Disponível em <<https://www.oboticario.pt/pt/o-boticario/historia/>> acesso em 26/12/2017.

O BOTICÁRIO. **Relatório de sustentabilidade 2016**. Disponível em <<http://www.grupoboticario.com.br/pt/Documents/GrupoBoticarioRelatorioSustentabilidade2016.pdf>> acesso em 09/09/2017.

OLIVEIRA, Edmar Bonfim; RAIMUNDINI, Simone Letícia. **APLICAÇÃO DA LOGÍSTICA REVERSA: Estudo de caso em uma indústria fotográfica e em uma indústria de fécula de mandioca. VIII Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais (SIMPOI)**, 2005.

PEREIRA, André Luiz; PEREIRA, Sandra Rosa. **A cadeia de logística reversa de resíduos de serviços de saúde dos hospitais públicos de Minas Gerais: análise a partir dos conceitos da nova Política Nacional de Resíduos Sólidos Urbanos**. Desenvolvimento e Meio Ambiente, v. 24, 2011.

PEREIRA, Paula Fernanda Prado; BASTOS, Fabrício César. Um estudo sobre a fidelização de clientes a partir de estratégias de marketing de relacionamento no segmento de farmácias e drogarias. **SEGET-Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, p. 1-15, 2009.

ROCHA, Gisele Fernanda et al. **Logística reversa: um estudo de caso numa franquia do Boticário localizada em Serra Talhada (PE). Gepros: Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, v. 6, n. 4, p. 169, 2011.

SUA FRANQUIA. **O Boticário**. Disponível em <<https://www.suafranquia.com/historias/o-boticario.html>> Acesso em 27/12/2017.

SILVA, Vanina Macowski Durski. et al **Uma visão sobre os conceitos básicos da logística reversa**. 2006.

TETRA PAK. **Brasileiro demanda produtos mais sustentáveis e embalagens com selos ambientais**. Disponível em

<<https://www.tetrapak.com/br/about/newsarchive/brasileiro-demanda-produtos-mais-sustentaveis-e-embalagens-com-selos-ambientais>> 2014, acesso em 28/12/2017.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos I** trad. Daniel Grassi-2.ed.- Porto Alegre: Bookman, 2001.



WILLE, Mariana Muller; BORN, Jeferson Carlos. Logística Reversa: Conceitos, Legislação e Sistema de Custeio Aplicável. **Revista de Administração e Ciências Contábeis** N. 8. Curitiba: Opet, 2012.