



**VIII SINGEP**

Simposio Internacional de Gestao de Projetos, Inovacao e Sustentabilidade  
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability  
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



## **LOGÍSTICA REVERSA DE PÓS-CONSUMO: UM ESTUDO EM UM SUPERMERCADO VAREJISTA**

*REVERSE POST-CONSUMPTION LOGISTICS: A STUDY IN A RETAILER SUPERMARKET*

**PAULO MATHEUS DA SILVA**

**MARIA LUCIANA DE ALMEIDA**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

**Nota de esclarecimento:**

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o VIII SINGEP e a 8ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **01, 02 e 03 de outubro de 2020**.



**VIII SINGEP**

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade  
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability  
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



## **LOGÍSTICA REVERSA DE PÓS-CONSUMO: UM ESTUDO EM UM SUPERMERCADO VAREJISTA**

### **Objetivo do estudo**

Atualmente, os clientes têm mostrado cada vez mais preocupações com problemas ambientais e sociais. Além disso, como regulamentações ambientais, se apresentar com mais gravidade, visto que, um destino adequado para os resíduos oriundos das atividades químicas é necessário para a qualidade de vida e proteção das próximas gerações. São diversos os fatores que têm contribuído para a reformulação dos processos organizacionais que utilizam a inserção da logística reversa nas suas atividades e práticas de responsabilidade socioambiental. Dessa forma, esse artigo teve como objetivo entender como ocorre o processo reverso de pós-consumo em um supermercado de alimentos no município de Camaragibe. Assim, tem como definir objetivos aplicáveis ??como práticas adotadas pela organização que não sejam relevantes para a Logística Reversa, entender quais são os principais fatores que incentivam a implementação da Logística Reversa e identificar socioambientais que usam os métodos socioambientais usados ??pela utilização desses produtos em um supermercado.

### **Relevância/originalidade**

É importante ressaltar o estudo de Donaire (2007), o qual relata que grande parte das organizações já obteve o conhecimento de que a responsabilidade ambiental é a segurança do prosseguimento dos negócios em longo prazo. Portanto, devido à necessidade do cumprimento da responsabilidade socioambiental empresarial na sociedade vigente, visando o bom relacionamento entre organização e sociedade e a preservação do meio, essa pesquisa se justifica pela carência de uma análise minuciosa do posicionamento das organizações do município de Camaragibe para com a ferramenta Logística Reversa de Pós-consumo.

### **Metodologia/abordagem**

Esta pesquisa é classificada como qualitativa descritiva e teve como objeto de estudo uma organização do setor varejista, localizada no município de Camaragibe, região metropolitana do Recife. Os dados foram coletados por meio da realização de entrevistas semiestruturadas, cujo os roteiros tiveram por base a revisão da literatura. A partir dos dados coletados utilizou-se a análise de conteúdo para trabalhar os resultados obtidos. A análise do conteúdo consiste em um conjunto de técnicas para análise das comunicações, por meio da sistematização e objetivação dos procedimentos que descrevem o conteúdo das mensagens.

### **Principais resultados**

No varejo em questão, as necessidades da ordenação na loja e do cumprimento das regulamentações estabelecidas pelos órgãos fiscalizadores levaram a adoção da logística reversa de pós-consumo. No estabelecimento é realizada a logística reversa do papelão e plástico, que são doados a uma cooperativa, e do óleo de cozinha que é vendido a uma empresa certificada, sendo todos os ganhos oriundos da venda doados ao Hospital do Câncer de Pernambuco.

### **Contribuições teóricas/metodológicas**

Além da utilização da logística reversa de pós-consumo para o escoamento do papelão e do plástico, que são resíduos de responsabilidade da própria organização e que demandam muito espaço, podendo comprometer o arranjo físico da loja, o varejista, por livre opção, introduziu em suas ações a logística reversa do óleo de cozinha, com os objetivos de se apresentar como uma organização consciente, impactar positivamente o ambiente e educar ambientalmente os seus clientes. Essa experiência pode contribuir para a área ao evidenciar as benesses do engajamento que corrobore para atitudes socialmente responsáveis sem a atuação da coercitividade legal.

### **Contribuições sociais/para a gestão**

A responsabilidade socioambiental é de grande importância para a sobrevivência das organizações e a logística reversa é uma ferramenta que vem sendo uma forte aliada para o cumprimento das novas demandas do ambiente competitivo. Os consumidores que levam em consideração as variáveis ambientais e sociais no ato de escolha do local de suas compras vêm crescendo a cada ano, e em resposta a essa tendência, os varejistas passaram a adotar procedimentos reversos em suas atividades. Dessa forma, a presença de corporações varejistas que realizam procedimentos reversos é de suma importância para o desenvolvimento consciente do meio, ao mesmo tempo em que geram melhorias no desempenho empresarial, por meio de redução de custos, mas, sobretudo, de melhorias de imagem e reputação.

**Palavras-chave:** Logística reversa, Responsabilidade socioambiental, Papel, Plástico e Óleo de cozinha



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade  
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability  
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



## *REVERSE POST-CONSUMPTION LOGISTICS: A STUDY IN A RETAILER SUPERMARKET*

### **Study purpose**

Today, customers are increasingly concerned about environmental and social problems. In addition, as environmental regulations, it presents itself with more seriousness, since, an adequate destination for residues from chemical activities is necessary for the quality of life and protection of the next generations. There are several factors that have contributed to the reformulation of organizational processes that use the insertion of reverse logistics in their activities and practices of social and environmental responsibility. Thus, this article aimed to understand how the reverse process of post-consumption occurs in a food supermarket in the municipality of Camaragibe. Thus, it is possible to define applicable objectives as practices adopted by the organization that are not relevant to Reverse Logistics, understand what are the main factors that encourage the implementation of Reverse Logistics and identify socioenvironmental that use the socioenvironmental methods used by the use of these products in a supermarket.

### **Relevance / originality**

It is important to highlight the study by Donaire (2007), which reports that most organizations have already obtained the knowledge that environmental responsibility is the security of long-term business continuity. Therefore, due to the need to comply with corporate social and environmental responsibility in the current society, aiming at the good relationship between organization and society and the preservation of the environment, this research is justified by the lack of a thorough analysis of the positioning of the organizations in the municipality of Camaragibe towards the Post-consumer Reverse Logistics tool

### **Methodology / approach**

This research is classified as qualitative descriptive and had as object of study an organization of the retail sector, located in the municipality of Camaragibe, metropolitan region of Recife. Data were collected through semi-structured interviews, whose scripts were based on a literature review. From the data collected, content analysis was used to work on the results obtained. Content analysis consists of a set of techniques for analyzing communications, through the systematization and objectification of procedures that describe the content of messages.

### **Main results**

In the retail in question, the needs for ordering in the store and compliance with regulations established by the inspection agencies led to the adoption of reverse post-consumer logistics. In the establishment, the reverse logistics of cardboard and plastic, which are donated to a cooperative, and of cooking oil, which is sold to a certified company, are carried out, with all proceeds from the sale being donated to the Hospital do Câncer de Pernambuco.

### **Theoretical / methodological contributions**

In addition to the use of reverse post-consumer logistics for the disposal of cardboard and plastic, which are waste of the organization's own responsibility and which demand a lot of space, which may compromise the physical arrangement of the store, the retailer, by free choice, introduced in its actions the reverse logistics of cooking oil, with the objective of presenting itself as a conscious organization, positively impacting the environment and educating its customers environmentally. This experience can contribute to the area by highlighting the benefits of engagement that corroborates socially responsible attitudes without the performance of legal coercivity.

### **Social / management contributions**

Socio-environmental responsibility is of great importance for the survival of organizations and reverse logistics is a tool that has been a strong ally in meeting the new demands of the competitive environment. Consumers who take environmental and social variables into account when choosing the location of their purchases have been growing every year, and in response to this trend, retailers have adopted reverse procedures in their activities. Thus, the presence of retail corporations that carry out reverse procedures is of paramount importance for the conscious development of the environment, while generating improvements in business performance, through cost reduction, but, above all, image and reputation.

**Keywords:** Reverse logistics, Socio-environmental responsibility, Paper, plastic and cooking oil



### 1 Introdução

Em um sistema econômico competitivo, tópicos como: legislações ambientais, consumo sustentável e imagem corporativa responsável, passaram a fazer parte do cotidiano organizacional. A visão de negócio voltada apenas para ganhos econômicos deixou de ser uma realidade, visto que, a preocupação das empresas passou a ser focada, também, em torno de como desenvolver seus negócios levando em consideração as questões referentes aos impactos no meio socioambiental (ALMEIDA, 2002). Esta mudança se deve ao fato de que aspectos sociais e ambientais influem no desempenho econômico, em médio ou longo prazo, e as cobranças da sociedade civil, bem como, das legislações.

São diversos os fatores que despertaram a visão responsável no meio organizacional. Entre eles, pode-se destacar, a educação da população brasileira visando o consumo consciente, fato que influencia diretamente nas escolhas diárias dos consumidores, inclusive aquelas relativas às compras. Visto que, as pessoas estão mais preocupadas com questões referentes ao ambiente e se veem no dever de cooperar para o seu benefício (PORTILHO, 2008).

Outro fator que está colaborando para a prática da responsabilidade socioambiental no meio corporativo é a normatização ambiental. Nas últimas décadas foram criadas leis com o objetivo de reduzir o impacto ambiental causado ao meio ambiente por parte das empresas, buscando responsabiliza-las, gradativamente, tendo em vista que outrora o governo estava sendo responsabilizado, sozinho, pelo equacionamento dos fluxos reversos dos produtos de pós-consumo (LEITE, 2009).

A crescente valorização das normas técnicas da International Organization for Standardization (ISO), que se auto define como uma organização que objetiva criar normas e padrões internacionais que facilitem as transações comerciais e a otimização da gestão organizacional (INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION – ISO, 2019), também contribuiu para a eclosão empresarial relacionada à prática da responsabilidade para com o meio ambiente e a sociedade, visto que, dependendo do objetivo organizacional, essas práticas são requisitos para o sucesso do processo de certificação. As empresas que seguem o padrão de normatização da ISO são mais bem vistas pelas partes interessadas e conseguem um maior valor no mercado. Uma norma a ser considerada é a norma ISO 26000 que, como descreve o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia - Inmetro (2010), é voltada para qualquer empresa que tenha o interesse de praticar ou melhorar a responsabilidade para com a sociedade e para com o meio ambiente.

Uma das leis contra crimes ambientais mais relevantes, no contexto brasileiro, é a Lei nº 12.305/10, que institui a Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS). Essa lei tem o objetivo de prevenir e reduzir a geração de resíduos sólidos, utilizando-se de práticas sustentáveis, além de um conjunto de ferramentas para proporcionar o aumento da reciclagem e da reutilização de resíduos sólidos e também possibilitar um destino final que seja ambientalmente adequado para os resíduos (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE – MMA, 2010).

Em meio a esse conjunto de fatos, a logística reversa de pós-consumo se populariza, pois, é uma ferramenta imprescindível diante da necessidade de adequação às práticas sustentáveis, ao buscar a satisfação da crescente demanda dos consumidores por ações socioambientais responsáveis. Em um estudo quantitativo, com uma amostra de três supermercados, chegou-se à conclusão que, com a adoção da logística reversa nos supermercados, houve um aumento médio no lucro líquido de 5,25% (BRAGA JUNIOR; MERLO; NAGAN, 2009). Observa-se que, praticando a responsabilidade para com o meio ambiente e sociedade, as organizações têm uma oportunidade de se mostrarem conscientes e participativas, e ao mesmo tempo, contribuem para a geração de empregos, pois haverá a



necessidade de contratar uma empresa especializada ou desenvolver internamente uma equipe qualificada para tal, além de obterem benefícios econômicos, desde a diminuição de custos na cadeia reversa dos produtos até a fidelização de clientes existentes e potenciais.

A logística reversa passou a ter importância nas empresas em consequência da alta pressão exercida pelas partes interessadas (*stakeholders*) em relação às questões ambientais (HU; SHEU; HAUNG, 2002). Dessa maneira, sabendo que os *stakeholders* (partes interessadas) pressionam cada vez mais as organizações a adotarem ferramentas que somem para a preservação do meio ambiente, é importante tomar o conhecimento da maneira que as mesmas estão reagindo a essa responsabilidade; para isso, coloca-se a seguinte questão de pesquisa: como se dá o processo reverso de pós-consumo no varejo supermercadista?

Perante esse contexto, o presente trabalho tem como objetivo geral entender como ocorre o processo reverso de pós-consumo em um supermercado varejista no município de Camaragibe. Assim, tem-se como objetivos específicos investigar as práticas adotadas pela organização no que concerne à Logística Reversa, entender quais os principais fatores que incentivam a implementação da Logística Reversa, e identificar resultantes socioambientais provenientes da utilização dessa ferramenta em um supermercado varejista.

É importante ressaltar o estudo de Donaire (2007), o qual relata que grande parte das organizações já obteve o conhecimento de que a responsabilidade ambiental é a segurança do prosseguimento dos negócios em longo prazo. Portanto, devido à necessidade do cumprimento da responsabilidade socioambiental empresarial na sociedade vigente, visando o bom relacionamento entre organização e sociedade e a preservação do meio, essa pesquisa se justifica pela carência de uma análise minuciosa do posicionamento das organizações do município de Camaragibe para com a ferramenta Logística Reversa de Pós-consumo.

## 2 Referencial Teórico

### 2.1 Logística reversa

Historicamente, as organizações não se julgavam responsáveis pelos seus produtos após o consumo, e, com o tempo, essa prática passou a se tornar um problema para o meio ambiente e para a sociedade. Devido ao surgimento desse problema, a Logística Reversa teve seus primeiros estudos entre as décadas de 70 e 80 tendo como foco, unicamente, o retorno de bens a serem reciclados via canais reversos. Em meados de 1990 ganhou uma maior visibilidade no cenário organizacional, visto que, acentuava-se a necessidade de sua implementação para a manutenção das operações e rentabilidade nas empresas (LEITE, 2009).

Leite (2012) descreve que as organizações tomaram o conhecimento de que a logística reversa não deveria ser vista apenas como uma solução para determinadas obrigações voltadas ao meio ambiente, mas como uma ferramenta de vantagem competitiva. Com a sua crescente valorização como ferramenta estratégica, tornou-se difícil ignorá-la. Nas décadas anteriores o autor reconhece que essa afirmação poderia não condizer com a realidade, mas na atualidade as empresas passaram a buscar métodos reversos que atendam a sua demanda por um fluxo reverso eficiente com baixo custo, rapidez, e vantagem competitiva.

Com toda a necessidade do conhecimento e da prática da Logística Reversa no setor empresarial, alguns autores apresentaram definições desse método. Novaes (2007) afirma que a Logística Reversa é responsável pelo fluxo de materiais que se originam no ponto de consumo e tem como destino o ponto de origem, com o objetivo de recapturar utilidade ou de disposição final. Já Leite (2009, p. 17) a define como a:



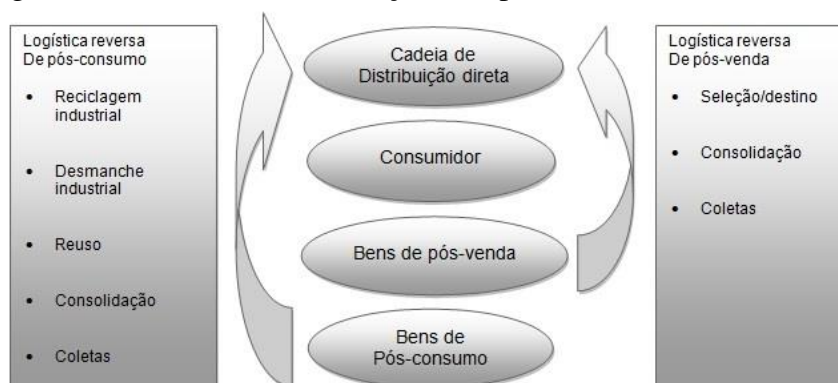
Área da logística empresarial que planeja, opera e controla o fluxo e as informações logísticas correspondentes, do retorno dos bens de pós-venda e de pós-consumo ao ciclo de negócio ou ciclo produtivo, por meio dos canais de distribuição reversos, agregando-lhes valor de diversas naturezas: econômico, ecológico, legal, logístico, de imagem corporativa, entre outros.

Mueller (2005) estabelece que a Logística Reversa se utiliza dos mesmos processos da Logística convencional e pode ser vista como uma versão contrária dessa. Ele ainda destaca o dever de considerá-la como uma ferramenta estratégica que gera lucros. Leite (2002) comprova que o objetivo da lucratividade não é o único fator que está influenciando as decisões estratégicas. Apesar da incorporação da ferramenta reversa com o objetivo do lucro, por meio da venda e da redução dos gastos com matérias-primas, nota-se que ultimamente dois novos fatores estão se destacando no que diz respeito às influências para a inserção da LR: o fator competitividade e o fator ecológico.

Além das diversas afirmações listadas anteriormente, a Logística reversa também deve ser vista com um canal que facilita o fluxo de informações entre os elos da Cadeia de Suprimentos. Como o processo logístico reverso trata do retorno de materiais por diversos motivos (avarias, defeitos, para cumprimento da legislação, etc.), além do fluxo dos produtos, o canal reverso também trata do fluxo de informações, as quais são indispensáveis para a eficiência do processo (CAMPOS, 2006).

Em conjunto, com a necessidade da diminuição da poluição ambiental e da destinação correta dos resíduos, esforços têm sido direcionados à integração de processos organizacionais em que os resíduos são reintegrados no processo produtivo original para a preservação da qualidade de vida das futuras gerações (SHIBAO; MOORI; SANTOS, 2010).

**Figura 1** – Logística Reversa: áreas de atuação e etapas reversas



**Fonte:** Leite (2009, p. 19)

Como explanado na figura 1, a Logística Reversa pode ser dividida em duas áreas: a LR de pós-consumo e a de pós-venda. Os próximos tópicos apresentarão com maiores detalhes a definição de ambas.

A Logística Reversa de pós-venda lida com o retorno dos bens de pós-venda pela cadeia de distribuição direta. As informações que podem ser consideradas mediante esse fluxo reverso são de extrema importância para a melhoria dos processos, dos produtos e para a vantagem competitiva de todos os integrantes da cadeia. A utilização da LR de pós-venda para atender às requisições dos clientes é um dos motivos principais para a implantação da LR nas organizações, pois as operações relacionadas à LR de pós-venda estão diretamente associadas ao nível de satisfação dos clientes (LEITE, 2009).



O objetivo da Logística Reversa de pós-venda é “agregar valor a um produto logístico que é devolvido por razões comerciais, erros no processamento dos pedidos, garantia dada pelo fabricante defeitos ou falhas de funcionamento do produto, avarias no transporte, entre outros motivos” (LEITE, 2002, p. 2-3).

As organizações estão cada vez mais flexíveis e procuram estar preparadas para possíveis eventualidades da parte de seus clientes. Algumas, situadas em países desenvolvidos, fornecem a possibilidade de devolução do produto, caso o cliente deseje, sem questionar o motivo da devolução. O objetivo dessa flexibilidade é manter o bom nível de competitividade e diminuir a burocracia. São diversos os motivos que ocasionam o retorno de produtos após sua venda, como por exemplo: devolução de produtos defeituosos, devolução de produtos danificados e devolução pelo fato de que o produto passou da data de validade. Quando os produtos se encontram em uma ou mais dessas situações, os mesmos podem ser encaminhados para reparos e consertos, doação, disposição final, entre outros (LEITE, 2009).

A LR de pós-consumo é responsável por planejar, operacionalizar e controlar o destino dos bens de pós-consumo, que são aqueles que estão no fim de sua vida útil e não possuem mais préstimo ao proprietário original, mas podem ter outra serventia para outro indivíduo. Após o período de utilização do bem, o mesmo é descartado para a coleta do lixo urbano, podendo ser destinado à reciclagem ou ser descartado em lixões, aterros, entre outros, que causam impactos maléficis ao meio ambiente (GUARNIERI, et. al., 2006). Na visão de Leite (2009, p.18) a logística reversa de pós-consumo é:

A área de atuação da logística reversa que equaciona e operacionaliza igualmente o fluxo físico e as informações correspondentes de bens de pós-consumo descartados pela sociedade em geral, que retornam ao ciclo de negócios ou ao ciclo produtivo por meio de canais de distribuição reversos específicos.

A logística reversa de pós-consumo é responsável pelo fluxo reverso dos resíduos industriais, dos bens que não estão em condições de uso, destinando os mesmos para a remanufatura, reciclagem ou uma disposição final adequada, e dos bens que ainda se encontram em condições de uso, destinando esses a um mercado de segunda mão (LEITE, 2009).

No que diz respeito à conduta das organizações em relação ao meio ambiente e sociedade, a necessidade de uma maior seriedade é explicada pelo crescente número de materiais descartados, fato que pode ser explicado pela redução do ciclo de vida dos produtos. A tecnologia no processo produtivo e os eficientes processos da logística têm contribuído diretamente para esse fato, visto que, esses possibilitam o barateamento do custo de venda dos produtos e um maior poder de aquisição por parte dos compradores, acarretando assim em um alto nível de produção (MUELLER, 2005).

Com a elaboração da Política Nacional dos Resíduos Sólidos-PNRS, lei que regulamenta a disposição final desses, a ferramenta de pós-consumo ganhou mais credibilidade no Brasil (MORAES; ROCHA; EWALD, 2014).

O objetivo estratégico da logística reversa de pós-consumo é “agregar valor a um produto logístico constituído por bens inservíveis ao proprietário original ou que ainda possuam condições de utilização, por produtos descartáveis pelo fato de terem chegado ao fim da vida útil e por resíduos industriais” (LEITE, 2009, p. 19).

É manifesto o aumento da quantidade de materiais descartados de maneiras inadequadas que poderiam ser reciclados ou terem uma destinação sustentável e gerar algum tipo de valor, seja ele econômico, social ou ambiental, para a sociedade como um todo. “[...] as crescentes quantidades de produtos de pós-consumo, ao esgotar os sistemas tradicionais de disposição final, se não equacionadas, provocam poluição por contaminação ou por excesso” (LEITE, 2009, p. 15). Shibao, Moori e Santos (2010), comprovam a conclusão de Leite quando afirmam



que os supermercados têm um grande fluxo de materiais com alto potencial de reutilização e reciclagem como o papelão, o plástico, entre outros resíduos que são desvalorizados e excluídos.

Leite (2009) ainda afirma que, muitas pesquisas de opinião pública têm sido realizadas para comprovar a crescente preocupação dos compradores e consumidores com o equilíbrio ecológico, isto é, as organizações varejistas necessitam se atentar às exigências requeridas pelos seus clientes, os quais são essenciais para a sua sobrevivência.

## 2.2 Responsabilidade Socioambiental

Com a imprescindibilidade da boa relação entre organização, sociedade e meio ambiente, a responsabilidade socioambiental se mostra fundamental para a manutenção de uma organização e da qualidade de vida presente e futura. Pode-se defini-la como um conjunto de políticas e práticas que visam atender as necessidades do ambiente interno e externo, nos quais a organização se encontra. A responsabilidade social pode ser definida como o conjunto de ações realizadas pelas organizações que tragam algum benefício para a sociedade e coopere para o seu desenvolvimento (ALMEIDA, 2002). Já a responsabilidade ambiental diz respeito às práticas de prevenção da poluição, minimização dos resíduos e preservação dos recursos naturais (SANCHES, 2000).

Na década de 90, com o surgimento das organizações não governamentais como o Instituto Ethos, o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), entre outros, e do terceiro setor, o qual se responsabiliza pelas atividades que auxiliam nas questões sociais, a responsabilidade socioambiental recebeu um incentivo e foi integrada ao meio corporativo (TENÓRIO, 2006).

A influência direta e indireta dos *stakeholders* primários e secundários surge como fator motivador à adoção de práticas responsáveis no meio organizacional. De acordo com Clarkson (1995, p.106) “os *stakeholders* são grupos ou pessoas que detêm ou reivindicam propriedade, direito e interesses em uma corporação, em suas atividades do passado, do presente e do futuro”. Esses podem ser divididos em dois grupos principais que são os: **Stakeholders primários**: é composto por aqueles cuja participação é indispensável para a continuidade da organização; sem a sua cooperação a organização não pode sobreviver. **Stakeholders secundários**: é composto por aqueles que influenciam ou afetam, ou são influenciados ou afetados pela corporação, mas que não participam de transações com a organização, não sendo essenciais para a sua sobrevivência.

No grupo dos primários, encontram-se os clientes, acionistas, fornecedores, concorrência, entre outros. No grupo dos secundários, encontram-se os governos internos e externos, as organizações sem fins lucrativos, a mídia, entre outros. Leandro e Rebelo (2011) relata que o bom relacionamento com as *stakeholders* é a permanência do negócio em longo prazo, ou seja, as organizações que seguem essas realidades têm uma maior segurança do seu negócio em meio a um mercado que se torna cada vez mais rigoroso.

A utilização da logística reversa, por parte das organizações, como ferramenta para a responsabilidade ambiental é realidade no Brasil, como é o caso da empresa Granol que tem um programa voltado ao recolhimento do óleo de cozinha, projeto que já recolheu mais de 12 Milhões de litros de óleo, o qual serve de insumo na produção do Grandisel, combustível limpo e alternativo. A metodologia vem trazendo valor e imagem socioambiental responsável aos negócios que firmam parceria com a organização (GRANOL, 2019).

## 3 Metodologia





Pode-se classificar esta pesquisa como qualitativa descritiva, haja vista que os procedimentos a serem utilizados terão o propósito de conhecer as atividades da organização em relação ao tema tratado. Para Gil (2010) as pesquisas descritivas objetivam descrever as características de um fenômeno, ou ainda o estabelecimento de relações entre variáveis. De acordo com Godoy (1995, p.58), “a pesquisa qualitativa envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva do sujeito, ou seja, do participante da situação de estudo”.

Esta pesquisa teve como objeto de estudo uma organização do setor varejista que está localizada no município de Camaragibe, região metropolitana do Recife. Essa empresa foi escolhida para a realização da pesquisa, uma vez que, está consolidada a um bom tempo no mercado, faz parte dos varejistas com os maiores fluxos de vendas do município e pela acessibilidade demonstrada para realização do estudo, tanto em termos de localização quanto no que concerne a aceitação do gestor.

Para que a organização não seja exposta, será utilizada a nomenclatura “rede A” para fazer referência a rede como um todo, e será utilizada a nomenclatura “varejista A1” para fazer referência ao varejo estudado, que compõe a rede A. A rede A é uma rede pernambucana de supermercados que surgiu no ano de 1981 com uma unidade e hoje é composta por dezenove unidades, sendo dezessete varejistas e dois atacados. Esta rede está presente e consolidada em diversas cidades da região metropolitana do Recife, inclusive no município de Camaragibe, cuja unidade de varejo A1 serviu como segmento empírico desta pesquisa.

Foram realizadas duas visitas ao varejista A1. Na primeira foi efetuada uma entrevista com o vice gerente, tendo como objetivo a análise do conhecimento, do domínio e da prática do entrevistado em relação ao tema abordado. Para isso foi utilizado o roteiro de entrevista semiestruturado (Apêndice A). A ideia de usar entrevistas semiestruturadas é tornar o informante em participante na elaboração do conteúdo da pesquisa (TRIVIÑOS, 1987, p.146) ao permitir que este tenha margem para direcionar a interação e suas falas. Na segunda parte foi desenvolvida a observação não participante para a compreensão do processo na prática. Além dos instrumentos supracitados, efetuou-se outra entrevista por meio da rede de conversação, o *whatsapp*, para a complementação dos informes já obtidos. As informações utilizadas como base para o roteiro de entrevista foram processadas da pesquisa bibliográfica desenvolvidas para basear a revisão da literatura.

A partir dos dados coletados utilizou-se a análise de conteúdo para trabalhar os resultados obtidos. A análise do conteúdo consiste em um conjunto de técnicas para análise das comunicações, por meio da sistematização e objetivação dos procedimentos que descrevem o conteúdo das mensagens. Essa metodologia proporciona uma compreensão das mensagens com maior profundidade se comparada a uma simples leitura (BARDIN, 1977; MORAES, 1999). Chizzotti (2010, p.98) afirma que, “o objetivo da análise de conteúdo é compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas”.

No processo de preparação para a análise, todas as informações coletadas na primeira entrevista foram transcritas, e logo após as informações que respondiam aos objetivos de pesquisa foram codificadas. Os áudios relacionados às informações complementares da segunda entrevista foram escutados diversas vezes para que fossem transcritos, e após esse processo, foi feita uma nova codificação das informações. Segundo Bardin (1977), inferência é o ato de deduzir logicamente verdades sobre o emissor das mensagens ou sobre o meio, e com as informações organizadas, foi possível a realização de inferências relacionadas ao assunto abordado.



### 4 Análise dos Resultados

No varejista A1, a logística reversa funciona de um modo estratégico abordando processos, tais como: a coleta de resíduos orgânicos e materiais recicláveis e a disponibilidade de caixas de papelão para uso de seus clientes. No processo de elaboração da logística reversa na loja estudada os gestores consideram normas e procedimentos pré-estabelecidos pelos setores de infraestrutura, de qualidade e o departamento logístico, os quais controlam todas as lojas da rede.

O entrevistado declarou que a necessidade de organização em cada filial da rede e do cumprimento das normas e procedimentos estabelecidos pelos órgãos fiscalizadores levou a rede a adotar a logística reversa, e que o planejamento estratégico é um requisito-chave para a manutenção da LR na organização. Pode-se mencionar que os *stakeholders*, que, nesse caso, foram os clientes e o governo, tiveram papel fundamental na implementação da logística reversa e continuam exercendo influência sobre a filial para que haja uma manutenção dos procedimentos. Foi percebido que as partes interessadas são realmente importantes na realização da responsabilidade socioambiental do varejo A1.

#### 4.1 Logística reversa de pós-consumo no contexto da unidade de Camaragibe – A1

Segundo o entrevistado na rede A existe um departamento de logística responsável por toda a rede, porém cada filial tem a autonomia de elaborar o seu processo, segundo as suas necessidades. Na unidade de Camaragibe foi estudada e observada a coleta dos resíduos: papelão, plástico e óleo de cozinha usado. No processo reverso organizacional, empresas certificadas por órgãos fiscalizadores são responsáveis pela coleta dos resíduos sólidos. O entrevistado relatou que “toda empresa contratada pela rede passa por um sistema de cotação e que para ser escolhida a empresa terá que oferecer o serviço solicitado com o menor valor”.

Com a análise da loja A1 foi ratificada a teoria de Leite (2009) a respeito do objetivo estratégico da LR de pós-consumo, a qual relata a constante busca pela valorização dos bens que já foram utilizados, mas que podem ser reutilizados ou direcionados para constituir outros bens, com a intenção da preservação do meio ambiente e da oferta de vantagens para os participantes do processo.

Na entrevista foi exposto que todas as práticas voltadas à responsabilidade socioambiental são divulgadas por meio da comunicação dentro do próprio estabelecimento e de maneira mais abrangente por meio das redes sociais: *Instagram e Facebook*. Dentro da loja, o cliente pode tomar ciência das práticas responsáveis por meio do sistema de alto falantes ou através dos funcionários.

##### 4.1.1 Logística reversa do óleo de cozinha

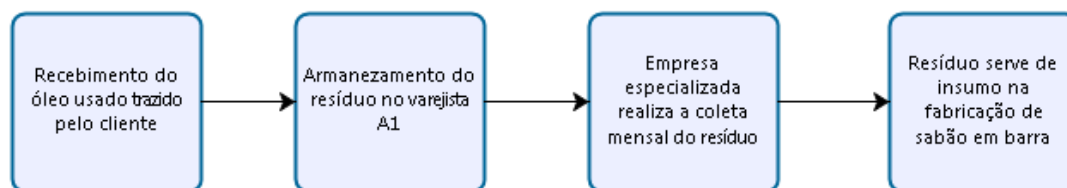
O processo de recolhimento do óleo de cozinha usado na loja teoricamente se dá de uma maneira simples para que o cliente se mobilize e coopere com a ação. Na área interna do supermercado, em locais estratégicos, estão expostas sinalizações, as quais informam os clientes a respeito da coleta do resíduo no estabelecimento e os ensina a maneira correta de armazená-lo e trazê-lo ao local de coleta. Foi observado que na frente de loja há uma bombona de 50 litros, onde o óleo usado trazido pelos clientes é armazenado até a sua coleta. A coleta desse material ocorre uma vez por mês por uma empresa especializada. O entrevistado afirmou que esse óleo é utilizado para a produção de sabão em barra.

Segundo o entrevistado, o processo reverso do óleo tem crescido gradativamente. As diversas sinalizações, além de orientar os clientes a respeito do processo, informam o trabalho



social que o mesmo engloba, aumentado assim à quantidade de participantes, já que muitos se preocupam com questões sociais. Em cada sinalização relacionada à coleta do óleo na loja, é passada a informação de que a cada litro de óleo recolhido, R\$ 0,30 são doados ao Hospital do Câncer de Pernambuco. A empresa que é responsável pelo recolhimento do óleo é certificada ambientalmente e assegura um destino adequado ao resíduo, que, segundo o vice-diretor do varejo A1, o mesmo constitui parte da matéria-prima do sabão em barra. Apesar da possibilidade do retorno dos sabões à loja para futura venda, esse procedimento não é realidade.

**Figura 2:** Etapas do fluxo do óleo usado no varejo A1



**Fonte:** Aatoria (2019).

Shibao, Moori e Santos (2010) afirmam que o uso da LR contribui para a preservação das gerações vindouras. Em conformidade com a literatura, o entrevistado relatou que a abordagem reversa do óleo traz para o município de Camaragibe benefícios ambientais, pelo fato de que, geralmente, esse resíduo era despejado nas pias, vasos sanitários ou diretamente no solo causando problemas graves ao meio ambiente e às gerações futuras. Com o processo reverso do Varejo A1 esse material passou a ser reciclado.

Como apresentado, além dos benefícios ambientais, a iniciativa também contribui para a esfera social, tendo o conhecimento de que a receita originada da venda do óleo é revertida para o HCP-Hospital do Câncer de Pernambuco. Segundo o acordo firmado entre o varejista A1 e a empresa responsável pela coleta do óleo de cozinha, após o recolhimento do material, a empresa contratada contabiliza o seu valor conforme a sua quantidade, medida em litros, envia um relatório aos gerentes da unidade e encaminha a receita da venda diretamente para o HCP. O entrevistado comunicou que “após tomar ciência do trabalho social, o cliente retorna ao supermercado, traz o óleo usado e se sente feliz em estar contribuindo com o projeto”.

Percebe-se que algumas das razões que levam os clientes a participarem do processo reverso do óleo são: a percepção da preservação ambiental que o processo está oferecendo e a assimilação do trabalho em prol da sociedade, com a doação de todo o lucro para o HCP. Apesar da importância do trabalho ambiental, baseando-se na análise das informações do entrevistado, o trabalho social tem sido o principal responsável pelo sucesso do método.

**Figura 3** – Informativo sobre o processo reverso do óleo no varejo A1



Fonte: Aatoria (2019).

Com a visualização real do processo observou-se que a bombona de coleta do óleo estava mal localizada, pois se encontrava ao lado de um grande refrigerador, o qual dificultava a sua visualização. Junto a esse fato, não havia sinalizações que indicassem o posicionamento da mesma dentro da loja. Os problemas encontrados podem ser um entrave para a maior eficiência do processo e para melhoria da comunidade local como um todo, dado que, o cliente poderá desistir de participar do processo devido a não visualização, essa falha poderá levar a não contribuição para com os aspectos ambientais e sociais envolvidos nesta ação.

É indicada uma nova análise do espaço físico da loja, para que a bombona seja reposicionada em um local de fácil acesso e visibilidade, facilitando a experiência do participante. As indicações da realização do processo poderiam se encontrar na entrada da loja, pois, tanto os clientes, como aqueles que não são clientes tomariam conhecimento e poderiam aderir e participar.

#### 4.1.2 Logística Reversa do papelão e plástico

Em uma das entrevistas foi esclarecido que a logística reversa do papelão e do plástico é um desafio, visto que, a organização deseja que esses materiais sejam retirados o mais rápido possível da loja, devido ao espaço exigido para o armazenamento dos próprios. O comprometimento desse espaço demandado pode ser um ponto negativo tanto para a realização da armazenagem e reposição na loja, como para a experiência de compra do cliente. Tomando o conhecimento do alto número de entregas pelo fluxo logístico direto que chegam ao varejo diariamente, os gestores buscam sempre acompanhar o desenvolvimento e andamento do processo reverso dos resíduos sólidos utilizando planilhas e horários de coleta pré-estabelecidos para a conservação da eficiência nos processos organizacionais.

De acordo com o entrevistado, na unidade A1, havia uma pessoa que realizava parte do trabalho reverso do papelão com uma prensa, mas, sabendo que o ministério do trabalho exigia um colaborador (a) habilitado (a) para trabalhar especificamente com a prensa e que a sua funcionalidade era muito onerosa, a organização optou por desativar o trabalho com a prensa. Então, uma das soluções pensadas pela unidade A1 foi a disponibilização de caixas de papelão aos clientes na frente de loja para o transporte de suas compras.

Constatando a necessidade da eficiência e da diminuição do custo no processo reverso do papelão, os gestores decidiram disponibilizar caixas de papelão para os clientes na frente de loja, ponto estratégico onde os clientes, após realizarem suas compras, passam. Em consonância com a solução citada acima, a unidade A1 optou por terceirizar a logística reversa do papelão.

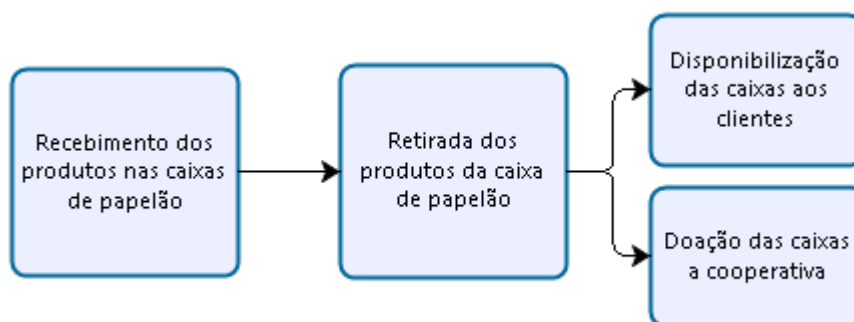


Desde então, uma cooperativa é responsável pelo recolhimento diário no varejo de Camaragibe. A cooperativa possui permissão para realizar a coleta duas vezes ao dia, às 11h e às 19h, dado que, há uma alta rotatividade do material na loja.

Observou-se que o processo reverso do plástico não tem tanta complexidade como o do papelão, porque o mesmo não exige tanto espaço de armazenagem, porém o gestor afirmou que assim como o papelão, o plástico não é vendido, mas sim doado à mesma cooperativa que realiza o recolhimento do primeiro.

Com base na observação do procedimento, é possível alegar que o varejo A1 seria capaz de informar com mais competência aos seus clientes, por meio de sinalizações, a disponibilidade de caixas de papelão para o transporte de compras, sabendo que a única forma de o cliente saber da alternativa é pela comunicação informal. Em consonância, como no processo reverso do óleo, no qual são apresentados os benefícios ambientais da disposição final adequada do resíduo, o varejo A1 poderia apresentar aos seus clientes os benefícios ambientais que justificassem a escolha das caixas de papelão em vez das sacolas plásticas.

**Figura 4** – Etapas do fluxo de papelão no varejo A1



**Fonte:** Autoria (2019).

Como explanado, o varejista vendia as caixas de papelão e os plásticos para uma empresa especializada e gerava uma receita, porém devido às exigências do Ministério do Trabalho esse processo de preparação interna do resíduo para a sua venda não estava atendendo as expectativas da organização e foi interrompido.

A venda do papelão e do plástico é uma abordagem que pode trazer vantagem competitiva para a organização que a utiliza. Todavia, como declarado anteriormente a unidade de estudo não mais se utiliza do processo que poderia viabilizar ganhos econômicos originados da venda dos materiais. De acordo com o gestor da unidade A1 “quando o trabalho com a prensa era realizado e o papelão era vendido, esse estava entre os duzentos mais rentáveis da loja, uma vez que esse material não tinha custo de entrada e todo valor arrecadado com a venda era lucro”, porém, percebe-se que mesmo com a alta rentabilidade os custos para a manutenção de um funcionário especializado no manuseio da prensa eram superiores e inviabilizavam a manutenção do processo.

O entrevistado mencionou que o novo processo, no qual os resíduos são doados a uma cooperativa local está atendendo as expectativas e necessidades da unidade, tendo em vista que as duas partes estão se beneficiando; a cooperativa, pois não tem custo com a aquisição dos materiais supracitados, e o varejo A1, porque consegue retirar as volumosas caixas da unidade, aumentar a capacidade de seu estoque e melhorar a sua imagem perante as partes interessadas.

Ainda, foi exposto que apesar de não existir ganhos financeiros com a nova abordagem, os ganhos sociais são proveitosos e podem vir a se transformarem em ganhos de natureza



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade  
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability  
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



econômica, tendo em vista que a organização passa a ser bem vista na comunidade em que está inserida.

## 5 Considerações Finais

A responsabilidade socioambiental é de grande importância para a sobrevivência das organizações e a logística reversa é uma ferramenta que vem sendo uma forte aliada para o cumprimento das novas demandas do ambiente competitivo. Os consumidores que levam em consideração as variáveis ambientais e sociais no ato de escolha do local de suas compras vêm crescendo a cada ano, e em resposta a essa tendência, os varejistas passaram a adotar procedimentos reversos em suas atividades.

Os supermercadistas varejistas, geralmente, estão inseridos em pontos estratégicos com alto fluxo de pessoas, e próximos a residências exercendo impacto direto na comunidade local. Dessa forma, a presença de corporações varejistas que realizam procedimentos reversos é de suma importância para o desenvolvimento consciente do meio.

Com a percepção da carência de um estudo com o tema proposto no município de Camaragibe, o presente trabalho buscou entender como ocorre o processo reverso de pós-consumo em um supermercado varejista no município de Camaragibe. No varejo em questão, as necessidades da ordenação na loja e do cumprimento das regulamentações estabelecidas pelos órgãos fiscalizadores levaram a adoção da logística reversa de pós-consumo. No estabelecimento é realizada a logística reversa do papelão e plástico, que são doados a uma cooperativa, e do óleo de cozinha que é vendido a uma empresa certificada, sendo todos os ganhos oriundos da venda doados ao Hospital do Câncer de Pernambuco.

Além da utilização da LR de pós-consumo para o escoamento do papelão e do plástico, que são resíduos de responsabilidade da própria organização e que demandam muito espaço, podendo comprometer o arranjo físico da loja, o varejista A1, por livre opção, introduziu em suas ações a logística reversa do óleo de cozinha, com os objetivos de se apresentar como uma organização consciente, impactar positivamente o ambiente e educar ambientalmente os seus clientes.

Esta pesquisa teve como limitação a impossibilidade de acesso à cooperativa que coleta o papelão e o plástico, à empresa que coleta o óleo de cozinha, e a informações mais substanciais das resultantes da prática da ferramenta reversa na organização estudada. Para trabalhos futuros é aconselhável analisar a compreensão, a respeito das práticas reversas, por parte da comunidade, na qual a organização está inserida.

## Referências

ALMEIDA, P. A. de.; GOVATTO, A. C. M. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2002. Revista Imes. 2002. Disponível em: <  
[http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/download/512/357](http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/download/512/357)>. Acesso em: 05/06/2019.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. Disponível em: <  
[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4295794/mod\\_resource/content/1/BARDIN%2C%20L.%20%281977%29.%20An%C3%A1lise%20de%20conte%C3%BAdo.%20Lisboa\\_%20edi%C3%A7%C3%B5es%2070%2C%20225..pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4295794/mod_resource/content/1/BARDIN%2C%20L.%20%281977%29.%20An%C3%A1lise%20de%20conte%C3%BAdo.%20Lisboa_%20edi%C3%A7%C3%B5es%2070%2C%20225..pdf)>. Acesso em: 10/06/2019.

BRAGA JUNIOR, S. S.; MERLO, E. M.; NAGAN, M. S. **Um estudo comparativo das práticas de logística reversa no varejo de médio porte**. 2009. Revista da Micro e Pequena



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade  
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability  
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



Empresa. Disponível em: <<http://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/view/61>>. Acesso em: 03/12/2018.

CAMPOS, T. de. **Logística Reversa: Aplicação ao problema das embalagens da CEAGESP**. Biblioteca digital de Teses e Dissertações da USP. 2006. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3148/tde-05092006-135636/publico/TatianaDeCampos.pdf>>. Acesso em: 18/02/2019.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 11. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

CLARKSON, M. **A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance**. The Academy of Management Review, Vol. 20, No. 1, pp. 92-117. 1995. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/pdf/258888>>. Acesso em: 08/04/2019.  
DONAIRE, D. **Gestão ambiental na empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GUARNIERI, P.; BETIM, L.; RESENDE, L. M. M. de; HATAKEYAMA, K. **Uma visão empreendedora agregando valor aos resíduos de uma madeireira de pequeno porte através da logística reversa**. 2º Encontro de Engenharia e Tecnologia dos Campos Gerais. 2006. Disponível em: <[http://www.pg.utfpr.edu.br/ppgep/anais/artigos/eng\\_producao/54%20LOG%20REV%20EMP R.pdf](http://www.pg.utfpr.edu.br/ppgep/anais/artigos/eng_producao/54%20LOG%20REV%20EMP R.pdf)>. Acesso em: 22/02/2019.

GRANOL. **Recolhimento do óleo de fritura usado**. 2019. Disponível em: <[http://www.granol.com.br/Governan%C3%A7a+Corporativa/Recolhimento+do+%C3%93leo+de+Fritura+Usado+>](http://www.granol.com.br/Governan%C3%A7a+Corporativa/Recolhimento+do+%C3%93leo+de+Fritura+Usado+/)>. Acesso em: 24/05/2019.

GODOY, A. S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. 1995. Revista de Administração de Empresas. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n2/a08v35n2.pdf>>. Acesso em: 18/06/2019.

HU, T. L.; Sheu, J. B.; Haung, K. H. A reverse logistics cost minimization model for the treatment of hazardous wastes. **Transportation research part E: Logistics and transportation review**. Elsevier, v.38, p. 457-473,2002.

INMETRO. ABNT NBR ISO 26000. **Diretrizes em Responsabilidade Social**. 2010. Disponível em: <[http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade\\_social/iso26000.asp](http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp)>. Acesso em: 07/02/2019.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION – ISO. **All about ISO**. 2019. Disponível em: <<https://www.iso.org/about-us.html>>. Acesso em: 20/02/2019.

LEANDRO, A.; REBELO, T. **A responsabilidade social das empresas: incursão ao conceito e suas relações com a cultura organizacional**. Exedra. 2011. Disponível em: <<http://www.exedrajournal.com/docs/s-CO/01-11-40.pdf>>. Acesso em: 01/04/2019.



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade  
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability  
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



LEITE, P. R. **Direcionadores estratégicos em programas de Logística Reversa no Brasil.** Santa Catarina: Revista Alcance, 2012. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/4777/477748599004.pdf>>. Acesso em: 15/02/2019.

LEITE, P. R. **Logística Reversa: Meio ambiente e competitividade.** 2. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

LEITE, P. R. **Logística Reversa: Nova área da logística empresarial.** Revista Tecnológica – Junho. São Paulo: Publicare, 2002. Disponível em: <<http://meusite.mackenzie.br/leitepr/LOG%CDSTICA%20REVERSA%20-%20OBJETIVOS%20ESTRAT%20C9GICOS.pdf>>. Acesso em: 07/02/2019.

LEITE, P. R. **Logística Reversa: Nova área da logística empresarial.** Revista Tecnológica – Maio. São Paulo: Publicare, 2002. Disponível em: <<https://www.passeidireto.com/arquivo/2370164/logistica-reversa-nova-area-da-logistica-empresarial>>. Acesso em: 07/02/2019.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE – MMA. **Política Nacional de Resíduos Sólidos.** 2010. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/residuos-solidos/politica-nacional-de-residuos-solidos>>. Acesso em: 16/10/2018.

MORAES, D. da. G. e. S. V. M. de.; ROCHA, T. B.; EWALD, M. R. **Life cycle assessment of cell phones in Brazil based on two reverse logistics scenarios.** 2014. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-65132014000400002&lng=en&tlng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132014000400002&lng=en&tlng=en)>. Acesso em: 23/05/2019.

MORAES, R. **Análise de conteúdo.** Revista Educação. 1999. Disponível em: <[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4125089/mod\\_resource/content/1/Roque-Moraes\\_Analise%20de%20conteudo-1999.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4125089/mod_resource/content/1/Roque-Moraes_Analise%20de%20conteudo-1999.pdf)>. Acesso em: 28/05/2019.

MUELLER, C. F. **Logística Reversa: Meio-ambiente e Produtividade.** Grupo de estudos Logísticos, Universidade Federal de Santa Catarina. 2005. Disponível em: <<http://www.tecspace.com.br/paginas/aula/faccamp/Rev/Artigo01.pdf>>. Acesso em: 13/02/2019.

NOVAES, A. G. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

PORTILHO, F. **Consumidores de alimentos orgânicos: discursos, práticas e auto-atribuição de responsabilidade socioambiental.** 2008. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/consagro/files/2012/03/PORTILHO-F%3%A1tima-Consumidores-de-Alimentos-org%3%A2nicos-Discursos-pr%3%A1ticas-e-auto-atribui%3%A7%3%A3o-de-responsabilidade-s%3%B3cio-ambiental.pdf>>. Acesso em: 22/05/2019.

Sanches, C. S. **Gestão ambiental proativa.** RAE – Revista de Administração de Empresas. 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v40n1/v40n1a09.pdf>>. Acesso em: 08/04/2019.





VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade  
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability  
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



SHIBAO, F. Y.; MOORI, R. G.; SANTOS, M. R. dos. **A logística reversa e a sustentabilidade empresarial.** 2010. Disponível em: < [http://web-resol.org/textos/a\\_logistica\\_reversa\\_e\\_a\\_sustentabilidade\\_empresarial.pdf](http://web-resol.org/textos/a_logistica_reversa_e_a_sustentabilidade_empresarial.pdf)>. Acesso em: 22/05/2019.

TENÓRIO, F. G. **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática.** 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. Disponível em: < <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=PhuHCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=responsabilidade+ambiental+e+social&ots=VhpHoJA2YS&sig=ox1naIQHY13Ydw2gSEwUIYvrW1A#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 04/04/2019.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.