

# A LOGÍSTICA REVERSA E O DESTINO DADO POR UM SUPERMERCADISTA RONDONIENSE AOS PRODUTOS ALIMENTÍCIOS PRÓXIMOS A EXPIRAÇÃO DO PRAZO DE VALIDADE

**Sibele Maria Amolaro Dias (UFMS)**  
sibeamolaro@hotmail.com

**Leonardo Francisco Figueiredo Neto (UFMS)**  
lffneto@nin.ufms.br

**Evander Dias (AVEC)**  
vandi\_dias@hotmail.com

**Fabrcia Gladys Fernandes da Silva (UFMS)**  
fabgladys@hotmail.com

**Slvio Barczsz (UFMS)**  
ssb@bol.com.br



*O objetivo deste artigo é verificar o destino dado por um supermercado rondoniense aos produtos alimentícios próximos a expiração do prazo de validade e ainda se este estabelecimento pratica a logística reversa. O retorno de materiais, denominado logística reversa, tem sido impulsionado por diversos fatores como: o aumento no volume de resíduos sólidos, escassez de matéria-prima, eliminação de desperdício, preservação do meio ambiente e atendimento à legislação. No setor de alimentos, a logística reversa desempenha papel importante no que tange a segurança alimentar, redução de custos e prejuízos, satisfação dos clientes e conservação da imagem corporativa. Para tanto, a metodologia utilizada neste trabalho é classificada como aplicada, de natureza qualitativa, quanto aos fins caracteriza por ser descritiva/exploratória e quanto aos meios de investigação será bibliográfica/campo. A pesquisa utilizará dados primários e secundários. O procedimento técnico utilizado foi o estudo de caso, que utilizou para coleta de dados entrevista semi-estruturada com o gerente comercial de um supermercado (varejista) localizado na cidade de Vilhena, em Rondônia. Os principais resultados foram: a não utilização da logística reversa; controle diário dos prazos de validade dos produtos alimentícios pelos repositores e encarregados dos setores; os produtos alimentícios próximos a expiração do prazo de validade é repassado aos consumidores, por meio de promoções e; os bens de pós-venda alimentícios já vencidos são descartados. Conclui-se que o supermercado não realiza a logística reversa devido ao alto custo, distância dos fabricantes e condições das rodovias.*

*Palavras-chaves: Logística Reversa, Supermercado, Produtos Alimentícios, Estado de Rondônia.*

## 1. Introdução

O cenário empresarial está cada vez mais competitivo e complexo. Em razão da competitividade crescente, a logística, na sua base conceitual tem evoluído, passando a considerar de forma sistêmica todas as atividades que se relacionam direta e indiretamente aos fluxos físicos e de informação do canal de distribuição. Segundo Bowersox e Closs (2004), o objetivo da logística é o de atingir um nível de serviço ao cliente, pelo menor custo total possível, enfatizando-se a flexibilidade, a agilidade, o controle operacional e o compromisso para se alcançar um nível de serviço perfeito em mercados competitivos. Neste sentido, muitos fatores têm contribuído para o desenvolvimento de uma logística que faça um caminho diferente da tradicional, denominada de logística reversa. Nota-se que a Logística Reversa tem sido impulsionada por diversos fatores como: o volume de resíduos sólidos vem aumentando significativamente; as matérias-primas vêm se mostrando cada vez mais escassas; a população tem se conscientizado da necessidade de preservação do meio ambiente e da eliminação do desperdício; e atendimento a legislação (RODRIGUES *et al.*, 2002).

Deste modo, as organizações, independente do ramo de atividade, necessitam desenvolver estratégias que proporcionem vantagem competitiva frente aos concorrentes. No entanto, esse panorama é formado por clientes, envolto em necessidades e características diversas e que almejam a satisfação de suas expectativas em momento oportuno. No intuito de atender as expectativas dos clientes, a legislação vigente e ainda criar vantagem competitiva, o setor varejista, especificamente de alimentos, tem direcionado mais atenção a atividade reversa. Não obstante a esses fatores, o setor varejista de alimentos em Rondônia, encontra-se inserido neste contexto e tem se deparado com o seguinte problema: **qual o destino dado por um supermercado rondoniense aos produtos alimentícios próximos a expiração do prazo de validade? E se este estabelecimento faz uso da logística reversa?** Esta situação é resultado das empresas estarem, cada vez mais, acompanhando o ciclo de vida de seus produtos, em função da cobrança de clientes mais exigentes em termos de prazos, qualidade e questões ambientais. No intuito de satisfazer as necessidades desses clientes, o desenvolvimento de canais de distribuição reversos tem dirigido atenção à reintegração desses produtos ao ciclo produtivo, ou seja, ao seu reaproveitamento ou de seus componentes e materiais constituintes (RODRIGUES *et al.*, 2002).

A logística reversa, vem sendo reconhecida como a área da logística empresarial que planeja, opera e controla o fluxo e as informações logísticas correspondentes ao retorno dos bens de pós-venda e pós-consumo ao ciclo produtivo, por meio de canais de distribuição reversos, agregando-lhes valor de diversas naturezas: econômico, ecológico, legal, logístico, de imagem corporativa, entre outros (LEITE, 2003). Entretanto, o referencial teórico no campo da logística reversa é raro e disperso, pouco sistematizado, o que permite confusão com o termo logística direta (CAMPOS, 2006).

Deve-se considerar que, no setor de alimentos, a logística reversa tem um papel diferenciado no que tange a segurança, em função do prazo de validade e por ser destinado ao consumo direto, alimentação. Através de políticas liberais de retorno ao longo dos canais de distribuição de produtos alimentícios, a empresa permite a devolução de produtos defeituosos ou fora do prazo de validade, evitando problemas de infecção ou intoxicação e, desta forma, ela protege a sua marca por garantir proteção à saúde do consumidor (CAMPOS, 2006). Esta estratégia é útil para atender a um dos direitos básicos do consumidor estabelecido no inciso I

do Artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), em que os consumidores têm direito à “[...] proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos [...]”.

No Brasil, há algumas pesquisas realizadas sobre logística reversa, merecendo destaque os estudos sobre: pneus (Ramos Filho, 2005), petróleo (Simões, 2002), embalagens de agrotóxicos (Sato; Carboni; Moori, 2006; Boldrin *et al.*, 2007), embalagens big bag (Pessoa; Mito, 2006), materiais de construção civil (Marcondes; Cardoso, 2005), materiais farmacêuticos (Rezende; Slomski; Dalmácio, 2004), varejo (Braga Júnior, 2006), varejo de moda (Fernandes; Souza; Pereira, 2006), alimentos processados (Chaves *et al.*, 2005), alimentos refrigerados (Chaves; Chicarelli, 2005), etc. No estado de Rondônia, não foram realizados estudos sobre logística reversa, seja enfatizando bens de pós-consumo, que são aqueles já utilizados, seja com bens de pós-venda, aqueles ainda não usado ou com pouco uso. Não obstante, a inexistência de estudos sistematizados sobre logística reversa de produtos alimentícios no setor varejista neste estado, torna o estudo relevante e necessário. Este trabalho pretende contribuir com os estudos sobre a logística reversa no estado de Rondônia, especificamente no varejo de alimentos ainda não consumidos, denominado bens de pós-venda, destacando-se por ser inédito neste estado. Além disso, este estudo poderá ser utilizado por instituições públicas e privadas para estabelecer medidas de segurança alimentar e criação de vantagem competitiva.

Mediante o contexto apresentado, pretende-se verificar: o destino dado por um supermercado rondoniense aos produtos alimentícios próximos a expiração do prazo de validade e; ainda se este estabelecimento pratica a logística reversa.

## 2. Metodologia

A metodologia a ser utilizada neste trabalho é classificada como aplicada, que segundo Andrade (2003), é aquela que busca soluções para problemas concretos. Para Silva e Menezes (2001), este tipo de pesquisa gera conhecimentos para aplicação prática a solucionar problemas específicos.

Quanto à abordagem, trata-se de uma pesquisa de natureza qualitativa, que conforme Vergara (2000) não utiliza procedimentos estatísticos. Quanto aos fins da pesquisa, com base na tipologia de Vergara (2000), o presente estudo será descritivo e exploratório. Na pesquisa descritiva, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles (ANDRADE, 2003). Salienta Vergara (2000, p.47) que este tipo de pesquisa “expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno”, podendo também, estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza, não tendo compromisso de explicar os fenômenos que descreve. Já pesquisa exploratória, de acordo com Vergara (2000), é aquela cuja área investigada não há muito conhecimento acumulado e sistematizado.

Quanto aos meios de investigação este estudo será bibliográfico e de campo. A pesquisa bibliográfica, de acordo com Cruz e Ribeiro (2004, p. 19), visa fazer “[...] um levantamento de trabalhos realizados anteriormente sobre o mesmo tema estudado no momento [...]”. Esta pesquisa será também realizada em campo, que segundo Vergara (2000), é a investigação empírica efetivada no local onde ocorre ou ocorreu o fenômeno, ou que dispõe de elementos para melhor explicá-los.

A pesquisa utilizará dados primários e secundários. Segundo Vergara (2000) dados primários são aqueles que ainda não foram pesquisados por pesquisador algum e, os secundários, são aqueles que já foram pesquisados e, estão disponíveis em livros, revistas, periódicos especializados, meio eletrônico, etc.

O procedimento técnico utilizado foi o estudo de caso, no intuito de aprofundar algumas questões de cunho prático, permitindo maior conhecimento do tema abordado (SILVA; MENEZES, 2001). A coleta de dados foi realizada através de entrevista semi-estruturada com o gerente comercial de um supermercado (varejista) localizado na cidade de Vilhena, no Estado de Rondônia.

### 3 Revisão Bibliográfica

#### 3.1 Da Logística Tradicional a Logística Reversa

A palavra logística tem origem francesa (do verbo *loger*, que significa “alojar”), proveniente de um termo militar que significava a arte de transportar, abastecer e alojar as tropas. Desta maneira, não se pode falar em logística sem antes comentar sua relação com as guerras. Ao decidir avançar suas tropas seguindo uma determinada estratégia militar, os generais precisavam ter, sob suas ordens, uma equipe que providenciasse o deslocamento de munição, víveres, equipamentos e socorro médico para o campo de batalha, na hora certa (NOVAES, 2001). Neste sentido, a logística é um verdadeiro paradoxo, pois é ao mesmo tempo, uma das atividades econômicas mais antigas e um dos conceitos gerenciais mais modernos (FLEURY *et al.*, 2000).

Desde que o homem abandonou a economia extrativista, e deu início às atividades produtivas organizadas, com produção especializada e troca dos excedentes com outros produtores, surgiram três das mais importantes funções logísticas, ou seja, estoque, armazenagem e transporte. A produção em excesso, ainda não consumida, vira estoque. Para garantir sua integridade, o estoque necessita de armazenagem. E, para que a troca possa ser efetivada, é necessário transportá-la do local de produção ao local de consumo. Portanto, a função logística é muito antiga, e seu surgimento se confunde com a origem da atividade econômica organizada (FLEURY *et al.*, 2000).

Assim sendo, ainda para Oliveira e Cândido (2006), a logística empresarial evoluiu muito desde seus primórdios, agregando valores de: lugar, tempo, qualidade e informação à cadeia produtiva. A logística empresarial apresenta-se em constante evolução, sendo hoje considerada como um dos elementos-chave na estratégia competitiva das empresas. O que torna a logística mais moderna no aspecto gerencial são as mudanças econômicas e tecnológicas, que proporcionam o gerenciamento eficiente e eficaz das operações desta atividade.

Dentre definições tradicionais de logística destaca-se Ballou (2001, p.17) por afirmar que: “a logística é responsável por diminuir o hiato entre a produção e a demanda, de modo que os consumidores tenham bens e serviços quando e onde quiserem e na condição física que desejar”. Dentre as tradicionais definições, deve-se salientar aquela formulada pelo CLM – *Council of Logistics Management* (1986 *apud* Oliveira e Cândido, 2006), em que a logística é considerada o processo eficiente de planejar, implementar e controlar efetivamente o fluxo de custos, de estoque em processo, de bens acabados e de informação ligada desde o ponto de origem até o ponto de consumo, no intuito de se adequar aos requisitos do consumidor. Já

Christopher (1997), define logística como o processo pelo qual se dirige de modo estratégico a transferência e a armazenagem de materiais, componentes e produtos acabados, começando dos fornecedores, passando através das empresas, até chegar aos consumidores. Concordando com o autor citado, Giacobbo *et al.* (2003 *apud* Adlmaier *et al.*, 2004), a logística é todo o processo de planejar, implementar e controlar o fluxo eficiente e eficaz de mercadorias, serviços e informações, desde o local de origem até o local de consumo, com a finalidade de satisfazer as necessidades dos clientes. Desta forma, a logística remete a gestão de processos integrados, que servirá de base nesta pesquisa, sendo conceituada por Francischini e Gurgel (2002) como o processo de planejamento, implementação e controle do fluxo eficiente e eficaz de matérias-primas, estoques de produtos semi-acabados, acabados e do fluxo de informações a eles relativo, desde a origem até o consumo, com o propósito de atender aos requisitos dos clientes.

Então, entende-se a logística como a junção, ou seja, a integração das atividades de uma empresa desde a identificação das necessidades dos consumidores, passando pelos fornecedores de matéria-prima, o local de produção, o operador logístico, o varejista até a fase final de atendimento das necessidades desses consumidores. Para satisfazer essas exigências é necessário que a logística reorganize globalmente as suas funções, procurando estruturá-las juntamente, tornando-as um sistema integrado (OLIVEIRA; CÂNDIDO, 2006). Com isso, pode-se ressaltar a sincronização das necessidades dos clientes com a administração dos fluxos de materiais, a partir de fornecedores, reduzindo o investimento e os custos desses serviços e ainda gerar vantagem competitiva e valor para a cadeia de suprimentos (DIAS, 1993). Assim, conseqüentemente, a logística empresarial pode se tornar uma vantagem competitiva, a logística reversa também pode se tornar um fator competitivo, desde que suas atividades estejam integradas no decorrer dos canais de distribuição.

Para Adlmaier *et al.* (2004), assim como aconteceu com a logística tradicional, o conceito de logística reversa também evoluiu ao longo do tempo. Inicialmente, a logística foi definida como o movimento de materiais do ponto de origem ao ponto de consumo. Assim também aconteceu com a logística reversa, que teve como definição nos anos 80 o movimento de bens do consumidor para o produtor por meio de um canal de distribuição, ou seja, o escopo da logística reversa era limitado a esse movimento que possibilitava que os produtos e informações seguissem na direção oposta às atividades logísticas tradicionais (LAMBERT; STOCK, 1992 *apud* ROGERS; TIBBEN-LEMBKE, 2001). No entanto, Cottrill (2000 *apud* Rezende; Slomski; Dalmácio, 2004) ressalta que a logística reversa é muito mais complexa e envolve outros fatores, tais como a criação de um canal reverso provedor de matéria-prima secundária mais barata (originada do descarte de produtos já utilizados) e, até mesmo, a satisfação dos clientes. Dessa forma, se a logística reversa contar com um bom planejamento, pode se tornar uma respeitável fonte de lucro para a empresa (ADLMAIER *et al.*, 2004). Deste modo, torna-se necessário definir logística reversa, que de acordo com o *Reverse Logistics Executive Council* (2004, *apud* Leite, 2003) consiste no processo de planejamento, implementação e controle da eficiência e custo efetivo do fluxo de matérias-primas, estoque em processos, produtos acabados e as informações correlacionada do ponto de consumo ao ponto de origem com o propósito de recapturar valor ou para uma disposição apropriada.

A natureza do processo de logística reversa depende do tipo de material e o motivo pelo qual ele entrou no sistema. Os produtos, usualmente, retornam devido a uma necessidade de reparo, reciclagem, descarte ou simplesmente porque os clientes os devolvem. Outra consideração é que o fluxo reverso de produtos pode ser utilizado por uma empresa para

manter estoques reduzidos do cliente, diminuindo os riscos deste com a manutenção dos itens de baixo giro, ou que possam ficar obsoletos rapidamente. Para incentivar a compra de todo o *mix* de produtos, as empresas aceitam a devolução de itens que não tiveram boa aceitação pelo consumidor (GONÇALVES; MARTINS, 2004). A empresa ao elaborar o seu planejamento deve se atentar para as possíveis áreas de atuação da logística reversa, divididas em bens de pós-consumo e de pós-venda. Conforme Leite (2003), a logística reversa nos canais reversos de pós-venda pode ser acionada para desenvolver as atividades e processos (motivados pela observação da garantia e qualidade dos produtos), acordos comerciais de devolução de excesso de estoques e, também, pela necessidade de substituição de componentes. O autor enfatiza que, a logística reversa torna-se, cada vez mais, imprescindível ao gerenciamento da qualidade dos produtos e dos processos internos. Neste sentido, um planejamento bem estruturado de logística reversa pode proporcionar à geração de informações valiosas, como por exemplo, a identificação de padrões de defeitos ou áreas problemáticas da empresa, que podem estar ocasionando diminuição dos volumes de lucros; determinar o comportamento do consumidor e atendimento das suas expectativas; ou, até mesmo, retirar um produto de linha, devido à insatisfação por parte dos clientes (DAUGHERTY *et al.*, 2002).

### 3.2 Logística reversa no varejo de alimentos

O varejo engloba todas as atividades relacionadas à venda de produtos e serviços diretamente aos consumidores finais, seja para uso pessoal e não-comercial. O varejista é o intermediário que se encarrega da venda aos consumidores finais (DIAS, 2003 *apud* BRAGA JÚNIOR *et al.*, 2006). Apresenta Coughlan *et al.* (2002 *apud* Braga Júnior *et al.*, 2006) que o varejo moderno é extremamente competitivo, orientado para a inovação, formado por uma variedade cada vez maior de instituições e constantemente afetado por um ambiente altamente fluido. As três tarefas básicas do varejo são: i) fazer com que os consumidores da sua área de atuação entrem na loja; ii) converter esses consumidores em clientes leais; iii) operar da maneira mais eficiente possível para reduzir custos e com isso ter preços mais baixos (CZINKOTA *et al.*, 2001 *apud* BRAGA JÚNIOR *et al.*, 2006). Cabe ao varejista a função de manter o estoque dos produtos que comercializa, oferecendo variedade aos consumidores e prestação de serviço de distribuição aos fabricantes. Além de vender pequenas quantidades ao consumidor final, o varejista agrega valor ao produto ou serviço que comercializa (BRAGA JÚNIOR *et al.*, 2006). Uma das maneiras de agregar valor ao cliente é proporcionar o produto no momento, na quantidade e na qualidade exigida e garantida por lei, usando como principal ferramenta a logística.

Neste sentido, a conquista de mais espaço na operação logística das empresas se deve, em grande parte, ao seu potencial econômico, resultante da mudança na cultura de consumo dos clientes incentivando a logística reversa (FLEURY; WANKE, 2003). Os consumidores estão exigindo um nível de serviço mais elevado e as empresas, como forma de diferenciação e fidelização dos clientes, estão implantando e investindo em seus processos (CHAVES *et al.*, 2005). No Brasil, como reflexo de uma tendência mundial, o conceito de logística reversa está evoluindo e começa a despontar como um importante, e por vezes essencial agente empresarial (CHAVES; CHICARELLI, 2005). Em termos legais, pouca coisa abrange a atividade reversa ainda em difusão e, por esse motivo não é encarada pelas empresas como um processo estrategicamente interessante (CHAVES; CHICARELLI, 2005). Porém, alguns canais reversos já estão bem estruturados como os de reciclagem de papel ondulado e vidro.

(COMPROMISSO EMPRESARIAL PARA RECICLAGEM, 2005 *apud* CHAVES; CHICARELLI, 2005).

Tais procedimentos têm ocorrido no setor de alimentos, especificamente no setor varejista, entre indústrias e supermercados, que buscam manter relacionamentos mutuamente satisfatórios no intuito de assegurar a credibilidade dos produtos e garantir a reputação da empresa varejista, utilizando-se de práticas de logística reversa que garantam, ao mesmo tempo, disponibilidade e confiabilidade dos produtos ofertados pelos supermercadistas ao consumidor (CHAVES, 2006). Diante disso, as empresas passam a se reestruturar para se adequarem a essas novas práticas, sobretudo nas relações comerciais entre indústrias, varejistas e consumidor. Assim, tendem a se tornar mais competitivas ao utilizar técnicas de gestão que maximizem tanto a utilização de recursos quanto o cumprimento da legislação que garantam a satisfação dos clientes (CHAVES, 2006).

Para Chaves *et al.* (2005), no setor de alimentos, a logística reversa tem um papel diferenciado no que tange a segurança do alimento. Através de políticas liberais de retorno de produtos alimentícios, a empresa permite a devolução de produtos defeituosos ou fora do prazo de validade, evitando problemas de infecção ou intoxicação e, desta forma, ela protege a sua marca por garantir proteção à saúde do consumidor, pois de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (CDC):

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

[...] § 6º São impróprios ao uso e consumo:

I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;

II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;

III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam (BRASIL, 1990).

Este fator é relevante, pois muitos varejistas, frente à possibilidade de perder o produto pelo término de sua validade e a impossibilidade de retornar este produto ao fabricante, fazem promoções para liquidar o estoque. Se algum problema de contaminação ocorrer, a marca do produto perde credibilidade junto aos consumidores. É de interesse de ambas as partes, fabricantes e varejistas, a implantação de um sistema reverso para dividir os custos de retorno de produto e proteger suas margens de lucro (CHAVES, 2006). Varejistas e atacadistas valorizam o serviço como elemento de decisão de quem compra e avalia o desempenho de seus fornecedores em termos de disponibilidade, desempenho operacional e confiabilidade. Portanto, a logística reversa deve ser priorizada pelos fornecedores interessados em não somente oferecer um serviço diferenciado aos consumidores finais, mas em fidelizar um cliente varejista (CHAVES *et al.*, 2005). Assim, “os varejistas acreditam que os clientes



valorizam as empresas que possuem políticas mais liberais de retorno de produtos” (MATOS, 2007, p. 36).

Neste sentido, o *marketing* de relacionamento com os consumidores e varejistas após a venda dos produtos precisa ser trabalhado junto com o sistema logístico reverso da empresa para construir uma vantagem competitiva sustentável. Nestes casos em que a empresa pode controlar produtos quando existe risco à saúde através de políticas liberais de retorno de produtos alimentícios, existem outros benefícios além da garantia de proteção à marca e fortalecimento da relação indústria-varejista (CHAVES *et al.*, 2005). Lacerda (2000 *apud* Matos, 2007) afirma que, a logística reversa unida ao *marketing* de relacionamento, pode ser considerada uma vantagem percebida pelos varejistas ou fornecedores que assumem os riscos pela existência de produtos danificados. Esta tendência é reforçada pela existência de legislação de defesa dos consumidores, que garantem o direito de devolução e de troca.

A elevada perecibilidade dos produtos que exige um eficiente sistema logístico em contraposição ao baixo valor agregado de seus produtos tem limitado a expansão da atividade neste setor (CHAVES; CHICARELLI, 2005). Segundo Fleury e Silva (2000), a redução nos custos logísticos pode ter grande impacto em empresas do setor alimentício cujos custos logísticos representam 30 a 40% do valor agregado total. Não obstante, o varejo de alimentos, produtos lácteos, depara-se com alta perecibilidade e prazo de validade relativamente curto o que torna a logística tradicional e, principalmente a reversa, fator competitivo para as organizações.

### 3.3 O setor supermercadista

O varejo é responsável pela venda direta e em poucas quantidades ao consumidor. Cabe ressaltar que, o varejo não necessita de estrutura física como prédios, departamentos. Neste sentido, o varejo é o intermediário entre a indústria e os consumidores finais, que pode ser realizado por telefone, internet ou outros meios. Entretanto, nem todos os integrantes do varejo podem abdicar de estrutura física, como é o caso dos supermercados.

O setor supermercadista brasileiro apresentou queda de 3,22% em fevereiro deste ano, se comparado com janeiro último. Em relação ao mesmo mês do ano anterior, houve aumento de 8,63%, mesmo assim, as vendas no bimestre acumularam crescimento de 8,31%. Em valores nominais, as vendas do setor apresentaram queda de 2,75% em relação a janeiro e aumento de 13,64% em relação a fevereiro de 2007. Já o mês de março apresentou alta de 13,84%, se comparado a igual período do ano passado. Este aumento deve-se a antecipação da Páscoa, que em 2006 foi em abril. Deste modo, as vendas no primeiro trimestre deste ano tiveram alta de 10,26% – já descontada a inflação – em relação ao acumulado de 2007 (ABRAS, 2008). O setor apresentou resultados favoráveis, em 2006, o faturamento foi de R\$ 105 bilhões, gerando 800 mil empregos diretos e 1.2 milhões de empregos indiretos. Em 2007, as vendas tiveram crescimento de 5,92% para 6% em termos reais, com faturamento de R\$ 136,3 bilhões, que representou o montante de 5,2% do Produto Interno Bruto (PIB).

De modo geral, no Brasil, o setor de supermercados vem crescendo significativamente nos últimos anos, mas ainda tem a característica de ser um setor regional e fragmentado (MORABITO; LIMA, 2000). O setor supermercadista é considerado uma modalidade de auto-serviço, ou seja, o consumidor não necessita ser assistido diretamente por um vendedor no momento da compra. Além disso, os produtos podem ser adquiridos de diversas formas de

unidades, tamanho, número de itens e sua natureza, sejam alimentos e/ou não-alimentos (SIMÕES, 2006). Este setor, também apresenta uma grande diversidade de seus equipamentos e formatos de lojas, conforme tabela a seguir:

Formato da loja	Área de vendas/m <sup>2</sup>	Número de itens	Número de caixas	Seções
Compacto	250-1.000	7.000	2-7	mercearia, hortifrútiis, açougue, frios e laticínios e bazar
Convencional	1.001-2.500	12.000	8-20	mercearia, hortifrútiis, açougue, frios, laticínios, peixaria, padaria e bazar
Superlojas	2.500-5.000	20.000	21-30	mercearia, hortifrútiis, açougue, frios, laticínios, peixaria, padaria, bazar e eletroeletrônicos
Hipermercado	Mais de 5.000	45.000	50	mercearia, hortifrútiis, açougue, frios, laticínios, peixaria, padaria, bazar, eletroeletrônicos e têxteis

Fonte: Elaborada pelos autores a partir da classificação da ABRAS (2008)

Tabela 1 - Formato dos supermercados e suas principais características

#### 4 Análise e discussão dos resultados

De acordo com os dados coletados, o supermercado analisado é de capital nacional, classificado como superlojas, contando com 25 *check outs*, seções de mercearia, hortifrútiis, açougue, frios, laticínios, peixaria, padaria, bazar e eletroeletrônicos, cerca de 20.000 itens, 3.000 m<sup>2</sup> de área de vendas e emprega 320 funcionários. Os dados foram fornecidos pelo gerente comercial, que exerce esta função há 5 anos.

Em relação, ao conhecimento sobre o tema da pesquisa, o gerente comercial relacionou a logística reversa ao aspecto reciclagem, destino dado aos bens de pós-consumo, desconhecendo as diversas atividades e finalidades desta ferramenta administrativa, assim como a existência desta atividade em bens de pós-venda, ou seja, aqueles que ainda não foram utilizados. O supermercado analisado não realiza a logística reversa devido ao alto custo da atividade, dificuldade de retorno dos produtos em função da distância dos fabricantes concentrados em grandes centros e da péssima condição da malha rodoviária. E, estes fatores impossibilitam o desenvolvimento de alianças estratégicas, ou seja, parcerias que poderiam proporcionar vantagem competitiva.

Segundo o gerente comercial o controle dos prazos de validade dos produtos alimentícios, bens de pós-venda, é realizado diariamente pelos repositores e encarregados dos setores, que conferem os lotes de fabricação e as datas de vencimento. O destino dos produtos alimentícios próximos a expiração do prazo de validade são as campanhas promocionais, ou seja, é repassado aos consumidores, por meio de promoções a um preço mais baixo e, os bens de pós-venda alimentícios já vencidos são descartados.

O destino dado aos produtos vencidos é influenciado positivamente pelo Código de Defesa do Consumidor, que para o gerente comercial favorece o cumprimento a legislação, a

garantia de qualidade, o respeito a prazo de validade, além de garantir a satisfação do cliente e ainda manter a boa imagem e reputação corporativa.

## 5 Considerações finais

O presente artigo teve por objetivo verificar o destino dado por um supermercado rondoniense aos produtos alimentícios próximos a expiração do prazo de validade e ainda se este estabelecimento pratica a logística reversa. Pôde-se verificar com este estudo a visão limitada sobre o tema logística reversa, assim como sua finalidade e atividades envolvidas. Os produtos alimentícios próximos ao prazo de vencimento são vendidos aos clientes por meio de campanhas promocionais realizadas no supermercado enquanto, os produtos vencidos são descartados. Os cuidados tomados em relação ao prazo de validade, assim como, o descarte dos produtos vencidos é impulsionado pelo cumprimento à legislação, em defesa do consumidor, garantido pelo Código de Defesa do Consumidor, além de buscar continuamente a qualidade, satisfação dos clientes e manutenção da imagem e reputação do supermercado.

Desta forma, o principal fator apontado pelo gerente comercial que desfavorece a prática da logística reversa é o alto custo da atividade, em razão da distância dos fabricantes e da precariedade das rodovias.

No intuito de contribuir com pesquisas sobre logística reversa, torna-se necessário o desenvolvimento de novas pesquisas em outros supermercados no estado de Rondônia, para até mesmo verificar se os responsáveis pelo varejo já conhece a atividade reversa e sua importância econômica, social, ambiental e legal. Por isso, propõem-se posteriormente desenvolver estudos em logística reversa não somente no varejo de alimentos, mas em outros segmentos do mercado.

## Referências

- ABRAS, ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS.** *Vendas nos supermercados crescem 8,63%*. 2008. Disponível em: <<http://www.abras.net.com.br>>. Acesso em: 15 abr. 2008.
- ADLMAIER, D. et al.** *Logística reversa em embalagens de exportação de cabeçotes de motores: um estudo de caso*. 2004. Florianópolis/SC. In: Anais do XXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção, ENEGEP, 2004.
- ANDRADE, M. M. de.** *Introdução à metodologia do trabalho científico*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- BALLOU, R.H.** *Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- BOLDRIN, V. P. et al.** *A gestão ambiental e a logística reversa no processo de retorno de embalagens de agrotóxicos vazias*. In: Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 29-48, 2007.
- BOWERSOX, D. J. & CLOSS, D.J.** *Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento*. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- BRAGA JÚNIOR, S.S. et al.** *Logística reversa como alternativa de ganho para o varejo: um estudo de caso em um supermercado de médio porte*. 2006. São Paulo/SP. In: Anais do IX Simpósio de Administração da produção, logística e operações internacionais, SIMPOI, 2006.
- BRASIL.** Ministério da Justiça. Lei federal Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Publicação DOU: 12/09/1990 e retificado no DOU de 10.1.2007. Brasília, 1990. Disponível em: <<http://www.mj.gov.br/DPDC/services/DocumentManagement/FileDownload.EZTSvc.asp?DocumentID={7E6B0F70-4D42-48B4-9E7B-0AF63BE8B1CE}&ServiceInstUID={7C3D5342-485C-4944-BA65-5EBCD81ADCD4}>>. Acesso em: 04 ago. 2007.

**CAMPOS, T. de.** *Logística reversa: aplicação ao problema das embalagens da CEAGESP.* 2006. Dissertação (Mestrado em Engenharia) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia, USP, São Paulo. 2006.

**CHAVES, G. L. D. & CHICARELLI, R. L. A.** *Logística reversa como atividade geradora de vantagem competitiva ao canal de distribuição de alimentos refrigerados.* In: XII Simpósio de Engenharia de Produção, 2005.

**CHAVES, G. L. D.** *Diagnóstico da logística reversa na cadeia de suprimentos de alimentos processados no oeste paranaense.* 2005. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Agronegócio) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Oeste do Paraná, Toledo. 2005.

\_\_\_\_\_. *et al.* *Reverse Logistics: the generation of competitive advantage for the companies of the state of Paraná's west region.* In: Anais do V Internacional Pensa Conference on Agrifood Chain-Networks economics and management, 2005.

**CHRISTOPHER, M.** *Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: estratégias para redução de custos e melhoria dos serviços.* São Paulo: Pioneira, 1997.

**COTTRILL, K.** *Return to sender.* In: **REZENDE, A. J. et al.** *Impacto econômico-financeiro da logística reversa: uma aplicação no segmento de distribuição de matérias-primas farmacêuticas.* READ. Revista Eletrônica de Administração, v. 12, p. 1-16, 2006.

**CRUZ, C. & RIBEIRO, U.** *Metodologia científica: teoria e prática.* 2. ed. Rio de Janeiro: Axcel Books do Brasil, 2004.

**DIAS, M. A. P.** *Administração de materiais: uma abordagem logística.* 4 ed. São Paulo: Atlas, 1993.

**DAUGHERTY, P. J. et al.** *Information support for reverse logistics: the influence of relationship commitment.* *Journal of Business Logistics*, vol. 23, n. 1, p. 85-106, 2002.

**FERNANDES, J. T. G. SOUZA, M. T. S. de. & PEREIRA, R. da S.** *A importância de canais de distribuição reversos para a reciclagem no varejo de moda.* 2006. Fortaleza/CE. In: Anais do XXVI Encontro Nacional de Engenharia de Produção, ENEGEP, 2006.

**FLEURY, P. F. & SILVA, C. R. L. da.** *Avaliação do serviço de distribuição física: relação entre a indústria de bens de consumo e o comércio atacadista e varejista.* In: **FIGUEIREDO, K. F.; FLEURY, P. F. & WANKE, P.** (orgs.) *Logística empresarial: a perspectiva brasileira.* Centro de Estudos em Logística. COPPEAD, UFRJ. São Paulo: Atlas, 2000.

**FLEURY, P. F. & WANKE, P.** *Logística no Brasil.* In: **FIGUEIREDO, K. F. ; FLEURY, P. F. & WANKE, P.** (orgs.) *Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento do fluxo de produtos e dos recursos.* Centro de Estudos em Logística. COPPEAD, UFRJ. São Paulo: Atlas, 2003.

**FRANCISCHINI, P. G. & GURGEL, F. do A.** *Administração de materiais e do patrimônio.* São Paulo: Thomson Pioneira, 2002.

**GONÇALVES, M. E. & MARTINS, F. A. S.** *Processo de logística reversa: estudo de caso das aparas na laminação de vidros.* 2004. Florianópolis/SC. In: Anais do XXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, ENEGEP, 2004.

**LEITE, P. R.** *Logística Reversa: meio ambiente e competitividade.* São Paulo: Prentice Hall, 2003.

**MARCONDES, F. C. S. & CARDOSO, F. F..** *Contribuição para aplicação do conceito de logística reversa na cadeia de suprimentos da construção civil.* 2005. Porto Alegre/RS. In: Simpósio Brasileiro de Gestão e Economia da Construção, SIBRAGEC, 2005.

**MATOS, D. A. de.** *Logística reversa, balanced scorecard e o programa de reciclagem de recursos da USP/São Carlos e da UFSCar.* 2007. Dissertação (Mestrado em Engenharia Civil) – Programa de Pós-Graduação em Transporte. Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo. São Carlos/SP. 2007.

**MORABITO, R. & LIMA, F. C. R. de.** *Um modelo para analisar o problema de filas em caixas de supermercados: um estudo de caso.* In: Pesquisa Operacional. Vol. 20, N. 1, junho de 2000.

**NOVAES, A.G.** *Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação.* Rio de Janeiro: Campus, 2001.

**OLIVEIRA, V. M. de. & CÂNDIDO, G. A.** *Gerenciamento logístico: o caso de uma indústria de alimentos.* 2006. Fortaleza/CE. In: Anais do XXVI Encontro Nacional de Engenharia de Produção, ENEGEP, 2006.

**PESSOA, P. D. & MIOTO, C. L.** *O estudo de caso do projeto de logística reversa: reutilização de embalagens do tipo big bag.* 2006. Fortaleza/CE. In: Anais do XXVI Encontro Nacional de Engenharia de Produção, ENEGEP, 2006.

**RAMOS FILHO, L. S. N.** *A logística reversa de pneus inservíveis: o problema da localização dos pontos de coleta.* 2005. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina. UFSC, Florianópolis/SC. 2005.

**REZENDE, A. J.; SLOMSKI, V. & DALMÁCIO, F. Z.** *A logística reversa como instrumento de controle gerencial: uma aplicação no segmento de distribuição de matérias-primas farmacêuticas.* 2004. Curitiba/PR. In: XXVIII Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, ENANPAD, 2004.

**RODRIGUES, D. F. et al.** *Logística reversa: conceitos e componentes do sistema.* 2002. Curitiba/PR. In: Anais do XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, ENEGEP, 2002.

**ROGERS, D. S.; TIBBEN-LEMBKE, R. S.** *An examination of reverse logistics practices.* *Journal of Business Logistics*, v. II, n. 2, 2001.

**SATO, G. S.; CARBONI, G. T. & MOORI, R. G.** *Práticas operacionais da logística reversa de embalagens de agrotóxicos no Brasil.* In: INTERFACEHS – Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente - v.1, n.1, Art 7, ago. 2006.

**SILVA, E. L. & MENEZES, E. M.** *Metodologia da pesquisa e elaboração da dissertação.* 3. ed. ver. atual. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

**SIMÕES, J. C. P.** *A logística reversa aplicada à exploração e produção de petróleo.* 2002. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina. UFSC, Florianópolis/SC. 2002.

**VERGARA, S. C.** *Projetos e relatórios de pesquisa em administração.* 3 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

#### Roteiro de Entrevista

Este roteiro faz parte de uma pesquisa científica e todos os dados fornecidos serão reproduzidos fielmente pelo pesquisador. O nome da instituição não será divulgado, caso os responsáveis por ela não o permita.

1) Número de *check outs*:

- 2 a 7 *check outs* (Supermercado compacto)       8 a 20 *check outs* (Supermercado convencional)  
 21 a 30 *check outs* (Supermercado superlojas)       mais de 50 *check outs* (Hipermercado)

2) O capital desta empresa é:

- Nacional       Estrangeiro

3) Qual o número de lojas no Brasil? \_\_\_\_\_.

4) E neste Estado? \_\_\_\_\_.

5) Qual o número de funcionários nesta loja? \_\_\_\_\_.

6) Cargo que ocupa na empresa? E há quanto tempo trabalha nesta função: \_\_\_\_\_.

7) Você conhece o termo “logística reversa”?

Sim       Não

8) Se sim, assinale de acordo com o que você conhece:

retorno de produtos ;  devolução de produtos com defeitos;  devolução por erros de expedição;  
 devolução de produtos com prazo de validade expirado;  reciclagem  substituição de componentes;  
 limpeza do canal de distribuição.

9) É feito o controle diário sobre o prazo de validade dos alimentos?

Sim       Não

10) Se sim, como é feito? \_\_\_\_\_.

11) Qual o procedimento em relação aos produtos alimentícios próximos a expiração?

promoções;  reuso no preparo de outros alimentos (exemplo, utilização na padaria interna);  
 devolução para os fornecedores por meio de contratos;  devolução para os fornecedores sem contratos;  
 venda para mercados secundários;  descarte.

12) Em relação aos produtos vencidos, qual o procedimento adotado?

é devolvido ao fornecedor;  reintegrado no processo produtivo;  reutilizado em outras partes da loja;  
 vendido para mercados secundários;  descarte;  desconhece o destino final destes produtos.

13) Esta empresa utiliza alguma prática (política) de retorno de produtos?

Sim       Não

14) No caso da empresa ser a responsável pela devolução de um produto, ela possui uma política de retorno de produtos?

Sim       Não

15) Se não, qual a razão da empresa não adotar esta política?

nunca pensou nesta alternativa;  alto custo da atividade;  desconhecimento do assunto;  
 falta de recursos humanos;  falta de recursos financeiros  falta de interesse  
 outros: \_\_\_\_\_.

16) De que maneira o Código de Defesa do Consumidor influencia positivamente e/ou negativamente no destino dado aos alimentos fora do prazo de validade? Positivamente (1)      Negativamente (2)

cumprimento a legislação;  garantia de qualidade;  respeito a prazo de validade;  
 satisfação dos clientes;  imagem e reputação corporativa;  
 outros: \_\_\_\_\_.