



# Logística reversa na sua loja

O vaivém no fluxo de produtos, resíduos e informações é alvo de legislação que protege o meio ambiente e o consumidor

**L**ogística reversa é um conceito que pode soar estranho aos mais desavisados, mas é tendência no mercado e o varejo é parte fundamental dessa cadeia cheia de complexidade que visa melhor atender ao próprio setor e ao consumidor final, bem como à legislação vigente. É exatamente por isso que o jornal Novo Varejo tem dedicado atenção especial ao assunto. Mas o que é isso exatamente? A reversa, para os mais familiarizados, é o fluxo físico e informacional contrário de matérias-primas, produtos, embalagens e outros mate-

riais desde o consumidor final até a origem. Ou seja, a devolução, na contramão, de um item do final da cadeia para o início. Mas por que isso acontece?

Existem duas situações em que a prática é imprescindível: para fins de descarte adequado de resíduos, com o reaproveitamento e a reciclagem dos produtos inservíveis; e para a reposição e a devolução dos produtos em caso de defeitos, conforme constam das garantias fornecidas ao consumidor. Enquanto a primeira visa preservar o meio ambiente, atendendo ao disposto na Política Nacional

de Resíduos Sólidos (PNRS), a segunda é em parte uma responsabilidade exigida pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), em parte uma preocupação do próprio mercado no pós-venda.

## REPOSIÇÃO

Quando falamos de logística reversa no segmento automotivo, há espaço para ambas as situações. Mas para o varejista tradicional, o que importa mais é a satisfação do cliente e a redução de gastos que essa administração diferenciada viabiliza. A solicitação de assistência técnica, troca

e devolução são as principais demandas do pós-venda. Quando um cliente compra um produto com defeito e exige sua troca ou reparação pela garantia, ele procura o varejista, com quem teve um contato direto e se sente à vontade para cobrar. Este, por sua vez, remeterá a peça de volta à indústria por meio do distribuidor. A reversa é, portanto, um canal de retorno, que necessita de capilaridade, logística e rastreamento, por exemplo.

Mas a maior demanda desse segmento, que inicia a reversa, não são os defeitos reais nos produtos, mas os erros

de instalação, a incompatibilidade do produto ou até uma interpretação equivocada de um defeito. Então, vê-se que é importante os fabricantes auxiliarem o varejista com material de apoio sobre as peças, como manuais de instrução, e eventualmente até com o envio de profissionais técnicos à loja para esclarecer dúvidas. Assim o varejista estará apto a instruir os seus próprios clientes ao comercializar um produto. Caso contrário, há o risco de usar a cadeia da logística reversa para trocar uma peça e continuar com o mesmo problema. O fabricante precisa estar perto do

varejista e do reparador para supri-los com informações sobre os seus produtos e assim reduzir, eventualmente, as solicitações de uso da garantia. Plínio Castro, da paulistana Castro Auto Peças, faz isso: se antecipa à necessidade da logística reversa, preparando bem o atendimento da sua equipe de 15 balconistas e nove profissionais de telemarketing. “Cada peça tem as suas particularidades. Para as que já sabemos que são mais complicadas e que podem gerar problemas, pela aplicação errada, por exemplo, preparamos os funcionários para que eles possam orientar melhor o consumidor no momento da compra, com dicas de instalação. Se trocar nessa situação, sem resolver o problema real, você não troca a causa e o problema se repetirá”. A prática foi adotada há cerca de 15 anos e o

empresário, que está a frente da loja, fundada há 53 anos, sentiu o efeito. “De lá para cá, isso diminuiu muito o uso da garantia”, afirma.

Plínio percebe que a grande variedade de carros hoje limita a capacidade de domínio do conhecimento pelos mecânicos que fazem a instalação das peças. “Nós, que conhecemos melhor esses produtos, temos que induzir o reparador a fazer certo, é muito melhor do que ele errar e a peça retornar”. Na Castro, as peças que demandam maior garantia são a embreagem e as elétricas. Para auxiliar os compradores, Plínio corre atrás de informações e dicas junto aos fornecedores e até indica conteúdo na internet.

O que Plínio Castro descobriu com o tempo e adotou na sua loja é o mesmo que a empresa Chame o Gênio faz por ob-

jetivo: solucionar problemas de instalação e utilização, evitando o *start* da logística reversa. Nesse caso, no segmento de eletrônicos. Com o intuito de oferecer um serviço que reduza os gastos com o trânsito do produto pela cadeia, o diretor da empresa, Alexandre Buzzo, explica por que o negócio deu certo: “No fundo, o consumidor não quer devolver o produto, ele

quer apenas conseguir usar”. E esse mercado existe. Segundo Décio Honorato Alves, sócio-diretor da Reversa, outra empresa voltada especificamente para o segmento, 70% dos produtos eletrônicos adquiridos online e que são devolvidos não possuem nenhum tipo de defeito. O consumidor simplesmente não conseguiu utilizar e acha que está quebrado. “Com o e-

commerce crescendo, é preciso investir mais em logística reversa”, afirma.

#### RESPONSABILIDADE

Vale destacar que a responsabilidade pela troca de um produto em garantia com defeito, real ou não, nunca foi do varejista. Segundo o Código de Defesa do Consumidor, essa responsabilidade é de

*Nós, que conhecemos melhor esses produtos, temos que induzir o reparador a fazer certo, é muito melhor do que ele errar e a peça retornar*

PLÍNIO CASTRO, DA CASTRO AUTOPEÇAS

  
BOUGICORD

**A Bougiecord traz novidades para VOCÊ!**




Visite nosso Stand D59 e confira nossos lançamentos!

 grupo ForceCar®

www.forcecar.com.br  
41. 3081-4101

DPL e BAUEN: Marcas registradas do Grupo Forcecar  
BOUGICORD: No Brasil, representada com exclusividade pelo Grupo Forcecar

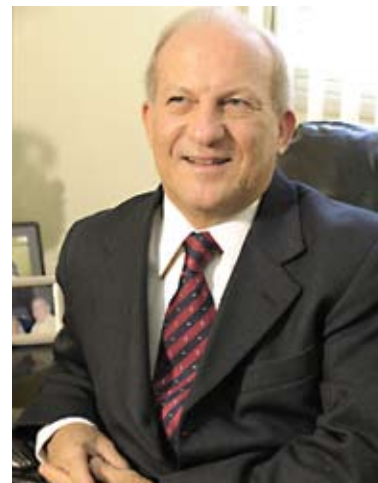
 Faça revisões em seu veículo, regularmente!

quem coloca o produto no mercado, ou seja, do fabricante ou do importador, no caso de um item fabricado no exterior. Apenas se estes não forem identificados é que o comerciante deve assumir a responsabilidade. Mas, pela posição do varejista nessa cadeia, é ele quem acaba assumindo o ônus da troca imediata. E ele o faz para fidelizar o consumidor.

Mas a reversa pode levar tempo. Mesmo que todos os elos da cadeia atendam o prazo legal da garantia, de 30 dias, o consumidor ficará mais satisfeito com o varejo que resolver a questão de imediato. Alguns lojistas optam por acumular um lote de itens antes de providenciar o envio ao fornecedor, assim como alguns fabricantes atrasam a emissão dos laudos técnicos por não terem capilaridade suficiente para abranger toda a extensão territorial do país. É preciso, o quanto antes, o entendimento entre todos os elos para dar agilidade à garantia e evitar a sobrecarga nas lojas de autopeças. Uma das medidas preventivas é criar mecanismos para evitar uma devolução indevida, como faz a Castro. Mas o fabricante também deve oferecer canais de contato acessíveis, que tragam soluções ágeis e eficientes tanto para o consumidor final quanto para o reparador e para o varejo.

**O mercado de logística reversa de autopeças, no caso da remanufatura, é enorme, do tamanho de um setor inteiro de eletrodomésticos, em volume de peças que entram no mercado. Mas isso é pouco divulgado**

PAULO ROBERTO LEITE, PRESIDENTE DO CONSELHO DE LOGÍSTICA REVERSA DO BRASIL



## O QUE DIZ O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR SOBRE A GARANTIA

• “A garantia legal de adequação do produto ou serviço independe de termo expresso” (art. 24)

• “O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em trinta dias, tratando-se de produtos não duráveis; e noventa dias, tratando-se de produtos duráveis” (art. 26)

• “O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação

ou acondicionamento de seus produtos, bem como, por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos” (art. 12)

• “O comerciante é igualmente responsável quando o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados” (art. 13)

• “A garantia contratual é complementar à legal” (art. 50) – se o fabricante oferecer um ano de garantia, esse prazo será somado aos 90 dias legais

• “Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito” (art. 26)

• “Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha: a substituição do produto; a restituição imediata da quantia paga; ou o abatimento proporcional do preço” (art. 18)

• “O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar do recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial” (art. 49) – essa norma vale para a compra de produtos por telefone e internet

Fonte: Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor)

## PRESERVAÇÃO

Do outro lado da cadeia da logística reversa está a preocupação com o meio ambiente e o respeito à Política Nacional de Resíduos Sólidos. Em termos gerais, a normativa institui que rejeito é só aquilo que não é passível de reciclagem ou reaproveitamento e só esse resíduo é que pode ser destinado aos aterros. O que significa dizer que os demais produtos, como embalagens, peças quebradas, óleos e uma infinidade de “sobras” do setor de manutenção de veículos devem ser corretamente ma-

nejados e destinados.

De acordo com a orientação da PNRS, a hierarquia do manejo do resíduo vai desde a redução da geração de resíduos à reutilização, reaproveitamento, reciclagem e, por fim, sua disposição final adequada. Em uma indústria complexa como a automotiva, existe muito trabalho a ser feito. A reutilização ou reaproveitamento sugeridos podem ser traduzidos, aqui, pela remanufatura das autopeças e sua recomercialização.

Para o professor Paulo Roberto Leite, presidente do Conselho de Logística Reversa do Brasil (CLRBR), cerca de 80%

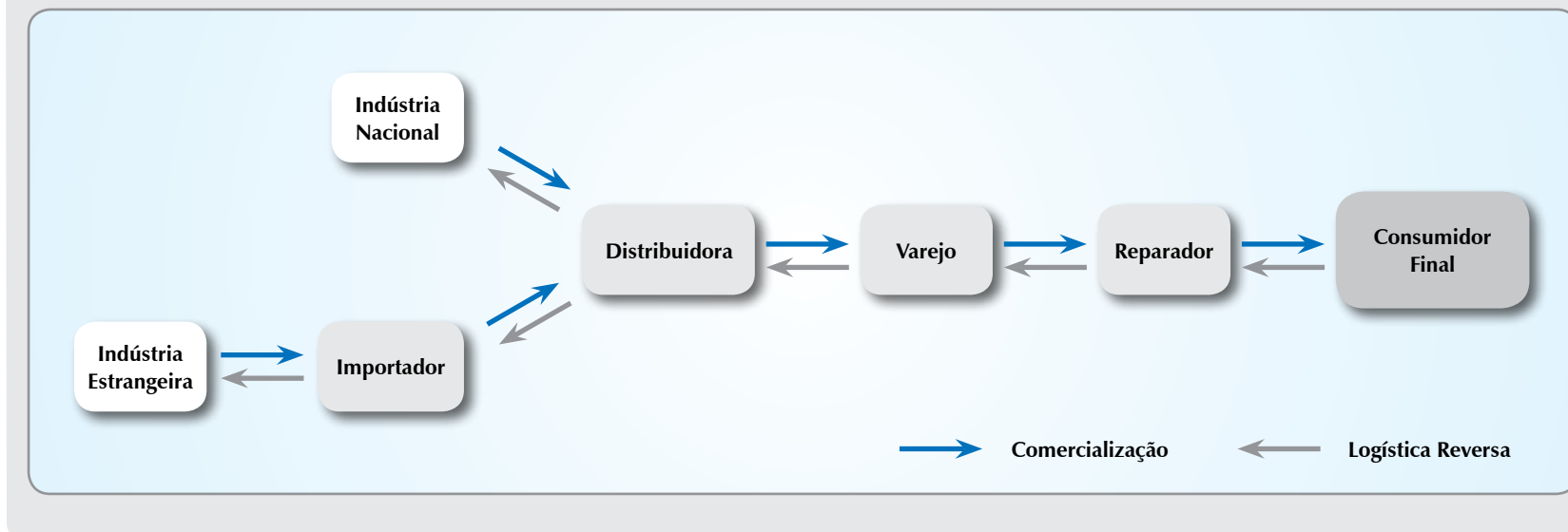
da revenda de autopeças é feita pelos reparadores ou pelos próprios fabricantes, mas também por remanufaturadores independentes. “O mercado de logística reversa de autopeças, no caso da remanufatura, é enorme, do tamanho de um setor inteiro de eletrodomésticos, em volume de peças que entram no mercado. Mas isso é pouco divulgado, pouco falado na mídia, talvez porque muitos achem que se trata de um mercado ilegal, de carros roubados, quando na verdade não é, é apenas um mercado de ‘segunda mão’, no máximo informal”. Um automóvel moderno tem de 90 a 95% de componentes

recicláveis, sendo cerca de 70% à base de ferro. Aproveitar esse produto antes do veículo inservível ir parar na recicladora de sucata ferroso, além de lucrativo, atende à hierarquia da logística reversa da PNRS. As principais autopeças usadas ou em fim de vida que são reaproveitadas para retornar ao mercado, segundo o professor, são os motores de combustão ou de partida, rolamentos e alternadores. Ao contrário do que pensam os consumidores finais, as peças são recomercializadas com nova garantia, além de menor preço. Então, é um mercado potencial que pode ser muito mais explorado no Brasil.

Já na etapa seguinte da hierarquia, quando apenas resta o sucateamento das peças, a PNRS orienta o modelo de gestão que deve ser adotado por todas as cadeias produtivas. A política é compulsória para o descarte de pneumáticos inservíveis; pilhas e baterias; óleos lubrificantes, seus resíduos e embalagens; lâmpadas com mercúrio; e eletroeletrônicos. É extensiva às cadeias do plástico, metal e vidro, mas sem obriga-



## FLUXOGRAMA



toriedade. A PNRS precisa ainda de normativas e resoluções que regulem a matéria de fato, mas alguns setores já vêm trabalhando nesse sentido para atender às resoluções do Conama que antes disciplinavam o assunto.

É o caso dos pneus, que são retirados do mercado e reciclados por uma entidade financiada pelos próprios fabricantes do setor; das baterias automotivas, que acabam retornando naturalmente aos fabricantes no fim da vida; e dos óleos, que tiveram o primeiro sistema de logística reversa do país, implementado desde a década de 60, apesar do baixo índice de reciclagem (35%). O presidente do CLRB explica por que

algumas cadeias de reversa começam a funcionar mesmo antes da obrigatoriedade da lei: “Às vezes existe um interesse comercial, como é o caso das baterias. Por causa da presença de chumbo no produto, o próprio fabricante as readquire dos reparadores quando elas são substituídas por novas”. Estima-se que de 70 a 80% das baterias sejam recicladas, mas esse número poderia ser ainda maior.

“É possível fazer logística reversa para tudo”, afirma Silvano Silvério da Costa, secretário de Recursos Hídricos e Ambiente Urbano do Ministério do Meio Ambiente. Não havendo resolução, explica Costa, o poder público pode celebrar termos de compromisso

com o setor empresarial ou as empresas podem se organizar por conta própria, quando há esse interesse comercial por trás. Afinal, cedo ou tarde a legislação vai se aprofundar na questão e sempre quem colocar o produto no mercado será o responsável por retirá-lo no fim da vida.

#### BENEFÍCIOS

Um dos principais reflexos da adoção da logística reversa é a melhoria do processo, que vai acontecer inevitavelmente, mas essa organização também resulta em redução de custos e fortalecimento da marca, uma vez que a empresa poderá oferecer um melhor atendimento ao seu

cliente. Segundo uma pesquisa realizada pelo CLRB, as empresas que vêm adotando a prática o fazem, principalmente e nesta ordem, para proporcionar a satisfação dos clientes, melhorar a competitividade da empresa, aumentar o lucro e melhorar também a sua imagem.

O impacto econômico, se passado ao cliente, é o que importa no final, ainda mais se considerarmos um mer-

cado que gira principalmente por necessidade, não por capricho, salvo poucas exceções. E com o crescente número de mercadorias, usadas ou não, em circulação, com a diminuição do ciclo de vida dos produtos e com a adoção de leis cada vez mais rígidas no que tange à qualidade que devem atender, a logística reversa tende a evoluir cada vez mais no Brasil. Inclusive na sua loja. ●

*No fundo, o consumidor não quer devolver o produto, ele quer apenas conseguir usar*

ALEXANDRE BUZZO, DA CHAME O GÊNIO



#### RESUMO S.Y.L

Logística reversa é o fluxo físico e informacional contrário de matérias-primas, produtos, embalagens e outros materiais desde o consumidor final até a origem. Ou seja, a devolução, na contramão, de um item do final da cadeia para o início. Existem duas situações em que a prática é imprescindível: para fins de descarte adequado de resíduos, com o reaproveitamento e a reciclagem dos produtos inservíveis; e para a reposição e a devolução dos produtos em caso de defeitos, conforme constam das garantias fornecidas ao consumidor. Enquanto a primeira visa preservar o meio ambiente, atendendo ao disposto na Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), a segunda é em parte uma responsabilidade exigida pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), em parte uma preocupação do próprio mercado no pós-venda.