

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**ANA LUIZA PROCÓPIO SOUZA
RONALDO ESPOSTI DA SILVA**

**LOGÍSTICA REVERSA NO E-COMMERCE: UM ESTUDO DE CASO
SOBRE A SHOPEE**

**VOLTA REDONDA
2022**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**LOGÍSTICA REVERSA NO E-COMMERCE: UM ESTUDO DE CASO
SOBRE A SHOPEE**

Artigo apresentado ao Curso de Administração do UniFOA, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

Alunos:

Ana Luiza Procópio Souza

Ronaldo Esposti da Silva

Orientador: Professora Mestre Débora Cristina
Lopes Martins

VOLTA REDONDA

2022

RESUMO

A logística ocupa um papel de suma importância no contexto atual, devido a sua cadeia de suprimentos, sendo a logística reversa essencial nas práticas adotadas pelas empresas, especialmente as do e-commerce. Esse estudo tem como objetivo geral, apresentar um diagnóstico da logística reversa aplicada a empresa Shopee, alvo da presente pesquisa. Embora não tenha havido quantitativo suficiente para uma amostra significativa da população, com intuito em uma tomada de decisão, tal pesquisa servirá de parâmetro para melhor compreender seu desenvolvimento com os clientes. Para sua realização utilizou-se como metodologia a pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Contudo, diante das transformações no universo dos negócios, as empresas cada vez mais têm que criar estratégias que venham ao encontro de sua imagem diante da sociedade e do mercado. Atuando de forma responsável, agregando valores, diminuindo seus custos, e tendo sua imagem preservada e, conseqüentemente, obtendo vantagem competitiva e, aos olhos do mercado, torna-se respeitada e competitiva. Conforme estudo de caso, utilizou-se como objeto de estudo a Shopee, um site de compras virtuais, no qual constatou-se que esta é uma empresa em constante desenvolvimento com sete anos de experiência no e-commerce e que vem, ao longo dos anos, criando ações para sua atuação no pós-venda, ou seja, no momento da troca e devoluções de mercadorias. A pesquisa foi realizada com número mínimo de participantes, não compreendendo, portanto, uma amostra significativa da população. Utilizou-se de uma amostra pequena e aleatória. Com base nessas informações, propõe-se uma pesquisa futura utilizando de metodologia estatística quantitativa, para que seja possível um tratamento estatístico a esta pesquisa. Portanto, recomenda-se que seja realizada uma pesquisa futura para elevar o número de amostra, para que seja possível ratificar o resultado.

Palavras-chave: Logística Reversa; E-commerce; Shopee

1. INTRODUÇÃO

A logística reversa e sustentabilidade são um novo modelo de gestão de negócios, onde as organizações têm como preocupação os impactos sociais, ambientais, assim como também as questões econômicas. A falta de responsabilidade com o direcionamento correto dos produtos que saem da cadeia de suprimentos, bem como ações não sustentáveis durante as operações, afetam não somente o meio ambiente, mas também a qualidade de vida da população atual e das gerações futuras. Nesse cenário, a logística reversa viabiliza o retorno de certos produtos ao ciclo de negócios ou ao ciclo produtivo da cadeia de suprimentos que é realizado através de canais de distribuição reversos em que é acrescentado ou recapturado valor ao produto. Colocando em prática, com a reutilização das embalagens, as empresas economizam em produção, diminuem e evitam consequências ambientais e ganham um diferencial no mercado, pois nem todas as empresas incorporaram essa estratégia.

Neste estudo, serão apresentadas uma visão geral da logística reversa e sua empregabilidade no e-commerce. As fontes utilizadas para esse estudo foram um conjunto de obras que retratam o conceito e aplicabilidade do termo, ilustrando como a logística reversa está presente nos processos produtivos das empresas e como são executadas dentro delas.

Tem-se como objetivo geral desse estudo, apresentar um diagnóstico da logística reversa aplicada a empresa Shopee. Embora não tenha havido quantitativo suficiente para uma amostra significativa da população, com intuito em uma tomada de decisão, tal pesquisa servirá de parâmetro para compreendermos melhor seu desenvolvimento com os clientes.

Os objetivos específicos têm a finalidade de conceituar a logística reversa e os canais de distribuição de pós-venda e pós-consumo. Apresentar os objetivos da logística reversa e entender como é o funcionamento da mesma exemplificando empresas que adotam esse comportamento.

Este estudo justifica-se pela necessidade em confrontar a assertividade da logística reversa no e-Commerce, afim de informar se está de acordo com os padrões esperados ou se há questões que precisem de ajustes imediatos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Logística

Sabe-se que o conceito de logística não é algo que surgiu recentemente; desde antes de Cristo a logística já era utilizada nas grandes guerras que fizeram parte de nossa história. “Logística” sempre foi um termo muito utilizado pelos militares, pois nas operações de guerra havia a necessidade de que cada equipe estivesse preparada para executar suas atividades no momento certo. Ao avançar suas tropas, o oficial precisaria ter uma equipe que providenciasse o deslocamento na hora certa de munição, víveres, equipamentos e socorro médico para o campo de batalha. (NOGUEIRA, 2018).

Por logística se entende um conjunto de métodos e meios destinados a fazer o que for preciso para entregar os produtos certos, no local adequado, no tempo combinado. A origem da palavra logística vem do grego e significa habilidades de cálculo e de raciocínio lógico.

De forma sintética, podemos dizer que a logística é o processo de gestão dos fluxos de produtos, de serviços e da informação associada, entre fornecedores e clientes finais ou intermédios) ou vice-versa, levando aos clientes, onde quer que estejam, os produtos e serviços que necessitam, nas melhores condições. (MOURA, 2006, p. 15)

A logística é de grande importância para todos os negócios; as empresas estão tendo mais interesse em conhecer as melhores práticas para trabalhar de melhor forma com sua cadeia de suprimentos e negócios. A logística funciona de várias maneiras e há quatro tipos principais de atuação, as quais estão descritas a seguir.

2.1.1 Logística de suprimentos

A logística de suprimentos é responsável por certificar que a matéria prima e/ou o produto estejam onde precisam estar no instante da demanda. Para o profissional que lida com logística de suprimentos, é necessário que tenha um bom controle sobre o armazenamento e o transporte, sobrepondo qualidade e tempo, com o intuito de deixar tudo preparado para a produção ou venda¹.

¹ <https://syscontrol.com.br/principais-tipos-de-logistica-existent-no-mercado/>

2.1.2 Logística de produção

A logística de produção é a técnica de modificar matéria prima, insumos, ingredientes e peças em um produto final. Esse tipo de logística está em todo momento nas indústrias e busca um controle de toda a deslocação dos materiais. Ou seja, desde o instante de chegada à fábrica, a montagem/fabricação, o empacotamento, até o momento de armazenagem, sendo esta realizada internamente ou com uma empresa terceirizada².

2.1.3 Logística de distribuição

Esse é o método que leva o produto até o consumidor final, e motiva as vendas on-line. Por essa ser a parte da logística que mais tem contato com o consumidor final, ela exige um grande cuidado e atenção.

Segundo um estudo realizado pelo site do Reclame Aqui, reclamações de atraso na entrega de produtos apontam 61% entre março e abril de 2020. Supõe-se que esse crescimento ocorreu devido ao momento vivido da pandemia do COVID-19, porém só revela ainda mais o quanto os clientes estão estimando por entregas mais rápidas no período de escolha de compra³.

2.2. Logística Reversa

A logística reversa é um recurso que visa o direcionamento de embalagens pós-consumo e materiais, seu conceito apesar de ser antigo, ganhou movimento recentemente após a publicação da Política Nacional de Resíduos em 2010. Dependendo do setor em que você atua, implantar uma política de logística reversa é uma obrigação. Estamos falando de fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes.

Logística reversa é área da logística empresarial que planeja, opera e controla o fluxo e as informações logísticas correspondentes, do retorno dos bens de pós-vendas e de pós-consumo ao ciclo de negócios ou ao ciclo produtivo, por meio dos canais de distribuição reversos, agregando-lhes valor de diversas naturezas: econômica, ecológica, legal, logístico, de imagem corporativa, entre outros. (LEITE, 2009, p.17)

Toda rede de logística é interconectada, sendo todas as etapas, essenciais para seu bom funcionamento. Já a parte reversa, pode-se dizer que é mais sensível e necessita de mais atenção, isso porque está em constante transformação sendo

² <https://syscontrol.com.br/principais-tipos-de-logistica-existent-no-mercado/>

³ <https://syscontrol.com.br/principais-tipos-de-logistica-existent-no-mercado/>

um grande diferencial de competitividade para as empresas que se adequarem a ela. (Campos; Verci, 2021)

Manter-se competitivo em um mercado cada vez mais acirrado, exige esforços e planejamento, envolvendo a administração de recursos financeiros, materiais, de pessoas e informações. Nesse sentido, investir recursos na logística reversa torna-se uma das melhores estratégias para obtenção de resultados mais eficazes e maior lucratividade. (Leite, 2017)

O interesse da logística reversa varia em função das características do produto, do setor industrial, da posição da empresa na cadeia de suprimentos, de legislações existentes, das exigências de clientes, dos riscos à imagem da empresa e da atitude de responsabilidade empresarial. Assim, adquire relevância crescente na implementação de programas empresariais com diferentes objetivos estratégicos. (Leite, 2017)

2.2.1 Logística reversa: pós-venda e pós-consumo

A logística reversa realiza a gestão de retorno dos produtos à origem. Para isso, possui duas importantes divisões: logística reversa de pós-consumo e logística reversa de pós-venda.

Assim, a administração do retorno ocorre de acordo com essas categorias. Ambas têm a característica de efetuar o retorno dos produtos, mas, na logística de pós-consumo, os produtos já foram usados, enquanto na logística de pós-venda, ocorre a entrega de produtos novos ou seminovos. O produto de pós-consumo teve sua condição finalizada, podendo ou não ser retornado ao ciclo útil para ser reaproveitado na fabricação de um mesmo produto ou de outro, passar por opções de reuso, desmanche e reciclagem até o objetivo final, com a queima desse produto ou descarte em aterros sanitários. (LUZ e BOOSTEL. *Logística reversa*, 2018, p.76)

Denominamos de logística reversa de pós-consumo a área de atuação da logística reversa que equaciona e operacionaliza o fluxo físico e as informações correspondentes de bens de consumo descartados pela sociedade em geral que retornam ao ciclo de negócios ou ao ciclo produtivo por meio dos canais de distribuição reversos específicos. (LEITE, 2003, p. 18)

Na logística reversa de pós-venda, os materiais passam por algumas etapas e retornam ao ciclo de negócios sem precisar ser remanufaturados. O mesmo material pode ter a atuação das duas áreas da logística reversa.

eletrônica entre a empresa e o cliente para a venda de produtos ou serviços, seguindo a estratégia estabelecida pelo *e-business*.

Essa atividade nasceu com o surgimento da internet para facilitar todo o processo de compra e venda, revolucionando, assim, o mercado.

Segundo o site [significados.com](https://www.significados.com.br/e-commerce/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20e%2Dcommerce,c omerciais%20atrav%C3%A9s%20de%20dispositivos%20eletr%C3%B4nicos)⁵, “O *e-commerce* é um modelo de comércio que utiliza como base plataformas eletrônicas, como computadores, smartphones, tablets, etc. Basicamente, trata-se de todo tipo de comercialização de bens comerciais através de dispositivos eletrônicos”. Esse é um assunto que vem se tornando cada dia mais popular, conquistando todos os dias mais adeptos à esse tipo de comércio.

⁵<https://www.significados.com.br/e-commerce/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20e%2Dcommerce,c omerciais%20atrav%C3%A9s%20de%20dispositivos%20eletr%C3%B4nicos>

3. METODOLOGIA

O procedimento técnico da pesquisa foi a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso. Na pesquisa bibliográfica, o método foi descritivo, o qual, conforme Gil (2009, p.28), “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.”

Sobre a pesquisa bibliográfica, diz-se que envolve todo material já publicado e que se relaciona com o tema, incluindo boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas e demais publicações (MARCONI; LAKATOS, 2002).

Para essa pesquisa bibliográfica, teve-se como base autores como: Leite (2003), Moura (2006) e Nogueira (2018).

Segundo Yin (2001, p.32): “o estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e contextos não estão claramente definidos”. Este mostra que pesquisas que buscam trazer respostas em questões presentes dentro de um contexto de dúvidas, fazem, de modo geral, o uso do estudo de caso, onde se tem caráter esclarecedor e tem como vantagem não serem vistas como repetitivas ao passar do tempo.

Por seu contexto, existe uma dificuldade iniciante para que estudos aprofundados sobre o desempenho pós-venda dos mecanismos reversos, de forma a resultar o conhecimento e conceituá-lo conforme seu desdobramento, aconteçam efetivamente no comércio *on-line*.

A pesquisa compreendeu-se entre o período do dia dezoito de maio à trinta e um de maio de dois mil e vinte e dois, com o formulário elaborado através da plataforma *Google Forms* e encaminhado via *WhatsApp* a diferentes contatos. Estima-se que o link da pesquisa foi encaminhado à sessenta participantes, contudo obtivemos um total mínimo de quarenta respostas.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1. Caracterização da empresa objeto de estudo

Lançada em 2015, a Shopee é uma plataforma adaptada para cada região, dando aos consumidores uma experiência de compra online fácil, segura e rápida, através de um forte suporte de pagamentos e logística. Comprar online deve ser algo acessível, fácil e agradável. Essa é a visão que a Shopee busca entregar em sua plataforma, todos os dias.

A Shopee foi lançada em Singapura, Indonésia, Malásia, Tailândia, Taiwan, Vietnã e Filipinas. Logo em seu primeiro ano, a Shopee foi lançada em 7 mercados no Sudeste Asiático.

4.2. Shopee, comércio diverso e logística reversa

A execução de logística reversa da empresa consiste em ter como prioridade a solução das necessidades dos clientes em trocas ou devoluções de produtos.

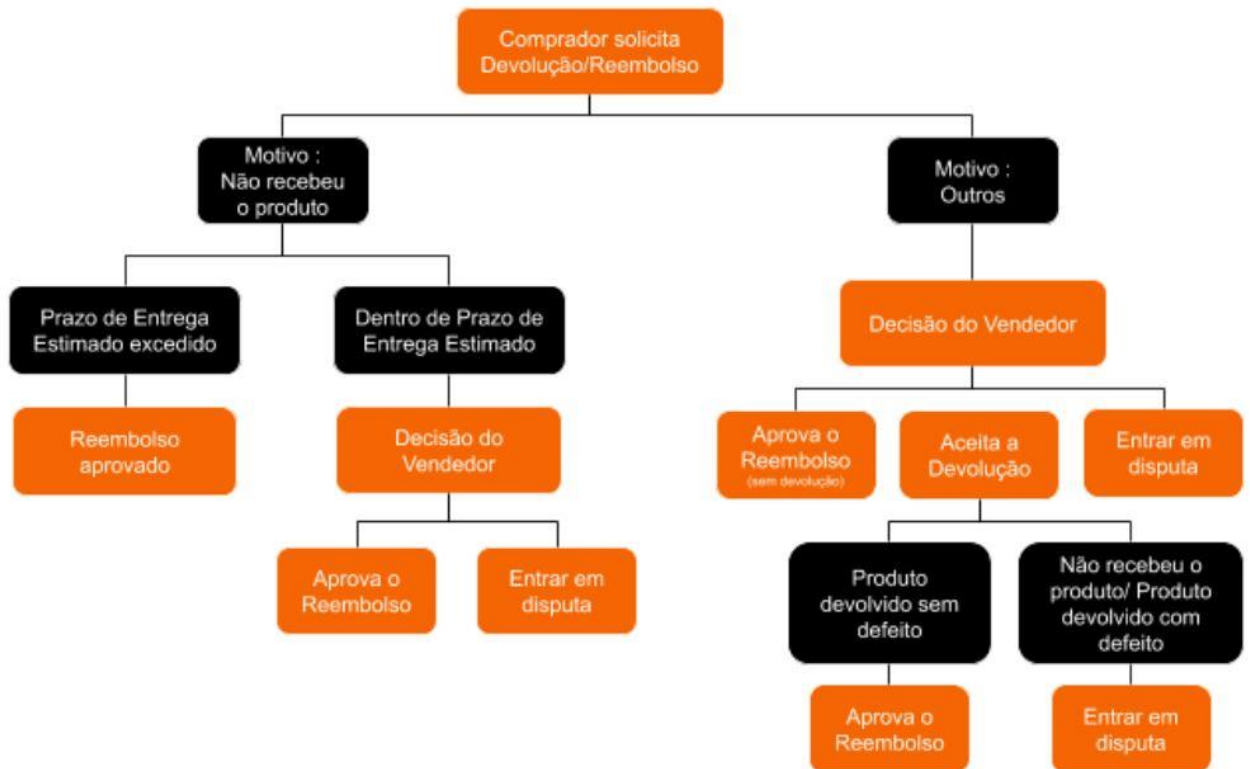
A grande quantidade de vendas on-line que se faz presente no mercado, certamente exigiu, por parte dos gestores, um melhor planejamento para os processos e fluxos de logística (e-logística), onde se inclui prestar o serviço de logística reversa de pós-venda.

4.3. Visão Geral do processo de Devolução e Reembolso da Shopee

A Shopee permite que os compradores criem uma solicitação de devolução e reembolso, uma vez que esta é aprovada, o comprador deve devolver o produto em seu estado original. A Shopee, portanto, terá um prazo para análise do produto devolvido podendo entregar outro em excelentes condições ou realizar o reembolso do valor total do produto desembolsado pelo cliente.

A seguir, apresenta-se o fluxograma do processo de devolução na Figura 2.

Figura 2: Organograma do processo de devolução da Shopee



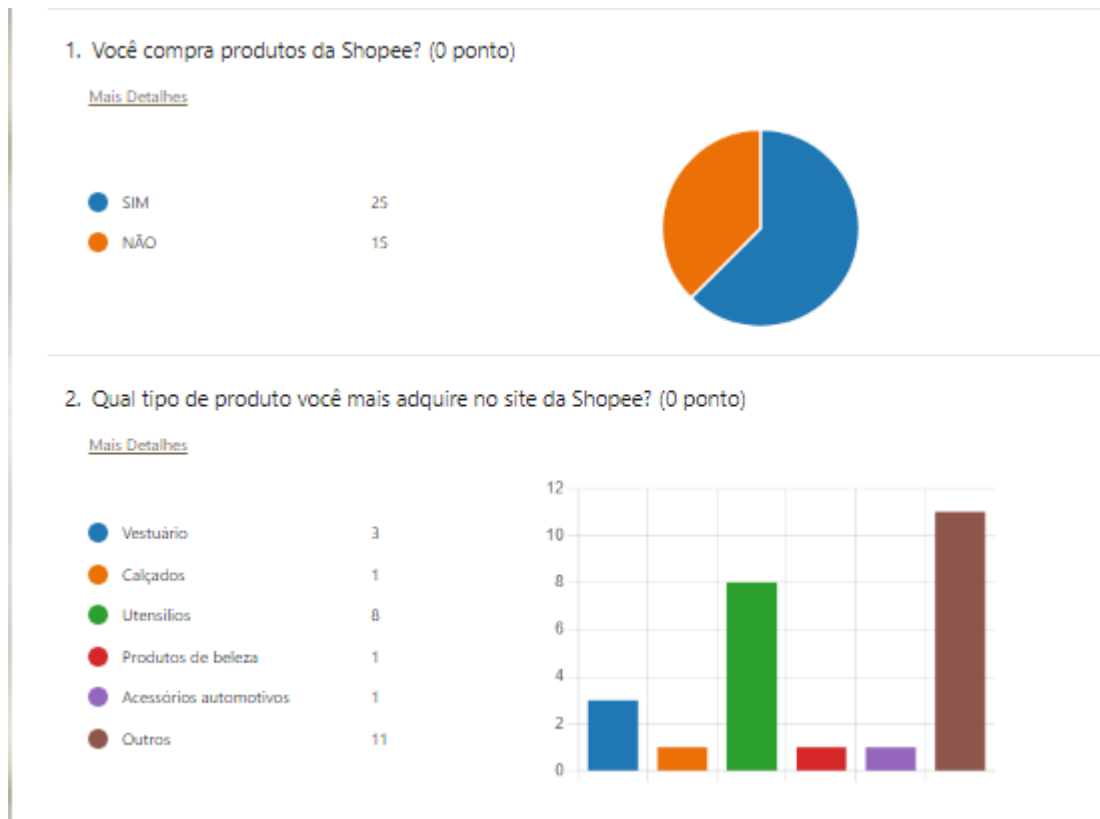
Fonte: help.shopee.com.br

4.4 Resultados da Pesquisa

O presente estudo de caso foi desenvolvido a fim de levantar informações sobre a política da empresa Shopee sobre a logística reversa. A pesquisa compreendeu-se entre o período do dia dezoito de maio à trinta e um de maio de dois mil e vinte dois, com o formulário montado através da plataforma Google Forms e encaminhado via WhatsApp a diferentes contatos. Estima-se que o link da pesquisa foi encaminhado à sessenta participantes, contudo obtivemos quarenta respostas.

A seguir, serão demonstrados os resultados obtidos da pesquisa de satisfação realizada com clientes do site Shopee.

Figura 3: Resultados obtidos na pesquisa online – questões 1 e 2



Fonte: Google Forms

Conforme resultado apresentado na figura 3, no primeiro gráfico, a pesquisa foi realizada com um total de quarenta indivíduos, sendo que 62,5% apresentaram-se como clientes da Shopee, enquanto 37,5% disseram nunca terem comprado os produtos no site. Como pode-se observar no segundo gráfico da figura 3, em primeiro lugar no ranking de produtos adquiridos encontra-se a opção de “outros” com onze votos, seguido de “utensílios” com oito votos e vestuário com três votos.

Figura 4: Resultados obtidos na pesquisa online – questão 3

3. Com que Frequência você costuma comprar na Shopee? Sendo 1 muito pouco e 5 Frequentemente (0 ponto)

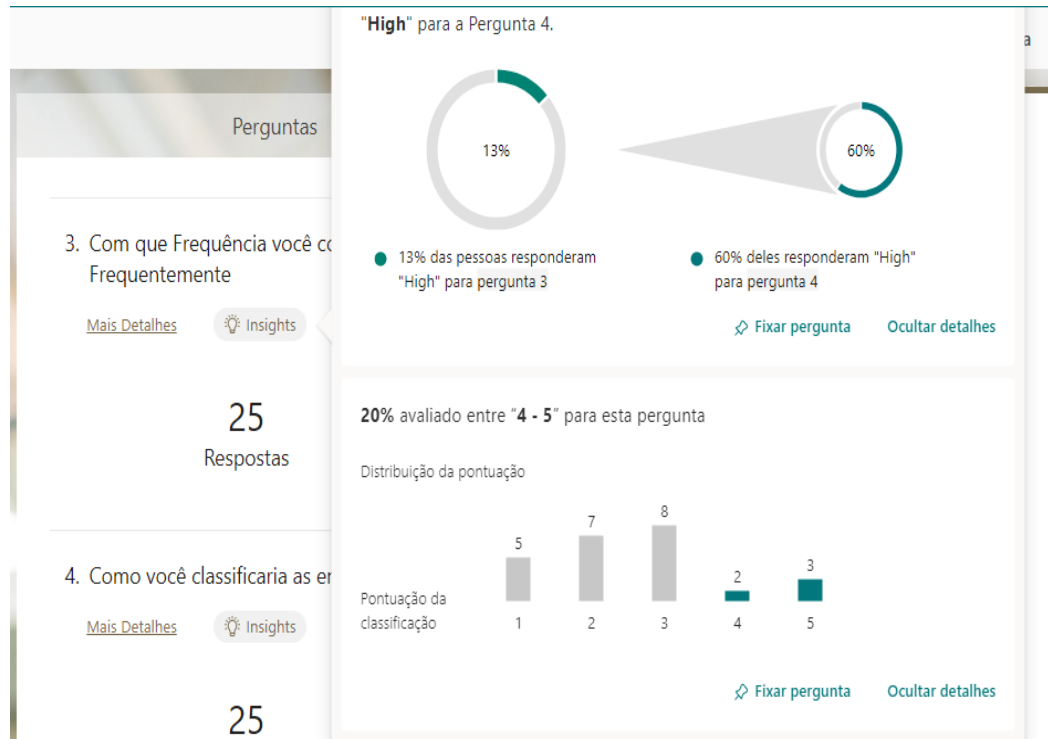
[Mais Detalhes](#) [Insights](#)

25
Respostas

2.64
Número Médio

Fonte: Google Forms

Figura 5: Resultados obtidos na pesquisa online – questão 3



Fonte: Google Forms

Conforme demonstrado nas figuras 4 e 5, o resultado da pergunta três sobre a frequência de compras na Shopee foi que dos 62,5% dos participantes, 20% estão entre os que compram com bastante frequência no site, sendo que o restante se distribui em regularmente e muito pouco.

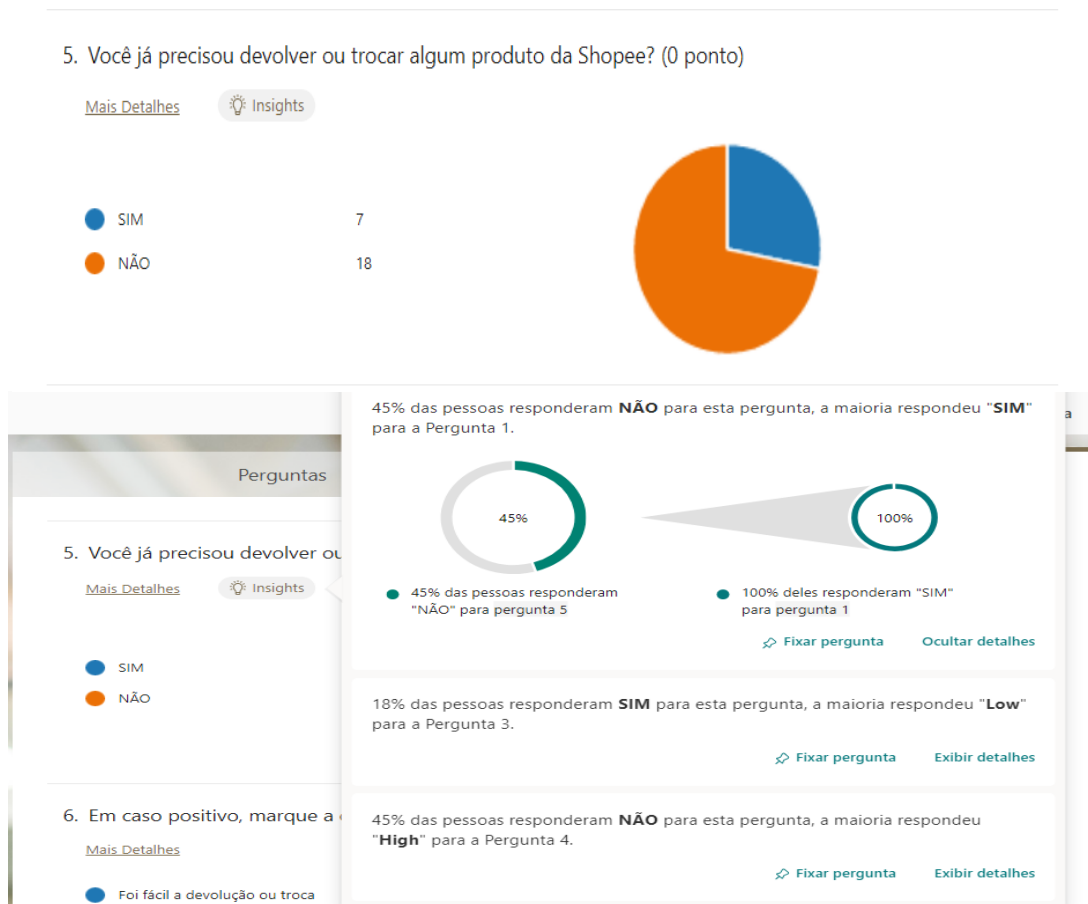
Figura 6: Resultados obtidos na pesquisa online – questão 4



Fonte: Google Forms

Para a quarta pergunta, demonstrada na figura 6, obtivemos um percentual de 44% dos clientes satisfeitos com as entregas dos produtos, os demais 56%, classificou as entregas como regulares e ruins.

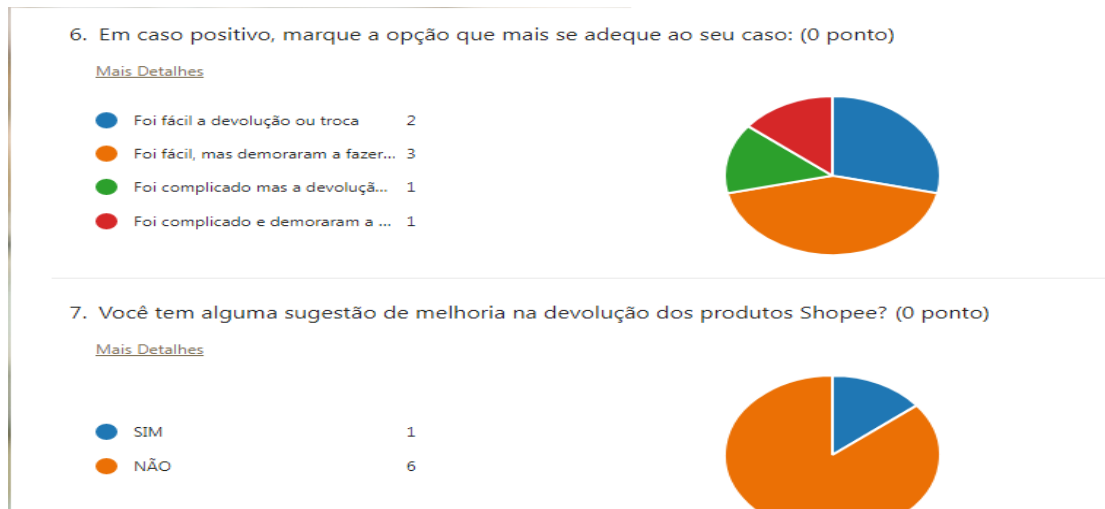
Figura 7: Resultados obtidos na pesquisa online – questão 5



Fonte: Google Forms

Em relação à devolução ou troca, dos 62,5% que responderam à pergunta, 45% informaram nunca terem precisado devolver o produto, já os 18% restantes já fizeram ao menos uma devolução.

Figura 8: Resultados obtidos na pesquisa online – questões 6 e 7



Fonte: Google Forms

Dos 18% que responderam positivamente sobre já terem realizado devoluções, 43% disseram que foi fácil a tramitação, porém demoram a executar o serviço. Já 29% informaram que foi fácil não havendo qualquer transtorno, enquanto os 28% restantes dividem-se igualmente em 14% dizendo ter sido complicado a tramitação, mas que a devolução foi rápida, e os outros 14% que foi complicado havendo transtornos.

Dentre as respostas, percebemos que a Logística reversa da Shopee tem atendido bem seus clientes, e quando se perguntou se havia alguma sugestão de melhoria, somente um indivíduo se manifestou.

Figura 9: Resultados obtidos na pesquisa online – questão 8

8. Caso tenha sugestões de melhoria, descreva-as aqui.

1 Respostas

| ID ↑ | Nome | Respostas |
|------|-----------|---------------------------------|
| 26 | anonymous | Podia ser direto com o vendedor |

Fonte: Google Forms

Embora tenha a opção para descrever sugestões de melhorias, apenas um entrevistado se manifestou dando a sugestão de que todas as tratativas em relação a devoluções e ou trocas dos produtos poderiam ser feitas diretamente com o vendedor daquele produto. Desta forma, acredita-se que não haveria tanta burocracia e que seriam mais dinâmicas as solicitações.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o objetivo geral desse estudo, a presente pesquisa teve como missão, apresentar um diagnóstico da logística reversa aplicada a empresa Shopee, alvo dessa demanda. Embora não tenha havido quantitativo suficiente para uma amostra significativa da população, com intuito em uma tomada de decisão, tal pesquisa servirá de parâmetro para compreendermos melhor seu desenvolvimento com os clientes.

A logística reversa desempenhada pela Shopee consiste em adequar o processo logístico às leis e normas vigentes priorizando a satisfação total de seus clientes. Desta forma, vale destacar que a empresa preza pela sua imagem positiva no mercado, usando de métodos complexos e assertivos durante sua atuação para que a mesma continue crescendo e se desenvolvendo no *e-Commerce*.

Considerando que a amostra adotada foi pequena diante de todo universo, sugere-se para pesquisas futuras a utilização de uma amostra maior, mais significativa e que seja realizado o tratamento estatístico para que se possa realizar afirmativas acerca da logística reversa exercida pela empresa Shopee.

6. REFERÊNCIAS

- CAMPOS, A. D.; GOULART, VERCÍ D. G. **Rede Logística de Retorno (RLR)**. Editora Saraiva, 2021.
- Empresas. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 4, p.65-71, jul-ago. 1995.
- GIL. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 2009
- GUARNIERI, P. Et al, **Warehouse Management System – WMS: adaptação proposta para o gerenciamento da logística reversa**, 2006.
- LEITE, P.R. **Logística reversa: meio ambiente e competitividade**. São Paulo: Pearson, 2009.
- LUZ, C. B. S. e BOOSTEL, I. **Logística reversa**. 2019
- MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MOURA, B. - **Logística: Conceitos e Tendências**. Centro Atlântico, 2006
- NOGUEIRA, A. DE S. - **Logística Empresarial, 2ª edição**. São Paulo: Atlas, 2018.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

7. LINKS DE SITES PESQUISADOS

<https://syscontrol.com.br/principais-tipos-de-logistica-existent-no-mercado/>

<https://careers.shopee.com.br/about>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/uma-breve-definicao-sobre-o-comercio-online>

<https://www.significados.com.br/e-commerce/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20e%2Dcommerce,comerciais%20atrav%C3%A9s%20de%20dispositivos%20eletr%C3%B4nicos>