



LOGÍSTICA REVERSA É POSSÍVEL? UMA SÍNTESE SOBRE SEU FUNCIONAMENTO E BENEFÍCIOS NA PRODUÇÃO

ISABELA MARIA DA SILVA

Introdução: Sendo um conjunto de ações e processos para gestão de produtos, visando a redução do volume de resíduos sólidos e rejeitos, por meio de reparo, reciclagem ou eliminação, logística reversa é um conceito já permeia na sociedade a três décadas objetivando minimizar os impactos causados pela produção à saúde humana e ao meio ambiente. **Objetivos:** Assim, este trabalho tem por objetivo demonstrar as vantagens e como se dar o funcionamento desse sistema logístico, para benefício geral da sociedade. **Metodologia:** Para a elaboração deste trabalho foi feita uma pesquisa exploratória para aprofundamento dos tópicos relacionados ao tema. A pesquisa bibliográfica foi baseada em artigos e publicações científicas de forma a abordar os dados qualitativos acerca do assunto. Empregou-se a metodologia de revisão sistemática da literatura. Desse modo foi aplicado o SMS (“*Systematic Mapping study*”), também conhecido como *Scoping studies* ou *Scoping Review*. Para tanto, foi definido um conjunto de “*strings*” de busca que resultaram na integração das palavras: consumo, estratégico, gestão, impacto, sustentável. **Resultados:** Conforme já estipulado em lei, a logística reversa é uma exigência para empresas de setores como eletroeletrônicos, pneus, agrotóxicos, resíduos e embalagens de óleos lubrificantes e entre algumas outras, a fim de garantir o destinatário correto de seus artigos. Enquanto cabe aos órgãos públicos do estado fazer a fiscalização e a exigência do cumprimento da lei, cabe às empresas privadas dispor estratégias e projetos não só para reincorporação dos bens na cadeia produtiva, mas também garantir um uso racional e desenvolver ações de inovação para produtos mais sustentáveis ou descartes conscientes, seja para o pós-venda ou pós-consumo. Essas incorporação efetivas desses procedimentos na organização acarretaram em benefícios que se estendem desde na redução de custos, na economia da geração de recursos sustentáveis, quer por consequência contribui na moldagem de um marketing positivo. Como também, em tempos de mercado tão concorrido, se diferenciar e ter uma vantagem competitiva diante seus concorrentes no mercado. **Conclusão:** Portanto, assim as companhias precisam desenvolver estratégias para a gestão do ciclo de vida do produto, repensando no processo desde o princípio, para garantia dos benefícios e preservação da natureza e da sociedade.

Palavras-chave: Consumo, Estratégico, Gestão, Impacto.