

## 9 OPLOG OPERAÇÕES E LOGÍSTICA

### **LOGÍSTICA REVERSA DA EMPRESA MEU COPO ECO**

## RESUMO

A logística reversa é considerada um grande diferencial das organizações, na busca constante em atrair consumidores, permitindo que foquem nos âmbitos sociais, econômicos e ambientais. O objetivo deste artigo é apresentar o sistema de logística reversa com os copos reutilizáveis da Empresa Meu Copo Eco e verificar a percepção deste sistema junto ao público da região da Grande Florianópolis. Elaborado por meio de uma pesquisa bibliográfica e exploratória de natureza qualitativa, que possibilitou uma coleta de dados com os consumidores e com o gestor da empresa sobre a logística reversa. Destacam-se nos resultados que a responsabilidade ambiental da empresa possui impacto positivo entre os consumidores, que repensam a utilização dos copos descartáveis. A logística reversa é o principal motivo da alta competitividade da empresa no mercado onde está inserida. Conclui-se que, a empresa está alcançando sua missão, mudando o hábito da população por meio dos copos reutilizáveis e demonstrando o quão bem faz ao meio ambiente.

**Palavras-chave:** Logística reversa; meio ambiente; sustentabilidade; reutilização; copos reutilizáveis.

## ABSTRACT

Reverse logistics is considered a major differentiator for organizations, in the constant search to attract consumers, allowing them to focus on the social, economic and environmental spheres. The purpose of this article is to present the reverse logistics system with the reusable cups of the Meu Meu Eco Company and to verify the perception of this system with the public of the Greater Florianópolis region. Prepared by means of a bibliographic and exploratory research of a qualitative and quantitative nature, which made it possible to collect data with consumers and the company manager on reverse logistics. It is highlighted in the results that the company's environmental responsibility has a positive impact among consumers, who rethink the use of disposable cups. Reverse logistics is the main reason for the company's high competitiveness in the market where it operates. It is concluded that the company is achieving its mission, changing the habit of the population through reusable cups and demonstrating how well it does the environment.

**Keywords:** Reverse logistics; environment; sustainability; reuse; reusable cups.

## 1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento desordenado da população após a revolução industrial desencadeou consequências, como a globalização econômica, social, cultural e política, com aumento do consumo gerando um fluxo de mercadorias crescente, além da padronização de produtos com menor ciclo de vida dos mesmos (WILLE, 2013).

Com a produção em massa ao longo dos anos, empresários que visam o lucro de suas empresas sem olhar o seu entorno, políticas públicas vagas, fizeram com que o meio ambiente sofresse com a industrialização e urbanização das cidades ao redor do mundo (GUARNIERI, 2011).

Os movimentos ambientais até a década de 50 tinham cunho científico. Nos anos 60 os movimentos sociais em prol da causa ganham força, mas apenas nos anos 70 que o Brasil por meio da conscientização começa a se mobilizar. A causa ambientalista ganha visibilidade quando ocorre alguma catástrofe (GÓES, 2012).

As novas legislações ambientais, juntamente com a crescente preocupação ecológica da população, os novos padrões de competitividade de serviços ao cliente e as preocupações com a imagem corporativa tem incentivado a criação de canais reversos de distribuição para solucionarem o problema da quantidade de produtos descartados no meio ambiente (GUARNIERI, 2011).

Neste contexto a logística reversa destaca-se como um meio fundamental para assegurar que um produto, no final da sua vida, retorne através do canal de suprimentos até seu ponto de origem, esclarecendo que seu pós venda e pós-consumo tiveram êxito perante a cadeia produtiva (SIMÕES, 2002).

As empresas que fabricam produtos e que os descartam de maneira incorreta, trazem risco ao meio ambiente. Para tal, devem realizar campanhas de conscientização e utilizar da logística reversa para reutilizar os materiais reciclados, em sua linha de produção, e caso não seja possível a reutilização, realizar o descarte de forma apropriada. (WILLE, 2013)

De acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos (ABRELPE, 2018), cerca de 720 milhões de copos descartáveis são consumido por dia aproximadamente, gerando 1500 toneladas de resíduos diariamente. Os copos reutilizáveis surgiram como uma alternativa para reduzir o consumo dos copos descartáveis. O plástico é difícil de reciclar no Brasil, pois após sua utilização, a venda para cooperativas e catadores de lixo, ocorre com valor extremamente baixo, sendo preterido em detrimento de outros produtos mais rentáveis.

Para melhorar a questão do descarte, reciclagem e substituição de copos de plástico, novos negócios estão surgindo, como de copos reutilizáveis. A empresa MEU COPO ECO (MCE) é referência no Brasil por ser a pioneira em fazer a logística reversa de copos reutilizáveis em eventos. A empresa busca conscientizar toda a população com seu copo reutilizável, mostrando o custo benefício para o consumidor e o impacto positivo que ele está causando ao meio ambiente.

Assim este estudo tem como objetivo apresentar o sistema de logística reversa com os copos reutilizáveis da Empresa Meu Copo Eco e verificar a percepção deste sistema junto ao público da região da Grande Florianópolis.

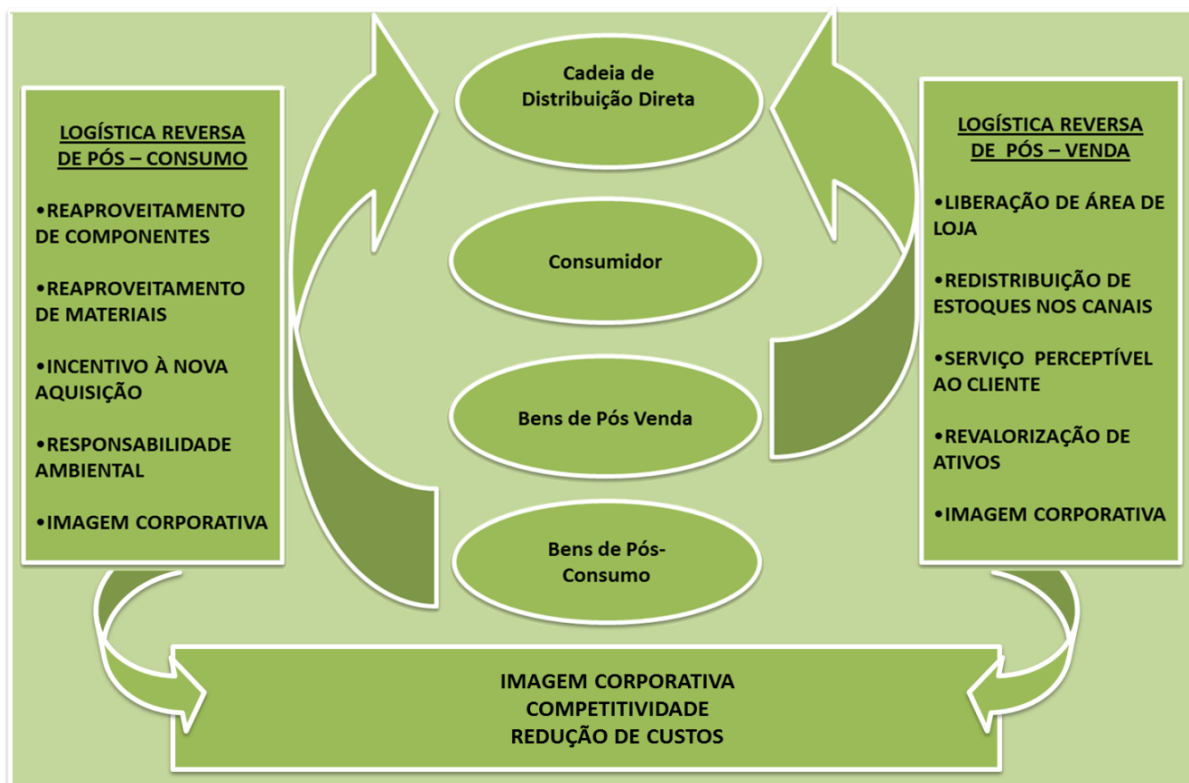
## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com Guarnieri (2011) houve um considerável aumento da descartabilidade dos bens após a Segunda Guerra Mundial, através do crescimento tecnológico que proporciona a população um melhor atendimento às necessidades, ao mesmo tempo em que reduz os preços e a vida útil dos bens.

A logística reversa surgiu da necessidade de dar um destino final aos produtos de pós venda e pós-consumo. Para Leite (2009) a logística reversa é a área que planeja, opera, controla o fluxo e as informações logísticas, dos bens de pós venda e pós-consumo, por meio de canais de distribuição reversos, agregando valor de diversas naturezas: econômico, ecológico, legal, logístico, de imagem corporativa, entre outros.

Sendo assim logística reversa está relacionada às habilidades e atividades envolvidas no gerenciamento de redução, movimentação e disposição de resíduos de produtos e embalagens. (COUNCIL OF LOGISTICS MANAGEMENT, 1993). A Figura a seguir demonstra como funciona a cadeia de logística reversa.

**Figura 1 - Logística reversa - área de atuação e etapas reversas**



**Fonte:** Leite (2009, p.17)

Os bens de pós-venda tem como objetivo estratégico agregar valor a um produto logístico que é devolvido por razões comerciais, erro no processamento dos pedidos, garantia dada pelo fabricante, defeitos ou falhas de funcionamento, avarias no transporte, entre outros motivos (LEITE, 2009).

O processo de logística reversa de pós-venda, bem gerenciado, preza pelo relacionamento entre os clientes e fornecedores. As empresas como estratégia de diferenciação buscam constituir uma fonte de vantagem competitiva por meio do atendimento, que agrega valor perceptível aos clientes e, em longo prazo, os

fidelize. Contribuindo diretamente para que a empresa na reduza impactos ambientais e na construção de uma imagem corporativa positiva perante o mercado (GUARNIERI, 2011).

Os bens de pós-consumo são aqueles que possuem uma vida útil, sendo entendida como o tempo decorrido desde a sua produção original até o momento em que o primeiro possuidor se desembaraça dele. Estes bens por sua vez são distinguidos em três grandes categorias: bens descartáveis, os bens duráveis e os semiduráveis (LEITE, 2009).

Por meio da conscientização, os bens descartáveis estão sendo repensados pelo seu impacto e durabilidade, pois em média sua vida útil é de apenas algumas semanas, podendo chegar a seis meses, os bens semiduráveis tem como meta chegarem até dois anos de utilização e os duráveis podem ocorrer de demorar décadas para que sua vida útil acabe (LEITE, 2009).

Para Guarnieri (2011) a adoção de embalagens retornáveis pode diminuir os custos que existiriam com a aquisição de novas embalagens, como por exemplo, itens de reuso direto. Os resíduos podem ser comercializados no mercado secundário, utilizando de reciclagem, além de ajudar a amortizar custos de coleta e processamento, com potencial de ser uma fonte de renda. O canal reverso de pós-consumo se caracteriza por produtos oriundos de descarte após uso e que podem ser reaproveitados de alguma forma e, somente em último caso, descartados (ROGERS; TIBBEN-LEMBKE, 1999).

De acordo com a Agenda Ambiental da Administração Pública (2009) a análise e avaliação do ciclo de vida do produto, juntamente com a logística reversa na lei de resíduos sólidos, cria mecanismos para uma mudança de comportamento em relação aos atuais padrões insustentáveis de produção e consumo. A Agenda propõe a adoção e internalização do conceito dos 5 R's: Repensar, Recusar, Reduzir, Reutilizar e Reciclar, como pode ser verificado na Tabela 1:

**Tabela 1 – Os “5 R’s”**

<b>Repensar</b>	Repensar a necessidade de consumo e os padrões de produção e descarte adotados.
<b>Recusar</b>	Recusar possibilidades de consumo desnecessário e produtos que gerem impactos ambientais significativos.
<b>Reduzir</b>	Reduzir significa evitar os desperdícios, consumir menos produtos, preferindo aqueles que ofereçam menor potencial de geração de resíduos e tenham maior durabilidade.
<b>Reutilizar</b>	Reutilizar é uma forma de evitar que vá para o lixo aquilo que não é lixo aproveitando tudo o que estiver em bom estado. É ser criativo, inovador usando um produto de diferentes maneiras.
<b>Reciclar</b>	Reciclar significa transformar materiais usados em matérias-primas para outros produtos por meio de processos industriais ou artesanais.

Fonte: Agenda Ambiental da Administração Pública (2009, p.40).

Os 5 R's são uma evolução dos 3 R's (Reduzir, Reutilizar e Reciclar) visando ampliar a consciência ambiental com o intuito de mudar comportamentos para garantir qualidade de vida, preservação e conscientização ambiental. Seu foco é na

mudança individual repercutindo no comportamento coletivo, inclusive por meio de Educação Ambiental de cada cidadão (ALKMIN, 2015).

Segundo Giuntini e Andel (1995, apud SIMÕES, 2002), é possível adaptar os 3R's para "6 R's" da logística reversa: Reconhecimento do material passível de ações de logística reversa; Recuperação, depois de reconhecida e determinadas as ações cabíveis ao material, traça-se ações físicas para coletar ou recuperar o material; Revisão, após verificada serão decididas ações com base na condição física e avaliação financeira; Renovação utiliza processos de remanufatura, reparo ou reutilização; Remoção saída do material do canal de suprimento através da revenda ou retirada pura e simples e; Reengenharia com a análise do canal reverso.

No que diz respeito à destinação dos resíduos no Brasil, nos últimos anos, houve uma significativa melhora da situação, mas ainda há muito a ser feito, principalmente na conscientização da população. A legislação ambiental brasileira prevê a manutenção e conservação do meio ambiente, pensando no equilíbrio econômico e ecológico. A implementação da logística reversa busca reforçar ao cliente sua imagem corporativa e aumentar sua competitividade perante os concorrentes (LEITE, 2009)

O mundo empresarial é extremamente competitivo e a necessidade de se ter o produto certo, no local certo, no tempo certo, atendendo aos padrões de serviços diferenciados ao cliente, assim garantindo o posicionamento competitivo da empresa. (LEITE, 2009)

Segundo Rogers e Tibben-Lembke (1999), o principal motivo que as empresas utilizam os canais reversos, é para o aumento de competitividade conforme a Tabela a seguir.

**Tabela 2 - Motivos estratégicos para uso dos Canais Reversos**

<b>Motivo Estratégico</b>	<b>Porcentagem de empresas respondentes</b>
Aumento de competitividade	65,2%
Limpeza de canal – estoques	33,4%
Respeito às legislações	28,9%
Revalorização econômica	27,5%
Recuperação de ativos	26,5%

Fonte: Rogers e Tibben-Lembke (1999, p.18).

De acordo com Guarnieri (2011) grande parte das empresas ainda deve ter pelo menos dois posicionamentos para o potencial da logística reversa, pois oferece um grande potencial de retorno financeiro e econômico assim como o de aumento de competitividade perante aos seus concorrentes.

Quando as organizações possuem um processo de logística reversa adequada, os líderes atrelam logística reversa ao marketing verde para mudar a percepção do consumidor. Este termo também pode ser utilizado para descrever os esforços para produzir, promover e recuperar produtos de uma maneira que sensibilize o consumidor demonstrando as preocupações ecológicas que a empresa possui (AMA, 2019). Demonstrar políticas ecologicamente corretas traz credibilidade, comprometimento, reforça a imagem corporativa, além de aumentar a competitividade no mercado (SIMÕES, 2002).

### **3. PROCEDIMENTOS METODÓLOGICOS**

O presente estudo busca aprofundar os estudos sobre logística reversa por meio de uma pesquisa descritiva, com caráter interpretativo e natureza qualitativa, constituído de uma pesquisa bibliográfica, entrevista e questionário.

A pesquisa bibliográfica aborda a sustentabilidade, aspectos legais e a logística reversa do uso de copos descartáveis e reutilizáveis.

O objeto de estudo é a empresa Meu Copo Eco que busca conscientizar a população, propondo uma visão mais sustentável por meio dos copos reutilizáveis, causando impacto diretamente na diminuição do lixo urbano.

O levantamento de dados foi proporcionado por meio de uma entrevista com o gestor e sócio da empresa Joris Fillatre a fim de entender como a empresa realiza a logística reversa do produto e qual a imagem que eles acreditam passar para os consumidores.

Já o questionário para a população da região da Grande Florianópolis visou conhecer a percepção do público quanto às ações da empresa perante a natureza e a sociedade, analisando o quão a população se preocupa com o meio ambiente, se conhecem a empresa Meu Copo Eco e se utilizam o copo eco nos eventos que participam.

A coleta de dados via questionário ficou disponível entre os dias 23 e 28 de outubro de 2019 pela plataforma do Google Forms e foram obtidas 171 respostas ao longo deste período, sendo que 155 foram validadas (os demais respondentes pertenciam a cidades fora da área de abrangência deste estudo).

O estudo realizado apresentou limitações em função do tamanho da amostra (155 respondentes) e de estar relacionado a percepção do público de uma única região (Grande Florianópolis). Assim, os resultados obtidos diante desse grupo não podem ser generalizados, sendo válidos somente dentro daquele contexto.

### **4. O MODELO DE LOGÍSTICA REVERSA DA EMPRESA MEU COPO ECO E A PERCEPÇÃO DO PÚBLICO**

A pesquisa foi realizada por meio de uma entrevista com o sócio e gestor Joris Fillatre, na matriz do MCE em Florianópolis. Um questionário sobre a MCE e os eventos com copos reutilizáveis foi disponibilizado na internet, para toda a região da Grande Florianópolis, no período de 23 a 28 de Outubro de 2019.

O questionário contém 21 perguntas, divididas em quatro seções: a primeira visa identificar o perfil do respondente; a segunda seção visa identificar o conhecimento e preferência dos respondentes sobre copos descartáveis e reutilizáveis; a terceira seção sobre os eventos que utilizam copos reutilizáveis e descartáveis; e a última sobre a empresa Meu Copo Eco.

A entrevista com a gestor visou entender o porquê, para que e como implementar e disseminar a logística reversa dos copos reutilizáveis em Florianópolis e região, apesar da empresa estar inserida no mercado nacional e até em alguns países da América do Sul.

A entrevista e o questionário, juntos, visam constatar se a missão da MCE está sendo alcançada e se as pessoas que utilizam este serviço possuem uma consciência ecológica sobre o ambiente em que estão inseridas.

Segundo o sócio - gestor Joris Fillatre e o site da empresa (MEU COPO ECO, 2019), a empresa MEU COPO ECO (MCE) surgiu em 2011, com o intuito de transformar a realidade vista em todo final de evento no Brasil. Pela quantidade de copos descartáveis acumulados no chão, gerando quilos de lixos, que na maioria das vezes não são reciclados. Uma ideia inovadora vinda da França que utiliza copos reutilizáveis em eventos públicos e privados como modo de conscientizar a população. Os resultados são vistos imediatamente com a redução do lixo em eventos e a disseminação da solução no meio em que a população está inserida.

A MCE trouxe esta solução dos copos reutilizáveis para o Brasil para que eventos sustentáveis se tornassem uma realidade no país. Ao longo do tempo com a adesão da população brasileira aos copos em eventos, houve uma mobilização das empresas que buscam soluções sustentáveis, além de vislumbrar a oportunidade de reduzir seus custos e ajudar o meio ambiente. Esta solução que se disseminou das festas e seu público também foi para dentro destas empresas.

A missão da MCE - é substituir os descartáveis e criar uma nova cultura de consumo, acessível a todos. Uma população conscientizada traz diversos impactos positivos para a natureza, além de melhorar a qualidade de vida da sociedade.

Os copos são fabricados por uma empresa terceirizada localizada em Joinville. O material utilizado para fabricação dos copos eco é o polipropileno (PP), que é adquirida exclusivamente pela Braskem, pois detém o monopólio do mercado no Brasil. O primeiro produto da MCE foi o copo reutilizável de 400 mililitros (ml), pois cabe perfeitamente uma lata de refrigerante ou cerveja e até hoje ele é o copo mais vendido da empresa. Com a aceitação do público foram lançados novos tamanhos sendo eles 200 ml, 300 ml e 550 ml.

O copo de 200 ml é o último lançamento e visa suprir a necessidade do público infantil e para os adultos é ideal para tomar café. O de 300 ml foi aceito pelo público universitário para as festas com bebidas liberadas, pois há menos desperdício e o copo de 550 ml é feito especialmente para chopp e bebidas maiores.

Outro destaque é o porta copos que encaixa perfeitamente nos copos e faz com que diminua a possibilidade das pessoas perderem seus copos durante a festa. Além destes produtos eles possuem uma parceria com uma empresa de canudos ecologicamente corretos e fabricam taças de espumante que preservam o meio ambiente.

O modelo de negócio da empresa é diferenciado pois trabalha com a venda tradicional, como com a venda estilo caução para onde se paga apenas pela higienização dos copos, sejam para pessoas físicas ou jurídicas. De acordo com o gestor a venda estilo caução é feita quando as empresas e pessoas em geral não querem gastar com copos descartáveis e almejam um chão sem copos plásticos, além de cuidar da sustentabilidade, então optam por esta modalidade.

O valor cobrado por copo e porta copo é de R\$ 4,00 e R\$ 8,00 para cada taça de espumante não devolvido (vendido no evento) ou R\$ 0,10 por cada produto devolvido (taxa para a higienização). O cliente deixa uma caução, em forma de cheque ou dinheiro, referente aos produtos que retirou.

Segundo o gestor, a logística reversa do MCE começa no momento que ele é inserido no evento. Quando se faz a venda no estilo caução para o cliente do copo reutilizável, durante a festa ele será utilizado para qualquer bebida sendo quente ou fria, pois o copo é feito de especialmente para suportar temperaturas variadas, pois ele é livre de BPA (Bisphenol A), substância encontrada em plásticos policarbonatos, relacionada com diversas doenças de origem endócrina.



Após o uso os clientes possuem duas possibilidades: de levarem para casa e fazer sua logística reversa do copo, de lavar e utilizar diversas vezes, economizando copos descartáveis; ou devolver o copo no caixa do evento recebendo seu dinheiro de volta.

Os copos utilizados nas festas pelos clientes são encaminhados para sede da MCE que dará andamento para o processo de higienização. Após a higienização eles estão prontos para voltar à cadeia produtiva, fazer seu papel como um bem durável e ser utilizado novamente por outro cliente.

**Figura 2:** Logística Reversa do Copo Eco



**Fonte:** Elaborada pelos autores

Quando o copo é levado como recordação, o mesmo também possui sua logística reversa, porém quem a pratica é o próprio consumidor que fará o processo de higienização após cada uso e esta logística reversa se repetirá diversas vezes até que o copo chegue ao fim da sua vida útil. Os copos danificados ou quebrados são reciclados por uma empresa parceira da MCE.

**Figura 3:** Logística do Copo Eco com defeito



**Fonte:** Elaborada pelos autores

De acordo com o sócio - gestor, a MCE trouxe soluções ambientais e econômicas para inúmeras empresas em todo o país. O gasto com copos descartáveis em festas e empresas de outros ramos é imenso e estimular seus

colaboradores e clientes a utilizarem copos reutilizáveis, melhora o ambiente de trabalho, além de propiciar uma redução de custos.

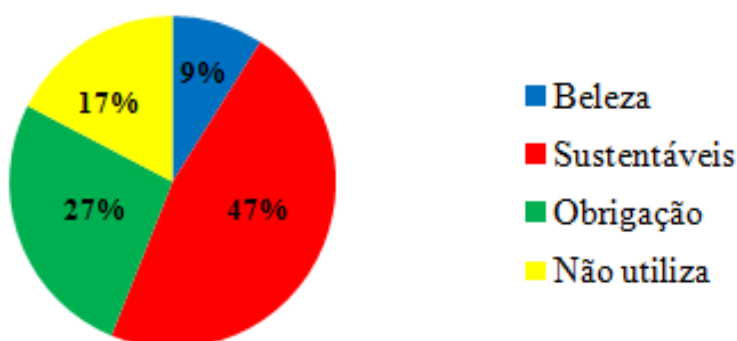
O questionário alcançou 155 pessoas, sendo que 60,8% eram mulheres e 38,2% homens. Aproximadamente 99% das pessoas se preocupam com o meio ambiente. Destas, cerca de 87%, fazem algo que efetivamente contribui para ajudar a natureza.

Utilizar o copo reutilizável é uma pequena ajuda ao meio ambiente, mas se todos o fizerem, irá melhorar a vida no planeta. Infelizmente a maioria das pessoas não tem consciência dos impactos que produzem sobre o meio ambiente, sejam eles negativos ou positivos, em decorrência de suas atividades rotineiras.

A pesquisa apontou que todos sabem o que é um copo reutilizável e descartável e que 63% dos respondentes utilizam diariamente o copo reutilizável, por diversos motivos, além de sua funcionalidade. Um dos motivos identificado na pesquisa é a sustentabilidade: cerca de 47% dos respondentes utilizam porque acreditam que os copos reutilizáveis são sustentáveis; o restante da amostra utiliza por obrigação (27%), pela beleza (9%), ou não utiliza (17%) por falta de hábito ou ainda por não gostarem.

**Figura 4:** Motivo da utilização dos copos reutilizáveis

### **Por que os consumidores utilizam os copos reutilizáveis?**



**Fonte:** Elaborada pelos autores

Conforme os dados coletados, o uso do copo pode ser atribuído à beleza desde que seja atrelado a uma questão ecológica, sendo sustentável pois ajuda a melhorar o ambiente onde estão inseridos. Quando questionados sobre o copo reutilizável praticamente 100% das pessoas creem que ele é a melhor solução para a retirada do copo descartável no mundo e 77% que utiliza pensa no bem que seu uso faz ao meio ambiente.

A empresa MCE, entrou no mercado em Florianópolis para mudar a percepção dos usuários de copos descartáveis, para que estes mudassem sua visão perante aqueles milhares de copos que são utilizados e descartados inadequadamente no meio ambiente. A MCE inseriu os copos reutilizáveis nos eventos, sendo eles públicos ou privados para minimizar ou até mesmo acabar com os copos vistos no chão ao fim das festas.

A empresa é a única que oferece este tipo de serviço na cidade e 86% dos respondentes tinham conhecimento desta notícia, além do que 64,5% da amostra estudada conhecem a MCE pela sua marca. O restante da amostra conhece os copos que são distribuídos nas festas em que participaram, porém não associam a marca ao produto.

A missão da MCE é substituir o descartável e criar uma nova cultura de consumo, acessível a todos. De acordo com o sócio - gestor Joris Fillatre a maior dificuldade que a MCE possui atualmente é conscientizar a população, sobre por que utilizar um copo reutilizável ao invés de um descartável, um trabalho tanto quanto difícil e lento, segundo ele.

Segundo a pesquisa 97% da população reconhece o esforço que a MCE está fazendo em prol do meio ambiente e ajudando Florianópolis e região a diminuir o uso de copos descartáveis e 95% acredita que eles estão conseguindo alcançar sua missão com êxito, corroborando Leite (2009) de que os clientes e consumidores finais estão mais atentos e preocupados quanto ao impacto dos processos das organizações no ambiente quando utilizam seu produto.

Quando os organizadores de eventos procuram a MCE para utilizar seu sistema, é necessário que nas primeiras ações, a empresa esteja presente com seus divulgadores, para explicar e conscientizar o público do porque a festa aderiu o copo reutilizável. Segundo a pesquisa, 92,9% das pessoas preferem os copos reutilizáveis nos eventos que participam.

Os copos descartáveis em eventos públicos e particulares geram uma grande quantidade de lixo e segundo a pesquisa 75,5% das pessoas creem que estes copos ficam no chão durante toda a festa e 56% acredita que as festas com copos reutilizáveis, possui um chão mais limpo durante o evento. O chão limpo demonstra um evento com maior credibilidade perante o seu público que busca estar em um lugar limpo e agradável com sua família e amigos.

Nestes eventos em que são comercializados os copos reutilizáveis, o público tem direito de utilizar o copo e devolver ao final da festa para recuperar seu dinheiro. Quando questionados se devolvem os copos, apenas 25% disse que sim, e o restante leva para casa como recordação, e entre estes, cerca de 79% levam estes copos para as próximas festas. É possível analisar que logística reversa dos copos é feita por todos e segundo o sócio - gestor Joris Fillatre isto é gratificante para a empresa MCE que observa atentamente como seu público utiliza os seus copos.

O gestor ainda coloca que na MCE existe a prática dos "5 R's", em que sua prioridade é o "R" de reutilizar. Os outros "R's" repensar, recusar e reduzir estão diretamente atrelados a logística reversa dos copos, pois quando você "repensa" no seu consumo e percebe que os copos descartáveis são um risco para o planeta, "reduz" a quantidade utilizada até o ponto de "recusar" a utilização.

Por último, mas não menos importante, o "R" de reciclagem tem grande importância, porque quando acontece de quebrarem alguns copos, é ela que dará um novo destino ao copo. O copo, apesar de ser resistente a queda, também está sujeito a quebras sendo necessário o seu descarte. Por mês aproximadamente uma caixa com cerca de 100 copos é levada para a reciclagem.

A MCE corrobora com a Cartilha elaborada pela Agenda Ambiental da Administração Pública (A3P, 2009), em que os "5 R's" são uma forma de permitir que haja uma reflexão sobre o consumismo e que todas as áreas sejam exploradas e não apenas focar na reciclagem, pois todas são importantes para um ecossistema saudável.

O grande diferencial da MCE é estar inserida numa cidade que preza pela qualidade de vida, com produtos de qualidade, produzindo conteúdos sobre sustentabilidade, além de serem pioneiros no Brasil com os copos reutilizáveis. Todos estes elementos trouxeram a credibilidade, responsabilidade social e ambiental, competitividade no mercado contra os descartáveis.

Hoje, o Brasil possui três empresas no mesmo segmento, porém o copo com maior visibilidade é da MCE, pois a qualidade dos copos e a logística reversa fizeram com que a marca ganhasse força desde a abertura da empresa. A concorrência entre elas acontece principalmente no nordeste, mas em Florianópolis e região, as concorrentes são empresas de copos de acrílico e descartável.

O preço, para muitas pessoas, ainda tem um peso maior do que a escolha de um produto sustentável, pois o custo de produção de um copo descartável é muito menor que o de um copo reutilizável, mas o impacto é muito maior e infelizmente a população não tem discernimento sobre isto.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A MCE é uma empresa que naturalmente implementou a logística reversa em seu processo, tornando-se seu próprio *core business*. O sócio - gestor Joris Fillatre declarou que todos que, atualmente, procuram a empresa buscam a logística reversa dos copos reutilizáveis por dois motivos principais, a sustentabilidade e o custo - benefício.

A empresa Meu Copo Eco (MCE) surgiu com uma opção sustentável com práticas para substituir o descartável pelo reutilizável. Os resultados da pesquisa validaram as palavras do gestor Joris Fillatre de que a missão da MCE está sendo atingida com êxito. A maioria dos respondentes da pesquisa realizada para o público da Grande Florianópolis conhecem a empresa MCE e o seu copo eco, mas para que haja uma maior abrangência do seu público, uma boa opção seria investir em marketing, visando divulgar a marca e ampliar o conhecimento da população associando sustentabilidade as ações da empresa.

A força da marca e a competitividade da MCE é evidentemente alta, apesar do pouco tempo de mercado. Eles se diferenciaram devido à logística reversa ao reduzir o lixo em eventos, além de mudar o hábito das pessoas que frequentam este tipo de festa, disseminando conhecimento e conscientizando o público quanto a importância do uso de copos reutilizáveis no evento.

Percebe-se que ao fim deste estudo o modelo de negócio da MCE é sustentável e altamente positivo para sociedade e que é necessária força de vontade da população em querer fazer a mudança por ela e por todos ao seu redor.

Felizmente pode-se constatar na pesquisa que a maioria da amostra se preocupa com o meio ambiente e por meio de pequenos atos como utilizar os copos reutilizáveis no seu dia a dia, estão melhorando o ambiente em que vivem. Mas ainda existe uma pequena parcela da amostra que deve ser conscientizada sobre os impactos causados pelos copos descartáveis no planeta.

Sugere-se para estudos futuros que seja realizada uma pesquisa para avaliar o uso deste sistema pelas empresas (não só eventos) e em outras regiões. Também avaliar o impacto no meio ambiente e em custos em eventos e no uso em empresas que adotam e as que não adotam os copos descartáveis, bem como verificar como estão os programas de conscientização do público.

## 7. REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE LIMPEZA PÚBLICA E RESÍDUOS - ABRELPE - 2018 – Disponível em: <http://www.abrelpe.org.br/> Acesso em: 30 set. 2019.

AGENDA AMBIENTAL DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA - (A3P). Brasília – DF. 2009 - 5ª Edição Revista e atualizada. Disponível em: [https://www.mma.gov.br/estruturas/a3p/arquivos/cartilha\\_a3p\\_36.pdf](https://www.mma.gov.br/estruturas/a3p/arquivos/cartilha_a3p_36.pdf). Acesso em: 18 ago. 2019.

ALKMIM, E. B. **Conscientização Ambiental E A Percepção Da Comunidade Sobre A Coleta Seletiva Na Cidade Universitária** Da UFRJ. 2015. 150 p. Dissertação (Mestrado de Engenharia Urbana)- Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2015. Disponível em <http://www.dissertacoes.poli.ufrj.br/dissertacoes/dissertpoli1443.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2019.

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION – AMA. Disponível em: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>. Acesso em: 30 set. 2019.

BRASIL. Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981. **Da política nacional do meio ambiente. Art 3º**, inciso I, Brasília, DF, 1981. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L6938.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6938.htm). Acesso em: 01 ago. 2019.

COUNCIL OF LOGISTICS MANAGEMENT (CLM). **Reuse and recycling reverse logistics opportunities**. Illinois, Council of Logistics Management, 1993.

GUARNIERI, P. **Logística Reversa**: em busca do equilíbrio econômico e ambiental. Recife: Ed. Clube de Autores, 2011.

GOES, I. Movimentos ambientalistas: Trajetória histórica. Disponível em: [www.juvenioterra.com.br/virtual/texto\\_ambientalistas.doc](http://www.juvenioterra.com.br/virtual/texto_ambientalistas.doc). Acesso em 08 jul. 2019.

LEITE, P. R. **Logística Reversa**. São Paulo: Prentice Hall, 2009.

Meu Copo Eco (MCE). Disponível em: <https://www.meucopoeco.com.br/site/>. Acesso em 10 ago.2019

SIMÕES, J.C.P., **A Logística Reversa Aplicada à Exploração e Produção de Petróleo**, Tese MSc., Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 19 de dezembro de 2002.

ROGERS, D. S.; TIBBEN-LEMBKE, R. S. **Going backwards**: reverse logistics trends and practice. Reno, Universidade de Nevada, 1999.

WILLE, M. M. Logística Reversa: conceitos, legislação e sistema de custeio aplicável. **Revista Eletrônica Administração e Ciências Contábeis**. Revista nº 08 – 2013 ISSN.2175-5884. Disponível em: <http://www.opet.com.br/faculdade/revista-cc-adm/revista-n8.php>. Acesso em: 08 jul.2019.