

GESTÃO EM LOGÍSTICA E O USO DA TECNOLOGIA NA EMPRESA

MANAGEMENT IN LOGISTICS AND THE USE OF TECHNOLOGY IN THE COMPANY

Maycon da Cruz Marinho **1**
Thiago Sousa Silva **2**
Marcos Aurélio Cavalcante Ayres **3**

Administrador, acadêmico do curso de MBA em Gestão de Operações e Logística da Unidade de Ensino Superior do Sul do Maranhão – UNISULMA. E-mail: maycon.marinho@hotmail.com **1**

Administrador, Professor da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL; Professor da Universidade do Centro Universitário do Maranhão – UNICEUMA. Mestre em Gestão de Desenvolvimento Regional. E-mail: admthiagosousa@hotmail.com **2**

Administrador, Professor da Universidade Estadual do Tocantins – UNITINS; Professor da Faculdade Pitágoras de Imperatriz. Mestre em Gestão de Desenvolvimento Regional e Doutorando em Engenharia de Produção pela UNISINOS E-mail: marcosayres_6@hotmail.com **3**

Resumo: Tem-se observado nos últimos anos que o mercado não possui fronteiras geográficas, onde as organizações se inserem em ambientes de concorrência muito acirrada e competitiva. Em meio a esse cenário de grandes desafios, a logística tem-se revelado como ferramenta estratégica na qual desenvolve-se em meio a um processo sistêmico e de contínuo monitoramento, principalmente na forma de distribuição de produtos para o mercado nacional. Acredita-se que a logística pode ser adotada na empresa como parte essencial, especialmente em relação ao comércio, pois, poderá contribuir para melhorar a gestão de forma eficaz no ato de colocar seus produtos no mercado de forma competitiva. Este artigo pretende apresentar uma pesquisa bibliográfica sobre a logística e os serviços prestados aos clientes como, por exemplo, a estratégia competitiva utilizada pelas empresas. Um dos objetivos desta pesquisa é demonstrar a disputa existente entre os mercados na atualidade, com destaque para o poder que os clientes possuem. O trabalho expõe a importância da logística dentro das organizações, enfocando o conceito, sua relevância no que diz respeito ao uso da tecnologia da informação na obtenção do lucro. Além disso, pretende-se demonstrar as estratégias de marketing o que apontará os fatores influenciadores da competitividade na tentativa de fidelizar os clientes. A escolha do tema se justifica pelo fato de tratar-se de um assunto de relevante valor exigido pela globalização de mudança contínua frente ao mercado dominado pelas novas tecnologias que são utilizadas como auxílio na gestão e nas estratégias no ato da tomada de decisões, além, de contribuir para que, através da logística a empresa possa conquistar posição importante no mercado consumidor, chegando ao tão sonhado sucesso.

Palavras-chave: Cliente. Estratégia. Logística. Organizações. Tecnologia.

Abstract: It has been observed in recent years that the market has no geographical borders, where the organizations are inserted in very competitive and competitive environments. In the midst of this scenario of great challenges, logistics has proved to be a strategic tool in which it develops through a systemic process and continuous monitoring, mainly in the form of distribution of products to the national market. It is believed that logistics can be adopted in the company as an essential part, especially in relation to commerce, because it can contribute to improve management effectively in the act of placing its products in the market in a competitive way. This article intends to present a bibliographical research about the logistics and the services provided to the clients, for example, the competitive strategy used by the companies. One of the objectives of this research is to demonstrate the existing dispute between the markets in the present time, highlighting the power that the customers have. The paper exposes the importance of logistics within organizations, focusing on the concept and its relevance in the use of information technology in the achievement of profit. In addition, it is intended to demonstrate the strategies of marketing which will point out the factors influencing competitiveness in the attempt to retain customers. The choice of theme is justified by the fact that it is a matter of relevant value demanded by the globalization of continuous change in relation to the market dominated by the new technologies that are used as an aid in the management and the strategies in the act of making decisions, to contribute so that through logistics the company can gain an important position in the consumer market, reaching the much-desired success.

Keywords: Customer. Strategy. Logistics. Organizations. Technology.

Introdução

Não se pode negar que a logística está diretamente interligada à satisfação do cliente assim como ao sucesso das empresas, entretanto, ela é pouco aproveitada e difundida, pelo simples fato de necessitar de mão de obra qualificada, assim como de empresas com infraestrutura adequada, dentre outros fatores que dependem investimentos onerosos nesse setor.

A logística pode ser definida como uma atividade de distribuição física, gerência ou fornecimento de mercadorias e transporte. Até bem pouco tempo, possuía uma posição de mera auxiliadora para as empresas, sendo responsável apenas pela transmissão dos produtos ou contratação dos meios de transportes, entretanto, hoje se sabe que a logística vai bem mais além do que se pode imaginar.

A busca dos empreendimentos por diferenciação e muitas vantagens no quesito competitividade bem como com relação aos concorrentes se deve às constantes mudanças das necessidades dos seus clientes, daí a importância das organizações disporem de estratégias logísticas de qualidade quanto ao atender bem seus clientes.

No passado, a logística compreendia apenas ao transporte de alimentos, armamentos e munição para tropas de guarnição quando estas estavam em campo de combate. Nos dias atuais, ela simplesmente representa o controle dos processos gerenciais, abrangendo, desde o transporte da matéria prima que entra nas empresas indo até a distribuição dos produtos ao consumidor final.

Diante do exposto, este estudo objetiva demonstrar a acirrada disputa de mercado na atualidade, fator que indica a veemência do poder que os clientes possuem. A escolha do tema se justifica por tratar-se de um assunto de significativa relevância dentro das globalizações bem como da contínua mudança dos mercados, especificamente diante da adoção das novas tecnologias, as quais se utilizam como auxílio para a gestão e de estratégias no ato das tomadas de decisões nas organizações.

Gestão Logística: A tecnologia transforma eficiência em lucratividade

De acordo com Ballou (2009) a logística é uma junção das quatro atividades consideradas como básicas dentro de uma empresa como: aquisição, movimentação, armazenagem e entrega dos produtos. Entretanto, para o funcionamento destas atividades é indispensável que haja um bom planejamento logístico para se obter melhor interação sobre os processos.

Logística é o “conjunto de cada tarefa necessária para que o produto chegue até o cliente com qualidade e rapidez, todavia é imprescindível um planejamento para que tudo saia bem” (BALLOU, 2009, p. 85).

Logística é um esforço integrado objetivando ajudar a empresa a criar valor ao cliente pelo menor custo total possível, uma vez que este esforço deverá existir para satisfazer plenamente às necessidades dos clientes, satisfazendo-os, valorizando com isso o desejo de seus clientes, colocam em prática possíveis estratégias que possam fidelizar estes clientes e os aproximem pelo menor preço. (BOWESOX, 2001, p. 65).

Por sua vez Ballou (2009) também conceitua logística empresarial como solução para os problemas, identificando o planejamento, a melhoria e a facilidade com que as atividades são desempenhadas e que visem sempre o lucro. Para este autor:

[...] significa que a logística empresarial nasce para satisfazer o cliente e conseqüentemente para atingir o sucesso da empresa para tanto a logística empresarial estuda ainda, como a administração pode prover melhor nível de rentabilidade nos serviços de distribuição aos clientes e consumidores, através de planejamento, organização e controle efetivos para as atividades de movimentação e armazenagem que visam facilitar o fluxo de produtos. (BALLOU, 2009, p.17).

Observa-se de acordo com o pensamento do autor que a logística objetiva disponibilizar tanto produtos quanto os serviços em lugar e momento certo, a ponto dos clientes os receberem com qualidade e custo adequado. Para ele, a logística envolve uma boa conexão de informações, de condução, de acervo, armazenamento, manejo dos materiais e embalagem. Dessa forma, percebe-se que cabem às empresas se voltarem para os seus clientes, procurando para isso subsídios como: o devido conhecimento, produtos e serviços bem modernos, a empresa deverá sempre está investindo em tecnologia e processos com possibilidade de serem bem-sucedidos.

É bem verdade que toda empresa no âmbito do seu empreendimento almeja a melhoria, bem como a qualidade dos serviços prestados, dos produtos, portanto, para chegar a esse patamar adotam políticas de sobrevivência necessária capaz de levar ao crescimento. Observando isto, Christopher (2002) afirma que os objetivos das empresas que optam por investir em Tecnologia da Informação (TI), além de desejar atingir o sucesso, leva em conta o desempenho de sua organização diante da concorrência, a redução de custo, além das pressões dos clientes, também observa o aproveitamento dos recursos e dos benefícios para a própria gestão da empresa.

A TI na visão de acordo com Bowersox (2002), tem assumido um papel de fundamental importância nos empreendimentos, atualmente, pois tem permitido o aperfeiçoamento e a criação de negócios novos, contribuindo assim para aumentar a competitividade. Além da promoção dos serviços de logística com mais qualidade, a TI tem sido adotada pelas entidades empresárias, devido ao desejo de sanar os retrabalhos mediante da agilização dos procedimentos, procurando satisfazer a necessidade dos clientes e ainda chegar ao atingimento do tão desejado sucesso, ou seja, na tentativa de atingir a lucratividade, as organizações devem conquistar clientes, concorrendo agora de forma mais igualitária no mercado.

Christopher, (2002) afirma que o exemplo de sucesso se baseia nos três “C’s”: “Companhia, Cliente e Concorrência”. O autor esclarece que as vantagens competitivas estão na diferenciação aos olhos do cliente no que se refere às outras organizações e as suas capacidades de reduzir custos.

Reconhece-se que a logística é de fato um importante diferencial utilizado pelas empresas rumo à lucratividade, por isso tem assumido lugar de destaque ainda que lentamente em uma gestão empresarial, levando em conta que a competitividade é realmente bastante acirrada que levam os administradores a buscar manter-se no mercado, usando para isso ferramentas de grande importância como é o caso da tecnologia (NOVAES, 2007).

Somente a partir da década de 90 que se iniciou de fato uso da logística na empresa, na qual foi marcada por interferência da globalização, que incentivava as indústrias se tornarem cada vez mais competitivas. Neste período, também surgiu um paradigma de inovações tecnológicas, o que culminou com um período de importantes mudanças nas áreas da informática, comunicação e da telecomunicação.

Observa-se que boa parte dos empreendimentos foram estimuladas pelas intensas modificações, deixando bastante claro que o uso de forma planejada da TI, facilitaria significativamente nas tomadas de decisões, pois, ajudaria quanto ao melhor desempenho organizacional, assumindo ainda um papel fundamental na estratégia da empresa.

Não se pode negar que a TI revolucionou o mundo empresarial no que diz respeito aos conhecimentos, a agilidade nos processos, além de aumentar de forma considerável os lucros, uma vez que auxiliaria a criação de bens e serviços na organização. Pensando nisto, Kobayasi (2000), afirma que por muito tempo, a TI pôde ser considerada como um simples suporte para a organização, ou seja, era um tipo de custo que não gerava retorno para os negócios. Entretanto, mediante a evolução da informática, a redução dos preços dos computadores e a facilidade das redes de telecomunicações e facilidade no uso destes equipamentos, fez com que as organizações detivessem uma base de TI bem mais completa e complexa.

Contribuição para o desempenho efetivo da organização, auxílio às organizações na obtenção de melhor desempenho com baixos custos, diferenciação do concorrente, concentração de mercado, utilização como uma ferramenta de gestão, apoio à geração de oportunidades e vantagens competitivas ao negócio, planejamento de novas tecnologias para a

organização, apoio na vantagem competitiva e promoção da capacidade criativa. (PORTER, 2003, p.96).

De acordo com a visão do autor, a TI tem contribuído expressivamente para a obtenção de lucro nas empresas, por isso, se a mesma for agregada adequadamente e bem gerenciada pode amparar as estratégias, oferecendo uma base sólida de informações de grande importância para o sucesso das operações de logística de uma empresa.

Transporte, averiguação dos serviços prestados aos clientes, o armazenamento e controle de estoque, triagem referente a localização das fábricas, o processamento de pedidos, comunicações de distribuição, aquisição, manejo de materiais, e serviços de apoio, seguros, embalagens, manuseio de bens retornáveis e previsão da demanda não são suficientes para garantir a competitividade e fidelidade do cliente e é por isso que a TI exerce uma função admirável na execução efetiva da logística, assume um papel proeminente à sua funcionalidade (ROESCH, 2009, p. 52).

A TI não poderá ser vista como um simples suplemento, mas, como administradora em um nível funcional. Em face da globalização e dos muitos avanços tecnológicos, não seria suficiente apenas ter um armazenamento apropriado e ótimo sistema de deslocamento se não pôr a TI inserida nos processos logísticos, pois se trata de uma importantíssima ferramenta para obter benefício que permita encarar a competitividade do mercado com mais segurança. (ROESCH, 2009, p. 58).

As estratégias utilizadas na logística

As organizações, têm uma forte tendência a olhar para a logística de maneira bem diferente a ponto de visualizar nela a fidelidade dos seus clientes mediante a rapidez e a credibilidade dos serviços, da conquista e principalmente dos lucros gerados para a empresa. Daí a necessidade da existência de uma gestão competente, comprometida, organizada, planejada e principalmente tecnologicamente desenvolvida (YIN, 2005).

Por sua vez, Resende (2011) e Novaes (2007) destacam sobre o que faz com que o trabalho logístico se torne bem mais estimulante, de abundância nas suas tarefas e que, todas essas áreas podem oferecer e, quando combinadas, tornam o gerenciamento integrado da logística uma profissão bastante desafiante e compensadora.

A finalidade tanto da logística como do gerenciamento da cadeia de suprimentos consistem em projetar novas estratégias capazes de permitir a realização de serviço de qualidade superior e de custo mais baixo. Os requisitos de serviço, formulados em geral pelos clientes e pelos consumidores, deverão, entre outras coisas, orientar toda a cadeia de negócios, incluindo a logística, a manufatura e o *marketing* nesse meio.

O que se observa, entretanto, é que será preciso analisar toda a cadeia a qual a logística participa e, avaliando constantemente o planejamento logístico na tentativa de maximizar os lucros, ao invés de minimizar os custos.

[...] uma boa administração traz para as organizações uma vantagem competitiva em termos de serviços, redução de custos e respostas rápidas às necessidades de mercado, pois essas organizações também precisam ser competitivas em preço, qualidade e diferenciação. É bem verdade que para uma boa administração, é importante que a execução das atividades de logística façam parte da chamada competência logística, que bem executadas, considerando tempo e controle operacional, deve-se criar uma vantagem competitiva, daí a necessidade de se usar quatro decisões importantes que deverão ser tomadas em relação a melhor estratégia logística de mercado: (1) processamento de pedidos, (2) armazenagem dos estoques, (3) estocagem e (4) como os produtos deverão

ser transportados. (BERTAGLIA, 2003, p. 140).

O autor esclarece que, para cada uma das decisões acima citadas haverá uma estratégia diferente a ser adotada pela organização, porém todas farão parte como fator decisivo do processo estratégico que envolve toda cadeia de abastecimento.

Kother (2006) por sua vez aponta significativas estratégias logísticas que segundo ele, as empresas na tentativa de obter o tão sonhado lucro e manterem-se no mercado competitivo, que são: liderança nos custos; expansão; diferenciação; diversificação; parceria e inovação.

De acordo com Kotler (2008), a liderança nos custos é a estratégia mais utilizada pelas empresas tendo como objetivo reduzir os custos logísticos que vão desde a aquisição da matéria-prima, até a entrega dos produtos aos seus clientes, podendo, com isso, conseguir um perfeito controle do fluxo externo, reduzindo assim, a quantidade de fornecedores e os custos da cadeia de suprimentos, conquistando, vantagens competitivas com os concorrentes, como por exemplo, especializar-se na logística dos produtos considerados perigosos.

A parceria segundo entende Resende (2011) é uma estratégia de alianças, como, por exemplo, nos casos de criação de uma empresa nova ou associação à uma transportadora no intuito de atender a todas as demandas e solicitações existentes. Em situações como essa utiliza-se a expansão logística como importante ponto de apoio para a obtenção do sucesso nos casos de ampliação da organização e para se conquistar novos clientes.

Nos dias atuais, percebe-se que a logística além de ser usada como estratégica, ainda ganhou forma de consultoria, treinamento e assistência. A logística tem um papel de grande relevância na busca pela lucratividade e sucesso das empresas prestadoras de serviços. Assim, passa a possuir característica bastante flexível quanto às estratégias abordadas pelas organizações nesta conturbada busca por ocupar um espaço no mercado globalizado atual.

Procedimentos Metodológico

A metodologia adotada consistiu na revisão de literatura para conceituar e definir logística, tecnologia da informação e diferencial competitivo. “A citação das principais conclusões a que outros autores chegaram permite salientar a contribuição da pesquisa realizada e demonstrar contradições ou reafirmar comportamentos e atitudes”. (LAKATOS; MARCONI, 2010, p. 208)

No que tange às fontes, buscou-se os livros por apresentarem embasamento técnico e científico. “A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. (GIL, 1996, p. 48). Obras de grande relevância e públicas permitiram a proximidade com visões diferenciadas acerca da mesma abordagem objeto de estudo.

De acordo com Gil (1996, p. 50) “A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”. Essa cobertura, por sua vez, contribuiu com a diversidade de autorias e referências acerca do tema em questão.

Considerações Finais

A partir da efetivação desta pesquisa bibliográfica percebe-se que os objetivos da mesma foram alcançados, pois se reconhece que os resultados esperados demonstraram claramente a acirrada disputa de mercado na atualidade, fato que indicam nitidamente o poder os clientes possuem.

Mediante este estudo observou-se que, enquanto o *marketing* trata do relacionamento com o cliente com a empresa bem como a posição da marca no mercado, a logística por sua vez operacionaliza esse relacionamento. Desta forma, é possível concluir que logística liga-se diretamente ao *marketing*, o que leva a crer que a logística pode ter evoluído do próprio *marketing*. Além disso, a união do *marketing* com a logística leva aos seus clientes o produto ou serviço no lugar certo e ao menor custo.

O que não se pode é pensar em logística sem associá-la ao uso da tecnologia da informação, pois, esta tem se constituído como uma ferramenta muito poderosa, e, quando associada à logística na organização, tem-se resultado muito positivo quanto a lucratividade, uma vez que juntas, pode

contribuir não só para que a logística atinja níveis mais de primazia competitiva, mas, torna-se cada vez mais eficiente e efetiva na geração de valores para as organizações.

É importante reconhecer que o uso das novas tecnologias não muda somente o ambiente, mas, ajudam as organizações a se tornarem cada vez mais competitivas. Assim, logística precisa se valer da TI por ser esta uma arma muito competitiva, portanto, é um pré-requisito para atingimento do sucesso.

Cabe a TI agilizar os processos logísticos das empresas, proporcionando a estas além de mais velocidade, também fidelidade à informação. Nos dias de hoje é visível o grande esforço das empresas no sentido de inovarem seus processos logísticos para com isso, melhorar também os resultados.

Não se pode considerar a TI como a chave do sucesso, ou que ela irá resolver todas as deficiências da empresa, entretanto, a informação tecnológica poderá ser a ferramenta dos tempos modernos de grande importância junto com a logística estratégica se tornarão em instrumentos poderosos que permitirão conjuntamente as organizações alcançarem o tão esperado sucesso.

Referências

BALLOU, R. H. **Logística Empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BERTAGLIA, P. R. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento**. São Paulo: Atlas, 2001.

BOWERSOX, D. J; CLOSS, D. J. **Logística Empresarial**: o processo de integração da cadeia de suprimentos. São Paulo: Atlas, 2007.

CHRISTOPHER, Martin. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**. São Paulo: Futura. 2002.

FLEURY, P.F. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos**. 1ª ed. (Coleção COPPEAD de Administração). São Paulo: Atlas, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

KOBAYASI, S. **Renovação da logística**: como definir estratégias de distribuição física global. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. Sao Paulo: Atlas, 2008.

LAKATOS, Eva Maria.; MARCONI, Marina de A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NOVAES, Antônio G. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição**: estratégia, operação e avaliação. Rio de Janeiro: Campus. 2007.

PORTER; E. M. **Vantagem competitiva**: buscando e sustentando um desempenho superior. 24ª ed. RJ: Campus 2003.

RESENDE, Denis Alcides e ABREU, Alice França de: **Tecnologia da informação**: Aplicada a Sistemas de Informação Empresariais. 8 ed. São Paulo: Atlas.2011.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em Administração**. 2ªed. SP, 2009.

STALK, J. G.; HOULT, T. **Competindo contra o tempo**: como as empresas que agem com maior rapidez maximizam qualidade, inovação e satisfação do cliente. RJ: Ed Campus, 2013.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3ªed. São Paulo: Bookman, 2005.

Recebido em 25 de dezembro de 2018.

Aceito em 16 de agosto de 2019.