Logística: O Conceito Estratégico de Lucratividade

RESUMO

No mercado globalizado o qual se encontramos hoje, a logística pode ser o grande diferencial para obtenção de uma estratégia cada vez mais lucrativa e de sucesso para as organizações, as quais precisam estar sempre em constante mutação devido à grande concorrência do mercado atual. Mas na maioria das vezes as empresas não sabem trabalhar e usufruir dessa atividade a qual esta se tornando freqüente nesse sistema mercadológico, a logística em si, se define em quatro bases: Aquisição, movimentação, armazenagem e entrega do produto, que formam a Cadeia Logística: Fornecedor, Manufatura, Distribuição e Consumidor. Nosso objetivo maior se refere então em mostrar que com o uso desse sistema de modo adequado é possível ter mais agilidade e consolidação do seu produto/serviço no mercado atual, ganhando assim cada vez mais campo nesse mercado globalizando. Usando esse método chamada Logística como seu melhor conceito de estratégia lucrativa, pois a implantação do mesmo com sincronização do mercado e o estudo da demanda a ser preenchida sua organização obterá resultados de satisfação e lucratividade mercadológica a qual colocara a mesma a frente de seus concorrentes.

Palavra chave: Logística, Atividades Básicas, Logística Integrada, Estratégia, Sistema Mercadológico, Competitividade, Conceito, Mercado Globalizado.

1. Compreendendo a Logística

As pessoas estão cientes que a Logística pode ser o sucesso de sua organização, mas ainda não sabem trabalhar nesta atividade, ou seja, não sabem usufruir dos benefícios dessa atividade que se torna cada vez mais freqüente no mercado globalizado.

Para entendermos melhor esse sistema mercadológico, que cada dia toma mais campo no mundo globalizado, precisamos compreender as suas quatro bases de criação, a qual verá suas definições adiante.

**Figura 1. Logística e suas quatro atividades base- fonte dos próprios autores.**

Mas não podemos esquecer que para exercer algumas dessas atividades existe uma necessidade de planejamento das funções de manufatura e marketing.

Com o *Mercado Globalizado*, o exercício da Logística facilitou muito nesta transação de produtos entre as empresas. (Dias, 2005)

* 1. Metodologia do Artigo

O artigo desenvolvido foi baseado em um mercado ao qual necessita cada vez mais de agilidade e consolidação do seu produto/serviço, desde o desenvolvimento da matéria prima ate o contato com o cliente. Tendo como objetivo mostrar a Logística e sua funcionalidade, com suma importância em um sistema de *Mercado Globalizado*.

Obtendo essas informações através de uma analise de mercado onde se pesquisou o funcionamento de um sistema mercadológico em meio à globalização.( Lambert, 1998)

2. Aplicação Base da Logística

Para todo resultado existe um fundamento, e com a Logística não é diferente. Dentro deste ramo há quatro grandes grupos formam a Cadeia Logística: Fornecedor, Manufatura, Distribuição e Consumidor.

Antes de montar uma organização para prestar esse serviço, temos que ficar atento à funcionalidade de cada atividade da Logística. Sendo assim, temos que nos preocupar em definir o mercado de fornecimento da matéria ao nível de serviço, aumento de venda, se será a curto ou longo prazo, diminuir os custos e barateando o produto. Lembrando que a definição do nível de serviço implica um incremento de custo: quanto maior o nível, mais caro será. (Lisboa 2002)

2.1 Logística de Aquisição

Esta área se refere aos fornecedores, da fabricação da matéria e componentes para a organização que fará a finalização desse produto.

Atualmente esses fornecedores são desafiados a desenvolver novas tecnologias para melhor qualidade e custo baixo de seus produtos impostas pelos consumidores deste *Mercado Globalizado*.

Mas como obter mais qualidade e reduzir os preços?

A logística tem sido a resposta dessa pergunta, pois é esta atividade que tem a capacidade de evoluir de acordo com a necessidade advinda dessas mudanças sofridas constantemente por essas organizações.

2.2 Logística Manufatureira

É onde vai ser feita a produção, ou seja, onde se vai instalar a fábrica, quando e como será feito o produto, qual tecnologia utilizar. Ficando clara a necessidade de uma atividade de planejamento de materiais, que é o responsável pelas decisões táticas e operacionais referente à:

* O que produzir e comprar
* Quando produzir e comprar
* Quanto produzir e comprar
* Com que recurso produzir

2.3 Armazenagem

São os Centros de Distribuição, onde armazenam produtos acabados, peças de reposição, ficando evidente a preocupação com o nível de serviço para com o consumidor. Sendo necessária a realização de auditorias para verificar o controle de materiais que entram ou saiam da empresa, verificando o excesso ou a falta de material.

Este setor esta em posse dos fabricantes, distribuidores e retalhistas. No entanto, a criação e armazenagem têm um custo, e para atingir melhor eficiência, esse custo tem que ser o menor possível.

2.4 Entrega de Produto

Este ponto é crucial para o desenvolvimento das atividades acima, pois não é possível atender todo o mercado, sendo assim precisa ser elaborada uma pesquisa de mercado, escolhendo um público-alvo, descobrir suas maiores necessidades e como satisfazer este público. (Lambert, 2005)

3. Um Novo Conceito de Logística

A forma como a Logística vem sendo aplicada faz com que seu conceito evolua, agregando certa importância para essa atividade.

Nos primeiros tempos de execução da Logística, suas atividades eram aplicadas de forma fragmentada, ou seja, a intenção era melhorar cada atividade básica separadamente.

No entanto, nos dias atuais, o planejamento de negócio vem sendo integrado, já que cada vez mais as atividades funcionais e coordenadas da organização são tratadas como um todo, para reduzir seus custos e agregar maior valor ao produto ou serviço final. Para isso tem sido dado o nome de Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento (*Supply Chain Management*. (Walters,2001).

Com a integração das atividades (Logística Integrada), mostra que o processo logístico não tem começo e fim dentro de uma organização. Melhor dizendo, o inicio esta na escolha de seus fornecedores, e na eficiência da distribuição para os clientes finais.

A seguir, uma ilustração da Logística Integrada.

**FONTE : Próprios Autores.**

Figura 2 - Logística Integrada

Um exemplo a ser dado é a fabricação de barras de cereais, só terá sucesso se o cliente final aprovar a qualidade do produto e o serviço prestado no momento da compra, reforçando essa idéia de integração, desde o fornecedor ate o consumo final do produto. Havendo falha neste sistema continuo, a organização será substituída por outra mais apta a saciar as necessidades desse *Mercado Globalizado*, mostrando uma competição entre organizações.

Com esta visão de negocio, as empresas vêm empreendendo esforços para integrar todas as suas atividades para realizar sua produção ou serviço de forma eficaz e ágil, que vai dos fornecedores e atinge os consumidores finais, sincronizando o fluxo de informações que acontece no sentido oposto.

As organizações que usufruem deste Gerenciamento de Cadeia de Abastecimento, estão obtendo reduções de estoque, otimizando seus transportes e eliminando desperdícios, e assim agregando maior valor, conseguindo uma confiabilidade e flexibilidade, aumento do desempenho e ainda lançar novos produtos em menores intervalos de tempo. (Severo,2006)

Essas integrações de atividades são de longo prazo, onde precisam de um planejamento estratégico de suas atividades e partilhar informações de forma a desenvolver suas atividades logísticas de forma unificada.

Apesar dos resultados expressivos, existem ainda certas barreiras, pois devemos deixar de ser apenas funcionais, e sim criar um relacionamento de confiança com toda a cadeia produtiva, pois é necessária uma troca de informações (principalmente de custo), existindo sempre um elo mais forte, que será o responsável pela coordenação do sistema para alcançar o objetivo desejado. (Fredendall 2001).

Existe também o desafio de adaptar as diferentes necessidades de tamanho e objetivo dos componentes dessa cadeia, exigindo certo tempo e esforço para a mudança de cultura. Dado esse desafio, precisamos fazer uma analise de desempenho e indicadores que permitam o controle do funcionamento da cadeia como um todo.

E há o elemento humano, que é de suma importância e muito preocupante, pois existe uma escassez de profissionais nesta área, em especial os com visão sistêmica e conhecimento em todas as atividades da Logística.

Embora este conceito de *Supply Chain Management*, esteja em desenvolvimento e não possui uma metodologia única param a implementação, sua utilização pode ser um trunfo em potencial para as organizações. Porem, muitas empresas brasileiras não conseguem competir com a concorrência do exterior por não utilizar essa atividade, mas existe um esforço para mudar esse cenário, o que permite certo otimismo na aplicação da Logística e seus benefícios, melhorando assim nossa capacidade de competir com outros países. ( Severo, 2006)

4. Estratégia Logística

Para obter um grande sucesso é necessário o planejamento de uma estratégia, para eliminar a concorrência e conseguir mais clientes. Este processo inclui varias capacidades humanas estrategistas, sendo elas, tática e visão de desempenho e operação logística, comprometimento com o negócio, decisões e resoluções práticas e rápidas, critério de avaliação, entre outras.

Apesar disso, muitas organizações pecam em certos pontos, um exemplo disso é suas preocupações de atender a demanda, e assim abastecer completamente seus estoques para prevenir uma futura falta de produtos, sem antes fazerem os estudos sobre o cliente, provocando assim uma lentidão em todo o ciclo, diminuindo a possibilidade de acompanhar a evolução do mercado, pouca saída do produto e o aumento de custo.( Carvalho,2004)

E para resolver esses problemas, as organizações precisam comprar menos e mais vezes, diminuindo o custo de armazenagem, e se refere à filosofia JIT (Just-In-Time) nas redes Logísticas, que são poucos itens no estoque, compras freqüentes, qualidade assegurada com um bom desenvolvimento de fornecedores, com conseqüência o aprimoramento de toda a cadeia de abastecimento e redução de custos.

Para que isso funcione da melhor maneira possível, necessita de que todas as atividades do sistema se unam porem não será o suficiente, pois a informação entre todas as organizações, desde os fornecedores ate ao cliente final, corra livremente e rapidamente pela rede de suprimentos. E essa transmissão de informação é um diferencial estratégico e maior vantagem na competitividade. (Gomes, 2004)

Mas não é simples assim, não existe uma receita para a implantação de uma Logística, precisa de analises de mercado, de local e publico, entre outras informações para garantir o sucesso das organizações.

Outra estratégia é a eficiência e eficácia da troca de produtos ou mercadoria, que é exigido cada vez mais pelo *Mercado Globalizado*.

A Logística Empresarial tem como inicio a Logística Militar (A Arte da Guerra), que tem foco em oferecer o suporte para as tropas poderem executar seu serviço nos campos de batalha. E temos os EUA como um exemplo forte, já que foram os vencedores da Guerra do Golfo, mostrando todo seu potencial no planejamento e execução da Logística Militar, abastecendo suas tropas na hora exata. Portanto, a Logística Empresarial é o conceito fundamental para enfrentar a competição do mercado.

Com tudo, existem vários meios de estratégias, basta ver qual melhor se encaixa com a atividade exercida na organização e o seu objetivo dentro da cadeia produtiva, para assim conseguir alcançar o sucesso tão desejado. E quanto à competitividade e suas estratégias, o tópico seguinte ira tratar apenas deste assunto. ( Ribeiro, 2004)

4.1 Estratégia da Competitividade do Mercado Globalizado

Com a constante evolução do mercado, mudança de comportamento do consumidor, menor vida útil dos produtos, as organizações precisam achar novos meios para manter e adquirir novos clientes. Havendo uma maior competitividade, deixando de ser regional para ser global (chamado de *Mercado Globalizado*), passando de empresas isoladas para cadeias produtivas e por fim, Rapidez e Eficiência se tornam a palavra chave para ser a escolha do consumidor.

Com a estabilização da economia a partir dos anos 90, a internacionalização dos mercados entre os blocos econômicos e a maior abrangência global dos negócios fez com que os antigos modelos de gestão empresarial, voltado à produtividade, de lugar a competitividade entre as organizações como um novo modelo.

A competitividade é retratada em diversos livros:

* *“Uma empresa é competitiva quando ela é capaz de oferecer produtos e serviços de qualidade maior, custos menores, e tornar os consumidores mais satisfeitos do que quando servidos por rivais.”   
   (Barbosa,1999,Pg98)*
* *"Habilidade da organização em fabricar produtos melhores do que seus concorrentes, de acordo com os limites impostos por sua capacitação tecnológica, gerencial, financeira e comercial”. (Machado-da-Silva e Fonseca, 1999 Pg 57)*

Observamos ate aqui que a Logística tornou-se uma atividade multifuncional, agregando o setor de marketing, qualidade, finanças e planejamentos, e assim aumentar a eficiência e eficácia da gestão, sem deixar de se preocupar com as necessidades interna da organização e de seus clientes.

As empresas precisam descobrir quais são seus objetivos, sua visão e missão, estudar melhor o público-alvo (sua cultura, interesses, valores). Com isso, será possível descobrir com antecedência ou achar os erros em seu sistema logístico, que servirão para a realização de *benchmarking* entre os setores e entre as próprias empresas. E suas soluções irão trazer mais melhorias na competitividade no *Mercado Globalizado*.

Sabemos que essa competição entre organizações anda exigindo e desafiando cada vez mais os executivos de todo o mundo, e muitas são as Estratégias de Competitividade, sendo essas algumas delas:

* *“A estratégia, é o conjunto de planos, políticas, programas e ações desenvolvidos por uma empresa ou unidade de negócios para ampliar ou manter, de modo sustentável, suas vantagens competitivas frente aos concorrentes”.   
  (Alves Filho, 99, Pg 112)*
* *“Sem competidores não haveria necessidade de estratégia, pois o único propósito do planejamento estratégico é tornar a empresa apta a ganhar, tão eficientemente quanto possível, uma vantagem sustentável sobre seus concorrentes”.   
  (Ohmae, 1983,Pg 85)*
* *“A estratégia competitiva visa estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra as forças que determinam a competição industrial.”   
   (Porter, 1985 Pg 229)*
* *“É através da estratégia que a empresa irá se posicionar na tomada de decisões, quanto à corporação e a competitividade, ou seja, como fará o direcionamento da organização, a fim de agir diante das ameaças da concorrência”.   
  (Mintzberg, 2000 Pg 157)*

Segundo essas teorias, essa vantagem deveria ser mais duradoura e tornar se perceptível aos olhos dos clientes, colocando assim a organização numa posição de supremacia diante de seus concorrentes. E para obter isso, vamos repetir mais uma fez o que já foi citado nos itens acima.

Esse tipo de abordagem consiste em produzir a um custo menor, agregar maior valor, atender de maneira mais efetiva as necessidades do consumidor final. Esses objetivos podem ser conflitantes, mas com a evolução da tecnologia, diversificação de fornecedores, entre outros fatores, o cliente fica cada vez mais satisfeito com o resultado final do produto, diminuindo o poder das marcas mais antigas no mercado, obtendo assim uma igualdade na competição. Mas a prestação de serviço sobre esse produto tem que ser fiel ao que impõe, mostrando sua eficácia total na utilização, satisfazendo o cliente e o tornando consumidor freqüente do produto.

A partir dos conceitos expostos e do contexto mundial, a Logística apresenta hoje uma grande disponibilidade de ferramentas para a criação de vantagens competitivas nas organizações. Os ambientes globalizados precisam de trocas eficientes e eficazes de produtos e mercadorias, que circulem por canais internacionais e regionais bem afinados. Não é por acaso que nos Estados Unidos, os custos em logística atingem a cifra de mais de 1 trilhão de dólares, o que significa cerca de 10% do enorme PIB daquele país.

Abaixo um exemplo de cadeia logística, quanto aos gastos e despesas da empresa:

* Marketing: é essencialmente o meio de comunicação do produto com o público-alvo (novos e velhos consumidores), incentivando a compra e o consumo desse produto. Havendo sempre a pesquisa de quem será esse público, sua faixa etária, poder aquisitivo, classe social, localização, concorrente; alem da função de propaganda e sistemas promocionais. As empresas reconhecem a importância do marketing e direcionam uma boa parte de seus recursos humanos e financeiros a essa atividade.(Severo, 2006)

* PPCP (Planejamento, Programação e Controle da Produção): também conhecida como a Logística de produção, é um segmento da indústria automatizada, que trata da gestão e controlo de mão de obra, material e informação no processo produtivo (Flexlink, 2008), ou seja, como, onde, quanto e quando será produzida e seus custos. Devido à grande complexidade que as grandes plataformas industriais apresentam, dada à enorme quantidade de materiais, operários e máquinas, a gestão destes recursos é feita na maioria das vezes inteiramente através de processos informáticos. São estes processos logísticos contínuos de controlo da produção e também das encomendas, que se dá o nome de PPCP.“Uma logística de produção eficiente resulta em tempo e dinheiro ganho na produção” Allen, 2001, p. 215).
* Fornecedores: onde se obtém a matéria-prima para a fabricação, sendo também possível a instalação dentro da própria organização de montagem do produto, já que ambos os conhecimentos podem atuar juntos, surgindo assim uma estrutura de competência altíssima.

(Fonte de Pesquisa: Stock UELZE, Reginald – Logística empresarial: uma introdução à administração dos transportes. São Paulo: Pioneira, 1999.

* **Armazenagem:** estar espalhado ao longo da cadeia logística (desde a matéria-prima ate aos produtos finais). Os administradores precisam estar atentos na posição do *trade-off*, para maior eficiência na resposta e eficiência. Considerando também como será a estocagem dos produtos, suas devidas localizações para maior desempenho de sua movimentação.( David,2003)

Portando, a estratégia para superar a competitividade do *Mercado Globalizado, é* necessário fazer um estudo de todos os ramos da Logística e sua funcionalidade, ciente das necessidades de sua organização, de seus clientes e também de seus fornecedores, e que tipo de serviço ira prestar e seus custos.

**5. Considerações Finais**

Podemos então dizer que a logística como o um dos maiores conceito de estratégia lucrativa nos dias de hoje depende de um planejamento com total sincronização entre fornecedores, a produção do serviço/produto, uma analise completa da demanda do mercado, acompanhando a evolução de uma comercialização cada vez mais globalizada, tendo sempre como visão a eficácia e agilidade na realização desse serviço/produto, assim diminuindo muitos gastos e tendo um aumento considerado nos lucros finais.

Em uma economia cada vez mais complexa e concorrida, em constante mutação devido a um mercado totalmente capitalista e cada vez mais interligado com a globalização é necessário compreender e satisfazer a demanda a qual o mercado esta propicio , tendo em mente sempre diferencias de inovação que acompanhem as mudanças diversificada que esse meio sofre, mostrando que trabalhar com logística não é somente pensar em total agilidade e concretização do produto com menos gastos, mas também ter meio os quais surpreende os concorrentes e satisfazem aos que usufruem dos mesmos. Sendo assim, aumentando cada vez mais seu tempo de vida empresarial, em um mercado onde a inovação e evolução são seu oxigênio para que a organização possa estar em total competitividade com seus concorrentes.

Defendemos então que para a implantação de um sistema logístico com um conceito de lucratividade estrategicamente dita, é necessário uma total compreensão e analise de demanda do mercado a se instalar. Só assim poderá estabelecer e criar um planejamento o qual o fará visando a agilidade e produção na entrega do produto/serviço ao seu mercado demandado, sempre preenchendo as necessidades e procurando a satisfação dos seus clientes, acompanhado a evolução do mercado globalizado, para que sua organização possa adquirir confiança entre seus fornecedores, parceiros e demandados, tendo assim um ciclo o qual vai estabelecer com esses fatores, pondo em pratica a estratégia de logística com um conceito lucrativo, pois seus gastos diminuíram e sua lucratividade estará em alta, e o ciclo terá automaticamente continuidade, com fornecedores cada vez mais ágeis e com menores preços e maior qualidade, com uma demanda com total satisfação e aceitação do seu produto/serviço, em um sistema cada vez mais lucrativo, aplicando assim uma *logística reversa* a qual todos os membros do ciclo acabam em total sincronização e satisfação.

**6. Bibliografia**

• AYERS, James B. - Introduction to the supply chain. In AYERS, James B. ed. - Handbook of supply chain management. Boca Raton, FL: St. Lucie Press, 2001. ISBN 978-1-57444-273-1

• CARVALHO, José Crespo de - Logística. Lisboa: Edições Sílabo, 2002. ISBN 978-972-618-279-5

• CARVALHO, José Crespo de; DIAS, Eurico Brilhante - Estratégias logísticas. Lisboa: Edições Sílabo, 2004. ISBN 978-972-618-332-7

• CARVALHO, José Crespo de et al. - Auditoria logística: medir para gerir. Lisboa: Edições Sílabo, 2001. ISBN 978-972-618-259-7

• COSTANTINO, Francesco; GRAVIO, Giulio di; TRONCI, Massimo – Supply chain management e network logistici: dalla gestione della partnership al risk management. Milão: Ulrico Hoepli Editore, 2007. ISBN 978-88-203-3933-3

• DIAS, João Carlos Quaresma - Logística global e macrologística. Lisboa: Edições Sílabo, 2005. ISBN 978-972-618-369-3

• FREDENDALL, Lawrence D.; HILL, Ed – Basics of supply chain management [Em linha].Boca Raton, FL: CRC Press, 2001. [Consult. 21 Maio 2012]. Disponível em WWW: <URL: http://books.google.com/books?id=X3RGPHRXS0gC&hl=pt-PT>. ISBN 978-1-57444-120-8

• GOMES, Carlos Franscisco Simões; RIBEIRO, Priscilla Cristina Cabral – Gestão da cadeia de suprimentos integrada à tecnologia da informação [Em linha]. São Paulo: Thomson, 2004. [Consult. 25 Maio 2012]. Disponível em WWW: <URL:http://books.google.com/books?id=B06QoZ8jB8IC&hl=pt-PT>. ISBN 978-85-221-0404-8

• HUGOS, Michael – Essentials of supply chain management. Nova Jersey: John Wiley and Sons, Inc., 2003. ISBN 978-0-471-23517-0

• LAMBERT, Douglas M.; STOCK, James R.; ELLRAM, Lisa M. - Fundamentals of logistics management. Singapura: McGraw-Hill, 1998. ISBN 978-0-07-115752-0

• NOVA, enciclopédia Larousse. Lisboa: Círculo de Leitores, 1998. ISBN 978-972-42-1766-6

• SEVERO Filho, João – Administração da logística integrada: matérias, pcp e marketing [Em linha]. ed. rev. actual. Rio de Janeiro: E-papers, 2006. [Consult. 12 Maio 2012]. Disponível em WWW: <URL:http://books.google.com/books?id=WVh06POvIc0C&hl=pt-PT>. ISBN 978-85-7650-071-1

• SIMCHI-LEVI, David; KAMINSKY, Philip; SIMCHI-LEVI, Edith – Designing and managing the supply chain: concepts, strategies, and case studies. 2ª ed. Nova Iorque: McGraw-Hill/Irwin, 2003. ISBN 978-0-07-249256-9

• UELZE, Reginald - Logística empresarial: uma introdução à administração dos transportes. São Paulo: Pioneira, 1974.

• WATERS, Donald – Logistics: An introduction to supply chain management. Nova Iorque: Palgrave Macmillan, 2003. ISBN 978-0-333-96369-2

• CHAIB-DRAA, Brahim; MÜLLER, Jörg P. eds. - Multiagent-based supply chain management. Berlin: Springer, 2006. ISBN 978-3-540-33875-8

• SHAPIRO, Jeremy F. - Modeling the supply chain. Pacific Grove, CA: Duxbury, 2000. ISBN 978-0-534-37363-4