**NOME DA FACULDADE**

**LOGÍSTICA COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA: A SATISFAÇÃO DO CLIENTE AO SUCESSO DA EMPRESA**

**Gilciéli Bayerl**

**CASTELO – ES**

**2019**

**NOME DA FACULDADE**

**LOGÍSTICA COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA: A SATISFAÇÃO DO CLIENTE AO SUCESSO DA EMPRESA**

**Gilciéli bayerl**

Artigo científico apresentado a \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão da produção e logística empresarial.

**CASTELO – ES**

**2019**

**RESUMO**

Este artigo apresenta um estudo sobre a logística e o que ela representa tanto nas organizações industriais como em serviços, o objetivo é mostrar de modo simples a formulação de estratégias competitivas, identificar fatores influenciadores da competividade e consequentemente apresentar possibilidades para elevação dos níveis de atendimento ao cliente e na otimização de custos, objetiva se mostrar de forma resumida a importância da tecnologia da informação como diferencial de produtividade e lucratividade. Para tanto fez se necessário pesquisas bibliográficas para melhor fundamentar os argumentos e trazer de forma simples e objetiva levando o leitor a entender a importância da logística no mercado globalizado e competitivo. Desta feita abordam se diversos aspectos sobre logística objetivando não fazer uma análise meramente histórica, mas sim crítica e reflexiva.

**Palavras chaves:** **LOGÍSTICA, COMPETIVIDADE, ESTRATÉGIA**

**1-INTRODUÇÃO**

A logística está diretamente ligada ao sucesso da empresa e a satisfação do cliente, é a fonte vital de qualquer negócio, ou seja ela devem estar presente em todos os setores organizacionais, porém é pouco aproveitada, falta investimento nos setores produtivos, como infraestrutura da empresa, investimentos tecnológicos, mão de obra qualificada entre outros.

Com o mundo globalizado e crescimento tecnológico vem ganhando destaque não apenas como uma fonte de competividade, mas como peça fundamental para as empresas. Como o mercado é amplo e competitivo requer estratégias logísticas para melhor atender e ganhar confiabilidade frente a concorrência. Segundo Ballou, logística é toda atividade dentro do setor produtivo, desde a matéria prima até ao ponto final do consumidor, isso inclui também todas as informações como o marketing. Adotando as estratégias logísticas, a empresa atende as necessidades do cliente em tempo ágil e com baixo custo e garante a confiabilidade e a lucratividade.

Aborda a importância do gerenciamento da cadeia de suprimento e seus impactos nas organizações. Culminou no entendimento da necessidade de integração da tecnologia da informação, como auxiliar nos processos de tomada de decisões que envolvem os setores de produção, recursos e clientes, proporcionando um modelo estratégico e melhor competitivo no mercado.

O presente artigo objetiva levar o leitor de forma resumida os conceitos de logística e a importância da mesma frente em uma organização empresarial de grande ou pequeno porte. O objetivo geral é demostrar a disputa de mercado nos dias atuais e consequentemente indicar o cliente com grande poder requisitivo para o sucesso de uma empresa, afinal eles estão cada vez mais exigentes e isso exige estratégia de confiabilidade. Nesse processo aborda a importância direta da logística na definição de ações e metas organizacionais na busca da eficiência e lucratividade.

Busca se aqui expor a importância da logística nas organizações empresariais e o que ela representa dentro de um setor, não ligada apenas ao marketing da empresa, mas em todos os setores, desde a matéria prima até o ponto final o consumidor. Para tanto faz se necessário pesquisas bibliográficas, através da internet pesquisas exploratória referente ao tema abordado, levando ao leitor a entender a importância da logística em qualquer negócio.

Justifica se a escolha do tema por se tratar de um assunto de grande relevância, o processo produtivo tem passado por grandes transformações ao longo do tempo. Essas mudanças tem levado as empresas a inovares seu meio de produção, isso fez contribuir para a logística conquistar uma posição privilegiada perante administradores que almejam sucesso.

Este artigo foi estruturado em três tópicos para melhor compreensão do leitor: A primeira envolve o resumo e introdução, explanando aspectos relevantes sobre o tema, a segunda descreve a logística, abordando aspectos históricos e também a importância da mesma nas organizações; a terceira, revela as estratégias logística como diferencial de competitividade para obter eficiência, lucratividade e fidelidade dos clientes; a quarta, são a conclusão e referencia bibliográficas.

**2- DESENVOLVIMENTO**

**2-1 A LOGÍSTICA COMO ESTRATÉGIA FRENTE A GLOBALIZAÇÃO E O AVANÇO TECNOLÓGICO**

A logística está diretamente ligada ao sucesso das empresas e consequentemente a satisfação do cliente. No passado era usada no planejamento das tropas militares nos campos de batalhas, desde o transporte de suprimentos até as organizações de tarefas, a logística no campo de batalha não visava lucros mas tinha como objetivos planejamento estratégia para vencer o conflito. Na atualidade esse conceito está mais amplo, entende se por logística todo planejamento empresarial desde da escolha da matéria prima até o atendimento ao cliente, ou seja, ela atua em diversos setores como: transportes, armazenagem, processamento de pedidos, manuseio de materiais, embalagens, enfim até no descarte de insumos. O objetivo é obtenção de vantagens competitivas, redução de custos e agregar valor. Para Ballou(2007), sistema logístico eficaz e eficientes, qualidade interna e externa e a logística empresarial tem como objetivo prover qualidade ao nível de serviços prestados ao cliente.

Com a globalização e o crescimento da tecnologia ela ganha destaque, passa a representar não apenas uma fonte de vantagem competitiva, mais é fundamental para as empresas que almejam sucesso frente a concorrência. Com a nova ordem Mundial o mundo deixou de ser bipolar e passou a ser multipolar, agora com o poder econômico, político e militar distribuído fez com que o mercado consumista também se expandissem e isso gerou uma ampla concorrência entre as grandes empresas, principalmente as multinacionais. Com todas essas transformações as empresas procuram inovar seu processo de produção, procurando capacitar seu quadro de funcionários, automatizando a produção, mantendo fidelidade com os fornecedores por meio da otimização do transporte.

Entretanto para um bom gerenciamento logístico é preciso gerenciar corretamente seus processos internos proporcionar eficiência e eficácia para a empresa. É primordial que a empresa desenvolva um planejamento e utiliza estratégias para agregar resultados e que reduza custos. Para Ballou (2006) “a missão da logística é dispor a mercadoria ou serviço certo, no lugar certo, no tempo certo e nas condições desejadas, ao mesmo tempo em que fornece contribuição a empresa.” Ou seja, a logística envolve todo planejamento estratégico dentro do setor produtivo desde a escolha da matéria prima até o momento da entrega do produto em espécie ao consumidor seguindo todas as normas de regulamento estabelecido para cada produto, gerando confiabilidade ao cliente, agregando valores ao produto, e consequentemente lucratividade com baixo custo de produção.

**2-2 PRODUÇÃO E LOGÍSTICA**

A revolução industrial começou no século XVIII na Inglaterra, nesse período a preocupação era produção em escala de maneira padronizada. Já no início do século XX (1900-1930) a indústria foi marcada pela consolidação estrutural e dava início a produção em massa ou seriadas, a ideia era a empresa produzir o suficiente para ter sempre o produto em estoque, assim diminuir o prazo de entrega aos clientes. Essa nova forma de produção desenvolveu um novo sistema chamado linha de montagem e junto com a divisão do trabalho e a alto padronização, o objetivo era produzir muito com baixos custos.

Já na década de 1930, a demanda começou a ficar saturada, o consumidor estava mais exigente, buscava algo além de produtos básicos, foi ai que as empresas passaram a adotar o conceito de logística, começaram a buscar estratégias de posicionamentos para diferenciar os seus produtos e competir com o mercado.

Atualmente a logística representa o controle de processos gerenciais desde o transporte para a entrada de insumos na empresa até a distribuição do produto ao consumidor final. As novas e pertinentes mudanças no ambiente competitivo exigem das empresas um jeito novo de realizar suas atividades, inclusive na produção.

No mundo globalizado é fundamental para qualquer negócio, inovar sempre para conquistar e principalmente manter os atuais clientes. A qualidade e competividade deixaram de ser apenas um diferencial entre as empresas se tornaram um fator de sobrevivência no mercado globalizado. As empresas de sucesso são aquelas que inovaram, lançaram produtos e serviços mais rapidamente, atende a demanda em tempo ágil e conquista confiabilidade. Exemplo de inovação foi a Dell computadores, mesmo a internet não tendo a repercussão que temos hoje a Dell passou a vender seus computadores customizados, o cliente fazia o pedido e a empresa entregava tudo conforme as exigências do cliente, a empresa mudou a sua forma de vender o produto, já a empresa de fotografias Kodak, com advento das maquinas digitais acabou saindo do mercado por que não seguiram as transformações que ocorreram no momento, e o curioso que a própria Kodak foi quem inventou a fotografia digital.

Portanto para se manter no mercado as empresas precisam ter visão global, ter em seu planejamento estratégico investimentos diretos em atividade logísticas, como administração de transportes, suprimentos, administração de materiais, produção e distribuição, devem unificar o fluxo do processo de bens e serviços.

A logística vai muito além do armazenamento dos produtos, controla todo processo do ponto inicial com aquisição da matéria prima até o ponto final o cliente. “O maior de todos os desafios logístico é sem dúvida a infraestrutura, muitas empresas atendem mercados e produções a longa distância e a qualidade do sistema de movimentação não podem ser um fator limitador. Para enfrentar esse desafio é necessário um planejamento logístico que favoreça o desenvolvimento operacional. Os desafios logísticos começam com a seleção de fornecedores, negociação com clientes, planejamento da produção, distribuição dos produtos aos clientes, esta atendo as mudanças no mercado global, logística reversa e da questão de sustentabilidade.

Contudo a forma de gerenciar a produção mudou muito com as exigências do mercado, se antes a produção era baseada na força do trabalho humano, hoje com novas tecnologias as empresas buscam produzir mais com menor custo possível trazendo significativo avanços para as organizações.

**2-3 A LOGÍSTICA NA CADEIA DE SUPRIMENTOS**

Cadeia de suprimento é o conjunto das atividades que integram, produção, armazenagem e distribuição, é fonte vital da empresa interliga todos os setores da produção é responsável pelas atividades de produção até o atendimento do consumidor final. Entretanto dentro dessa rede podemos induzir como diz Christopher: “Uma rede de organizações conectadas e interdependentes, trabalhando conjuntamente, em regime de cooperação mútua, para controlar, gerenciar e aperfeiçoar o fluxo de matérias-primas e informações dos fornecedores para os clientes finais”. (Martin CHRISTOPHER, 2009) ou seja dentro das organizações a logística está presente em todos os setores cooperando para que a empresa desenvolva e tenha resultados positivos.

A evolução no campo da gestão da cadeia de suprimentos foi impulsionada, principalmente, pelas mudanças rápidas na prática global dos negócios. Bales et al. (2004) confirmam que esse novo contexto tem forçado as empresas a constantemente reavaliarem, em um nível estratégico, as formas que objetivam agregar valor e reduzir os custos ao do negócio. A capacidade de obter lucros se dá pela eficiência da cadeia de suprimentos. Uma cadeia de suprimentos bem organizada é personalizada para atender a demanda e as necessidades dos vários tipos de clientes, permitindo equilíbrio entre geração de receita e custo do serviço. Apesar disso, muitos dos planejamentos da cadeias de suprimentos atuais não atendem às necessidades do cliente. Um dos motivos dessa falha é o aumento da complexidade. A diferenciação de produtos vem sendo vista há muito tempo como um caminho para a satisfação do cliente e o crescimento lucrativo. O aumento de produtos diferenciados no mercado é um dos motivos pelos quais os gerentes não conseguem adaptar as cadeias de suprimentos para atender as exigências e necessidades dos clientes. Elaborar uma cadeia de suprimento que Desenvolver produtos voltados para atender as exigências e necessidades dos clientes é um grande desafio para empresas que querem se manter no mercado e a tecnologia da informação é auxiliadora nesse processo.

Um fator primordial da cadeia de suprimento é o uso da tecnologia da informação, essa ferramenta tem sido um facilitador na melhoria da produtividade e competividade, pois historicamente a comunicação era desfalcada na área empresarial, gerando desalinhamento, atrasos em prazos de entregas de produtos, falta de clareza em desenvolver projetos. O acesso eficiente as informações sempre foi um problema na área logística, hoje com todo avanço tecnológico na área da comunicação tem possibilitado as empresas obter melhores condições na prestação de serviços aos clientes. A utilização de computadores pessoais passou a ser um equipamento indispensável e de grande utilidade em todos os departamentos da empresa auxiliando no fluxo das informações, permitindo a descentralização e tornando os processos flexível.

Com o crescimento da população mundial e a melhoria do padrão de vida, o consumidor passou a exigir não só qualidade mais também flexibilidade na hora da escolha por um produto, e as empresas capacitadas logisticamente serão capazes de administrar informações e desenvolver soluções complexas e econômicas para promover eficiência e novos serviços ao cliente.

O atendimento ao cliente é um dos elementos poderosos para a organização em busca de vantagens competitiva e, no entanto, geralmente não se dar muita importância a esse fator que apresenta maior descaso na gestão. O desempenho do serviço ao cliente depende, em sua maior parte, da estratégia com que o sistema logístico é projetado e gerenciado. O resultado de toda atividade logística ocorre na forma de serviços prestados ao cliente. Segundo Christopher, 2009, o propósito da gestão da cadeia de suprimentos e da logística é oferecer aos clientes alto nível e a qualidade de serviço que atendam suas exigências, e fazê-lo com o menor custo. Ao desenvolver uma estratégia logística orientada para o mercado, a meta é alcançar a “excelência do serviço” de modo coerente e com custos reduzidos.

O planejamento estratégico da cadeia de suprimento deve atender as exigências do mercado atual para se manter em um nível favorável de competitividade, a tecnologia da informação é ferramenta preponderante no sucesso da cadeia de suprimento, porém deve haver troca constantes de informações entre os fornecedores Para que a informação flua e dados importantes cheguem ao destino em tempo hábil, assim a cadeia de suprimento torna se ágil na tomadas de decisões. A troca de informações com outros departamentos e com fornecedores, melhoram a produtividade, ganha na competitividade e evidentemente a confiabilidade do cliente.

Portanto a cadeia de suprimento é responsável por todas as atividades desenvolvidas dentro de uma empresa, e o planejamento estratégico logístico bem planejado garante a integração dos setores, o uso da tecnologia é indispensável, através dela otimiza os processos garantindo informações entre os setores agilizando todos os processos e agregando valor e obtendo bons resultados.

**2-4 LOGISTICA DE DISTRIBUIÇÃO**

A logística de distribuição está ligada a distribuição física do produto desde as operações de transporte e entrega e também suprindo os pontos de vendas. Para qualquer empresa manter sua clientela e a confiabilidade é glucial para se obter bons resultados e conquistar novos clientes. A logística de distribuição é responsável também pelo Marketing da empresa. Com o mundo interligado e com tantas concorrentes no mercado, a empresa precisa inovar seu potencial, é necessário que desenvolva estratégias além de adotarem modelos logísticos voltado para a produção eficiente e com qualidade. A logística de distribuição é importantíssima, é ela que vai gerenciar o processo de materiais desde a saída do produto produzido até o ponto final de consumo. Uma empresa com processo de distribuição eficiente garante confiabilidade por parte do cliente e agrega valor ao seu produto com Agilidade e eficiência dois pontos cobrados pelos consumidores, a logística de distribuição é um potencial transformador dentro de uma empresa, agregando valores como: Produto ou serviço disponível no lugar certo, tempo, matéria prima para produzir a quantidade estimada com menor custo e rico possível e produto com qualidade. A qualidade do produto é imprescindível e o que garante a qualidade é escolha pela matéria prima a que foi produzindo, o modo de transporte e armazenamento do produto agregaram valores e consequentemente a satisfação do cliente. A informação do produto ao cliente também é importante, a forma como o cliente recebe essas informações podem impactar diretamente na decisão de escolha pelo produto, com planejamento estratégico de distribuição a empresa atribui valores ao seu produto e lucratividade.

O setor de distribuição foca na responsabilidade de entregar o produto, e para o setor produtivo, qualidade e confiabilidade é fundamental, atrasos ou devolução de mercadorias podem gerar um transtorno, resultando em prejuízo e insatisfação do cliente. Portanto a logística de distribuição atua em três níveis: Planejamento estratégico, planejamento tático e planejamento operacional.

Planejamento estratégico: Monitora a qualidade de entrega de produtos e serviços, auxilia o gestor na avaliação do ambiente empresarial, além de proporcionar possibilidades para melhor gerenciar o setor, serve para demostrar os meios viáveis a atingir bons resultados, passa informações importantíssima de cada setor, avalia cada um de forma diferente e somente após uma análise profunda, desenvolva estratégias a serem utilizadas. O planejamento estratégico atua com informações que dirênciaram a organização a estabelecer ações para melhorar a sua produtividade e consequentemente obter bons resultados. Planejamento tático: Em tudo que pensamos o planejamento tático está presente, é usado por militares nos campos de batalhas, ou seja sempre foi usado pela humanidade como estratégia de planejamento para se obter êxodo em um conflito ou até mesmo na administração de insumos. O planejamento tático em uma empresa é responsável pela transformação do planejamento estratégico em realidade, tem a função de atribuir atividades e responsabilidades ao departamento da organização, estabelece diretrizes e objetivos que devem seguir para alcançar os objetivos. Planejamento operacional: envolve qualificação, tecnologia nos processos, movimentação de materiais, fornecedores. Está focado na eficiência, visa resultados em curto prazo, está voltado para “o que fazer e em como fazer” as atividades rotineiras da organização.

Cliente espera receber seu produto na data acordada na hora da compra e em perfeitas condições conforme o que comprou, com planejamento estratégico de logística da distribuição a organização terá vantagens competitiva em relação aos seus concorrentes atendimento corretamente todas as exigências do consumidor.

A logística de distribuição vem atuando com muita eficiência nas organizações oferecendo serviço com grande potencial de diferencial e desempenho de atividades como manuseio de produtos acabados, na gestão de estoques e armazenagem.

Segundo Bertaglia (2003, p.131), “os operadores logísticos, por meio de alianças estrategicamente planejadas que permitem a indústria através de uma nova forma de se realizar negócio, manter o foco nas suas competência, estão conquistando uma parcela de mercado que tradicionalmente pertencia ao atacado e ao varejo”. A comercialização deixa de ser a principal característica, uma vez que o atacadista, além de comprador é também intermediário entre produção e o consumo, o que se justifica o que foi dito por Bertaglia, muitas industrias inovaram no seu modo de produção, além de comercializar o produto passaram também a ser consumidor.

**3- A LOGISTICA COMO DIFERENCIAL DE COMPETITIVIDADE**

A logística aplicada como uma técnica de estratégica ganha um papel relevante na busca e lucratividade e sucessos das empresas prestadoras de serviços. Empresas que adotam a logística como diferencial de competitividade precisam colocar os seus clientes internos e externos em primeiro plano, estabelecer relação de respeito e confiabilidade, procurando saber sempre qual são os seus desejos e perspectivas, é preciso focar no atendimento e construir um relacionamento de longo prazo.

A infraestrutura empresarial é outro fator primordial para demostrar o diferencial entre os concorrentes, com o ambiente de trabalho adequado tanto clientes como colaboradores sintam se seguro e com isso a empresa ganha fidelidade por parte do cliente e satisfação dos trabalhadores internos, essa junção pode afetar positivamente o desempenho e trazer bons resultados. Uma característica das empresas que procuram manter se no mercado com um diferencial competitivo é não acomodar com o sucesso e sim observar as novas tendências do mercado. É essencial a qualificação do quadro de pessoal, disponibilizar cursos que agregam conhecimento na área em que atua, evidentemente os clientes perceberam durante o atendimento que os funcionários foram treinados e capacitados para atende los. A empresa competitiva procura conhecer e satisfazer as necessidades e expectativas de seus clientes, inova, estimula a criatividade, adquire continuadamente técnicas modernas de gerenciamentos, valoriza a agilidade, fundamenta suas ações com eficiência padronizanizando os processos com o objetivo de facilitar a gestão, reduzir conflitos, reduzir custos, aumentar a produtividade e ter qualidade em produto e serviços, centralizar todos os dados onde possam interagir de forma padronizada e completa.

Com o mercado cada vez mais competitivo uma solução é aprimorar o negócio, adequar a produção para atender as expectativas do cliente com estratégias organizacionais que visam desenvolver tecnologias em conformidade com o mercado atual. Desenvolver novos caminho com agilidade para solucionar os eventuais problemas que surgiram e elevar consequentemente o nível dos resultados.

A estratégia logística é importante por está justamente na hora que a empresa se encontra com dificuldades e busca auxílio para inovar seu potencial produtivo. Assim, é possível perceber que a maior parte das empresas percebe a necessidade de maximizar o desempenho de operações logísticas apenas quando é necessário reduzir custos. Contudo, algumas empresas passam a utilizar o sistema logístico como fonte de vantagem competitiva, e, por isso, conseguem personalizar pacotes de serviços oferecidos, a fim de atender às necessidades específicas dos clientes, fato este que gera substancial diferencial estratégico. Para satisfazer essas exigências, as empresas as empresas necessitam reorganizar e estruturar as suas atividades e fazer delas um sistema. Ou seja, pensar na logística integrada.

**3-1 INOVAÇÃO COMO ESTRATEGIA LOGISTICA: FATOR DE DIFERENCIAÇÃO**

Com a nova ordem Mundial as transformações tecnológicas expandiram e modo de produção também, as empresas estão submetidas a um mercado em mudanças constantes, se por um lado o mercado encontra se competitivo, por outro o consumidor está cada vez mais informado e exigente, um desafio para as empresas se posicionarem no mercado e as obrigam a encontrar novas fontes de vantagens competitivas. Podemos citar como fator de inovação: Pesquisas e desenvolvimento, recursos humanos, tecnologia da informação e marketing.

Contudo, é difícil compreender o comportamento do consumidor, mais como diferencial de competitividade pode inovar no modo de produção, colocando o cliente sempre em primeiro plano e que a satisfação deste é a satisfação da empresa. Todo empreendimento devem adotar a logística como ferramenta competitiva e contar com o auxílio da tecnologia para melhorar a qualidade de serviços e produtos e consequentemente alcançar resultados positivos. Para aumentar sua notoriedade um bom caminho é a inovação, observar os pontos negativos e os de pouca relevância, a partir das observações traçar estratégias para melhorar seu desempenho, utilizar novas tecnologias para redefinir seus processos e garantir eficiência e confiabilidade.

As mudanças sociais parece tem contribuído para o aumento do níveis de mudança no ambiente dos negócios. Tem havido um crescimento na demanda, por parte do mercado, de níveis de serviço e qualidade cada vez mais superiores. Empresas que alcançaram a lideranças de mercado em décadas passadas, em muitos casos, sofreram sérios problemas para se manter no mercado. Essas pressões do novo cenário do mercado consumidor produziram um novo imperativo para as organizações: a necessidade de ser reinventar. Segundo Christopher, 2009, a organização responsiva não busca apenas colocar o cliente no centro do negócio, mas também projetar todos os seus sistemas e procedimentos com objetivo principal de melhorar a velocidade de resposta e a confiabilidade dessa resposta. As organizações tradicionais tornaram-se pesadas com vários níveis de gerenciamento e burocracia. Com este conceito elas têm pouca chance de permanecer competitiva neste novo cenário global.

Portanto a palavra chave do sucesso é acompanhar as transformações tecnológicas e o perfil do consumidor, oferecer atendimento qualificado e produto diferenciado para obter um diferencial rumo a lucratividade.

**3-2 LOGISTICA NA GESTÃO DE PRODUÇÃO**

A gestão de produção tem como princípio básico melhorar o desempenho estratégico para redução de custos, atender os padrões de qualidade defendidos e exigidos pelo mercado, desempenho de entrega do produto pensando na confiabilidade e comprimento de prazos enfim flexibilidade.

A logística empresarial tem responsabilidade de planejar os processos, implementar e controlar com eficiência o fluxo de informações. O gestor que adota a logística como forma estratégica de planejamento obtém bons resultados, quando analisa separadamente cada setor, observa as fragilidades e corrigi as, isso não significa que os setores não estão interligados pelo contrário as informações entre eles é importantíssimo no processo de produção para um bom desempenho. Dentro dessa logística produtiva podemos ter como aliada ao planejamento estratégico a logística integrada responsável pelas atividades básicas da organização como: Movimentação, armazenagem e entrega de produtos, tem como objetivo integrar todos os setores para obtenção de eficiência na produtividade. A logística de informação dentro da organização agrega ao produto através de divulgação de informações desde o processo de produção até o deslocamento final.

Entretanto os objetivos das empresas que adotam a Tecnologia da Informação (TI), além do sucesso, desempenho perante a concorrência, a redução de custo, o aproveitamento de recursos e benefício para gestão da própria empresa, agregam bons resultados de lucros.

Portanto, a tecnologia da informação assume papel relevante para os empreendimentos, permitindo o aperfeiçoamento e a criação de novos negócios e, assim, contribuindo para o aumento de competitividade e da lucratividade.

A tecnologia da informação por si só não determina o sucesso e o rendimento dos negócios, porém os diversos aspectos como: cultura organizacional, políticas da organização, estrutura e processos devem ser considerados fatores que afetam a utilização da TI. Segundo Rezende, (2008) são benefícios da TI**:**

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. (REZENDE, 2008, p.46)

Além de promover os serviços de logística, a tecnologia da informação foi adotada pelas empresas para agilizar procedimentos, satisfazer a necessidade dos clientes e atingir o sucesso almejado. Ou seja, buscam a lucratividade e para chegar até ela devem conquistar os clientes e concorrer de forma igualitária no mercado.

O mercado atual exige das empresas um planejamento logístico integrando que garanta informações rápidas entre os setores com o propósito de interligar todos os fatores que desenvolvam a gestão da cadeia de produção. O gerente de logística foca na execução de todas as etapas, de compra, armazenagem, transportes e entrega garantindo que o serviço e produto chega no local acordado na data certa com eficácia e eficiência garantindo a satisfação do cliente e lucratividade a empresa.

O desempenho empresarial depende da execução de projetos eficientes que descentraliza atividades e reconhece a necessidade de investir não só em tecnologia, mas também na qualificação profissional dos colaboradores. O gestor que almeja sucesso deve reunir todas competências necessárias que desenvolva trabalho em equipe, buscando satisfação do cliente e da empresa, o planejamento logístico pode obter excelentes resultados quando bem planejado, porem ao contrario pode prejudicar as metas que foram estabelecidas, causando transtorno para toda cadeia de produção. O sistema de gestão empregada pela organização definira seu nível de serviços ofertados aos clientes. Ao longo do tempo esse sistema tem passado por mudanças repentinas e constantes, grande parte dessas mudanças são resultados do avanço tecnológico, automação de processos, estratégias de fusões e aquisições. A globalização tem contribuído assim como as mudanças nas políticas públicas governamentais.

**4-CONCLUSÃO**

Conclui se que empresas que buscam vantagens competitivas dentro do mercado globalizado precisam desenvolver técnicas de planejamentos estratégicos para se manter frente a concorrência. A logística contribui muito para o desenvolvimento do processo proporcionando eficiência e eficácia. O Sistemas logísticos flexíveis e dinâmicos, que se concentram nos requisitos dos clientes, podem proporcionar às empresas vantagens competitivas sobre concorrentes estabelecendo novos paradigmas para se manter frente ao mercado cada vez mais exigente, principalmente em termo de diferenciação de produtos que atendam às necessidades e exigência dos clientes.

Entretanto elaborar técnicas inovadora para a cadeia de suprimentos e agregar a tecnologia como fator de diferenciação, podem ser o caminho para obtenção de bons resultados e garantir competitividade e fidelidade por parte do cliente.

Contudo ela representa todo controle de gerenciamento do processo desde o transporte para entrada de insumos na empresa até o consumidor final. Atua como uma rede de organização passando todas as informações necessárias para aperfeiçoar o sistema organizacional.

Pode se dizer que o objetivo geral foi trazer a importância que a logística tem dentro de uma organização explanando sua eficácia no setor produtivo como fator de diferenciação de competitividade. As empresas que adotam as melhores práticas logísticas saem das formas tradicionais e passam a sistematizar seu processo acompanhado as transformações causadas pelo mercado globalizado, usam estratégias de planejamentos logísticos como uma ferramenta poderosa para conquistar os clientes agregando confiabilidade.

A pesquisa contribuiu para responder com clareza a importância do planejamento logístico dentro de qualquer setor e consequentemente mostrar que empresas que adotam a logística com estratégia competitiva mantem se a frente de seus concorrentes e obtém bons resultados e lucratividade.

Portanto conclui que a logística está intimamente ligada ao sucesso das empresas, e que evoluiu muito com o avanço tecnológico. Contribui na busca do sucesso e está ligada como fonte vital em qualquer empreendimento levando aos clientes o produto ou serviço no lugar certo com menor custo.

**REFERENCIAS**

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: Saraiva,2003

Kotler, Philip; Keller Lane. ( 2006). Administração de Markting.12.Ed.São Paulo: Pearson prentece hall CHRISTOPHER, Martin. Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. São Paulo: Futura. 1997.