



A LOGÍSTICA COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA NA SATISFAÇÃO DO CLIENTE: REVISÃO DE LITERATURA

ARTIGO ORIGINAL

REIS, Luiz Gustavo Lucas dos ¹, PAULA, Tamires de ²

REIS, Luiz Gustavo Lucas dos. PAULA, Tamires de. **A logística como ferramenta estratégica na satisfação do cliente: revisão de literatura**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano. 07, Ed. 06, Vol. 07, pp. 99-105. Junho de 2022. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/satisfacao-do-cliente>

RESUMO

A gestão da logística está ligada ao desenvolvimento e sucesso de uma empresa. Seus processos quando realizados corretamente se tornam indispensáveis para assegurar ao cliente produtos e serviços de qualidade com sua devida quantidade, entrega e local adequado. Portanto, a eficiência no controle do gerenciamento dos fluxos logísticos proporciona para a empresa uma alta competitividade empresarial e conseqüentemente livra o gestor de ter prejuízos financeiros e de ter um mau relacionamento com o cliente. Nesse contexto, o presente artigo, tem como questão norteadora: qual a relevância da logística para a garantia de satisfação do cliente? E como objetivo geral demonstrar a importância da logística como uma ferramenta estratégica para a garantia da satisfação do cliente, ressaltando, também, sua relevância para o sucesso de uma organização. Para isso, utilizou-se, como metodologia, a revisão bibliográfica. Como resultados, verificou-se que existe a necessidade de trabalhar a logística com o foco no cliente, deixando claro que as

¹ Bacharelado.

² Bacharelado.

RC: 119303

Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/satisfacao-do-cliente>



organizações que estão em busca de garantir a satisfação do cliente e se manterem no mercado, devem adotar práticas logísticas eficientes. Por fim, concluiu-se que a logística é uma ferramenta importante para a satisfação dos clientes e, por meio dela, a empresa poderá obter resultados positivos em seu desempenho perante o mercado competitivo.

Palavras-chave: Logística, Cliente, Organização, Satisfação.

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, as organizações devem se atentar às mudanças e inovações que estão surgindo e buscar diferenciar-se, criando vantagens estratégicas junto ao cliente para destacar-se em relação à concorrência.

Nesse contexto, para garantir que as expectativas do cliente sejam alcançadas ou superadas, as operações de logística encontram-se como o meio fundamental para se alcançar o êxito. Cada etapa deste processo deve remeter a otimização e a eficiência, desde escolha da localização do centro de distribuição, que deve levar em conta o ponto mais adequado buscando minimizar o tempo das rotas que serão utilizadas para atribuir inúmeros benefícios que posteriormente iram ser percebidos pelo consumidor final, até a escolha da rota de entrega que será realizada.

Ante ao exposto, o presente artigo aborda o tema sobre a logística relacionada a satisfação do cliente e o desenvolvimento. Sendo assim, tem como questão norteadora: qual a relevância da logística para a garantia de satisfação do cliente? E como objetivo geral demonstrar a importância da logística como uma ferramenta estratégica para a garantia da satisfação do cliente, ressaltando, também, sua relevância para o sucesso de uma organização.

A escolha do tema, justifica-se, por se tratar de um assunto relevante para o cenário econômico atual de uma organização, onde a tecnologia está tão difundida que permite cada vez mais produtos e serviços semelhantes, tendo como seu único

RC: 119303

Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/satisfacao-do-cliente>



diferencial o serviço prestado ao cliente e, é nesse cenário, que a logística contribui com gestores que almejam o sucesso e que buscam agregar segurança e credibilidade organizacional, juntamente com um produto de qualidade e um atendimento adequado que, além de conquistar a satisfação do cliente, garantem a sua fidelização.

Para Gil (1999), o método científico consiste no conjunto de vários procedimentos para se obter o conhecimento sobre determinado assunto. Entretanto, para ser considerado um método científico, faz-se necessário a identificação de cada etapa para sua posterior verificação ou o estabelecimento do método usado para chegar a tal conhecimento.

Ainda, segundo o autor supracitado, esse método antigamente poderia ser generalizado para quaisquer outros trabalhos científicos, no entanto, cientistas atuais acreditam que existam muitos outros métodos e que o objeto da pesquisa e as preposições a se descobrir são o que os determinam.

Portanto, a metodologia que será utilizada no presente artigo é a bibliográfica, embasada em referências de autores e sites que abordem sobre o tema.

2. LOGÍSTICA

Logística é a agregação dos diferentes meios relacionados a entrega, ao local e ao tempo combinado. Atualmente, seu conceito foi ampliado, abrangendo e agregando novas áreas do conhecimento, como: marketing, engenharia, economia etc. (MAIS POLÍMEROS, 2019).

Ademais, de acordo com Christopher (2007), ela engloba desde a gestão das várias etapas de produção, como a compra da matéria prima, e se estende até os fluxos finais de informações. Todas essas etapas do processo são realizadas pela empresa e por sua equipe de marketing, com foco no desenvolvimento lucrativo da empresa

RC: 119303

Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/satisfacao-do-cliente>



através de entregas otimizadas que viabilizam um menor custo e garantam a satisfação do cliente.

Bertaglia (2001) ressalta, ainda, que a logística visa satisfazer, com o menor custo possível, a demanda dos clientes, ou seja, é necessário gerenciar de maneira correta os fluxos dos produtos, desde o fornecimento até a entrega para o consumo final. Por isso, ela engloba atividades ligadas aos produtos, como: a previsão da demanda, gestão de estoques, armazenagem, design de redes de distribuições e outros.

Nesse contexto, há a necessidade de empreendimentos que visem se diferenciar em meio ao cenário atual competitivo, adotando estratégias logísticas para se manterem no mercado e atender a novos clientes (SANTOS NETO e SANTANA, 2015).

Portanto, entende-se que as empresas devem buscar por melhorias, realizando investimentos relacionados ao setor logístico, pois pessoas qualificadas e treinadas são capazes de planejar as melhores rotas e desenvolver métodos eficazes para a redução de custos com entregas e outros custos até que o produto chegue ao consumidor final. Com isso, conseqüentemente, haverá economia de tempo, dinheiro e garantia de satisfação da clientela.

3. TIPOS DE LOGÍSTICAS

A logística abrange operações desde o levantamento dos pedidos, armazenamento e transporte. Todas essas atividades estão relacionadas ao produto, ou seja, esses processos todos se transformam no produto e na qualidade do produto que será oferecido ao cliente. Nesse contexto, o blog Mais Polímeros (2019), destaca alguns tipos de logísticas, sendo elas:

Logística Empresarial: consiste nas atividades essenciais, como: aquisição, movimentação, armazenamento e entrega ao consumidor final. Tem como objetivo aumentar a qualidade do fluxo comercial através das experiências dos clientes e a busca por menores custos.

RC: 119303

Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/satisfacao-do-cliente>



Logística Integrada: são todos os processos que englobam a cadeia de suprimento, sendo seus processos integrados de tal forma que aumentam a eficiência e melhoram os resultados empresariais.

Logística Reversa: é a área da logística ligada ao pós-venda, ou seja, que controla as informações referente ao retorno dos produtos comercializados, além de incentivar o reuso, a reciclagem e o tratamento dos resíduos que evitam inúmeras formas de poluição.

4. SATISFAÇÃO DO CLIENTE

De acordo com Christopher (2007), o bom serviço oferecido ao cliente pode ser o diferencial entre a permanência e o desenvolvimento de uma empresa e a de seus concorrentes, ou seja, a satisfação do cliente em adquirir um produto que atenda a todas as suas perspectivas pode vir a se tornar um diferencial competitivo perante os concorrentes no mercado.

Ao realizar uma compra, o cliente espera que suas expectativas com relação ao produto ou serviço sejam alcançadas. Sendo assim, o conjunto de atrativos como: fotos, layout, produtos inovadores e outras qualidades, somados a uma entrega segura e pontual, é fundamental para encantar e fidelizar o cliente (SAMICO, 2020).

Ademais, Cunha (s.d), enfatiza a necessidade da valorização do relacionamento com o cliente no pós-venda e a necessidade de se realizar melhorias para surpreender e encantar os clientes nas próximas compras.

5. A IMPORTÂNCIA DA LOGÍSTICA PARA A GARANTIA DA SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Atualmente, as empresas não estão somente buscando estratégias para aumentar o faturamento, mas também têm buscado meios para sobreviver no mercado. Com consumidores mais exigentes a cada compra, as empresas precisam se adequar e se

RC: 119303

Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/satisfacao-do-cliente>



adaptar para atender a estas novas especificações. Nesse contexto, uma logística eficiente, muitas vezes, possibilita que as organizações permaneçam e cresçam mediante a alta competitiva.

Em consonância, Santos Neto e Santana (2015), afirmam que a empresa que se dedica a desenvolver um bom planejamento das operações logísticas, conseqüentemente, terá um melhor desempenho na visão dos clientes, o que acarretará um crescimento maior em relação à concorrência.

O cliente é o principal responsável por manter um negócio vivo. Portanto, há uma grande necessidade de se preservar a satisfação deles com relação às transportadoras, visando manter um bom relacionamento com os compradores (MAIS POLÍMEROS, 2019). Sendo assim, sua satisfação é essencial para que ele olhe de maneira satisfatória para a logística e, assim, a empresa consiga fidelizá-lo e fornecer maior credibilidade ao serviço ou produto oferecido. Por isso, é necessária uma gestão organizada, eficiente, planejada e tecnologicamente desenvolvida (SANTOS NETO e SANTANA, 2019).

Bertaglia (2001), ainda, afirma que para trazer vantagens competitivas em relação aos termos de serviço e redução de custos é necessário administrar a logística de forma correta, para que assim haja uma diferenciação em relação aos concorrentes e garantia da satisfação dos consumidores.

Por este motivo, há a necessidade de se estipular prazos realistas aos clientes, deixando claro que existe a possibilidade de alteração dos prazos devido aos possíveis imprevistos (MAIS POLÍMEROS, 2019). Entretanto, verifica-se que isto pode ser evitado através das previsões de demanda, pois por meio delas é possível manter a qualidade do que está sendo oferecido ao público em épocas de picos e em datas especiais, otimizando o processo de administração logística e, conseqüentemente, garantindo a satisfação do cliente através do cumprimento de prazo.

RC: 119303

Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/satisfacao-do-cliente>



Além disso, diversos outros cuidados são necessários para garantir a satisfação dos clientes, entre eles pode-se citar: a utilização de embalagens apropriadas; acondicionamento adequado no veículo de transporte; planejamento cuidadoso com as rotas de entrega; entre outros, que também visam a segurança do produto e a entrega no prazo estipulado.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do tema abordado e das referências bibliográficas abordadas, fica explícito que a logística contribui de forma essencial para o desenvolvimento da organização, bem como para a garantia da satisfação dos clientes, os quais têm suma importância para qualquer empresa em questão de credibilidade, lucros e objetivos.

Nesse contexto, constata-se que é de suma importância que a empresa seja transparente e íntegra, agindo sempre com idoneidade quando o assunto são promessas de entrega com prazos muito curtos que tem como o único intuito de fazer com que o cliente realize a compra. Prometer uma entrega rápida e não conseguir cumprir só diminui a credibilidade de tal empresa perante o cliente, portanto, é melhor prometer um prazo realista e entregar na data. Deve-se, ainda, deixar explícito ao consumidor que a ocorrência de pequenos atrasos por possíveis imprevistos é algo que pode vir a acontecer, mas, que o real intuito da empresa é buscar trabalhar para que não venha ocorrer novamente no futuro.

Retomando a questão norteadora deste estudo, que visou responder sobre: qual a relevância da logística para a garantia de satisfação do cliente? Concluiu-se que a logística é uma ferramenta importante para a satisfação dos clientes e, por meio dela, a empresa poderá obter resultados positivos em seu desempenho perante o mercado competitivo.

Por fim, destaca-se que a qualidade está implícita no produto ou serviço oferecido por uma organização, porém, não se pode esquecer que o cliente está no final da cadeia

RC: 119303

Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/satisfacao-do-cliente>



de suprimentos e, é um indicador de que a empresa atendeu às suas expectativas, o recebimento do produto desejado da forma como esperava e dentro do prazo estipulado.

REFERÊNCIAS

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

CHRISTOPHER, Martin. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**. São Paulo: Futura. 2007.

CUNHA, Fábio. Satisfação do cliente na logística: aprenda como medir e descubra formas de fidelizá-lo! **Datamex**, s.d. Disponível em: <<https://www.datamex.com.br/blog/satisfacao-do-cliente-na-logistica-aprenda-como-medir-e-descubra-formas-de-fideliza-lo/>>. Acesso em: 18 de out. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MAIS POLÍMEROS. Entenda o conceito de logística e sua importância dentro das empresas. **Blog Mais polímeros**, junho de 2019. Disponível em:< <http://www.maispolimeros.com.br/2019/06/03/conceito-de-logistica/>>. Acesso em: 18 de out. 2021.

SANTOS NETO, Ubaldino José dos; SANTANA, Lídia Chagas de. Logística e serviço ao cliente como estratégia competitiva. **Revista de Iniciação Científica – RIC**, jun. 2015, Vol. 02, nº 02, p. 97-111, ISSN 2258-1166. Disponível em: < https://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/2/07_LOGISTICA_SERVICO_CLIENTE_.pdf >. Acesso em: 18 de out. 2021.

RC: 119303

Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/satisfacao-do-cliente>



MULTIDISCIPLINARY SCIENTIFIC JOURNAL

**NÚCLEO DO
CONHECIMENTO**

REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR NÚCLEO DO
CONHECIMENTO ISSN: 2448-0959

<https://www.nucleodoconhecimento.com.br>

SAMICO, Luiz. Como a satisfação do cliente na logística pode influenciar. **Blog VTEX**, julho de 2020. Disponível em: <<https://vtex.com/pt-br/blog/estrategia/satisfacao-do-cliente-na-logistica/>>. Acesso em: 18 de out. 2021

Enviado: Janeiro, 2022.

Aprovado: Junho, 2022.

RC: 119303

Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/satisfacao-do-cliente>