

OS PROCESSOS LOGÍSTICOS E SUAS INTERFACES OPERACIONAIS QUE AGREGAM VALOR ÀS EMPRESAS

Paulo Sérgio Félix da Costa¹ (paulosergiofelix2009@hotmail.com)

Marilda Sena Pereira Zuza²

RESUMO:

INTRODUÇÃO: Em vários segmentos de negócios, para que um profissional de qualquer área possa executar bem as suas funções cotidianas deve ter conhecimentos básicos de planejamento, execução e controle das operações logísticas por causa de sua importância e abrangência. Afinal há interfaces da logística com, praticamente, todas as áreas da empresa. A logística não tem fronteiras na organização. Suas atividades vão desde a obtenção de matérias-primas e serviços dos fornecedores até a prestação de serviços e fornecimento de produtos aos clientes. **OBJETIVO:** Este estudo busca caracterizar os processos logísticos, destacando suas principais características e utilização como ferramenta de geração de valor para as empresas. Especificamente, aborda a interface da logística entre os processos de produção e marketing, uma vez que os objetivos do marketing e da logística estão interligados. **METODOLOGIA:** Este estudo está embasado no desenvolvimento de pesquisas bibliográficas, têm caráter exploratório. As informações são analisadas de forma qualitativa, ou seja, sem a pretensão de quantificá-las, expõe-se os conceitos e faz-se uma avaliação referente às publicações realizadas acerca deste tema em livros, artigos, monografias, dissertações e teses. **RESULTADOS:** Conforme análises realizadas, nota-se que para uma organização ter êxito, a gestão logística torna-se indispensável, deve-se desenvolver seus processos com qualidade, agilidade e eficácia em suas operações. **CONSIDERAÇÕES FINAIS:** A valorização crescente das atividades logísticas no planejamento estratégico das empresas é uma mostra de sua importância na obtenção de constante melhoria na organização empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: Logística. Produção. Marketing.

¹ Graduando do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

² Orientadora – Prof.^a do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Mestre em Engenharia de Produção pela UFSC, especialista em Marketing Empresarial para Executivos pela UFRRJ. Professora de Cursos de Graduação e Pós-Graduação.