

A IMPORTÂNCIA DA LOGÍSTICA EMPRESARIAL: O ESTUDO DOS CASOS DA AMAZON, UNILEVER E NATURA

Matheus da Silva Macedo (Roque de Castro Reis)
Gustavo Henrique Siqueira Dos Santos (Roque de Castro Reis)
Fabiana Matos da Silva (Roque de Castro Reis)

ODS 8, ODS 9, ODS 12

Introdução

A logística é o coração de qualquer negócio, a força silenciosa que garante que um produto ou serviço percorra todo o caminho desde sua criação até chegar às mãos do cliente. Quando você compra algo pela internet e ele chega corretamente em sua casa, é a logística que está funcionando de forma eficiente. Uma cadeia bem estruturada reduz custos, agiliza entregas e, sobretudo, aumenta a satisfação do cliente.

Segundo o Instituto de Logística e Supply Chain (ILOS), aproximadamente 70% dos gastos de uma empresa estão relacionados à logística, o que evidencia a importância estratégica dessa área. Compreender o custo logístico total permite que a empresa direcione seus esforços para os produtos e clientes que mais agregam valor, resultando em maior rentabilidade. A logística, no entanto, vai muito além do transporte de caminhões: envolve o gerenciamento de estoques, embalagens, tecnologia, sustentabilidade e até questões tributárias.

Nesse contexto, a logística se conecta diretamente aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). O ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico) ressalta a importância de cadeias logísticas que gerem emprego e promovam eficiência sem perder de vista a dignidade do trabalho. O ODS 9 (Indústria, Inovação e Infraestrutura) reforça o papel da logística na modernização de processos e no uso de tecnologias para tornar as operações mais inteligentes. Já o ODS 12 (Consumo e Produção Responsáveis) destaca a necessidade de reduzir desperdícios e implementar práticas sustentáveis ao longo de toda a cadeia de suprimentos.

Grandes empresas já têm avançado nesse sentido. A Amazon, por exemplo, investe em inovação logística com tecnologias de ponta para aumentar a eficiência e reduzir prazos de entrega. A Unilever aposta em práticas sustentáveis na cadeia de suprimentos, buscando reduzir o impacto ambiental de seus processos e embalagens. A Natura, referência brasileira, alia logística e sustentabilidade ao desenvolver modelos de distribuição que valorizam

comunidades locais e promovem consumo responsável. Esses exemplos demonstram que a logística, quando alinhada à inovação e à sustentabilidade, é um motor essencial para negócios competitivos e socialmente responsáveis.

Revisão de Literatura

A logística já foi vista como algo puramente operacional, um trabalho de bastidores. Hoje, ela se tornou um pilar estratégico. Estudos mostram que uma logística bem planejada ajuda a otimizar o fluxo de trabalho, corta gastos desnecessários e agiliza as entregas. Isso não só melhora a satisfação do cliente, mas também faz com que a empresa se destaque da concorrência.

No mercado globalizado de hoje, a logística é o que diferencia uma empresa da outra. Uma gestão eficiente traz rapidez e confiabilidade nas entregas, o que é um fator crucial para a percepção de valor por parte dos clientes. Em resumo, a logística não é apenas sobre o que acontece dentro da sua empresa, mas também sobre como ela se posiciona no mercado, criando vantagens competitivas duradouras.

A logística é fundamental para o sucesso de uma empresa, pois garante que produtos e serviços cheguem ao cliente de forma eficiente, o que reduz custos, acelera entregas e aumenta a satisfação. Considerada um pilar estratégico, a logística moderna se beneficia da inovação e da tecnologia, como a rastreabilidade em tempo real e a automação, para otimizar processos e fortalecer a posição da empresa no mercado, criando uma vantagem competitiva duradoura.

Métodos

A pesquisa será desenvolvida por meio de um estudo comparativo voltado à análise das práticas logísticas e de sustentabilidade das empresas Amazon, Unilever e Natura. A coleta de dados terá como base sites institucionais, relatórios anuais e de sustentabilidade, além de artigos acadêmicos e publicações especializadas.

Resultados ou Resultados Esperados

O quadro 1 apresentado faz uma comparação entre as práticas logísticas da Amazon, Unilever e Natura, considerando seis critérios principais: tempo de ciclo do pedido, custo logístico, precisão do pedido (OTIF), flexibilidade da cadeia, sustentabilidade e tecnologia. A análise comparativa das práticas logísticas de empresas como Amazon, Unilever e Natura,

considerando critérios como tempo de ciclo do pedido, custo logístico, precisão (OTIF), flexibilidade da cadeia, sustentabilidade e tecnologia, permite compreender como a logística vai além de um simples suporte operacional, tornando-se uma estratégia competitiva e um diferencial de mercado.

O **tempo de ciclo do pedido** é crucial porque impacta diretamente a experiência do cliente. Empresas como a Amazon transformaram a agilidade na entrega em um atributo de valor percebido, consolidando fidelização e criando expectativas de mercado. Quanto mais rápido e confiável o processo, maior a percepção de eficiência e conveniência.

O **custo logístico** também é determinante, pois influencia tanto a margem de lucro da empresa quanto o preço final para o consumidor. Uma logística eficiente que equilibra custos e qualidade permite oferecer preços competitivos sem comprometer o nível de serviço. Nesse sentido, a gestão inteligente dos recursos logísticos se traduz em vantagem econômica para ambas as partes.

A **precisão do pedido (OTIF – On Time In Full)** é um indicador que expressa confiabilidade e credibilidade. Para o cliente, receber exatamente o que foi solicitado, no prazo combinado, reduz frustrações e amplia a confiança na marca. Para a empresa, traduz-se em reputação consolidada e redução de custos com retrabalho ou devoluções.

A **flexibilidade da cadeia** demonstra a capacidade da organização de se adaptar a mudanças na demanda ou a imprevistos, como crises globais ou variações sazonais. Essa habilidade não apenas garante continuidade operacional, mas também se apresenta como diferencial competitivo em um cenário de incertezas. Para o cliente, representa segurança de abastecimento e disponibilidade de produtos.

A **sustentabilidade** na logística vai além de atender a demandas regulatórias: ela conecta a identidade da empresa a valores sociais e ambientais cada vez mais valorizados pelos consumidores. Uma cadeia sustentável não apenas reduz impactos ambientais, mas também fortalece a imagem corporativa e agrega valor simbólico ao produto.

Por fim, a **tecnologia** atua como elo integrador e potencializador de todos os outros critérios. Sistemas avançados de rastreabilidade, automação e análise de dados permitem maior visibilidade, precisão e velocidade nos processos, gerando eficiência para a empresa e transparência para o cliente.

Assim, cada um desses tópicos revela como a logística pode ser entendida como parte essencial da estratégia organizacional, influenciando não apenas os resultados operacionais, mas também a percepção e a satisfação do cliente final. O diferencial competitivo não está

apenas em entregar um produto, mas em como esse processo é conduzido para gerar valor tangível e intangível em toda a cadeia

QUADRO1: Comparação das empresas

Critério	Descrição	Amazon (Hipótese de Avaliação)	Unilever (Hipótese de Avaliação)	Natura (Hipótese de Avaliação)
Tempo de Ciclo do Pedido	A velocidade desde a confirmação do pedido até a entrega ao cliente.	Muito Rápido: Foco em entregas no mesmo dia ou em 2 dias (Prime). Grande investimento em tecnologia e centros de distribuição.	Rápido/Moderado: Eficiência na cadeia de suprimentos para varejistas. Foco na distribuição em grande escala.	Moderado/Variável: Pode ter um atraso por causa da demanda assim fazendo o cliente esperar por mais tempo.
Custo de Logística	O custo total de transporte, armazenagem e processamento por unidade.	Baixo (em escala): O volume massivo de pedidos e a otimização de rotas e armazéns reduzem o custo unitário, apesar do alto investimento.	Otimizado: Busca um equilíbrio entre custo e eficiência para manter a competitividade de seus produtos em grandes varejistas.	Equilibrado: A otimização é concentrada em rotas de revendedores e distribuição eficiente para os consultores de beleza.
Precisão do Pedido (OTIF)	On-Time, In-Full (No Prazo, Completo): Percentual de pedidos entregues corretamente e no prazo.	Alto: A automação e a tecnologia avançada de rastreamento minimizam erros, mas o volume alto pode gerar desafios pontuais.	Alto: Essencial para manter a confiança dos varejistas. Processos bem definidos para garantir a integridade e pontualidade das remessas.	Variável: A precisão pode ser afetada pela complexidade do modelo de vendas diretas e pela interação com a revendedora.
Flexibilidade da Cadeia	Capacidade de a cadeia de suprimentos se adaptar a picos de demanda ou interrupções.	Muito Alta: Grande capacidade de escalar operações para eventos como a Black Friday. Diversificação de modais e serviços de entrega.	Alta: Capacidade de ajustar a produção e distribuição para atender a picos sazonais de demanda, por exemplo.	Moderada: A cadeia é mais flexível para atender ao ritmo de vendas diretas, mas pode ter desafios para se adaptar a grandes variações de demanda.
Sustentabilidade	O impacto ambiental das operações logísticas (emissões, embalagens, etc.).	Melhorando: Investe em veículos elétricos e embalagens mais sustentáveis, mas o volume de entregas diárias representa um desafio.	Foco em Sustentabilidade: Forte compromisso com a redução de emissões e embalagens, alinhado aos seus objetivos corporativos.	Foco em Sustentabilidade: Parte central da identidade da empresa, com uso de embalagens recicláveis, busca por rotas otimizadas e logística reversa.
Tecnologia	Uso de sistemas de gerenciamento de armazém (WMS), transporte (TMS) e rastreamento.	Líder Global: Uso intensivo de robótica, IA para otimização de rotas, drones e sistemas avançados de rastreamento em tempo real.	Avançada: Utiliza sistemas de gestão e análise de dados para otimizar processos, mas em uma escala diferente da Amazon.	Em Desenvolvimento: Investimento em tecnologia para integrar pedidos online e o sistema de revenda, otimizar rotas e oferecer rastreamento mais preciso.

Elaborado pelo autor

Conclusões ou Considerações finais

A logística deixou de ser apenas operacional e passou a ser estratégica, garantindo eficiência, redução de custos e satisfação do cliente. Exemplos como Amazon, Unilever e Natura mostram que, quando integrada à inovação e à sustentabilidade, ela gera valor econômico, social e ambiental, tornando-se um elo fundamental entre empresas, clientes e sociedade.

Referências

GOMES, C.F.S. & RIBEIRO, P.C.C. Gestão da cadeia de suprimentos integrada à tecnologia da informação. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

MARTINEZ, Taciana Baldi; BRONDANI, Gilberto. A Importância da Logística nas Empresas. Revista Sociais e Humanas, v. 15, n. 1, p. 87-94, 2002.

Anderson Farias da Silva. Graduação em Administração; Pós-graduação Lato Sensu (especialização) em Logística Empresarial; Pós-graduação Lato Sensu (especialização) em Gestão Pública; Pós-graduação Stricto Sensu (Mestrado) em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação Tecnológica.

Adelar Markoski, UFRGS. Professor da URI Campus de Frederico Westphalen, RS, Mestre em Administração – UFRGS.