

Artigo: *Logística Internacional, uma ferramenta importante para as empresas no século XXI*. Brasil, 2015.

A Logística Internacional é de suma importância para a eficiência das exportações brasileiras e para o crescimento das relações globais, ela se tornou a chave da concorrência para poder atuar com maior competitividade em um mercado globalizado, tem como finalidade dar aos seus clientes externos suporte para cuidar de todas as etapas do processo, desde o desembarço aduaneiro à entrega final das mercadorias, centralizando as operações, padronizando os atendimentos, minimizando erros e fazendo com que a percepção do cliente seja a sua satisfação com o produto, nível de qualidade, preços, serviços justos e valor agregado.

Quando há um desempenho desejável da logística e seus processos internacionais integrados com as estratégias e políticas da organização, as possibilidades de crescimento e conquistas de mercados são extremamente positivas.

A hipótese deste conceito é testada especificamente ao fato de que, para se alcançar mercados competitivos, globalizados e atraentes é de vital importância investir em uma logística internacional adequada e organizada, para possibilitar a obtenção dos resultados desejados.

É um assunto que vem crescendo ao longo dos anos e no atual mercado competitivo, se tornou uma prática de vital importância para as organizações, trata-se de uma ferramenta poderosa que ajuda as empresas a quebrar paradigmas, rever conceitos, fazer muito mais com menos, agregando maior valor ao produto com um custo bastante reduzido. Muitas empresas estão descobrindo esta ferramenta como uma prática competitiva, dando ao cliente a oportunidade de receber o produto certo, na quantidade desejada, qualidade estabelecida e no tempo contratado.

Com a globalização os mercados estão ainda mais competitivos e com mudanças que vão ocorrendo cada vez mais rápida, obrigando as empresas procurarem maneiras que possibilitem a sua sobrevivência, umas destas maneiras é a aplicação da logística internacional.

Fundamentalmente ela tornou-se inevitável para a condução da empresa moderna, uma forma de poder fazer com que as organizações

possam expor seus produtos com uma visibilidade ainda maior, buscando satisfazer as necessidades do cliente, trazendo qualidade no atendimento ao menor custo possível, maior rapidez na entrega do produto buscando a eficiência e a eficácia.

O bom desenvolvimento da logística internacional influi no crescimento das empresas, pode-se obter uma vantagem competitiva, isto significa uma supremacia duradoura em relação à concorrência, obtendo a preferência dos clientes.

O resultado esperado com esta boa logística faz com que o cliente obtenha o suporte em todas as etapas do processo, desde o desembarço até a entrega final do produto, através dela pode executar ações e planejar como a mercadoria pode chegar ao seu destino final de forma satisfatória, prevenindo futuros imprevistos

Bertaglia (2010) afirma que a globalização traz grandes oportunidades para vários setores incluindo o de transportes. No entanto, as práticas gerenciais variam nas diferentes partes do mundo, e o entendimento das necessidades dos clientes e do ambiente é uma condição fundamental para que se possa obter sucesso. A criação dos blocos econômicos e a globalização exigem movimentação em larga escala de mercadoria. O transporte vem tendo um papel relevante no processo uma vez que possibilita o movimento da carga no espaço geográfico e na velocidade desejada. Com a globalização, as exigências tornam-se maiores, pois a competição é acirrada e o atendimento ao cliente é a meta principal.

Castiglioni (2013) diz que na atualidade, onde o cliente é o foco do negócio, o mundo globalizado destina suas preocupações e o método não só para conquistar, mas principalmente para manter clientes, que é a sobrevivência de qualquer negócio. A globalização causou profundas mudanças nas empresas, nas quais qualidade e competitividade deixaram de ser apenas um diferencial entre as companhias para se tornarem fatores de sobrevivência no mercado global. Na atualidade, colocar o produto certo, no local certo, na hora certa, pelo menor preço é a grande meta a ser alcançada.

Rodrigues (2014) destaca que o gerenciamento logístico internacional exige que todas as atividades que interligam o mercado fornecedor ao mercado consumidor sejam vistas sob uma ótica integrada, pois o impacto de qualquer

decisão tomada em algum ponto afetará todo o sistema. Dessa maneira, o seu objetivo é unir o mercado, a rede de distribuição, o processo de fabricação e a atividade de aquisição, de tal forma que seus clientes sejam servidos por níveis de serviços cada vez mais elevados.

A oferta e a demanda dos serviços internacionais é necessariamente um processo dinâmico, sendo necessário que a organização mantenha-se atualizada com as súbitas modificações que usualmente ocorrem no cenário mundial. Além do fluxo físico de mercadorias propriamente dito, determinado pelas importações e exportações, o que se denomina negócios internacionais é um conjunto muito mais complexo de atividades, abrangendo os investimentos e a produção industrial em diversas partes do planeta (Rodrigues, 2014).

Vazquez (2015) atesta que o engajamento no mercado internacional não deve ser uma atividade ocasional da empresa, mas um projeto bem definido, bem estruturado, visando a continuidade e sem lugar para a improvisação. Planejar vendas para o exterior requer levantamentos estatísticos dos mercados importadores em potencial, ao que deve ser acrescentado o exame de sua legislação alfandegária específica. Vender ao exterior é praticamente sinônimo de pesquisa de mercado, promoção comercial, desenvolvimento de produto e contato permanente com o importador.

De acordo ainda com Vazquez (2015) a globalização mundial das economias, com o encurtamento das distâncias dos mercados provocou uma concorrência intensa entre os países. Evidentemente essa disputa pelo mercado tornou-se tão acirrada que o fator preço por si só não decide os negócios. Os produtos com qualidade atestada passam a conquistar com mais facilidades os mercados.

Diante deste cenário a logística internacional pode ser vista como de extrema importância para o comércio exterior e com papel fundamental na economia dos países, cuidando dos clientes e principalmente dos seus produtos desde o ponto de origem até o ponto de consumo.

Para garantir o sucesso da logística internacional, é fator de suma importância também o sucesso dos processos e a prática de poder chegar o produto com qualidade ao destino final, com objetivo que gere satisfação no cliente, respeitando os prazos e tempo de entrega, bem como, os estudos

realizados para poder adentrar nos países conforme a cultura de cada um deles, ou seja, todos os padrões pré-estabelecidos, pois toda estrutura da logística se move para o destino final do produto. Muitas empresas se destacam no cenário internacional pela qualidade dos seus produtos e por obter economias significativas de custos, podendo ter um impacto muito maior na rentabilidade do que um aumento no volume de vendas.

Em suma o processo de Logística Internacional possui suas particularidades e normas e, afirma-se que o crescimento de uma organização e a conquista de mercado externo tem associação com o processo logístico e com as estratégias e estrutura da empresa.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERTAGLIA, P.R. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Abastecimento**. – 2. ed. rev.e atual. – São Paulo: Saraiva, 2010.

CASTIGLIONI, J.A.M. **Logística Operacional. Guia Prático**. - 3ª Edição - São Paulo, 2013 – Editora Érica Ltda

RODRIGUES, P.R.A. **Introdução aos sistemas de transportes no Brasil e à logística internacional**. – 5. ed. rev. e ampl. – São Paulo: Aduaneiras , 2014.

VASQUEZ, J.L. **Comércio Exterior brasileiro**. 11ª ed. – São Paulo: Atlas, 2015.

BALULA, Luciano. Administrador de Empresas – Profº.Universitário Mestrando – Universidade Interamericana Paraguai, Título do Artigo: **Logística Internacional,uma ferramenta importante para as empresas no século XXI**. Brasil, 2015.