

18º Congresso Nacional de Iniciação Científica

TÍTULO: O COMÉRCIO EXTERIOR COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO: UM ESTUDO DE CASO NA INCABRÁS INDÚSTRIA MOVELEIRA DE FERNANDÓPOLIS (SP).

CATEGORIA: CONCLUÍDO

ÁREA: CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS

SUBÁREA: Administração

INSTITUIÇÃO(ÕES): FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS - FIFE

AUTOR(ES): NATÁLIA FERNANDA SIQUEIRA, MICHELE MAYUMI DE OLIVEIRA KOJIMA, LEANDRO JUNIO FELICIANO PELISSARI, ELIÉVERSON LEONDRAS DE SOUZA

ORIENTADOR(ES): CLAYTON APARECIDO CARDOSO DE MORAES

RESUMO

Uma das maneiras das empresas alavancarem a produtividade e ganhar novos mercados é por meio do comércio exterior, que atingiu grande proporção devido ao processo da globalização. Portanto, o objetivo deste trabalho é ressaltar a importância do comércio exterior como um diferencial competitivo para as empresas, diante das oportunidades ocasionadas pelos negócios internacionais. A partir desta proposta, realizou-se uma revisão bibliográfica para demonstrar a importância do comércio internacional para a economia mundial, sendo que a internacionalização de um país proporciona melhores condições de vida para a sua população. Para controlar as negociações entre as nações é necessária a intervenção de órgãos regulamentadores que por meio de leis regem e fiscalizam essas transações internacionais. Diante do crescimento dessas relações comerciais, o setor moveleiro tem se destacado na economia brasileira pela sua capacidade de gerar empregos e pelo seu bom desempenho em relação às exportações no cenário mundial. Com isso, ao relacionar o comércio exterior com o segmento moveleiro, foi desenvolvido um estudo de caso em uma indústria de móveis na cidade de Fernandópolis/SP, que por meio de entrevistas foi possível identificar que a empresa já realizou exportações, porém interrompeu esse processo e apresenta dificuldades em retomar as vendas para o estrangeiro. Ao associar a relevância do comércio exterior e o interesse em exportar dos gestores da empresa, verifica-se que a organização deve replanejar suas estratégias, podendo optar por investir em uma filial no Paraguai ou buscar parcerias e alianças comerciais para facilitar o retorno às exportações.

Palavras-chave: Exportações. Comércio Exterior. Diferencial Competitivo.

1. Introdução

As relações comerciais têm se intensificado devido aos efeitos da globalização que tem aproximado as empresas com a abertura econômica dos países, possibilitando assim a intercambialidade de produtos e serviços entre as nações, suprimindo as necessidades de cada mercado. (CAVUSGIL et al., 2010)

O comércio exterior se tornou uma fonte de oportunidades para as organizações que procuram a diversificação de mercado e o aumento da produtividade, sendo caracterizado como um diferencial competitivo em meio à concorrência.

O estudo das negociações internacionais é importante para demonstrar às empresas o quão podem se beneficiar, já que várias delas possuem capacidade de exportar, porém não usufruem de seu potencial. Isso ocorre, muitas vezes, devido à falta de planejamento e preparo organizacional ou pela insegurança em meio aos riscos que o ambiente estrangeiro pode oferecer.

2. Objetivo

Elaborar um estudo sobre o comércio exterior, demonstrando a exportação de produtos como um diferencial competitivo para as organizações diante das oportunidades ocasionadas por este comércio.

3. Metodologia

A Metodologia tem como finalidade, examinar e descrever métodos e técnicas de pesquisa para a coleta de dados, com o intuito de investigar situações e propor soluções para os problemas identificados. (PRADONOV; FREITAS, 2013)

Será utilizada no presente trabalho a Pesquisa Exploratória que segundo Pradonov e Freitas (2013) é utilizada para oferecer informações sobre o assunto examinado, facilitando a limitação do tema pesquisado e formulando hipóteses. Inicialmente será realizada uma revisão bibliográfica para adquirir conhecimento sobre o assunto, possibilitando a sustentação da ideia principal do tema abordado.

Posteriormente será desenvolvido um estudo de caso que para Pradonov e Freitas (2013) é uma pesquisa aprofundada de um indivíduo ou um grupo, com a finalidade de analisar aspectos variados relacionados ao objeto de estudo, identificando problemas e propondo soluções.

O estudo de caso será realizado na Incabrás Indústria e Comércio De Móveis Ltda., localizada na cidade de Fernandópolis (SP), onde serão analisados os motivos da interrupção do processo de exportação da empresa e as dificuldades que ela enfrenta para realizar novas exportações. Para adquirir dados mais concretos, será utilizado como ferramenta um roteiro de entrevista que será aplicado ao Diretor da empresa e ao Departamento de vendas.

Como método de teste para o roteiro da entrevista, será utilizado à pesquisa piloto, Lakatos e Marconi (2013) afirmam que a pesquisa piloto pode ser aplicada mais de uma vez, entretanto deve ser realizada com grupos que apresentam particularidades similares, mas não com os envolvidos na entrevista final. De acordo com Gil (2002), a quantidade de participantes no teste piloto pode estar entre 10 e 20 pessoas, independente do número da amostragem.

O teste piloto será aplicado para um grupo de 10 pessoas com conhecimento no assunto, envolvendo docentes e profissionais da área de vendas. Após a aplicação, serão verificadas as sugestões dadas e o roteiro de entrevista será corrigido e posteriormente executado a entrevista final.

A metodologia será essencial para a investigação do tema estudado, já que contribuirá como guia orientador da pesquisa, proporcionando informações que vão gerar conhecimentos para alcançar os resultados almejados.

4. Desenvolvimento: A importância do Comércio Exterior e suas influências no cenário econômico mundial.

O processo de globalização intensificou-se com a abertura econômica dos países que possibilitou a interdependência das nações, criando novas oportunidades de negócios. Com a redução da rigidez das barreiras comerciais e o avanço dos recursos de comunicação e transporte, torna-se possível estabelecer uma maior relação comercial além das fronteiras nacionais. (CAVUSGIL et al., 2010)

O Comércio Exterior está relacionado diretamente com a troca de bens e serviços além das fronteiras dos países. Essas transações podem ocorrer por meio da exportação e importação, na qual os países exportam seus excedentes e importam aquilo que necessitam. (CAVUSGIL et al., 2010)

As nações comercializam entre si pelo fato de que essa relação permite que os países alcancem melhores padrões de vida. Além disso, a ausência do comércio internacional impediria muitos países de vestir, alimentar e até mesmo abrigar seus habitantes. É quase impossível imaginar o mundo sem a existência do comércio internacional, não somente para que as empresas e pessoas se beneficiem, mas para que as necessidades humanas possam ser supridas (CAVUSGIL et al., 2010)

As empresas buscam a internacionalização por inúmeras razões, já que a exportação promove vantagens que alavancam a lucratividade e a expansão de seus negócios. Comercializar para outros países também pode ocasionar a diversificação de mercado, valorização da marca, aumento da competitividade, aquisição de parcerias, entre outras. (TRIPOLI; PRATES, 2016)

Uma boa gestão dos negócios internacionais requer das empresas uma análise dos aspectos culturais que envolvem o mercado de destino da exportação. Entender as diferenças dos povos e seus costumes é fundamental para compreender os seus hábitos de consumo e a aceitação do produto que será ofertado. (DALLA COSTA; SANTOS, 2011)

Diversas empresas desconhecem o processo para comercializar externamente, pois não estão preparadas o bastante para este mercado. Muitas vezes o que lhes faltam é o conhecimento dos requisitos necessários para exportar como documentos oficiais, questões políticas e legais, riscos, economia, entre outros. É imprescindível conhecer o mercado alvo para exportação, pois isso permitirá um melhor preparo organizacional para atuar neste mercado tão competitivo. (BORGES, 2012)

4.1 Legislação e regulamentação das negociações internacionais.

A regulamentação do comércio exterior iniciou-se com a criação do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT- *General Agreement on Tariffs and Trade*) em 1947, com o intuito de regular as relações comerciais entre os países. Esse acordo estabeleceu às primeiras normas das transações internacionais. (MRE, 2011).

A última rodada do GATT deu origem à Organização Mundial do Comércio (OMC) que estabelece regras do comércio entre os países no âmbito internacional. O propósito da OMC consiste em assegurar que as transações comerciais ocorram com maior fluidez e facilidade nos processos das negociações. (OMC, 2018).

No Brasil além da OMC, que atua em nível global, existem outros órgãos regulamentadores como: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC); Ministério das Relações Exteriores (MRE); Conselho Monetário Nacional (CMN); Câmara de Comércio Exterior (CAMEX); Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX- Brasil); Sistema Integrado de

Comércio Exterior (SISCOMEX), desenvolvido para unificar as atividades do comércio internacional. (MRE, 2011).

A fim de regulamentar o comércio exterior, existem vários documentos exigidos para o cumprimento das responsabilidades das partes envolvidas no contrato. Os órgãos que regulam esse comércio utilizam esses documentos para o controle administrativo; aduaneiro; cambial e fiscal. (BORGES, 2012).

Para realizar as atividades de importação e exportação é necessário que as empresas cumpram normas e princípios que disciplinam juridicamente o comércio exterior. Um dos ramos jurídicos que exerce o controle de entrada e saída de mercadorias no território nacional é o Direito Aduaneiro. (CARLUCCI, 2001)

O controle fiscal também é uma vertente que regulariza as relações internacionais, que estabelece a gestão dos tributos de acordo com as leis. Segundo o Art. 212, o imposto de exportação incide sobre mercadoria nacional ou nacionalizada destinada ao exterior. (PLANALTO, 2018)

As barreiras tarifárias também afetam o comércio exterior, pois definem medidas que protegem o mercado interno, com o uso de acordos como: Acordo Antidumping; o Acordo sobre Subsídios e Medidas Compensatórias e Acordo sobre Salvaguarda. (BROGINI, 2013)

A cobrança dos tributos é um modo de intervenção governamental que auxilia na arrecadação de receitas para a manutenção econômica do país, podendo assim ser um risco ou uma vantagem para os exportadores, considerando a medida definida pelo governo. (MRE, 2011)

O controle cambial é outra dimensão que regula as transações internacionais, restringindo o fluxo de saída de moeda forte, como o dólar, e a entrada de moeda estrangeira. (CAVUSGIL et al., 2010)

É de extrema importância considerar os riscos que podem atingir os negociadores, que vão além do ambiente legal, abrangendo riscos financeiros, técnico, cultural, entre outros. (CAVUSGIL et al., 2010)

A atividade exportadora também envolve desafios, como compreender as particularidades do mercado e do segmento a ser exportado. Analisar as características do país importador para realizar as transações comerciais, torna a empresa mais preparada para o processo de internacionalização. (MRE, 2011)

4.2 A Indústria moveleira no processo de internacionalização.

A indústria moveleira agrupa vários processos de produção e uma variedade de matérias primas e produtos finais. A diversificação desse setor é definida em razão dos tipos de materiais com que os móveis são produzidos e de acordo com sua utilidade, como por exemplo, móveis residenciais e comerciais. (GORINI, 1998)

No Brasil, o setor moveleiro se destaca por gerar empregos, já que as indústrias são parcialmente automatizadas e necessitam de mão de obra para certas etapas do processo. A competitividade do setor é estimulada pela capacidade que a organização tem em oferecer melhor custo-benefício a seus consumidores, no que diz respeito aos preços, padrões de qualidade e design. (BNDES, 2018)

Na base do processo de exportação está à avaliação da capacidade exportadora. Para isso é necessário um bom preparo que envolve analisar os pontos fracos e fortes, ameaças e oportunidades, realizar pesquisas de mercado, selecionar parceiros e escolher o melhor canal de distribuição. (MINERVINI, 2005)

Toda a atenção com o planejamento estratégico para exportar é importante, pois os resultados agregam maior competitividade e lucratividade para as empresas e o país de origem. Anualmente, o Brasil exporta em média US\$ 290 milhões em móveis de madeira. (SEBRAE, 2017)

Segundo a OMC, o Brasil apresentou o sexto maior crescimento das exportações entre os trinta principais exportadores do mundo, expandindo 17,5% em 2017, após cinco anos de declínio consecutivos. (MDIC, 2018)

Os dados estatísticos comprovam a atratividade da indústria moveleira, sendo possível identificar um potencial de crescimento do setor, demonstrando um ramo promissor para o mercado internacional. (IEMI, 2017)

Em razão das oportunidades que a exportação de móveis vem apresentando, se torna interessante conhecer e estudar sobre esse segmento. Para tanto, será desenvolvido um estudo de caso em uma indústria moveleira de Fernandópolis (SP).

4.3 Estudo de caso: Incabrás Indústria e Comércio de Móveis Ltda.

Fundada em 1974, a Incabrás Indústria e Comércio de Móveis Ltda., é uma empresa familiar, situada na cidade de Fernandópolis (SP). A indústria foi se

destacando no cenário de móveis, principalmente na produção de camas, tornando-se uma das pioneiras na região naquele período. Atualmente a Incabrás possui cerca de 115 colaboradores, atendendo as regiões Sul e Sudeste, Centro- Oeste (exceto Mato Grosso), Norte (Manaus) e boa parte do Nordeste.

A Incabrás visionou a exportação como alternativa para a expansão de mercado. Os produtos exportados eram destinados aos seguintes países: África do Sul, Colômbia, Argentina e Angola, sendo que muitas transações comerciais ocorriam por meio das feiras, onde os investidores estrangeiros tinham contato com o produto e a empresa. Todavia, foi surgindo problemas que dificultaram a continuidade do processo, como a variação do dólar, barreiras legais, inflação nacional, diversificações de produto, avanço tecnológico e concorrência acirrada.

A organização hoje enfrenta dificuldades oriundas da crise no setor moveleiro nacional e do aumento da concorrência direta e indireta, o que contribuiu significativamente para a queda das vendas, até mesmo do principal produto, a cama. Em razão deste cenário surge a necessidade da empresa analisar a opção de voltar a atender o mercado estrangeiro, já que sua capacidade produtiva vai muito além do que o mercado interno é capaz de absorver, visto que a Incabrás já possui máquinas, equipamentos e infra-estrutura adequada para produzir mais.

Optar pela exportação ainda irá aumentar a competitividade da empresa diante da concorrência acirrada, promovendo um diferencial para a organização. Além disso, os gestores demonstram interesse em exportar novamente, o que facilita o retorno da empresa nas negociações internacionais. Todos esses fatores contribuem para buscar novos mercados, na tentativa de alavancar as vendas e suprir a capacidade total de produção, fortalecendo a empresa.

5. Resultados

Após aplicação do teste piloto para verificar as sugestões de melhoria, foram realizadas as devidas correções e marcadas as visitas na Incabrás, totalizando dois dias de entrevista, com o Diretor e o Departamento da organização. A partir das informações coletadas, tornou-se possível identificar que a Incabrás interrompeu seu processo de exportação devido á fatores externos, como: barreiras legais, inflação nacional, avanço tecnológico e concorrência acirrada.

Por já realizarem exportações no passado, a organização possui experiência nesse tipo de comércio e certa aceitação de seus produtos no mercado estrangeiro. Além de tudo, os gestores da empresa têm a consciência de que possuem uma capacidade produtiva que vai muito além do que é produzido atualmente, pois apresentam infra-estrutura, máquinas e equipamentos suficientes.

A empresa encontra dificuldades para retomar às exportações devido ao crescimento da concorrência direta e indireta que afetam o setor, além da instabilidade política que o país se encontra, provocando a hesitação por parte dos investidores estrangeiros. Também pode-se verificar que o gestor manifesta certo receio em se arriscar novamente no exterior devido as frustrações passadas, todavia demonstram profundo interesse em retornar às negociações internacionais.

Ao relacionar o comércio exterior com o interesse em exportar dos gestores da Incabrás, verifica-se que a empresa deve replanejar suas estratégias, podendo optar por investir em uma filial no Paraguai, que atualmente é uma das melhores alternativas para o comércio exterior, em virtude dos vários benefícios fiscais oferecidos pela Lei Maquila nº 1.064/97, já que a lei não cobra impostos na importação de máquinas e matéria-prima para as empresas estrangeiras que decidirem fabricar no país e concede um único imposto de 1% do valor agregado para a exportação. A lei também prevê que a maioria do que for produzido no país deve ser exportado, fomentando ainda mais as atividades desse comércio.

Outra opção seria a busca por parcerias comerciais com empresas que já estão no estrangeiro ou que negociam com o país importador. Além disso, a Incabrás pode buscar alianças com empresas fortes no mercado alvo, ofertando seus produtos sob forma de terceirização fabril, onde a empresa compradora utilizará os produtos agregando-os a sua marca.

6. Considerações Finais

Apostar no comércio exterior pode ser um diferencial competitivo para as organizações que sofrem com a falta de absorção de seus produtos no mercado interno, devido à crescente concorrência e as mudanças de necessidades dos consumidores. Investir no comércio exterior trás expansão de mercados; aumento dos lucros; novas técnicas de negociações e melhoria da qualidade do produto.

Ao tomar a decisão de comercializar além das fronteiras é essencial analisar as questões legais do país importador, uma vez que as leis podem beneficiar a entrada de produtos no mercado interno, sob a forma de isenções, ou interferir negativamente restringindo as importações por meio de barreiras protecionistas.

O processo de internacionalização das organizações leva a análise dos setores que oferecem atratividade nesse tipo de comércio, dentre eles, se destaca o ramo moveleiro que no Brasil tem registrado, anualmente, cerca de 290 milhões de dólares em exportações de móveis, tornando o setor muito atrativo.

Diante do crescimento que o setor moveleiro representa para a economia brasileira, foi desenvolvido um estudo de caso na Incabrás que já realizou exportações e atualmente procura voltar às atividades internacionais, revelando que a empresa necessita buscar novas estratégias para se reerguer nesse comércio.

Muitas empresas possuem o interesse de expandir seus negócios, porém encontram dificuldades em tomar as decisões corretas, devido à falta de planejamento e conhecimento. Para tanto, o comércio exterior é uma excelente estratégia para ganhar novos mercado e promover um melhor aproveitamento da capacidade produtiva, agregando um diferencial competitivo para a empresa.

Fontes consultadas:

BNDES. A competitividade da indústria de móveis do Brasil: situação atual e perspectiva. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/1516/1/A%20mar37_06_A%20competitividade%20da%20ind%C3%BAstria%20de%20m%C3%B3veis%20do%20Brasil_P.pdf>. Acesso em 17 mai. 2018.

BORGES, J. T. Financiamento ao comércio exterior: o que uma empresa precisa saber. Curitiba: InterSaberes, 2012.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Exportação Passo a Passo. Disponível em: <https://www.investeexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicações/m%20anuais/PUBExportPassoPasso2012.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2018.

BRASIL. Planalto. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6759.htm>. Acesso em: 5 mai. 2018.

BROGINI, G. Tributação e benefícios fiscais no comércio exterior. Curitiba: InterSaberes, 2013.

CARLUCCI, J. L. **Uma introdução ao direito aduaneiro**. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

CAVUSGIL, T. S.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. R. **Negócios Internacionais: Estratégia, Gestão e novas realidades**. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2010.

DALLA COSTA, J. A.; SANTOS, E. R. S. **Estratégias e negócios das empresas diante da internacionalização**. Curitiba: Ibpex, 2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GORINI, A. P. F. **Panorama do setor moveleiro no Brasil, com ênfase na competitividade externa a partir do desenvolvimento da cadeia industrial de produtos sólidos de madeira**. BNDES, Rio de Janeiro, n. 8, 1998.

IEMI. **IEMI aponta crescimento para o setor moveleiro**. 2017. Disponível em: <<http://www.iemi.com.br/iemi-aponta-crescimento-para-o-setor-moveleiro/>>. Acesso em: 31 mai. 2018.

KEEDI, S. **ABC do comercio exterior**. 2. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2004.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

MDIC. **Exportações brasileiras crescem acima da média mundial**. 2018. Disponível em: <www.mdic.gov.br/index.php/noticias/3223-exportacoes-brasileiras-crescem-acima-da-media-mundial>. Acesso em: 19 mai. 2018

MDIC- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Exportação**. 2012. Disponível em:<<http://www.mdic.gov.br>>. Acesso em 12 abr. 2018.

MINERVINI, N. **O Exportador: ferramentas para atuar com sucesso nos mercados internacionais**. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

OMC- Organização Mundial do Comércio. Disponível em: <<https://www.hto.org>>. Acesso em: 28 abr.2018.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SEBRAE. **Comércio e serviços: madeira e móveis planejados**. Disponível em:<<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Madeira%20e%20m%C3%B3veis%20planejados.pdf>>. Acesso em: 17 mai. 2018

STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

TRIPOLI, A. C. K.; PRATES, R. C. **Comércio Internacional: teoria e prática**. Curitiba: InterSaberes, 2016.