

**INTERNACIONALIZAÇÃO DE UMA EMPRESA DO SETOR MOVELEIRO DO NOROESTE DO RIO
GRANDE DO SUL**

**INTERNATIONALIZATION OF A COMPANY IN THE FURNITURE SECTOR IN THE NORTHWEST
OF RIO GRANDE DO SUL**

Camila Paulus Link¹

Gustavo Dierings²

Jussana Gabriela Rigo³

Norberto Lengert⁴

Leonei Rother⁵

Eduardo Rowedder⁶

Bruna Luiza Werlang⁷

Resumo

O processo de globalização em que cada empresa precisará desenvolver capacidades para conquistar novos mercados, para que tenham capacidade de competir com aqueles que chegam no próprio mercado interno. Esse cenário impõe desafios às mesmas, além de estarem preparadas para conquistar espaço no mercado onde estão estabelecidas, deverão estar aptas a enfrentar novos mercados. Este estudo teve por objetivo principal investigar o processo de internacionalização de uma Empresa do setor moveleiro, onde buscou analisar os pontos fortes e fracos para a exportação, as oportunidades que a empresa tem, qualidade de produtos, dentre outros fatores. A pesquisa realizada foi classificada em três divisões: teórica empírica, com o método de pesquisa qualitativo e descritiva, por meio do desenvolvimento de uma entrevista semi-estruturada. O presente estudo trouxe a possibilidade de poder entender como funciona a internacionalização de uma empresa, auxiliando a mesma com questões que não possui conhecimento, e oferecendo melhorias para sua organização.

Palavras-chave: Internacionalização. Globalização. Comércio Internacional.

Abstract

The globalization process in which each company will need to develop capabilities to conquer new markets, so that they are able to compete with those arriving in the domestic market. This scenario poses challenges to them, in addition to being prepared to conquer space in the market where they are established, should be able to face new markets. The main objective of this study was to investigate the process of internationalization of a company in the furniture sector, where it sought to analyze the strengths and weaknesses for export, the

¹ Mestre em Ciências Contábeis e Administração. Professora do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: camilalink@uceff.edu.br

² Graduando de Administração do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: gustavodierings@hotmail.com

³ Graduanda de Administração do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: jussanarigo@outlook.com

⁴ Especialização em Gestão de Cooperativas de Crédito. Professor do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: norberto@uceff.edu.br

⁵ Mestrando em Ciências Contábeis e Administração. Professor do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: leonei@uceff.edu.br

⁶ Especialização em Administração Organizacional e Inovação. Professor do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: eduardorowedder@uceff.edu.br

⁷ Especialista em Gestão Comercial e Gestão de Equipes e Liderança. Professora do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: brunaltwerlang@hotmail.com

opportunities that the company has, product quality, among other factors. The research carried out was classified into three divisions: theoretical, empirical, with a qualitative and descriptive research method, through the development of a semi-structured interview. The present study brought the possibility of being able to understand how the internationalization of a company works, helping it with issues that it does not have knowledge of, and offering improvements for its organization

Keywords: Internationalization. Globalization. International trade.

Introdução

Desde a abertura da economia Brasileira, o mercado do país passa por constantes transformações, as quais em sua maioria provenientes do alto nível de competitividade presente no mercado. As empresas devem estar cada vez mais preparadas para se manterem competitivas no mercado visto a devoradora competição imposta pelo atual cenário de globalização da economia, a qual vem sendo fomentada pela pressão imposta por mercados internacionais emergentes. Visto isso, cresce a possibilidade de novos mercados, porém estes exigem que as organizações sejam extremamente competitivas dentro do segmento onde estão inseridas, para isso se faz necessário conhecimento sobre o ambiente o qual a organização faz parte (SCHNEIDER, 2002).

Conforme Pereira (2007), quando a empresa está disposta em ampliar seus conhecimentos e sua estrutura, ela visa as possibilidades de crescimento para a empresa. Sempre busca priorizar o atendimento aos seus clientes trazendo prestabilidade, favorecendo a implementação de novas tecnologias, expandir com novas unidades, atingir um maior público, e aumentar a sua produtividade. A integração das estruturas produtivas nacionais e internacionais são ocasionadas pelo investimento externo, pela inovação tecnológica que atinge nível mundial e pela internacionalização da economia. Pereira (2007) ainda reforça que as razões que levam as empresas a desejarem operar no mercado externo, embora as mesmas já estejam estabilizadas no país de origem, devem ser analisadas em cada caso. Contudo, para que uma empresa se aventure no mercado estrangeiro ela deve possuir algumas vantagens especiais, tais como: patentes, produtos diferenciados, acesso a determinadas tecnologias, etc.

O processo de globalização em que cada empresa precisará desenvolver capacidades para conquistar novos mercados, para que tenham capacidade de competir com aqueles que chegam no próprio mercado interno. Isso é uma tendência mundial a abertura cada vez maior das fronteiras. A partir disso, tem-se como problemática de estudo: Qual é a viabilidade do processo de internacionalização de uma empresa do setor moveleiro do

Noroeste do Rio Grande do Sul? Tem-se como objetivo: Analisar a viabilidade do processo de internacionalização de uma empresa do setor moveleiro do Noroeste do Rio Grande do Sul.

Estimativas do IEMI (2011) afirmam que aproximadamente 76% das empresas moveleiras do Brasil fabricam móveis padronizados, nesse caso as características físicas não podem ser alteradas pelos consumidores. Mudanças recentes no mercado imobiliário vêm implicando reduções das áreas úteis dos imóveis, o que valoriza as soluções que maximizam o aproveitamento de espaço. Ademais, caso o país continue a combinar crescimento com distribuição de renda, é razoável supor que o consumo de móveis seja sofisticado, aumentando a demanda por projetos de decoração que contam com planejamento de mobiliário.

Portanto, com principais destaques do processo de globalização econômica está a crescente participação do movimento internacional de fatores de produção, a intensificação dos fluxos de IDE. Desta forma, as empresas têm ampliado cada vez mais sua participação fora das fronteiras nacionais, seja pela exportação de sua produção ou, sobretudo, pela fundação de bases produtivas no exterior. Em valores correntes, o PIB, que é a soma dos bens e serviços finais produzidos no Brasil, totalizou R\$2,4 trilhões no segundo trimestre de 2022, os dados foram divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). A importância do setor moveleiro para a economia brasileira é claramente percebida por meio de sua capacidade de geração de empregos, por sua propagação pelo território nacional e pela grande quantidade do montante e a jusante de sua cadeia produtiva (GALINARI, JUNIOR, MORGADO, s.d).

Referencial Teórico

O referencial teórico foi dividido em três tópicos. O primeiro deles comenta sobre o efeito da globalização relacionado a empresas que resolveram começar exportar para outros países, em sequência é abordado sobre o comércio internacional que traz como que é a internacionalização das empresas, e para concluir é apresentado sobre o cenário internacional da indústria de imóveis na Região sul, especificamente do estado do Rio Grande do Sul.

Globalização

As empresas quando cogitam a possibilidade de realizar uma expansão de sua empresa para outro país, é de suma importância que desenvolvam a definição de uma estratégia para que seu crescimento progrida. A definição de estratégia apresenta uma variação em relação ao que é apresentado como o seu real significado, não existindo um conceito único. Grant (2010) define o termo estratégia como uma visão mais ampla do que o seu significado condiz, realizando uma análise pelo que as organizações ou indivíduos buscam alcançar os seus objetivos, composta por ações críticas que envolvem a alocação de recursos e integração ou coesão das decisões e ações. Conforme Wright, Kroll e Parnell (2011) para alcançar resultados consistentes com a missão e objetivos gerais na organização é preciso possuir planos de alta administração. A estratégia passou e continua passando por mudanças contínuas, desde suas origens, mas nunca perdeu suas raízes semânticas (MAINARDES; FERREIRA; RAPOSO, 2014).

Com a globalização, os países passaram a ficar mais integrados unindo empresas, mercados e pessoas. As empresas, boa parte devido ao fluxo de informações, obtiveram a possibilidade de ampliar seu mercado consumidor e adquirir bons lucros com a realização deste processo, aproximando compradores de vendedores e exportadores de importadores (MATOS; VIANA; OLIVEIRA, 2015). De modo que a empresa nacional consiga desenvolver globalmente as suas atividades, precisa expandir a sua área de mercado. Todo o processo de internacionalização possui certos cuidados que necessitam de uma visibilidade maior de cada organização, tais como: elevado conhecimento do mercado que almeja adentrar, disposto a investir em novas tecnologias na área de produção, buscar novos fornecedores, capacitação profissional, adequação de rótulos ou embalagens do produto dentre as normas do país revendedor, conhecimento sobre as políticas de exportação vigentes e com os custos do transporte e logística (MATOS; VIANA; OLIVEIRA, 2015).

A globalização, além de impulsionar algumas das operações de comércio exterior, facilitou a transmissão de informação e o compartilhamento de novas tecnologias pelo mundo, dentro das organizações. De certa maneira, a globalização permitiu que as empresas ampliassem o seu campo de atuação, não se restringindo apenas ao território de seu país (GLOBALIZAÇÃO...,2018). Deste modo, é de suma importância que seja apresentado como a globalização tem impactado no comércio internacional, e diante disso é o próximo tópico a ser comentado.

Comércio internacional

A internacionalização tem seu início na identificação das várias modalidades de entrada nos mercados externos. Analisando os respectivos benefícios, custos e riscos, é possível determinar quais as vias de internacionalização mais apropriadas à empresa, é essencial verificar se a atuação nos mercados externos deve ser adaptada para que aumente a percepção comercial e possa ser padronizado para que possa explorar economias de experiência (SCHNEIDER,2002).

Uma das consequências da globalização foi a tendência das empresas se internacionalizarem, buscando atuar em novos países para diversificar seu mercado consumidor e utilizar-se de novas tecnologias. No entanto, elas também devem aprimorar seus métodos organizacionais e seus produtos para que se tornem competitivos internacionalmente. Assim, a internacionalização gera o fortalecimento das empresas e o aumento da competitividade dos países. Para conquistar novos mercados, cada vez mais exigentes, é necessário o aprimoramento das estratégias de internacionalização. A estratégia na exportação vincula três itens fundamentais: a capacidade de produção da empresa, as oportunidades possíveis nos mercados externos, o tipo da empresa, sua dimensão e eficiência (LUDOVICO, 2008).

A empresa deverá adequar suas técnicas de produção e de comercialização aos padrões globais, respeitando as exigências impostas pelo mercado externo e oferecendo produtos com qualidade compatível aos internacionais. A internacionalização de empresas faz com que o produto seja exposto em mercados mais exigentes, o que amplia a possibilidade de aprimorar o produto exportado e de gerar ganhos maiores do que os previstos inicialmente. No caso de empresas localizadas em países emergentes, a internacionalização pode ser motivada pelo baixo custo do capital em países mais desenvolvidos e por agregar maior valor à marca, pelo fato da empresa estar presente em mercados externos (AMATUCCI, 2009).

A partir do processo de globalização intensificaram-se as relações econômicas, políticas e sociais entre os países, neste sentido, torna-se fundamental a compreensão das relações competitivas entre as nações no comércio mundial. As teorias do comércio internacional são baseadas nos princípios de que os países comercializam entre si devido às diferenças entre eles, como cultura e localização geográfica, e devido ao ganho em economias de escala (KRUGMAN; OBSTFELD, 2010). As teorias existentes na literatura que

buscam explicar a motivação dos países em participarem do comércio internacional tem como resultado comum o fato de considerarem que as nações serão beneficiadas com tal comércio. Os benefícios vão desde a ampliação da diversidade de produtos até mesmo a elevação do nível de produção, emprego e serviços, que tem como consequência, o aumento do nível de renda da população.

O comércio internacional é, normalmente, associado aos bens, matérias primas e produtos acabados. No entanto, ele é dividido em dois setores, o setor de bens e o setor de serviços, também chamado de setor terciário, que é um representante significativo nas economias devido ao intercâmbio de serviços e à geração de riquezas. O comércio internacional de serviços possui grande potencial, no entanto, o Brasil ainda carece de regulamentação e legislação específica, no que diz respeito à exportação e à importação de serviços. Em sua maioria, as empresas prestadoras de serviços do país assumem caráter interno. A busca destas por internacionalização é relativamente pequena se comparada a de outros países (SOUZA, 2011).

Ao se internacionalizar, as empresas e indústrias aumentam seu mercado de atuação, adquirem novas tecnologias e buscam aumentar sua produtividade e competitividade. Juntamente ao aumento da oferta aumenta-se a concorrência, cabe às empresas buscarem a excelência em seus serviços para manterem-se competitivas no mercado externo. É necessário que estejam atentas às tendências do mercado e procuram sempre novas alternativas, mais eficientes e de menor custo. O comércio é pertinente ao ser humano e o acompanha desde o começo da civilização. Conhecer este princípio e o progresso do comércio internacional é compreender as bases que progrediram nessa atividade econômica, cultural e social em diferentes nações e ocasiões (TRIPOLI; PRATES, 2016).

Cenário internacional da indústria de móveis

O setor de móveis no Brasil é importante para a economia e atualmente se encontra entre os trinta principais produtos mais exportados pelo país. Os produtos de qual a matéria prima é a madeira, que são encontrados com facilidade no Brasil, devido aos fatores geográficos e climáticos que são favoráveis e possui à oferta de insumos. A estrutura do mercado vem de uma parte da produção de móveis que são da base de madeira produzida para uso residencial no Brasil. Os principais polos moveleiros estão localizados nas regiões

sul e sudeste, com destaque para a Região Sul na participação da indústria de transformação (MARCON, MULLER, 2017).

Os estados da Região Sul desenvolveram seus próprios estilos de móveis, com base em suas condições climáticas, geográficas e culturais, as quais oferecem alto grau de competitividade para o país. O presente estudo tem o objetivo de analisar o desempenho do setor moveleiro da Região Sul do Brasil, em especial o estado do Rio Grande do Sul. O setor moveleiro do Rio Grande do Sul é um bom case de resiliência, apesar de fatores como inflação, redução do poder de compra dos brasileiros e instabilidade econômica mundial, os móveis gaúchos registraram faturamento acima de R\$ 8.4 bilhões nos nove primeiros meses de 2022, alta de quase 4% no comparativo com o mesmo período do ano anterior, a partir de informações da Sefaz analisadas pela Associação das Indústrias de Móveis do Estado do Rio Grande do Sul (Movergs). A comparação com janeiro a setembro do ano de 2019, antes da pandemia, o desempenho teve alta nominal de 55,5%. Conforme Haefliger (2022) até setembro do ano de 2022, o Rio Grande do Sul exportou 62,6% a mais em relação a 2019. Esse comparativo mostra que o setor moveleiro se reinventa em meio às dificuldades e é capaz de ganhar ainda mais força, inclusive no mercado internacional (CONCENTINO, 2022).

O recorte de janeiro a agosto de 2022 aponta queda na produção física do setor moveleiro e no volume de vendas do comércio varejista de móveis, mas há uma elevação da receita nominal acima da inflação. Na avaliação do presidente da Movergs, Rogério Francio, o cenário tende a mostrar que ainda existem resquícios de aumento dos custos de produção impactando os preços finais. De acordo com o que a Concentino (2022) comenta, a geração de empregos também tem saldo positivo, conforme dados do Caged, a cadeia moveleira do Rio Grande do Sul criou 15 novas vagas de trabalho entre janeiro e setembro deste ano, totalizando 37.445 profissionais em atividade. Ainda que tímido, o avanço demonstra que o setor continua movimentando o mercado de trabalho e a economia brasileira, de modo que é visto que o setor moveleiro possui grande importância para o seu desenvolvimento no Rio Grande do Sul.

Procedimentos metodológicos

A pesquisa realizada foi classificada em três divisões: teórica empírica, com o método de pesquisa qualitativo e descritiva, por meio do desenvolvimento de uma entrevista semi-estruturada. De acordo com Richardson (2007) este método busca compreender as

características existentes nas situações. Quanto aos meios, foi uma pesquisa bibliográfica, que procura explicar situações a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Para Gil (2007), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

O questionário foi direcionado a uma única pessoa, sendo ela, o gestor da empresa escolhida, coletando assim, apenas uma experiência realizada sobre o processo de internacionalização. Sendo possível realizar uma breve análise sobre a internacionalização de uma empresa de móveis do noroeste do Rio Grande do Sul.

Os dados coletados foram a partir do questionário que foi aplicado de forma escrita e que foram recebidas de forma descritiva. O questionário base é: O processo de internacionalização de uma empresa do setor moveleiro: um estudo de caso, publicado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul Programa de Pós-graduação em Administração Mestrado em Administração por Ana Cristina Sant`anna Schneider, no ano de 2002.

Apresentação e análise dos resultados

Ao realizar a aplicação do questionário com o gestor, foi possível desenvolver uma nova percepção do trabalho que ele desenvolveu durante todos esses anos. O entrevistado é um senhor com a idade de 63 anos, casado, nacionalidade brasileira e de gênero masculino, atua com o setor de móveis a mais de 25 anos, atualmente gerencia a sua loja que está localizada em Derrubadas - RS.

O gestor traz como perfil de seus clientes famílias que possuem renda média e baixa renda, de modo que prezam por uma qualidade elevada e alinhada com um preço justo, produtos que dispõem de durabilidade significativa e que tenha uma montagem fácil, para que o próprio cliente que desejar possa estar montando o seu produto em casa. Comenta também que a empresa não possui uma segmentação por região ou produto, traz como seus principais produtos a cozinha, mesas, camas, roupeiros, cadeiras, painéis, estantes, criados mudo e dentre outros.

Ao ser questionado sobre quais pontos fortes o levaram a começar a realizar exportações de seus produtos, o gestor comenta que a valorização do real nos países da Argentina e Uruguai que são atualmente os países que o mesmo realiza a exportação, é significativamente bom para os seus negócios. Reforça também que por possuir uma proximidade da região da fronteira, acaba facilitando para que ele invista em continuar

realizando as suas exportações, e para que tenha a continuidade de suas exportações o mesmo complementa que teve aumentos significativos em seus faturamentos depois que decidiu começar exportar para os países vizinhos. Segundo Ludovico (2007), exportar é um procedimento que deve ser criteriosamente estudado e planejado sob todos os aspectos administrativos e operacionais, seu principal objetivo é a maximização das vendas nos mercados externos e, de certa forma, a maximização dos lucros.

No questionamento sobre receber sugestões de seu público de produtos para serem desenvolvidos, o gestor comenta que recebe comentários onde os clientes sugerem que ele produza mais móveis sob medidas como: caixas de lenha, sapateiras e balcões de banheiro. Que até o momento ele não realiza a produção dos mesmos em sua organização, mas pode estar havendo a possibilidade futuramente. Sobre ser questionado se a empresa possui algum certificado que comprove o controle e qualidade da organização, o gestor comenta que não possui nenhuma certificação que atesta o padrão de qualidade, como os certificados ISO 9000 ou ISO 14000. Mas afirma que está ciente que estas certificações são de suma importância para a organização, e diz que está no planejamento a médio prazo para realizar a implementação dessas certificações, e está disposto a estar buscando novos conhecimentos para que a empresa melhore o controle da qualidade. Ao longo do tempo a ideia de que as empresas devem usar com maior eficiência seus recursos, com o intuito de conseguir oferecer produtos de forma mais focada, sem perdas desnecessárias em seu processo produtivo. O presente ambiente, acirrado e competitivo, impõe que as empresas venham a buscar atitudes consistentes e eficazes, capazes de trazer resultados que fortaleçam suas estratégias perante os consumidores (MINTZBERG et al., 2010).

Foi abordado também sobre o assunto de designs dos produtos, é notável que o mercado moveleiro possui uma ampla concorrência no desenvolvimento de produtos com traços de design requintados, tais como: cozinhas, mesas, cama, roupeiros, cadeiras, painéis, estantes, criados mudo e dentre outros produtos que são desenvolvidos. Portanto é essencial que apresentem uma boa estética e com aspectos alinhados com a qualidade do produto, sem dúvida nenhuma que isso acarreta na vantagem sobre a concorrência. Deste modo, foi explanado sobre a sua empresa se em relação a este assunto está capacitada, o gestor comenta que a empresa ainda peca nesses quesitos, ainda não possui muito conhecimento a respeito do que foi comentado sobre o desenvolvimento das peças, isto acarreta então, em uma perda de pontos positivos sobre a concorrência que possuem

profissionais mais capacitados e requisitos que não são dispensados na produção dos seus produtos. Segundo o autor Carpinetti (2012) gestão de qualidade total, pode ser considerada como um conjunto de atividades de melhoria contínua envolvendo todos em uma organização, no alcance de seus objetivos, tais como: qualidade, custo e prazo, tendo como foco a satisfação do cliente.

Em relação ao posicionamento de seus clientes referente a sugestões de melhoria ou de reclamações sobre o design de seus produtos, o gestor não teve uma resposta objetiva e clara, mas percebe-se que o seu consumidor cobra por produtos com acabamentos melhores e sofisticados, e que a empresa busque inovar nos segmentos moveleiros que atua, trazendo novidades em matéria prima como: a madeira, mdf, mdp, eucatex, dentre outros. De forma que consiga atender todo tipo de mercado, trazendo opções variadas aos seus clientes e diferentes qualidade de materiais para o desenvolvimento do produto final. A satisfação dos clientes quanto à qualidade de um produto depende ainda da relação entre a expectativa sobre o produto no momento da aquisição e a percepção adquirida sobre o produto no momento do consumo (CARPINETTI, 2016).

Seguidamente foi dado continuidade no questionário, e desta vez foi abordado quais as principais oportunidades de melhorias que a empresa teve com o início da exportação. O entrevistado comenta que trouxe novas implementações de tecnologias para que a empresa estivesse atualizada no mercado, assim estando com todas as tecnologias que melhoram o desenvolvimento da sua empresa, outro ponto importante que comentou foi a realização de implementações de certificados que agregam para o conhecimento e aprimoramento de sua empresa. O último, mas não menos importante, ele comenta sobre o controle da qualidade que tornou-se mais aprimorando trazendo o melhor em qualidade de produtos para seus clientes, como nacionais ou internacionais. Quando uma empresa entra num processo exportador de forma persistente, organizada, planejada e buscando o crescimento da empresa por meio das exportações, ela terá acesso à novas tecnologias, novas formas de negociação, acompanhará seu mercado de forma mundial e trará todo este conhecimento para o desenvolvimento de sua empresa. (PRODUTTARE, 2020).

Dando prosseguimento às perguntas realizadas, foi levantado a questão sobre as principais dificuldades que ele possui com o seu negócio, o gestor comenta que dentre as dificuldades que a organização possui, a que mais chama a atenção dele é a incerteza do mercado. Afirma que “o mercado se encontra muito volátil nos últimos anos”, sua demanda

vem oscilando muito, as crises financeiras também são empecilhos, citou o exemplo que ocorre atualmente na Argentina, país onde possui exportação, todos essas dificuldade acaba espelhando no dia a dia e nos negócios, conseqüentemente acaba dificultando todo o processo de planejamento enquanto organização. Quando questionado se a empresa já passou por alguma consultoria, o gestor alega que nunca foi realizado consultorias dentro da organização, mas quer colocar em prática nos próximos anos, pois acha que é algo que vai agregar em diversos quesitos que a organização está precisando, dentre algumas mudanças que devem ser realizadas e práticas que devem ser adquiridas. O gestor também comenta o fato que na cidade onde está localizada a empresa possui muita dificuldade em encontrar mão de obra qualificada o suficiente para desenvolver o trabalho que a empresa necessita. O setor moveleiro é relativamente mais intensivo em mão de obra do que os demais segmentos da indústria da transformação, entretanto, há grande deficiência de mão de obra qualificada, levando as próprias empresas a contratarem pessoas sem qualificação e as treinarem internamente (BRAINER, 2021).

Em sequência foi questionado sobre a quanto tempo o mesmo está realizando a exportação de seus produtos, o gestor alega que começou a ter interesse de exportar a partir do ano de 2020, quando iniciou a exportar para a Argentina. Com o faturamento crescendo e percebendo que havia feito um bom negócio, em 2022 resolveu expandir a exportação do seu negócio para o Uruguai. Possui uma frequência de demanda de pedidos enviados para os países vizinhos, o mesmo diz que uma vez por mês possui pedidos. Ao tocar no assunto como teve a ideia inicial de começar exportar, o gestor comenta que partiu da procura das empresas do exterior para que ele começasse a mandar seus produtos. Sobre suas metas de exportação, o gestor pensa que daqui a três anos quer estar dobrando a quantidade que ele está exportando para a Argentina, e para o Uruguai dobrando a sua produção de exportação em cinco anos. E para concluir o questionário foi abordado, o porque a empresa quer continuar exportando para esses países, em uma resposta objetiva o gestor comenta que, possui uma imensa oportunidade em exportar para esses dois países e complementa, nestes países possui um share de mercado muito bom a ser explorado e alinhado, a isto busca maximizar seus resultados nos últimos anos. Pensar a ação empreendedora requer uma visão futurista, além de ousadia e pensamento inovador (SILVA, FILHO, SILVA, 2021).

Considerações Finais

A internacionalização das empresas torna-se ainda mais necessária, para que a mesma mantenha sua posição no mercado onde está estabelecida, bem como conquiste novos mercados ainda não acessados. O nível de internacionalização das empresas deve evoluir, em paralelo, às tendências do mercado e às suas competências internas, com a finalidade de reforçar a sua competitividade nos mercados internacionais. Dessa forma, este trabalho teve como objetivo maior investigar a viabilidade do processo de internacionalização da Empresa do setor moveleiro, através da identificação de fatores relacionados, a canais de distribuição, produtos, ações realizadas e barreiras enfrentadas ao longo do processo. E diante disso, foi perceptível, que neste caso a empresa deve estar fazendo a exportação de seus produtos, mas só precisa estar melhorando em alguns quesitos, como canais de distribuição, a qualidade de seus produtos, e que busque trazer mais satisfação aos seus clientes.

O estudo de caso apresenta limitações conhecidas quanto à generalização dos resultados, o que faz com que os dados coletados neste trabalho devam ser considerados apenas no âmbito deste estudo. Além disso, o caso de um setor específico da economia, com uma abrangência determinada, pode limitar as variáveis envolvidas no processo de internacionalização de uma empresa. Outras limitações encontradas foi que não houve uma colaboração por parte do gestor para que fosse possível realizar a aplicação do questionário, e não ter demonstrado muito interesse em realizar a pesquisa.

Sugere-se que a empresa avalie os mercados potenciais e escolha novos pautados em critérios que vislumbre onde conquistar melhores resultados, também avalie os canais de distribuição, a qualidade de seus produtos, e que busque trazer mais satisfação aos seus clientes, a fim de que obtenha maior êxito em seus resultados. No entanto é importante que o gestor busque melhorias para sua empresa, trazendo profissionais qualificados, para que consiga melhorar em diversos âmbitos, desde a mão de obra até a distribuição de seus produtos.

O presente estudo trouxe a possibilidade de poder entender como funciona a internacionalização de uma empresa, e também de ter a oportunidade de estar colocando isto em prática, coletando bons ensinamentos de uma pessoa que atua no mercado a mais de 20 anos, além de poder estar auxiliando a mesma com questões que não possui muito conhecimento, e oferecendo melhorias para sua organização.

Referências

- BRAINER, Maria Simone de Castro Pereira. **Setor moveleiro: Brasil e Área de atuação do BNB – Análise de Aspectos Gerais**. Banco do Nordeste, 2021. Disponível em: https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/bitstream/123456789/827/1/2021_CDS_169.pdf
- CARPINETTI, L. C. R. **Gestão da qualidade – Conceitos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- CARPINETTI, L. C. R. **Gestão da Qualidade: conceitos e técnicas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- CONCENTINO, Natalia. **Setor moveleiro gaúcho registra crescimento em faturamento**, Móveis de Valor, 4 de nov, 2022.
- FECOMERCIO. **Globalização pode ampliar oportunidades para pequenas e médias empresas**, em 2020.
- GALINARI, Rangel; JUNIOR, Job Rodrigues Teixeira; MORGADO, Ricardo Rodrigues. **A competitividade da indústria de móveis do Brasil: situação atual e perspectivas**, Biblioteca Digital, BNDES.
- LUDOVICO, Nelson. **Logística Internacional: um enfoque em comércio exterior**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- MARCON, Mônica; MÜLLER, Mayara Thays. **Análise das exportações de móveis da Região Suldo Brasil**. *Revista Catarinense de Economia*, v. 1, n. 2, Florianópolis-SC, 2017.
- MATOS, Emilly Lima de ;VIANA, Leticia Soares ; OLIVEIRA, Vitor Luiz Silva de. **Internacionalização das empresas brasileiras: como potencializar as oportunidades e enfrentar desafios**. *Cadernos de Aulas do LEA*, n. 4, p. 16-29, Ilhéus –BA, nov. 2015.
- MINTZBERG, H; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. São Paulo: Bookman, 2010.
- PERIN, Fernanda Steiner. **Processo de Internacionalização de Empresas Brasileiras: um estudo sobre o Investimento Direto Externo, 2001-2008**. Universidade Federal de Santa Catarina Curso de Graduação em Ciências Econômicas, 2010.
- PRODUPTARE, **Os desafios e as oportunidades da exportação**, 2020. Disponível em: <https://www.produptare.com.br/blog/os-desafios-e-as-oportunidades-da-exportacao>.