

UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE O COMÉRCIO EXTERIOR DO COREDE NORTE E O DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

A comparative study between the foreign trade of Corede Norte and of Rio Grande do Sul state

Suélen Fernanda Pansera¹ ; Rafael Marcelo Klosinski² ; Marçal Guedes³ ; Kléber Mauri Kielb⁴ ; Fernando Sergio Mazon⁵

¹ Acadêmica do Curso de Administração da URI Erechim. E-mail: suelenpansera.sfp@hotmail.com

² Acadêmico do Curso de Administração da URI Erechim. E-mail: rafaklosinski@hotmail.com

³ Acadêmico do Curso de Administração da URI Erechim. E-mail: marcal-guedes@hotmail.com

⁴ Acadêmico do Curso de Administração da URI Erechim. E-mail: kleber.kielb@gmail.com

⁵ Professor do Curso de Administração da URI Erechim - Mestre em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR. E-mail: fernando.mazon@yahoo.com.br

Data do recebimento: 07/02/2015 - Data do aceite: 07/05/2015

RESUMO: O comércio exterior representa uma forma das empresas, regiões e países crescerem e alcançarem melhores níveis de desenvolvimento. Com base nisso, esta pesquisa busca descrever como está caracterizado o comércio exterior do Corede Norte do Rio Grande do Sul em termos de atuação das empresas, como evoluiu e qual a contribuição da região para o comércio exterior do estado. No referencial teórico, são apresentados conceitos centrais acerca da internacionalização de empresas e as principais formas de atuação internacional utilizadas pelas empresas na região do estudo. São utilizados dados secundários referentes às exportações e importações da região e do estado no período de 2001 a 2014. Para alcançar estes objetivos, utiliza-se de pesquisa bibliográfica e exploratória, com a apresentação de dados por meio de estatística descritiva, contemplando gráficos e tabelas. Constatou-se que a região apresentou crescimento significativamente superior ao estado ao longo dos 14 anos estudados em termos de valores exportados e importados. Entretanto, a cidade de Erechim concentrou o maior número de empresas atuantes, além dos maiores valores negociados.

Palavras-chave: Corede Norte. Comércio exterior. Exportação. Importação.

ABSTRACT: Foreign trade is a way for companies, regions and countries grow and achieve better levels of development. Based on this, this research seeks to describe how foreign trade is characterized in the COREDE Norte of Rio Grande do Sul State in terms of companies performance, how it evolved and what the region's contribution to the State's foreign trade is. Main concepts about the internationalization of companies and the main forms of international operations used by enterprises in the study region are presented in the theoretical background. Secondary data on exports and imports from the region and the state from 2001 to 2014 are used. To achieve these goals, a bibliographic and exploratory research is carried out, presenting data through descriptive statistics, including graphs and tables. It was found that the region had significantly higher growth than the State over the 14 years studied in terms of export and import values. However, the city of Erechim had the highest number of operating companies, as well as higher trading values.

Keywords: Corede Norte. Foreign trade. Export. Import.

Introdução

O crescimento da economia mundial é o que impulsiona o comércio entre nações. A corrente mundial de comércio, representada pelas atividades de exportação e importação, auxilia os países na venda de produtos em que possuem maior especialização, competitividade e disponibilidade, além de proporcionar a aquisição de bens necessários para o consumo ou para suprir demandas nos processos produtivos.

Entre os anos de 2001 e 2014 o fluxo de comércio (soma das exportações e importações) do Brasil passou de US\$ 113,88 bilhões FOB (*Free on Board* – Livre a Bordo) para US\$ 454,16 bilhões, resultando num crescimento de 298,78%. Mesmo com esta evolução, o Brasil representou, neste mesmo período, em média, pouco mais de 1% do comércio mundial, oscilando entre o 20º e o 30º lugar no ranking de países que mais importam ou exportam (ITC, 2015).

A expansão comercial do país acaba por influenciar, em maior ou menor medida, o comércio exterior das unidades da federação

(estados) e de suas regiões, dependendo de vários fatores, tais como: setores em expansão, vocação econômica, proximidade e acesso a outros mercados, acordos econômicos, empreendedorismo local, dentre outros. Neste sentido, o Rio Grande do Sul e o Corede Norte apresentaram crescimento no fluxo de comércio superior ao verificado no Brasil, sob grande influência do aumento no volume do comércio mundial e do país.

Conhecer um pouco mais sobre o histórico do comércio exterior de uma região, pode servir de subsídio para a tomada de ações futuras, com o intuito de consolidar ou impulsionar ainda mais uma trajetória de crescimento, que se desdobra em ganhos para as empresas, a população e para a região como um todo. Sendo assim, este trabalho objetiva apresentar informações acerca da evolução do comércio exterior do Corede Norte do Rio Grande do Sul no período entre 2001 e 2014, analisando algumas das informações obtidas no contexto estadual, em termos de participação percentual no número de empresas atuantes no comércio exterior do estado, taxas de crescimento e um comparativo entre

a participação no Produto Interno Bruto (PIB) e no comércio exterior estadual.

Nas seções que compõem o trabalho, o referencial teórico apresenta conceitos sobre as principais formas de internacionalização dos empreendimentos, bem como as principais características, os benefícios da atuação por meio da exportação e importação, e as modalidades predominantes nas empresas da região em estudo. A metodologia apresenta os tipos de pesquisa utilizados e a forma de análise dos dados. A seção de apresentação elenca algumas informações básicas da região em estudo e das características do seu comércio exterior. As considerações trazem a essência das constatações para os objetivos propostos neste trabalho, bem como a oportunidade para a continuidade e aprofundamento das discussões.

Revisão Teórica

A internacionalização é descrita por Welch e Luostarinen (1988) como um processo no qual uma empresa se envolve em operações internacionais, seja para dentro ou para fora do país (importação ou exportação, por exemplo).

Já as contribuições proporcionadas por Barreto e Rocha (2003) apontam que a internacionalização é um processo de envolvimento da empresa com o exterior, tanto para dentro (*inward*) pela importação, licenças de fabricação, contratos de franquia ou tecnologia, como para fora (*outward*) pela exportação, contratos de franquias ou tecnologia, licenças de fabricação ou ainda, investimento direto no exterior.

Neste sentido, de acordo com Cateora e Graham (2001), este envolvimento pode ocorrer por diversas formas de operação, incluindo importação e exportação, licenciamento, franquia, *joint-venture* e investimento

estrangeiro direto. Os autores discorrem que uma empresa que decide internacionalizar-se precisa escolher uma estratégia de entrada em mercados internacionais compatível com o potencial de mercado, com as habilidades, grau de envolvimento com marketing e comprometimento que conseguirá assumir.

Ao decidir sobre qual será a maneira de entrada no mercado internacional, estão entrelaçadas também as escolhas sobre o grau de risco, envolvimento e controle sobre as operações, incluindo o investimento necessário para o estabelecimento e sustentação da relação (KOTABE; HELSEN, 2000).

Os primeiros estudos sobre internacionalização indicavam que ela aconteceria por meio de um “processo incremental” de envolvimento (e de aprendizado) com o mercado externo, tendo na exportação para países próximos geográfica e culturalmente o início desta trajetória. Essas pesquisas iniciaram com a Escola Nórdica (Uppsala) e tiveram como principais (e primeiros) pesquisadores Johanson e Wiedersheim-Paul (1975) e Johanson e Vahlne (1977).

Tais teorias evoluíram e outros estudos foram elaborados ao longo do tempo, abordando, por exemplo, o surgimento de organizações que estabelecem rápido e significativo envolvimento com o mercado externo, logo após o início de suas atividades. Uma das primeiras pesquisas que investigam o fenômeno das empresas que já nascem voltadas para o exterior foi o de McDougall (1989). Ganitsky (1989), também abordou o tema em seu trabalho sobre exportadores israelenses, as empresas “estabelecidas expressamente desde sua criação para atender mercados estrangeiros”.

Knight e Cavusgil (1995) contribuem observando que nem todas as empresas seguem o modelo incremental de internacionalização e apresentaram um novo tipo de empresa internacional: a empresa nascida global, “*born*

global firm". Em contrapartida, a existência destas empresas representa um desafio às teorias tradicionais de internacionalização, como a da Escola Nórdica, que percebe que o empreendimento gradualmente se envolve nos negócios internacionais, passando no final, a investir diretamente em instalações e processos no exterior.

O caminho da internacionalização oferece múltiplas opções e cada empreendimento deve optar pelo modelo que mais se adapta à sua realidade ou condizente com a sua estratégia. No caso brasileiro, os primeiros estudos sobre o tema foram realizados a partir dos anos 2000 e apontaram o baixo grau de internacionalização das empresas brasileiras (ROCHA, 2001). Segundo a autora, além do fator cultural, também os fatores geográficos, ambientais e motivacionais influenciam ou dificultam o processo de internacionalização dos empreendimentos. Estes fatores podem ser aplicados na análise do potencial e comprometimento das empresas com a internacionalização.

Neste sentido, Mariotto (2007) considera que a internacionalização é sim um processo de envolvimento crescente da empresa em operações internacionais, onde o primeiro contato vivenciado por uma empresa com o mercado estrangeiro ocorre por meio de uma importação ou exportação, estágios de menor envolvimento e comprometimento.

A exportação consiste no envio de remessa de artigos para outro país, uma atividade que pode proporcionar ganhos em competitividade e estímulos para melhoria na eficiência da empresa (SEGRE, 2007). Este envio pode ter finalidades comerciais (venda, amostra, participação em feiras e eventos) ou não comerciais (presentes, reparos, devoluções).

Um dos principais benefícios obtidos por meio da comercialização internacional (exportação) pode ser o aumento das receitas operacionais. Além disso, outros ganhos são

o marketing e o status que ela gera, tanto para a empresa que exporta quanto para o país exportador, a qualidade e operacionalidade, a redução da instabilidade e diluição de risco, a ampliação de mercado e economia de escala e a importação de tecnologia oculta (CASTRO, 2005).

Se a exportação é o envio de artigos (produtos ou serviços) para o exterior, a importação é exatamente o inverso, ou seja, o seu recebimento. O ato de importar significa a entrada de mercadorias provenientes do exterior em um determinado país. Exemplos desse tipo de importação podem ser: importação de amostras sem valor comercial, importação de produtos para feiras e eventos para comercialização, utilização em processos produtivos e também, importação de produtos para pesquisa científica e tecnológica (MALUF, 2000).

Bizelli (2006) afirma que existem interesses específicos de órgãos governamentais nessas negociações, que ultrapassam os de compra e venda do mercado interno. Alguns fatores que o governo usa para o controle das operações de importação seriam: arrecadação tributária, prevenção da evasão de divisas, o equilíbrio da balança comercial e a concorrência do produto brasileiro com o similar estrangeiro.

Para Keedi (2004), a importação torna-se importante, pois praticá-la possibilita a diversificação de mercadorias, e os países importadores deixam de atuar apenas no mercado interno em suas compras, aumentando assim o número de seus fornecedores e ao mesmo tempo reduzindo alguns riscos como: aumento de preços no país e também a política governamental.

Tanto na exportação (venda/envio) quanto na importação (compra/recebimento), há a opção de realizar as operações diretamente (por conta própria) ou indiretamente (com o auxílio de terceiros/intermediários). Para

exportar, é preciso conhecer a cultura, a religião, a política e a forma de consumo dos outros países, uma vez que existem diferenças, e este conhecimento é essencial para uma negociação. Minervini (2005) aponta que as principais barreiras encontradas por parte do exportador são a falta de uma cultura exportadora dentro da empresa e a ausência de profissionais para gerenciar a internacionalização. Para o país exportador, as principais dificuldades são a baixa competitividade, a falta de reconhecimento no mercado mundial, o excesso de regulamentações, as políticas cambiais e os elevados custos financeiros.

Para o país importador, as barreiras encontradas estão relacionadas com as diferenças culturais, a falta de infraestrutura para o transporte do produto, a presença de concorrentes locais e a forte pressão por parte dos sindicatos que exigem o uso do produto local. É importante citar também, a demora na verificação dos documentos necessários à importação, as normas e as barreiras técnicas. Outro aspecto que deve ser analisado é a necessidade de adaptação do produto para que ele se torne mais exportável. Algumas das mudanças podem ser feitas na qualidade, no preço, no produto, de acordo com normas, usos e dimensões (MINERVINI, 2005).

Metodologia

Este artigo foi elaborado com a utilização de pesquisas descritiva, bibliográfica e exploratória. A primeira pesquisa descreve as características de determinada população ou fenômeno ou então, estabelece relações entre variáveis (GIL, 2006). De acordo com Vergara (2009), tal tipologia não objetiva explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para a explicação. Este tipo de pesquisa foi utilizado para a caracterização da região compreendida pelo estudo (COREDE Norte do Rio Grande do Sul) e a evolução do seu comércio exterior.

A pesquisa bibliográfica serviu de base para o desenvolvimento da fundamentação teórica do artigo. Esta foi desenvolvida com base em material já elaborado, constituída principalmente de livros e artigos. A pesquisa exploratória também foi utilizada neste trabalho e tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituí-lo com hipóteses (GIL, 2006).

Os dados utilizados são de origem secundária, provenientes de sites governamentais como o MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e a FEE – Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser. Com isso, foram elaborados tabelas e gráficos que possibilitaram a análise e comparação, para que se pudesse chegar a conclusões mais concretas sobre as características do comércio exterior da região em estudo.

A estatística descritiva foi utilizada para a análise, além dos dados terem sido relacionados em gráficos e textos explicativos, que permitiram entender o comércio exterior da região e sua evolução. O período relacionado na pesquisa compreende a série histórica entre os anos de 2001 e 2014, de estatísticas de comércio exterior disponibilizadas pelo Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior em seu site na internet, distribuídos por municípios e unidades da federação.

A Região em Estudo

Os Conselhos Regionais de Desenvolvimento - COREDES, criados oficialmente pela Lei 10.283 de 17 de outubro de 1994, constituem fóruns de discussões para a promoção de políticas e ações que visam o desenvolvimento regional. Seus principais objetivos são a promoção do desenvolvimento regional

harmônico e sustentável; a melhoria da eficiência da aplicação dos recursos públicos e das ações dos governos para a melhora da qualidade de vida da população e a distribuição equitativa da riqueza produzida; o estímulo à permanência do homem na sua região e sua preservação e a recuperação do meio ambiente.

A divisão regional, inicialmente composta por 21 regiões, foi alterada em 1998 com a criação do 22º COREDE – Metropolitano Delta do Jacuí, em 2003, com a criação dos COREDEs Alto da Serra do Botucará e Jacuí Centro. Em 2006 foram criados os COREDEs Campos de Cima da Serra e Rio da Várzea. E, finalmente em 2008, através do Decreto 45.436, foram criados os COREDEs Vale do Jaguari e Celeiro. O estado conta atualmente com 28 Conselhos Regionais de Desenvolvimento (FEE, 2015).

O COREDE Norte do Rio Grande do Sul é formado por 32 municípios: Aratiba, Áurea, Barão de Cotegipe, Barra do Rio Azul, Benjamin Constant do Sul, Campinas do Sul, Carlos Gomes, Centenário, Charrua, Cruzaltense, Entre Rios do Sul, Erebang, Erechim, Erval Grande, Estação, Faxinalzinho, Florianópolis, Gaurama, Getúlio Vargas, Ipiranga do Sul, Itatiba do Sul, Jacutinga, Marcelino Ramos, Mariano Moro, Paulo Bento, Ponte Preta, Quatro Irmãos, São Valentim, Sertão, Severiano de Almeida, Três Arroios, Viadutos (FEE, 2015).

O setor primário constitui o mais importante setor econômico para a maioria dos municípios, sendo inclusive base das exportações regionais. Além disso, o setor industrial, principalmente o metal mecânico, assume grande importância na economia e nas exportações e importações da região, especialmente da cidade de Erechim/RS, onde é mais representativo.

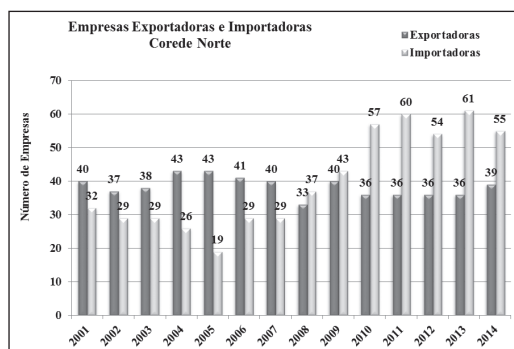
Segundo informações da FEE (2015), o Corede Norte possuía 221.481 habitantes no ano

de 2013, representando 2,04% da população do estado do Rio Grande do Sul para aquele ano. A região possui uma área de 6.364,2 km², o que perfaz 2,25% da área do Rio Grande do Sul. Já a densidade demográfica para o mesmo ano era de 34,8 habitantes/km², abaixo dos 38,1 habitantes/km² do Rio Grande do Sul.

O PIB (Produto Interno Bruto) regional alcançou R\$ 5.643.098 mil em 2012, ou 2,03% do PIB do Rio Grande do Sul e a renda per capita do Corede foi de R\$ 25.535,00, um pouco abaixo do valor para o estado, que foi de R\$ 25.779,00 em 2012 (FEE, 2015).

No início da série histórica (2001), o número de empresas exportadoras do Corede Norte era de 40, encerrando o ano de 2014 com 39, conforme indica a Figura 1. Analisando a série, verifica-se pequena oscilação na quantidade (mínimo de 33 e máximo de 43). As empresas exportadoras são praticamente as mesmas em todo o período avaliado, onde é verificada atividade “esporádica” de exportação em algumas delas e interrupção da atividade em outras.

Figura 1 - Evolução do número de empresas exportadoras e importadoras.



Fonte: MDIC (2015).

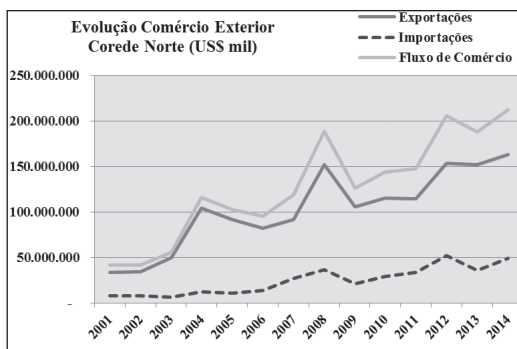
O número de empresas importadoras praticamente dobrou o período pesquisado, iniciando a série com 32 empresas em 2001 e encerrando com 55 em 2014. O menor número foi registrado em 2004 e 2005, anos subsequentes ao pico alcançado pela cotação do dólar.

lar (2003). Porém, a partir de 2006 teve início uma trajetória ascendente, alcançando o valor máximo em 2013, com 61 estabelecimentos importadores, tendo pouca oscilação numérica entre os anos de 2010 e 2014 (MDIC, 2015).

Evolução nas Importações e Exportações do Corede Norte

Se o número de empresas exportadoras permaneceu estável, o mesmo não se pode afirmar com relação aos valores negociados. Conforme indica a Figura 2, as exportações do Corede Norte aumentaram 381,01% no período entre 2001 e 2014, passando de US\$ 33.829.959 mil FOB para US\$ 162.726.760 mil. Neste mesmo período, as exportações do estado do Rio Grande do Sul aumentaram 194,33%. Comparando a evolução no crescimento das exportações do Corede Norte com o as exportações gaúchas, verifica-se que o crescimento foi significativamente superior, embora não tenha apresentado aumento no número de empresas exportadoras. O valor médio exportado por empresa passou de US\$ 845.749 FOB em 2001 para US\$ 4.172.481 FOB em 2014, um aumento de 393,35% (MDIC, 2015).

Figura 2 - Evolução do Comércio Exterior do Corede Norte.



Fonte: MDIC (2015).

As importações do Corede Norte tiveram uma expressiva evolução de 563,51% no pe-

ríodo 2001-2014, passando de US\$ 7.419.458 mil FOB para US\$ 49.228.873 mil FOB. No mesmo período, as importações do estado do Rio Grande do Sul aumentaram 269,07%, tomando-se por base valores em US\$ FOB. A exemplo das exportações, as importações do Corede Norte também apresentaram, em valores, um crescimento superior às importações do Rio Grande do Sul. Neste caso, o aumento nos volumes importados pelo Corede foi suportado também pelo aumento significativo no número de empresas importadoras. A média do valor importado por empresa passou de US\$ 231.858 FOB em 2001 para US\$ 895.070 FOB em 2014, um aumento de 286,04% (MDIC, 2015).

Exportações por Porte de Empresa

O MDIC também passou a disponibilizar, a partir do ano de 2012, estatísticas da quantidade de empresas exportadoras por porte localizadas em cada município da federação e os valores por elas exportados. Para isto, as empresas são classificadas de acordo com o faturamento e o número de empregados. Para o setor industrial, os critérios de enquadramento estão apresentados na Figura 3.

Figura 3 - Classificação MDIC porte de empresa industrial

Porte	Nº Empregados	Faturamento Anual
Micro Empresa	Até 10	Até US\$ 400 mil
Pequena Empresa	De 11 a 40	Até US\$ 3,5 milhões
Média Empresa	De 41 a 200	Até US\$ 20 milhões
Grande Empresa	Acima de 200	Acima de US\$ 20 milhões
Pessoa Física	-	-

Fonte: MDIC (2015)

Uma característica do Corede Norte é a concentração nas operações de comércio exterior, visto que a cidade de Erechim concentrou, no ano de 2014, 90% do total das exportações (em US\$ FOB) e 76,9% das empresas exportadoras do Corede Norte. No que se refere às importações, a mesma foi responsável por 90,48% do total importado pelo Corede Norte em 2014 (US\$ FOB) e 78,18% de empresas importadoras (MDIC, 2014).

De acordo com o MDIC (2015), o Corede Norte apresentou 36 empresas exportadoras, que exportaram mais de US\$ 151 milhões FOB em 2013, último ano em que este dado está disponível com as informações por porte de empresa.

Conforme é possível verificar na Figura 4, além da concentração por cidade, também há uma concentração nas exportações nas grandes empresas. No ano de 2013, elas representaram 36,1% do total das firmas exportadoras, mas responderam por 91,65% do total em US\$ FOB exportado. As médias empresas apresentaram um bom desempenho exportador em 2013, com 6,64% das exportações. As micro e pequenas empresas representam 33,3% do número de estabelecimentos exportadores, porém, respondem por menos de 2% (1,71%) do valor exportado.

Figura 4 - Empresas Exportadoras Corede Norte 2013.

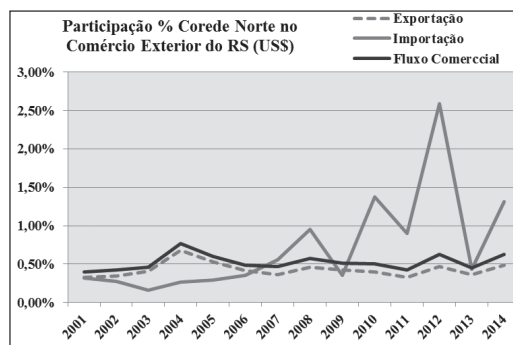
Empresas Por Porte Corede Norte	Nº de Empresas	% Total	Valor Exportado	% Total
Micro	2	5,5	64.142	0,04
Pequena	10	27,8	2.541.367	1,67
Média	11	30,6	10.081.334	6,64
Grande	13	36,1	139.139.680	91,65
Total	36	100	151.826.523	100

Fonte: MDIC (2015).

Participação do Corede no Comércio Exterior do RS

Conforme é possível identificar na Figura 5, a participação da região no comércio exterior do Rio Grande do Sul apresenta estabilidade, com exportações variando em aproximadamente 0,50% do total exportado pelo estado. Por sua vez, as importações apresentam maior variação, especialmente a partir de 2008.

Figura 5 - Participação do Corede Norte no Comércio Exterior do rio Grande do Sul.



Fonte: MDIC (2015).

Na comparação com o estado do Rio Grande do Sul, o Corede Norte foi respon-

sável no ano de 2014 por 0,48% das exportações em valores US\$ FOB. A região sediava em 2001 1,42% das empresas exportadoras do estado. Em 2014, este percentual foi de 1,52%.

No que se refere às importações, o Corede respondeu por 1,31% das importações do Rio Grande do Sul (em valor) no ano de 2014. Em 2001, 1,20% das empresas importadoras do Rio Grande do Sul estavam localizadas no Corede Norte, número que reduziu para 0,87% no ano de 2014.

Considerações Finais

O presente estudo verificou que o comércio exterior do Corede Norte do Rio Grande do Sul desenvolve operações internacionais para dentro e para fora (importação e exportação), conforme descrevem Welch e Luostarienen (1988), Barreto e Rocha (2003), Cateora e Graham (2001) e Kotabe e Helsen (2000). A internacionalização por meio da exportação e/ou importação, predominante nas empresas da região, é utilizada principalmente por empreendimentos iniciantes (JOHANSON E WIEDERSHEIM-PAUL, 1975; JOHANSON E VAHLNE, 1977), sendo caracterizados por menor grau de envolvimento e influência, resultando assim, num coeficiente menor no que se refere a investimentos e risco.

O comércio exterior do Corede Norte apresentou importante crescimento quando comparado com a evolução do comércio exterior do estado do Rio Grande do Sul no período de 2001 a 2014. A corrente de comércio (soma das exportações e importações) do Corede Norte cresceu 413,84%, passando de US\$ 41.249.417 mil FOB em 2001 para US\$ 211.955.633 mil em 2014, enquanto que este mesmo cálculo, baseado no estado do Rio Grande do Sul cresceu 223,43% no período.

A média do valor importado por empresa passou de US\$ 231.858 FOB em 2001 para

US\$ 895.070 FOB em 2014, um aumento significativo de 286,04% (MDIC, 2015), embora esta média possa conter uma distorção. Isto porque uma única empresa, dentre as 55 existentes, concentrou mais da metade das importações do Corede em 2014 (classificação entre US\$ 10 e 50 milhões FOB).

Cabe ressaltar que as importações devem ser consideradas como um instrumento essencial para a sobrevivência das firmas no próprio mercado, visto que melhoram os níveis tecnológicos pela aquisição de equipamentos, bem como a qualidade dos insumos utilizados no processo produtivo (KEEDI, 2004). O aumento no número de empresas importadoras e do volume que importam propicia a inovação e o desenvolvimento das empresas, e conseqüentemente, da região que estão inseridas.

Em contrapartida, as exportações se concentram em um número praticamente estável de empresas na região, sem acréscimos significativos, embora valores tenham aumentado em quase 5 vezes entre 2001 e 2014. Do total exportado pelo Corede em 2014, apenas uma empresa foi responsável por cerca de 1/3 do valor total das exportações (faixa de exportação acima de US\$ 50 milhões FOB). Conforme dados do MDIC (2015), o valor médio exportado por empresa do Corede passou de US\$ 845.749 FOB em 2001 para US\$ 4.172.481 FOB em 2014, um aumento de 393,35%. Entretanto, além da concentração das empresas exportadoras na cidade de Erechim/RS, também há uma concentração nas exportações por parte das empresas de grande porte, uma vez que, no ano de 2013, elas representaram 36,1% do total das firmas exportadoras e 91,65% do total em US\$ FOB exportado.

A exportação pode proporcionar ganhos em competitividade e estímulos para melhoria na eficiência das empresas (SEGRE, 2007). Além disto, quando bem estruturada

proporciona aumento nas receitas operacionais, bem como outros ganhos quanto ao marketing e o status que a exportação gera, tanto para a empresa quanto para o país exportador, a qualidade e operacionalidade, a redução da instabilidade e diluição de risco, a ampliação de mercado e economia de escala e a importação de tecnologia oculta (CASTRO, 2005).

Se considerada a representatividade do comércio exterior do Corede com relação ao estado, existe uma ampla margem para o crescimento. O Corede Norte responde por 2,03% do PIB do Rio Grande do Sul, porém, representou em 2014 apenas 0,48% das exportações e 1,31% das importações. No mesmo ano, o Corede teve 1,52% das empresas exportadoras e 0,87% das empresas importadoras do Rio Grande do Sul. Melhorar o desempenho no comércio exterior regional passa pela consolidação das empresas internacionalizadas por meio da exportação e/ou importação, pela melhora do seu desempenho e pela internacionalização de outras empresas.

O referente estudo procurou apresentar informações sobre a evolução e o panorama atual do comércio exterior do Corede Norte

do Rio Grande do Sul, utilizando informações oficiais disponibilizadas pelo MDIC no período de 2001 a 2014. Não constituiu o objetivo desta pesquisa a identificação das dificuldades ou dos motivos pelos quais algumas empresas não melhoram seu desempenho exportador/importador e outras não se inserem no mercado internacional. Além disto, identificar a existência de outras formas de internacionalização como licenças, franquias e *joint-ventures* demandaria pesquisas diretamente nas organizações e, em alguns casos, estas informações são apenas de uso interno.

Deste modo, ressalta-se a importância de aprofundar as pesquisas para identificar as razões pelas quais as empresas da região apresentam baixo grau de internacionalização (ROCHA, 2001), se por fatores internos (culturais, produtos inadequados, baixa competitividade) ou externos (tamanho do mercado, questões logísticas, legais) (MINERVINI, 2005). A identificação destes elementos poderá auxiliar gestores, empresas e entidades locais (BIZELLI, 2006) a tomarem ações no intuito de estimularem as empresas a atuarem de forma mais efetiva no comércio internacional, proporcionando ganhos a todos *stakeholders* envolvidos neste contexto.

REFERÊNCIAS

- BARRETTO, A.; ROCHA, A. A expansão das fronteiras: brasileiros no exterior. In: ROCHA, A. (Org.). **As novas fronteiras: a multinacionalização das empresas brasileiras**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- BIZELLI, J. S. **Importação: sistemáticas, administrativas, cambial e fiscal**. São Paulo: Lex Editora: Aduaneiras, 2006.
- CASTRO, J. A. **Exportação: aspectos práticos e operacionais**. 6. ed. São Paulo: Lex Editora, 2005.
- CATEORA, P. R.; GRAHAM, J. L. **Marketing internacional**. Rio de Janeiro: LTC, 2001.
- FEE – Fundação de Economia e Estatística Siegfried Emanuel Heuser. Disponível em: <<http://feedados.fee.tche.br/feedados/>>. Acesso em: 10 de jan. 2015.

ITC – International Trade Centre. Disponível em: <<http://www.intracen.org>>. Acesso em: 16 jan. 2015.

GANITSKY, J. Strategies for innate and adoptive exporters: lessons from Israel's case. **International marketing review**, v. 6, n. 5, p. 50-65, 1989.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J.-E. The internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of international business studies**, v. 8, n. 1, p. 23-32, Spring, 1977.

JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. The internationalization of the firm: four Swedish cases. **Journal of management studies**. v.12, n. 3, p. 305-322, 1975.

KEEDI, S. **ABC do comércio exterior: abrindo as primeiras páginas**. 2. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2004.

KNIGHT, G. A.; CAVUSGIL, S. T. The Born global firm: a challenge to traditional internationalization theory. In: **Proceedings of the third symposium of the consortium for international marketing research**. Odense, Denmark, Odense University, 1995.

KOTABE, M.; HELSEN, K. **Administração de marketing global**. São Paulo: Atlas, 2000.

MALUF, S. N. **Administrando o comércio exterior do Brasil**. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

MARIOTTO, F. L. **Estratégia internacional da empresa**. Thompson, 2007.

McDOUGALL, Patricia P. International versus domestic entrepreneurship: new venture strategic behavior and industry structure. **Journal of Business Venturing**, v. 4, n. 6, p. 387-400, 1989.

MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Estatísticas de comércio exterior**. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br>>. Acesso em: 21 jan. 2015.

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

ROCHA, Â. **Por que as empresas brasileiras não se internacionalizam?** Rio de Janeiro: NUPIN/COPPEAD/UFRJ, 2001.

SEGRE, G. **Manual prático de comércio exterior**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

WELCH, L.; LUOSTARINEN, R. Internationalization: Evolution of a Concept. **Journal of general management**, v.14, n.2, p. 34-55, 1988.

