

MADE IN BRAZIL: O CUSTO BRASIL E OS DESAFIOS PARA O AUMENTO DA COMPETITIVIDADE DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS

DIOGO BATISTA DE FREITAS CRUZ

FUMEC

diogo@grupoatus.com.br

FLÁVIA BRAGA CHINELATO

FUMEC

flaviachinelato@gmail.com

FABRICIO ZIVIANI

FUMEC

fabricio.ziviani@fumec.br

ESTRATÉGIA EM ORGANIZAÇÕES

MADE IN BRAZIL: O CUSTO BRASIL E OS DESAFIOS PARA O AUMENTO DA COMPETITIVIDADE DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS

MADE IN BRAZIL: THE BRAZIL COST AND THE CHALLENGES FOR IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF EXPORTS

RESUMO

Este artigo tem como principal função demonstrar o impacto dos itens que compõem o custo Brasil nas operações de exportação brasileira, reforçando ainda mais a necessidade de estudos sobre o assunto, pois como principal resultado tem-se a redução da competitividade dos produtos brasileiros no exterior pela influência desses itens que compõem o Custo Brasil. Para isso, o artigo se estruturou em uma pesquisa descritiva com caráter qualitativo, que apresenta em sua base teórica conceitos importantes para compreensão da importância das exportações brasileiras, assim como os itens que compõem o custo Brasil e para comprovação deste resultado são apresentados dados retirados de um segmento crescente em suas exportações, que é o artesanato de uso doméstico. Tais dados comprovam a necessidade de se buscar alternativas para reduzir a influência do custo Brasil nas operações de exportação para que o país possa aumentar sua parcela de participação de vendas no exterior. Além disso, o conhecimento proporcionado dará condições aos exportadores de se prepararem melhor para seus processos, tratando com mais cautela os itens apresentados neste artigo.

Palavras-chave: Exportação, Competitividade, Custo Brasil.

ABSTRACT

This article has as its main function to demonstrate the impact of items that make up the cost of operations in Brazil Brazilian exports, further reinforcing the need for studies on the subject, because the main result has been a reduction in the competitiveness of Brazilian products abroad by influences of these items that make up the Brazil Cost. For this, the article is structured in a descriptive qualitative, which features in its theoretical concepts important to understanding the importance of Brazilian exports, as well as the items that make up the cost and Brazil to prove this result are presented data drawn from a growing segment in its exports, which is the household crafts. These data demonstrate the need to seek alternatives to reduce the influence of the cost of operations in Brazil exports to the country to increase their share of sales abroad. Furthermore, the knowledge provided to exporters of conditions will be better prepared for their processes, dealing with more caution items presented in this article.

Keywords: Export, Competitiveness, Cost Brazil.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas diversos países começaram a participar de forma mais intensa do comércio internacional, o que gerou um aumento da concorrência com a oferta de novos produtos e novas marcas. Segundo dados do Banco Central do Brasil (BACEN, 2015), em 2010 o volume de importações brasileiras, em bilhões de dólares, foi de 181,638, já em 2014 esse volume foi de 229,060, o que representou um crescimento de 26% no período. No cenário das exportações o Brasil obteve em 2010 o volume de 201,916 e em 2014 o volume de 225,101, ou seja, um crescimento de 11%, ambas operações cresceram no período, o que reforça a intensificação dessa operações no Brasil. Dessa forma, é possível apontar o principal aspecto que as organizações no mundo devem desenvolver, que é a manutenção da competitividade dos seus produtos nesse cenário acirrado. Já é sabido também que vários países possuem políticas de incentivos a exportação, que são de fundamental importância para que a tal competitividade seja alcançada e mantida. Fica claro nesse momento que os programas governamentais fomentam as operações de exportação, aonde a sua indústria interna, seja ela em qual país for, se fortalece e alcança novos mercados, trazendo divisas para o país, entre outros benefícios.

Não diferentemente de outros países, esse também é o desafio do Brasil, que com suas adversidades, características históricas e culturais apresentam-se em constante aperfeiçoamento para a busca e manutenção de uma estrutura que proporcione competitividade aos produtos brasileiros. O objetivo deste artigo é analisar o impacto do custo Brasil na redução da competitividade dos produtos destinados a exportação. Dessa forma, é nesse contexto que este estudo se estrutura, ao buscar conhecer de forma mais acentuada tais desafios para que seja possível a partir daqui propor novas oportunidades.

Sabe-se também que exportar pode ser uma alternativa que as empresas têm para poder expandir o mercado consumidor. Do ponto de vista das organizações isso pode significar um crescimento, já do ponto de vista dos seus clientes pode demonstrar um crescimento e até mesmo inovação, de acordo com o grau de internacionalização que a empresa buscar. Buckley e Casson (1976) acreditam que diversificar os mercados é melhor para ter fontes alternativas.

Alguns autores defendem a ideia de que se internacionalizar não é uma escolha voluntária, mas a única alternativa que a empresa tem para enfrentar a competitividade no mundo altamente globalizado, afirma Recupero e Barreto (2007). Vernon (1966) já destaca que a empresa pode ter benefícios ao vender seus produtos aplicando os mesmos processos feitos na origem em novos mercados.

De acordo com os dados disponibilizados na base do governo AliceWeb a exportação FOB no Brasil no ano de 2002 foi de USD 60.438.653.035 enquanto no ano de 2012 foi de USD 242.579.775.763, o que corresponde um crescimento de 301% em 10 anos.

Esta pesquisa justifica-se como opção para empresas de pequeno e médio porte que pretendam utilizar ou já utilizam principalmente o modal aéreo como opção para escoar a mercadoria destinada a exportação, pois a estes se aplicam o modelo de aeroporto indústria assim como o perfil de carga estudada neste artigo. Bem como empresas que desejam fazer parte do mercado internacional, pois o estudo trará dados e informações importantes para que esse processo seja realizado com ciência de seus desafios e oportunidades.

A relevância deste tema estende-se também a academia, uma vez que este trabalho fornece informações acerca da exportação brasileira, principalmente as exportadoras que utilizam o modal aéreo e os principais pontos de gargalo que geram perda de competitividade dos produtos brasileiros. Dessa forma tal conhecimento poderá fomentar a geração formas, estratégias ou modelos de superação a tais gargalos.

Dessa forma, em busca de responder o questionamento sobre como o Custo Brasil diminui a competitividade das empresas exportadoras, este artigo utilizará o segmento de artesanatos de uso doméstico para demonstrar dados e apresentar resultados importantes para uma análise prévia ao ingresso nesse mercado. Além disso, serão apresentados os principais itens que compõem Custos Brasil, assim como o seu impacto para os brasileiros e as exportadoras realizando um paralelo que demonstre o impacto do Custo Brasil na participação dos produtos brasileiros no mercado internacional.

2. EXPORTAÇÃO

Machado; Nique; et al (2010) destacam que desde os anos 90 com a abertura comercial brasileira, e a consolidação de acordos comerciais e blocos econômicos, tais como o MERCOSUL, houve um aumento significativo nos últimos anos da participação de empresas brasileiras no cenário internacional.

Lucian e Oliveira (2008) afirmam que com esta abertura houve um aumento da competitividade e força das empresas domésticas para competir com as internacionais.

Uma das principais vantagens que uma empresa tem em ser multinacional é a possibilidade de captar conhecimento nos distintos mercados, podendo, inclusive extrair aquilo que o seu mercado não oferece. Esta vantagem pode resultar para a empresa um ganho no grau de competitividade dela em relação aos seus concorrentes locais. Além, claro, de conseguir se manter perante a concorrência internacional. Dessa forma, a construção de redes de contatos e alianças estratégicas em nível internacional é uma questão crítica para a sobrevivência das empresa. Dunning (1980); Andersson e Wictor (2003)

Com o aumento da competitividade no mercado, as empresas sentem uma maior necessidade de buscar inovações e oferecer aquilo que o cliente precisa ou deseja. Outro ponto a destacar é a necessidade da própria empresa em aumentar o lucro e a participação no mercado. Além disso de acordo com Rezende e Serpa (2009) uma forma de alcançar a competitividade no mercado internacional são os programas setoriais de exportação.

Segundo os autores Buckley e Casson (1976) as firmas devem sempre maximizar os lucros. Mas em um país como o Brasil onde o impacto da infra estrutura logística, somada a elevada carga tributária e os demais componentes do “Custo Brasil” as empresas perdem e muito sua competitividade. Muitas vezes não em função delas próprias, mas o que o Brasil não oferece ou oferece de forma ineficiente que acaba impactando negativamente no custo onerando ainda mais os produtos ou serviços.

Isso valida à análise sugerida por Johanson e Wiedersheim-Paul (1975) e Johanson e Vahlne (1977) de que em certos casos o fornecedor prefere criar uma nova planta ao lado do seu cliente do que fazer vendas direto da matriz para atendê-lo. Em outras palavras, no caso do Brasil, muitas vezes é tão complexo e oneroso produzir e escoar uma mercadoria destinada à

exportação que pode ser que seja mais vantajoso criar uma nova planta em outro país para atender determinado mercado.

É sempre importante ressaltar que no Brasil ainda é preciso levar em consideração também as questões trabalhistas, greves e constantes paralisações vulneráveis em praticamente todos os setores e que também podem gerar enorme desgaste para as exportadoras. Pois em muitos casos há contratos que devem ser cumpridos rigorosamente ou então arcar com as consequências pelo descumprimento. Para Avrichir e Chueke (2012) vale apontar a existência de aspectos singulares relacionados ao ambiente institucional e cultural de cada nação.

Entretanto, manter a balança comercial com o saldo positivo é o maior interesse dos países, por isso de forma genérica há maior incentivo para exportação do que para as importações, onde é mais comum verificar barreiras. Avrichir e Chueke (2012) complementam dizendo que em geral, os países emergentes apresentam balança de pagamentos profundamente dependente de exportações de recursos naturais e produtos pouco processados. Já os países desenvolvidos, onde grande parte dos estudos são realizados, apresentam indústrias em que predominam exportações de setores de moderada a alta intensidade de capital e de conhecimento.

3 INCENTIVOS DO GOVERNO PARA EXPORTAÇÃO

De acordo Souza et. al. (2011) entre os anos de 1950 a 1970, emergem as políticas de incentivo a autarquias e ocorre o fechamento da economia brasileira, o que provocou uma baixa participação brasileira em âmbito internacional. Anos mais tarde, tem-se uma indústria fraca competitivamente, resultado da baixa presença no contexto internacional. Para contornar essa situação, o governo brasileiro promoveu, em meados de 1970, políticas de incentivo às exportações, beneficiando as empresas em termos fiscais e creditícios. Como a princípio o interesse dos países é em exportar, algumas formas de incentivo por parte do governo são comuns. O primeiro ponto que mais desperta interesse por parte dos exportadores são as isenções de impostos para os produtos destinados a exportação. Isso faz com que o produto tenha o custo reduzido, e em casos que o exportador possa explorar um pouco mais a questão do preço ele tenha aumentada a sua margem de lucro.

Outras ferramentas disponibilizadas são as agências de promoção comercial onde importadores internacionais encontram fornecedores brasileiros. Neste caso podem ser através de eventos como feiras internacionais, missões internacionais, rodadas de negócios, etc. em muitos casos estes eventos são criados juntamente com os governos de outros países de forma a proporcionar maior segurança para ambas às partes. É comum também que estes eventos além de serem organizados por órgãos ligados ao governo, sejam patrocinados e até mesmo subsidiado os custos para estimular os empresários exportadores a participar e oferecer o seu produto acabado ao mercado internacional. Dentro disso ainda é possível participar de palestras, treinamentos e obter suporte para a exportação, conforme APEX-BRASIL (Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimento e outras agências tais como a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), as Federações das Indústrias, sindicatos, Etc. (REZENE; SERPA, 2009; MINERVINI 2001)

O **Aeroporto indústria** é outro ponto que o Brasil vem tentando desenvolver como alternativa para agilizar as operações e reduzir os custos. Segundo informações da INFRAERO (2013), a ideia é proporcionar a instalação de plantas industriais em aeroportos

internacionais, simplificando os procedimentos aduaneiros e a redução de custos tarifários, tributários e logísticos, resultando no aumento da competitividade das indústrias brasileiras no mercado internacional.

Neste local as indústrias trabalham em neutralidade fiscal, ou seja, as empresas que precisam de insumos importados para desenvolver seus produtos e posteriormente vão exportá-los não pagarão os impostos de importação em um primeiro momento. Quando os insumos chegam ao Brasil e passam pela alfândega são transferidos às instalações e linha de montagem. Caso os produtos sejam destinados ao mercado interno aí sim pagarão todos os impostos e taxas locais como aplicados normalmente. Porém Dugonjíc (1989), diz que no contexto da logística, para a utilização de modelos como esse é fundamental que todo país viabilize todos os modos de transporte para que possa oferecer o pré-requisito logístico para a localização de instalações das empresas dos diversos setores de atividade econômica.

Os principais ganhos provenientes desse modelo ou também chamado regime especial estão na possibilidade de não se pagar impostos na entrada do insumo, mantendo o não pagamento em sua exportação que gera um menor ônus fiscal que aliada a toda infraestrutura proposta a esse regime gera por consequência o aumento da competitividade do produto industrializado no Brasil, refletindo assim a melhor estrutura para o país aonde há a importação de insumos (baixo valor agregado) e há a exportação de produtos industrializados (alto valor agregado). Além disso, de acordo com DIAS *et. al.* (2010) os aeroportos industriais servem como instalações para empresas desenvolverem atividades de produção. Os benefícios desse modelo se estendem também as empresas que importam insumos, industrializam seus produtos e não destinam os mesmos ao mercado externo, mas sim ao mercado interno. Para essas empresas os benefícios são a agilidade proposta na nacionalização de produtos importados e o ganho em fluxo de caixa, já que nesse caso, o importador só terá o ônus fiscal com os tributos devidos na entrada de importação quando houver a venda do produto industrializado através de insumos importados.

Porém, o perfil de carga que utiliza o modal aero é basicamente de cargas leves, pouco volumosas e com alto valor agregado. Isso quer dizer que este benefício não alcança todos os tipos de indústrias do país. Para tal, seria necessário desenvolver o mesmo tipo de projeto nos portos espalhados pelo Brasil. Como já há projetos, porém por parte de empresas privadas. Além disso, conforme Bauldouin (1999) o principal diferencial deste modal é a agilidade e segurança.

4. CUSTO BRASIL

Enquanto por um lado o governo tenta auxiliar aos exportadores de várias formas, por outro, diversos problemas principalmente na infraestrutura brasileira tem causado enormes prejuízos e aumento nos custos. O que no final acarreta na redução da competitividade do produto brasileiro no exterior. De acordo com Padilha e Hoff (2008) a competitividade é entendida de diversas formas dentro das ciências sociais aplicadas, podendo tratar desde a análise de mercados específicos, inclusive os internacionais, onde várias firmas interagem definindo seus respectivos posicionamentos no mercado em que atual. Dentro deste contexto as firmas se expõem a fatores proporcionados pela nação em que ela está presente. O Custo Brasil é um termo genérico utilizado para descrever o conjunto de dificuldades que oneram os investimentos, produtos e serviços no Brasil. Quanto mais elevado for o Custo Brasil, mais difícil será o crescimento e o desenvolvimento do país.

Alguns dos componentes deste Custo Brasil são:

- a) Carga tributária: De acordo com a KPMG (2012) em uma pesquisa realizada entre 14 países do mundo selecionados por ela como os maiores em consumo, o Brasil se destaca como 11º em competitividade fiscal, ou seja, dentre os 14 países o Brasil é o 11º que pega menos tributos do ranking. Ficando na frente somente da do Japão, Itália e França, conforme tabela abaixo:

TABELA 1: Competitividade Fiscal

Competitividade Fiscal - Classificações de 2012 por país		
Classificação	País	Índice Fiscal Total em 2012
1	Índia	49,7
2	Canadá	59,1
3	China	59,7
4	México	63,6
5	Rússia	71,7
6	Reino Unido	73,3
7	Holanda	77,2
8	Estados Unidos	100
9	Alemanha	122
10	Austrália	125,1
11	Brasil	142,6
12	Japão	152,3
13	Itália	152,9
14	França	179,7

Fonte: KPMG 2012

É importante ressaltar que a classificação não se refere as contrapartidas oferecidas pelo país a sua população, mas sim a arrecadação de cada um desses países. Dessa forma, a França que é a última colocada pode ter uma alto nível de contrapartida, que faz com que o contribuinte pague muitos tributos mas tenha infraestrutura, educação, saúde, etc.

De uma forma ou de outra, esse posicionamento deixa claro que o Brasil está longe de ser competitivo com sua carga tributária, isso faz com que o produto brasileiro sofra influência dessa alta carga tributária fazendo com que sua competitividade seja reduzida.

- b) Infraestrutura: De acordo com Petraglia *et. al.* (2009) No Brasil, em função de restrições na infraestrutura logística, ainda existem barreiras que impedem que todos os modais sejam utilizados de forma mais racional. Isso se deve ao pouco investimento feito no passado em relação à integração do transporte. Apesar do processo de privatização de portos, poucas modificações aconteceram no que cabe à infraestrutura logística. A formação do custo final de transporte para o usuário dono da carga dependerá do grau efetivo de concorrência nos mercados constituídos pelos diversos agentes econômicos dentro do porto. Dessa quanto mais precária for à

infraestrutura, com menos desenvolvimento e investimentos, mais elevado ficarão os custos para as empresas e conseqüentemente para os consumidores finais.

- c) Mão de obra: o Brasil tem uma das mãos de obra mais desequilibradas do mundo, onde por um lado o empresário desembolsa uma enorme quantia em um cenário paternalista que o governo impõe. Por outro lado, o empregado recebe um salário que em muitos casos é insuficiente, e desproporcional justificado pelo fato de que entre o que o empresário paga e o empregado recebe existe a tributação que o governo impõe. Um indicador dessa realidade é que, atualmente, a mão de obra é marcada pelos contratos temporários, por flexibilização e por projetos, sendo que a condição assumida pelo trabalhador é a de responsabilidade por seu emprego, o que o leva, assim, a ter como retorno condições para seu crescimento profissional e pessoal ou fontes de opressão, exploração ou exclusão. Todas estas questões passaram a ser impostas ao trabalhador pelo novo formato organizacional resultado de uma estrutura cara para as organização que buscam nesse novo formato o aumento da competitividade através dessa transferencia de responsabilidade, por fim sofrendo menos com este aspecto do Custo Brasil. (FALCE et. al., 2011; SENNET, 2004)
- d) Energia elétrica: o custo para produzir a energia no Brasil é um dos menores do mundo, porém, o consumidor brasileiro para uma das tarifas mais elevadas. A representatividade desse custo para as empresas, principalmente as indústrias é muito significativa, o que deixa o produto mais caro reduzindo a competitividade.
- e) Taxa de juros: a taxa de juros do Brasil embora tenha caído desde o ano de 2012 é extremamente elevada. O que faz com que uma empresa quando necessite de um empréstimo para investir em sua produção, por exemplo, seja tão penalizada na tributação que este investimento pode ser inibido em certos casos ou quando realizado repassado o custo para o consumidor final.

Todos estes custos faz com que o Brasil perca a sua competitividade, pois é preciso lembrar que quando os produtos brasileiros estão competindo no mercado internacional com outros produtos em que o custo do país deles é muito menor e isso faz com que o custo de produção seja significativamente menor. Em outras palavras, o custo que o Brasil impõe as empresas faz com que elas percam a sua competitividade no cenário internacional não por elas, mas sim em função do país em que elas estão localizadas, o Brasil.

5 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A metodologia utilizada neste trabalho é a descritiva, com abordagem qualitativa, expondo informações sobre os principais tipos de transporte e sua utilização no Brasil. Embora sirva de base para tal explicação, não tem objetivo de explicar os fenômenos que descreve; ou seja, são descritas as percepções e expectativas sobre os consumidores e seu comportamento.

Para Gil (2007), analisar a pesquisa do ponto de vista empírico, para confrontar a visão teórica com os dados da realidade, torna-se necessário traçar um modelo conceitual e operativo da pesquisa. Assim, podem ser definidos dois grandes grupos de delineamento: aqueles cujos dados são fornecidos por pessoas (dados primários) e aqueles que se valem das chamadas fontes de “papel” (dados secundários).

Os dados secundários deste trabalho foram obtidos por banco de dados de empresas que atuam no ramo de comércio exterior, através de informações sobre os seus processos de exportação. Também foram utilizados como base de dados informações disponibilizadas pelos portais do governo federal através dos sites da Infraero, da Agência Nacional de Transportes Terrestres e Agência Nacional dos Transportes Aquáticos. Os dados coletados foram tratados com o programa excell.

6 ANÁLISE DE DADOS

Analisando os custos envolvidos em uma exportação é possível perceber a interferência do Custo Brasil na competitividade do produto e com o objetivo de apresentar de forma mais concreta essas informações, serão detalhados os dados sobre a exportação de um item produzido artesanalmente no Brasil, dessa forma a análise contemplará produtos genuinamente brasileiros que são diversos itens para decoração doméstica produzidos através de teares manuais em uma cidade do interior sul do estado de Minas Gerais. Todos os dados levantados neste estudo são fornecidos por uma empresa de consultoria especializada em projetos de exportação e importação.

Serão mensurados em um primeiro momento os valores que correspondem a composição ao preço de venda de exportação, discriminando o Custo Brasil mensurável, o Custo Brasil não mensurável e as demais despesas que compõem o preço de exportação de um produto brasileiro, nessa análise partirá de um preço de venda já definido esmiuçando os itens que o compuseram. Logo após serão apresentados dados que demonstram a forma de composição, ou seja, diferentemente da análise acima citada onde o preço já era definido nesse caso a análise demonstrará a forma com que o preço de exportação é composto. Em suma, na primeira análise o estudo partirá do preço de venda de exportação para as despesas e na segunda o estudo partirá das despesas para preço de venda de exportação.

6.1 Os produtos

Os produtos estudados tratam-se de mantas, tapetes, almofadas e pés de cama, todos produzidos de forma artesanal através da utilização de teares manuais que auxiliam o tecelão a partir do fio para a composição tais produtos. Na exportação em questão a composição dos produtos enviados se resume a:

- a) Almofadas: 18
- b) Mantas: 20
- c) Pés de cama: 5
- d) Tapetes: 7

Totalizando então 50 itens que integralizam um peso total de 35 kg subdivididos em 3 volumes de 30 cm de largura por 25 de comprimento por 40 de altura cada. Vale a pena ressaltar que se trata de um pedido relativamente pequeno que se enquadra no perfil de transporte aéreo, isso por ser uma mercadoria de baixo peso, baixo volume e alto valor agregado, que correspondem exatamente às características mais adequadas para o transporte aéreo.

O valor total correspondente aos produtos somados a todas as despesas e custos para que os mesmos sejam postos no aeroporto de destino da mercadoria é de 1.134,18 euros, que

convertidos para reais a uma taxa de 2,8500 correspondem a R\$ 3.232,40. Para o desenvolvimento da análise esse valor será chamado de X.

6.2 Demais despesas

As demais despesas envolvidas no processo se resumem ao custo do produto que para análise será chamado de X', frete e seguro interno (na origem), despesas aeroportuárias (na origem), frete internacional e tributos pagos na venda de exportação, sendo que esses itens apresentados até então, excluindo o custo do produto (X'), compõem o Custo Brasil mensurável na operação que para o desenvolvimento da análise será chamado de y. Na sequência são acrescidas ao preço de venda de exportação as despesas que compõem o Custo Brasil não mensurável. Vale ressaltar que o Custo Brasil não mensurado é composto por aquelas despesas que não podem ser identificadas de forma clara no processo de exportação, tais como a mão de obra envolvida da produção de uma manta, os tributos que forma pagos na compra das matérias primas, a energia elétrica utilizada na produção, o investimento feito na aquisição de possíveis galpões ou até mesmo os próprios teares, etc. Dessa forma a análise proposta esta de acordo com referencial teórico apresentado que define como principais componentes do Custo Brasil a carga tributária, infraestrutura, taxa de juros, mão de obra e energia elétrica. Sendo assim, para o desenvolvimento da análise o Custo Brasil não mensurável será chamado de Z. Por fim, para que seja possível identificar o Custo Brasil total envolvido na operação, que no estudo será identificado como T, basta somar Y e Z, dessa forma pode-se concluir:

$$T = Y + Z$$

Por fim, deve-se adicionar ao preço de venda de exportação o lucro pretendido na operação, que não compõe o Custo Brasil mensurável nem o Custo Brasil não mensurável, isso porque a margem de lucro se trata de uma despesa que terá como destino a empresa e não é imposto pelo país. Por isso, no estudo o lucro será chamado de X''.

Depois de identificado o T é possível iniciar a primeira análise aonde o X não é uma variável e a partir dele serão estudados os demais componentes do processo de exportação que correspondem aos seguintes valores:

- A) Custo dos produtos: R\$ 1.441,46
- B) Frete e Seguro Interno: R\$ 34,32
- C) Frete e Seguro Internacional: R\$ 741,00
- D) Despesas Aeorpotuáreas: R\$ 4,56
- E) Margem de Lucro: R\$ 686,34
- F) Tributos: R\$ 164,72

Os itens B, C, D e F compõem o Custo Brasil mensurável, que sua soma então será chamada de Y. Dessa forma, para que o Z possa ser identificado será necessário buscar o Z da equação:

$$Z = X - Y - X' - X''$$

Onde:

$$\begin{aligned} Z &= \text{R\$ } 3.232,40 - \text{R\$ } 944,60 - \text{R\$ } 1.441,46 - \text{R\$ } 686,34 \\ Z &= \text{R\$ } 160 \end{aligned}$$

Encontrado o valor Z é possível encontrar o valor total do Custo Brasil que corresponde a soma de Y + Z, onde:

$$T = R\$ 944,60 + R\$ 160,00$$

$$T = R\$ 1.104,60$$

Analisando esse resultado é possível verificar que T corresponde a 34% de X, em outras palavras é dizer que 34% do preço de venda de um produto exportado tem origem no Custo Brasil. Sendo assim, embasado nesses dados é definir que T é uma variável da competitividade e quanto maior for essa variável menor será a competitividade do item e quanto menor for T maior será a competitividade do produto no exterior.

6.3 Das despesas para o preço de venda

Aos resultados apresentados no tópico anterior deve-se ponderar que as análises partiram do preço de venda de exportação. Quando esse valor não é definido previamente, deve-se compor o preço de venda para exportação, etapa por etapa. Não existindo dificuldade alguma para trabalhar com o Custo Brasil mensurável, mas para analisar o Custo Brasil não mensurável há que se estudar muito bem as formas de rateio.

Para o caso em questão, a forma de localização do valor Y permanece a mesma, agora, para localizar o valor Z é necessário tratar cada peça ou unidade individualmente, para saber quanto cada peça absorve dos tributos, da energia elétrica, da mão de obra, etc. Sendo assim depois de feito os rateios das despesas, basta somar os valores correspondentes as quantidades de cada item para encontrar o Z e por consequência o T e por fim para encontrar X deve-se aplicar o seguinte modelo:

$$X = T + X' + X''$$

Assim será possível, após localizar o valor X, encontrar nesse caso os mesmos 34% de representatividade do T em X.

6.4 Análise das representatividades

Para melhor compreensão dos resultados desta análise é importante perceber a representatividade de cada item no preço total de venda para exportação que foi representado na análise por X, conforme tabela abaixo:

TABELA 2: Análise das representatividades

ANÁLISE DAS REPRESENTATIVIDADES		
ITEM	VALOR	REPRESENTATIVIDADE
X	R\$ 3.232,40	100%
Y	R\$ 944,60	29%
Z	R\$ 160,00	5%
X'	R\$ 1.441,46	45%

X''	R\$ 686,34	21%
TOTAIS	R\$ 3.232,40	100%

Fonte: Dados da pesquisa

A representatividade de cada item identifica o quanto ele pesa no preço de venda, dessa forma é possível constatar que o segundo item mais representativo, atrás somente do X' que se trata do custo dos produtos, está o Y que traz o valor do Custo Brasil mensurável representando 29% do preço de venda para exportação, seguido de 21% que se refere a margem de lucro representado por X' e por fim Z que é o Custo Brasil não mensurável equivalente a 5% do total.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após apresentar os dados e informações sobre os pontos que fazem com que uma empresa exportadora brasileira perca competitividade. Fica claro quais são os desafios do Brasil reverter esta situação. Dentre esses desafios se destacam a carga tributária e a infraestrutura brasileiras que compõem em maior peso o Custo Brasil mensurável, onerando de forma direta o produto brasileiro.

Se o país deseja verdadeiramente ter um superávit na balança comercial, o ideal não é criar barreiras para as importações, mas sim estimular as exportações, principalmente dos produtos com alto valor agregado que geram mais emprego e renda ao país. Não sendo suficiente também que o país ofereça incentivos por parte do governo na questão da promoção comercial se a parte da infraestrutura logística e as questões do Custo Brasil não forem sanadas. É importante que auxilie o exportador a encontrar e vender seus produtos, mas que ofereça base para que ele possa escoar esse produto e tenha preço competitivo para se manter no mercado. Coase (1937) reforça essa ideia que as firmas precisam economizar os custos de transação. Mas com base nos dados analisados aonde existe um Custo Brasil total que representa 34% do preço de venda de exportação é possível concluir que as atuais condições que o país oferece aos exportadores não estão proporcionando condições competitivas para as indústrias nacionais.

Para que o êxito seja obtido é importante o fomento a utilização de modelos como o Aeroporto Industria, que proporciona infraestrutura a baixo custo aos participantes desse regime especial, já que conforme foi comprovado através dos dados apresentados infraestrutura compõe o Custo Brasil que afeta de forma direta e mensurável a competitividade do produto brasileiro. Vale ressaltar também que as despesas com infraestruturas envolvidas no processo representam

Além disso, é importante que o país se preocupe com a percepção que o mercado internacional tem a respeito dele para que seja possível aumentar o volume de suas exportações, pois isso pode significar estímulo a investimentos ou não. Devido ao crescimento econômico do Brasil, bem como a sua relevância internacional, torna-se extremamente importante desenvolver mais pesquisas sobre as questões ligadas ao Custo Brasil, infraestrutura e estímulos à exportação.

Diante deste cenário, as Universidades colaboram para que novas pesquisas sejam desenvolvidas e possam contribuir para o desenvolvimento de diversos setores. Sendo

fundamentais para as empresas buscarem apoio e obterem maior conhecimento antes de realizarem investimentos.

Este trabalho se limitou aos principais pontos do Custo Brasil que reduzem a competitividade brasileira, bem como se restringiu às exportações. Como pesquisas futuras sugere-se que seja detalhado o estudo por setores da economia brasileira e seja investigado os impactos dentro do mercado interno, incluindo os produtos importados.

REFERENCIAS

AliceWeb. Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior. Disponível em: <<http://aliceweb2.mdic.gov.br/>>. Acessado em: janeiro, 2013.

ANDERSSON, S.; WICTOR, I. Innovative Internationalisation in New Firms: Born Globals – the Swedish Case. **Journal of International Entrepreneurship**, v.1, p.249-276, 2003.

AVRICHIR, I.; CHUEKE, G. V. Comportamento Exportador de Empresas Brasileiras do Setor de Rochas Ornamentais: Um Estudo de Caso Múltiplo Envolvendo Fatores Organizacionais, Gerenciais e Ambientais. **Revista Eletronica de Gestão Organizacional**. Vol. 10, n. 1, p. 138-171, 2012.

BACEN. Banco Central do Brasil. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/pt-br/paginas/default.aspx>>. Acessado em: julho, 2015.

BALDOUIN, T. A Cidade portuária na mundialização. Em COCCO, G.; SILVA, G. (Orgs.), **Cidades e portos: os espaços da mundialização**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999, cap. 2.

BUCKLEY, P.; CASSON, M. **The Future of the Multinational Enterprise**. Great Britain: Macmillan Press Ltd. 1976, p.33-65

COASE. R. **The Nature of the Firm**. *Economica*, November, 1937, p.386-405

DIAS, C. G.; LABEGALINI, L.; MARTINS, R. S.; GOMES, A. P. Análise da eficiência da logística aeroportuária no Brasil. **Revista de Economia e Administração**. Vol. 9, n.3, Jul/Set 2010, p. 271-293.

DUGONJÍC, V. Transportation: benign influence or an antidote to regional inequality? **Papers of the Regional Science Association**, [S.l.], v. 66, p. 61-76, 1989.

DUNNING, J. Toward an Eclectic **Theory of International Production: Some Empirical Tests**. *Journal of International Business Studies*, 11, Spring/Summer, 1980, p.9-31

FALCE, J. L.; GARCIA, F. C.; MUYLDER, C. F. Prazer e sofrimento: um estudo de caso em um centro de pesquisas brasileiro. **Gestão e Regionalidade**. V. 27, n. 81, set/dez, 2011, p. 74-81.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175p.

INFRAERO, Infra-estrutura aeroportuária. Disponível em: <http://www.infraero.gov.br> > acessado em 30/01/2013.

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*, vol. 8, no 1, 1977, p.23-32

JOHANSON, J. & WIEDERSHEIM-PAUL, W. **The Internationalization of the Firm – Four Swedish Cases.** *Journal of Management Studies*, October, 1975, p.305-322

LUCIAN, R; OLIVEIRA, B.R.B. COMO AS CORPORAÇÕES SE INTERNACIONALIZAM? UMA ANÁLISE DOS MODOS DE ENTRADA SOB A PERSPECTIVA DOS PAÍSES EMERGENTES. **Revista de Administração em Diálogo.** v. 10, n. 1, 2008, p. 47-65.

MACHADO, Marcelo André; NIQUE, Walter Meucci; LAMBIASE, Diego Gaiieski; SCHUH, Diego Andrei. **Explorando o Papel do Apoio Oficial na Rápida Internacionalização de Pequenas e Médias Empresas: um estudo de múltiplos casos no setor coureiro-calçadista brasileiro.** In: XXXIV Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, Anais..., Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

REZENDE, O.; SERPA, C. A. Análise do desempenho de um grupo exportador de cosméticos sob a perspectiva empresarial: um estudo de caso do Grupo Minas Beauty. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 79-99, jan./jul. 2009.

MINERVINI, N. O Exportador. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001.

PADILHA, A. C. M. A. Inserção de Móveis Brasileiros no Mercado Internacional: Entraves, Oportunidades e Desafios. **Revista de Administração da UNIMEP.** V. 6, n. 3, p. 71-91, set/dez. 2008.

PETRAGLIA, J.; GOZZI, S.; PERROTA, K. Infraestrutura logística sob o prisma da exportação de etanol brasileiro. **Gestão e Regionalidade.** V. 25, n. 74, p. 106-118, 2009

RICUPERO, Rubens, BARRETO, Fernando Mello. A importância do investimento direto estrangeiro do Brasil no exterior para o desenvolvimento socioeconômico do país. In: ALMEIDA, André (Org.). **Internacionalização de Empresas Brasileiras: Perspectivas e Riscos.** Editora Campus. Rio de Janeiro: 2007.

SENNETT, Richard. A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. São Paulo: Record, 2004.

SOUZA, I. R.; FLORIANI, D. E.; LOPES, G. S. C. Incentivos Financeiros para a Exportação: Um Estudo Sobre as PME's Catarinenses. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM.** V. 6, n. 1, 2011, p 99-124.

VERNON, Raymond. International Investment and International Trade In the Product Cycle. **Quarterly Journal of Economics**, May 1966.