

# DESAFIOS NA EXPORTAÇÃO: ESTUDO DE CASO EM EMPRESAS CAFEIRAS DO SUL DE MINAS GERAIS

## EXPORT CHALLENGES: CASE STUDY IN COFFEE COMPANIES IN THE SOUTH OF MINAS GERAIS

Rodrigo Braga Faria<sup>1\*</sup>, Nilton dos Santos Portugal<sup>2</sup>, Luiz Carlos Vieira Guedes<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Mestrando em Desenvolvimento Regional, Centro Universitário do Sul de Minas, Varginha, MG, Brasil, [rodrigo.bfaria@yahoo.com](mailto:rodrigo.bfaria@yahoo.com)

<sup>2</sup> Doutor em Administração (UFLA), Centro Universitário do Sul de Minas - UNIS, Varginha, MG, Brasil, [nilton@unis.edu.br](mailto:nilton@unis.edu.br)

<sup>3</sup> Doutor em Educação (UNIMEP), Centro Universitário do Sul de Minas - UNIS, Varginha, MG, Brasil, [guedes@unis.edu.br](mailto:guedes@unis.edu.br)

\* Autor de correspondência

### Resumo

Este trabalho descreve os desafios que as empresas enfrentam na exportação, mesmo com todos os benefícios que essa operação oferece para quem a executa, por vezes as empresas enfrentam dificuldades em iniciar nesse cenário. É notório por parte do governo que o comércio exterior é benéfico ao país, cidades e regiões, por isso há incentivos fiscais voltados para a prática de exportação. Tal abordagem se deve porque empresas de diversos segmentos possuem dificuldades na operação. A finalidade deste estudo é analisar os desafios enfrentados por empresas cafeiras do Sul de Minas Gerais para se tornarem exportadoras, visto que há dificuldades nessa operação. Este propósito foi obtido mediante revisão bibliográfica, pesquisa e um estudo de caso com três empresas do setor cafeeiro do sul de Minas Gerais que desejam exportar de forma direta. A exportação de café na região estudada é um movimento constante, porém de forma indireta, onde os cafeicultores usam dos conhecimentos de cooperativas para execução da exportação. Tornar cafeicultores em exportadores diretos trás diversos benefícios para a região.

Palavras-chave: Exportação. Desenvolvimento. Desafios.

### Abstract

*This work describes the challenges that companies face in exporting, even with all the benefits that this operation offers to those who perform it, sometimes companies face difficulties in starting in this scenario. It is notorious on the part of the government that foreign trade is beneficial to the country, cities, and regions, so there are tax incentives aimed at the practice of export. Such an approach is because companies from different segments have difficulties in the operation. The purpose of this study is to analyze the challenges faced by coffee companies in the south of Minas Gerais to become exporters, since there are difficulties in this operation. This purpose was obtained through a literature review, research, and a case study with three companies in the coffee sector in the south of Minas Gerais that wish to export directly. Coffee exportation in the studied region is a constant movement, but in an indirect way, where coffee growers use the knowledge of cooperatives to carry out the export. Turning coffee growers into direct exporters brings several benefits to the region.*

Keywords: Export. Development. Challenges

©UNIS-MG. All rights reserved.

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho descreve os desafios que existem para as empresas brasileiras se tornarem exportadoras diretas, mesmo que estas possuam um produto que seja relevante no cenário mundial e que tenham estrutura financeira e administrativa organizada e de qualidade. Tendo em vista a dificuldade que as empresas, sobretudo as micro e pequenas enfrentam para se internacionalizarem, o governo fornece incentivos para fomentar a participação do Brasil na pauta exportadora mundial, porém ainda assim empresas sofrem com os tramites e burocracias existentes, além da insegurança em tornar o negócio viável.

Da mesma forma, analisa os desafios da exportação direta para os empresários, as principais dificuldades que enfrentam ao buscarem se tornar um exportador direto do seu produto. O trabalho em questão foi focado em três empresas do setor cafeeiro que buscam o mercado internacional para seus negócios, porém por vezes, esbarram nos desafios oferecidos por essa operação, desafios esses que justificam a baixa participação brasileira nas estatísticas de exportações mundiais, mesmo que o governo tenha iniciativas para esse fim, com incentivos fiscais e tributários com o intuito de atrair investimento ao país.

O estudo se faz necessário devido ao fato de que o Brasil, apesar de seu potencial, com sua capacidade de produção e extensão territorial não tem uma participação significativa no comércio exterior mundial. Isso é explicado de acordo com os dados do Observatório de Complexidade Econômica (OEC, 2020) que apontam que em 2019 figurou na 25ª colocação dentre os maiores volumes de exportação no mundo e na 27ª posição no *ranking* de países importadores no mundo nesse mesmo ano.

As iniciativas do Governo Brasileiro em melhorar a performance do Brasil nas exportações não é algo recente, diante as dificuldades que o Brasil já apresentava no cenário internacional e todas as burocracias envolvidas nas importações e exportações, em 1995 no então governo de Fernando Henrique Cardoso foi criada a Câmara de Comércio Exterior (CAMEX). Essa primeira iniciativa de se ter um órgão voltado para políticas de comércio exterior tinha o intuito de discutir incentivos às exportações, defesa comercial e negociações do Brasil com outros países, iniciando um processo de políticas mais efetivas voltadas para promoção do país no comércio exterior (FERNANDES, 2013).

É importante salientar também a contribuição do trabalho para as empresas mensurarem o quanto as operações de exportação direta são complexas e desafiadoras, mas que ao final isso fornece um desenvolvimento não somente para empresa que o faz, mas também para a cidade e região no qual ela está inserida. Mesmo aquelas que já estão inseridas nesse meio podem aprimorar os seus conhecimentos e tornar a operação realizada mais segura e mais rentável.

O superávit da balança comercial é algo que um país em desenvolvimento, como o caso do Brasil, precisa buscar em suas políticas, com o intuito de atrair investimentos e fazer com que mais empresas se tornem exportadoras e participem do mercado internacional globalizado. Nesse cenário as exportações ganham protagonismo graças à geração de renda e emprego que tal atividade proporciona às empresas (ROCHINHESKI, 2014).

Quais os desafios enfrentados por empresas cafeeiras do Sul de Minas Gerais para se tornarem exportadoras? O objetivo deste trabalho é analisar os desafios enfrentados por empresas cafeeiras do Sul de Minas Gerais para se tornarem exportadoras e busca-se responder esse questionamento e atingir o objetivo demonstrando que mesmo diante todos os obstáculos e

entraves existentes na operação, o mercado internacional é uma saída estratégica e que pode alavancar lucros para o negócio em momentos de crise no mercado interno. As empresas reconhecem que o esforço durante a realização da operação é recompensado ao final com efetivação da venda internacional.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Exportação**

O Brasil é um país de dimensões continentais tendo uma diversidade de produtos sendo possível atingir cada vez mais lugares no mundo globalizado. No ano de 2019 o Brasil exportou 225,4 bilhões de dólares e importou 177,3 bilhões de dólares, demonstrando que o ano fechou em um superávit da balança comercial, o que é considerado importante para o país e nas projeções de crescimento que a nação tem. (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020)

O comércio exterior e seu avanço nos países ao longo do tempo é uma dinâmica importante e um aliado nas novas formas de encarar o mercado competitivo atualmente. Uma forma de diversificação de mercado e conexão com outras partes do globo que podem gerar negócios e levar produtos e serviços para diferentes lugares do mundo. Por meio do comércio exterior as nações podem, através das relações internacionais, ter acesso ao que eles não conseguem produzir, por meio das importações e oferecer para pátrias parceiros, por meio das exportações, produtos e serviços que sejam sua especialidade. Essa é a razão do comércio exterior existir e cooperar para que grandes empresas aliadas aos seus países tenham sucesso e movimentam suas economias (LOBÃO, CORREA E SCHNEIDER, 2017).

Os benefícios do comércio exterior podem ser vistos nas empresas através do aumento de mercado dos consumidores, proporcionando aos produtores ganhos, aumento na produtividade, acesso a novos fornecedores, além da oportunidade de obter novas tecnologias e novos parâmetros na produção (POYER, 2017).

Na perspectiva da economia nacional, o principal motivo para exportar é obter verba para pagamentos das importações essenciais para sua vida econômica. O país exportador, além de obter divisas, capta novas tecnologias e atinge maior produtividade, sendo as exportações uma ferramenta importante para a economia de um país (VAZQUEZ, 2012).

### **2.2 Desenvolvimento e Exportação**

O desenvolvimento de uma região e/ou um país está ligado à influência que grandes organizações ou grupos de empresas são capazes de exercer na região em que atuam, onde estão instaladas. Devido aos seus poderes e porte, essas companhias exercem influência onde estão inseridas, disseminam suas culturas e favorecem o surgimento de inovações, que por consequência será um estímulo para o surgimento de novas indústrias. Tal processo não é estagnado, parado, é um processo vivo que acompanha as modificações do mercado e ele acontece ao longo do tempo e empresas podem surgir como podem desaparecer na dinâmica do desenvolvimento (TAVARES, 2011).

No cenário brasileiro de exportações e importações, o fim da década de 1980 foi marcado por uma abertura por algumas medidas, por parte dos formuladores da política econômica brasileira, como a introdução de medidas de livre comércio com o intuito de fazer com que a economia do país se tornasse mais competitiva no mercado internacional, além de inserir a economia brasileira na globalização que era uma crescente nessa época (FEISTEL; HIDALGO, 2013).

Segundo Ramamurti e Singh (2009), o ambiente político, internacional e tecnológico tem vivido profundas transformações, e essa mudança de cenário e esse olhar para as exportações se deu no início dos anos 1990. Isso se deu por conta da proporção que a tecnologia e a internet tomaram e a evolução que isso traz para os mercados nacionais, fazendo com que esses mercados sejam mais abertos alterando drasticamente as referências de fronteiras, tornando o mundo globalizado mais ao alcance da realidade das empresas nacionais. Essa evolução também possibilitou a realização de negócios internacionais além disso, fazendo com que mais empresas busquem esses negócios, vendo neles uma oportunidade.

Diante desse contexto de aumento das *commodities* no Brasil e um olhar apurado para as exportações, estruturas já existentes no Brasil ganharam mais evidência, isso fez com que fosse desencadeado um processo de descobrimento de novos espaços a serem explorados com esses produtos e sobretudo para exportações e desenvolvimento. Um exemplo de novos espaços que foram desbravados com o intuito da internacionalização desse material foi a intensificação de grandes mineradoras no estado do Pará, cenário que antes era predominantemente no estado de Minas Gerais. A região Centro Oeste nesse mesmo período teve a expansão na agropecuária, concomitante com a região Norte com soja e gado (CARDOZO, 2018).

As exportações no geral têm uma ligação com o desenvolvimento econômico de um país e com o aumento da produtividade daquelas empresas que estão envolvidas nesse meio de mercados internacionais. Aquelas indústrias que conseguem ser competitivas no mercado internacional sobressaindo sobre as firmas menos eficientes nesse cenário. A tecnologia e a inovação também são fatores essenciais na busca desses objetivos de desenvolvimento das empresas e por consequência do país (SCHETTINI, 2019).

### **2.3 Dados das Exportações de 2021**

Para um país que busca a ascensão e o desenvolvimento sobretudo nas relações exteriores, é essencial que a balança comercial seja superavitária, com níveis de exportações maiores do que os de importações. No ano de 2021 o Brasil teve esse resultado positivo em sua balança, o país obteve um superavit de US\$ 61 bilhões. Tal resultado foi um recorde no país, a marca anterior era de US\$ 56 bilhões que foi atingido em 2017 e representou um crescimento de 21,1% se comparado com o ano de 2020 o que é um avanço importante para o país (BRASIL, 2022).

De acordo com Brasil (2022), em 2021, as exportações brasileiras aumentaram tanto em preços com uma porcentagem de 28,3% quanto em quantidades de produtos exportados, sendo uma porcentagem de 3,5% isso se comparado com o ano de 2020. Foi registrado o aumento das exportações brasileiras principalmente para os Estados Unidos representando 44,9% das exportações do país, Mercosul 37% que são países parceiros do Brasil, Associação das Nações do Sudeste Asiático - Asean 36,8%, União Europeia 32,1% e China 28%, sendo esse último país o principal parceiro de compra e venda do Brasil.

Na Tabela 1 é possível notar os dez principais produtos exportados e seus valores no âmbito federal, estadual e municipal do ano de 2021.

O produto café ficou em décimo lugar quando analisada as exportações do Brasil em 2021, representando 2,1% do total de produtos enviados ao exterior nesse ano, enquanto em Minas Gerais o produto figura na segunda posição de produto mais exportado pelo Estado, ficando atrás somente do minério de ferro que é uma atividade característica do estudo. Esse segundo lugar representa 23% das exportações totais do Estado no ano de 2021 (COMEXVIS, 2022).

Tabela 1 – Exportações 2021

Exportações 2021					
Brasil		Minas Gerais		Varginha	
Item	Valor FOB	Item	Valor FOB	Item	Valor FOB
Minério de Ferro	\$44.700.000.000,00	Minério de Ferro	\$ 18.200.000.000,00	Café Mesmo torrado	\$ 1.300.000.000,00
Soja	\$38.600.000.000,00	Café não torrado	\$ 4.400.000.000,00	Soja	\$ 67.400.000,00
Óleos brutos de petróleo	\$30.600.000.000,00	Ferro-Gusa	\$ 3.300.000.000,00	Aparelhos Eletro Mecânicos	\$ 5.930.000,00
Açúcares e Melaios	\$ 9.200.000.000,00	Soja	\$ 2.100.000.000,00	Silicato dos Metais	\$ 4.990.000,00
Carne Bovina	\$ 8.000.000.000,00	Ouro	\$ 1.830.000.000,00	Outras Obras de Borracha	\$ 4.290.000,00
Farelo de Soja	\$ 7.900.000.000,00	Açúcares e Melaios	\$ 1.120.000.000,00	Aquecedores Elétricos de Água	\$ 2.190.000,00
Óleos combustíveis	\$ 7.300.000.000,00	Carne Bovina	\$ 829.000.000,00	Óxidos de Manganês	\$ 2.940.000,00
Industria de Transformação	\$ 7.200.000.000,00	Celulose	\$ 674.000.000,00	Algodão não cordado	\$ 2.790.000,00
Carnes de Aves	\$ 7.000.000.000,00	Industria de Transformação	\$ 645.000.000,00	Transformadores Elétricos	\$ 2.170.000,00
Celulose	\$ 6.700.000.000,00	Elementos Químicos	\$ 501.000.000,00	Artigos de Transporte ou Embalagens	\$ 1.610.000,00
Café não torrado	\$ 5.800.000.000,00	Motores de Pistão	\$ 364.000.000,00	Outras Chapas, Folhas de Plástico	\$ 1.510.000,00

Fonte: ComexVis, adaptado pelo autor

Quando se analisa a pauta exportadora do município de Varginha fica ainda mais evidente a tendencia da região na produção e exportação de café, visto que tal produto representou 93% das exportações totais da cidade no ano de 2021, sendo disparadamente o produto mais exportado seguido da soja que representou 4,8% das exportações totais (COMEXVIS, 2022).

## 2.4 Entraves na Exportação

As estruturas para internacionalização de uma organização, quando precárias, geram dificuldades para as empresas e, conseqüentemente, aumentam os custos da operação como um todo, tais aspectos estão diretamente relacionados ao sucesso do negócio em suas operações de exportação. O nível de infraestrutura logística faz com que empresas façam suas escolhas no momento de montar o seu planejamento de comércio internacional, seja para importação ou exportação (PAIXÃO; HIJJAR, 2021).

Segundo Almeida, Silva e Braga (2011), os custos de transporte e infraestrutura têm uma influência significativa no valor total de uma exportação, sendo que se esses custos forem elevados, o potencial de comércio internacional da empresa fica comprometido, será reduzida as possibilidades de um mercado internacional. Todos os custos envolvidos na operação como um todo irão compor o preço de exportação, podendo ser direcionado a mercadoria para países mais próximos, ou ficando a empresa restrita ao mercado interno, se tornando mais inviáveis operações de comércio exterior. A empresa ao final do processo com todos os custos inerentes à operação não consegue ser competitiva no mercado que gostaria, mesmo tendo um produto de qualidade.

Para que se tenha uma eficiência logística no aspecto da exportação e na estrutura brasileira para tal operação, é necessário levar em conta a estrutura portuária e suas características físicas. É fundamental que a estrutura tenha eficiência em carregamento, descarregamento, armazenagem adequada, conexões com outros modais de forma segura e ágil. Portanto, é necessário pensar a logística como um todo, em toda sua cadeia, do momento da saída da mercadoria da empresa exportadora até a sua chegada ao destino (MARCHETTI; PASTORI, 2007).

No Brasil, devido à extensão territorial, questões de infraestrutura e acesso aos portos e aeroportos são mais desafiadores ainda para empresas exportadoras, sendo necessário fazer um planejamento e compreender a cadeia logística e as possibilidades que ela oferece para a empresa. Por se tratar de cadeias dispersas geograficamente, exige-se um maior controle dos custos que a operação lhe trará. Esse aspecto é importante para mensurar a lucratividade ao final da operação por parte do exportador (AMARAL; ALMEIDA; MORABITO, 2012).

### 3 METODOLOGIA

Este artigo é parte da dissertação de mestrado intitulada O Desenvolvimento Regional Por Meio do Incentivo à Exportação: estudo de caso do programa de qualificação para exportação - PEIEX

A abordagem da pesquisa é de natureza qualitativa, que possibilita uma relação de causalidade. No momento da análise de dados é importante que não se tenha distorções e a pesquisa qualitativa possibilita isso, além da interpretação dos dados obter uma maior qualidade nesse tipo de pesquisa (RICHARDSON, 1999).

A pesquisa é um procedimento racional e sistemático, é preciso propor problemas para buscar as respostas mediante pesquisa, o objetivo da pesquisa é responder as perguntas. Quando não há informações suficientes para responder ao problema a pesquisa é requerida (GIL, 2002).

A pesquisa bibliográfica permite ao investigador uma gama de fenômenos maior do que teria caso a fizesse de forma direta. Isso se torna uma vantagem e é de suma importância quando o problema a ser pesquisado requer dados dispersos pelo espaço. A pesquisa bibliográfica é útil inclusive em estudos passados, não teria como conhecer dados históricos sem tal ferramenta (GIL, 2002).

A pesquisa constituiu com três empresas do ramo cafeeiro que participaram do programa de qualificação para exportação (PEIEX). O programa é uma iniciativa da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX BRASIL) que consiste em qualificar empresas e produtores rurais para a exportação em determinadas regiões do país. As empresas respondes, passaram pela qualificação com o intuito de se tornarem mais bem preparadas para adentrar no comércio exterior.

As empresas e produtores rurais participantes do projeto estão localizadas na região do Sul de Minas e buscaram o programa para se qualificarem no tema exportação. Os produtores de café respondentes do presente trabalho também estão localizados nessa região, uma localidade caracterizada pela produção e comercialização de café.

Para as análises dos resultados foi mantido o sigilo do nome dos participantes, mantendo a ética no trabalho. Contudo, criou-se um identificador único para cada um deles para uma melhor apresentação no texto, sendo eles: A1, B1 e C1.

Como técnica para a coleta de dados e forma de alcançar o objetivo do presente estudo foi utilizada a entrevista semiestruturada com os empresários participantes do projeto, instrumento importante quando se deseja uma análise qualitativa como é o objetivo do trabalho acerca dos desafios que a exportação trás para um negócio do setor cafeeiro.

De acordo com Duarte (2004), através de entrevistas é possível atingir o objetivo e é uma abordagem qualitativa em pesquisas, é utilizado esse tipo de abordagem com a população pesquisada quando se busca identificar as formas de pensamentos e crenças de determinado grupo de pessoas para que se consiga desenvolver a pesquisa.

As entrevistas foram realizadas virtualmente pelo pesquisador e gravadas, posteriormente foram transcritas para que fossem trabalhadas através do *software* IRAMUTEQ na versão 0.7 Alpha 2 com o intuito de analisar o conteúdo e compreender a visão dos empresários com relação aos desafios que a exportação oferece. Para o presente trabalho foi utilizado o documento intitulado “corpus couler” gerado pelo *software* que agrupa os conteúdos expostos pelos entrevistados através de grupos de assuntos relacionados.

As análises de textos sejam eles entrevistas ou documentos podem ser definidas como um tipo específico de análise de material verbal que passou a ser escrito, tendo fontes distintas, porém sendo analisadas e interpretadas pelo pesquisador com o objetivo de gerar ao final os resultados que se espera (NASCIMENTO; MANANDRO, 2006).

#### **4 RESULTADOS E ANÁLISES**

Os produtores de café A, B e C foram entrevistadas com intuito de apreender os desafios para inserção no mercado internacional, por meio da exportação que os empresários enfrentam. As empresas são do setor cafeeiro e participaram de um programa de qualificação para exportação. Tais empresas operam em exportações de forma indireta, via cooperativa, uma prática comum dos produtores de café da região do Sul de Minas Gerais, conforme abordado no referencial teórico do presente trabalho. Por falta de conhecimentos na operação de comércio exterior, esses optam por vender os seus cafés para as cooperativas e essas sim, em grandes quantidades fornecem cafés para diversos locais do mundo, justificando a porcentagem alta de exportações de café na cidade de Varginha-MG.

Um ponto de destaque para a dificuldade que as empresas brasileiras possuem para adentrar no mercado externo é a infraestrutura do país. Amara, Almeida e Morabito (2012) no item 2.4 do referencial teórico, apontam que tal questão, dentre outras, está diretamente ligada ao resultado da operação. O país com sua extensão territorial enfrenta desafios para crescer no mercado internacional e isso tem ligação com as estruturas que são oferecidas às empresas, aumentando o custo do negócio e, conseqüentemente, a margem de lucro da venda ao exterior.

Praticar uma exportação de forma direta é benéfica ao produtor, visto que é uma forma dele agregar valor no seu produto e conseguir negociar com o comprador estrangeiro de uma forma mais próxima e mais assertiva, alavancando os resultados do seu negócio e ainda podendo prospectar novos mercados, visto que ao fazer uma operação e adquirir conhecimentos o produtor terá mais segurança de buscar novos compradores.

Um desafio retratado pelo empresário A foi a pandemia da covid-19 que teve início na China em 2019 e se estendeu ao demais países durante o ano de 2020, isto trouxe impactos para os projetos que a empresa tinha de inserção na exportação direta.

O principal desafio hoje foi enfrentar a pandemia, 2 anos com tudo fechado, os projetos que a gente tinha é muito difícil de seguir, a parte de licenciamento que a gente tá buscando do para países que pede certificado deu uma travada porque parou geral, e essa foi uma grande dificuldade que a gente perdeu um pouco o pique do que a gente estava fazendo, mas a gente está continuando [A1].

Pelo relato do empresário é possível perceber que a doença afetou e atrasou alguns projetos, visto que a pandemia foi mundial, por vezes, há crises pontuais, em países específicos e isso afeta as exportações, porém é possível buscar novos mercados que não estejam em crise e superar a crise prospectando novos clientes. No caso da pandemia da covid-19 foi uma crise mundial, afetando os grandes centros o que afetou de forma geral os negócios brasileiros e por consequência os projetos de internacionalização da empresa A.

Um ponto de desafio retratado por empresas que buscam a exportação de forma direta é a prospecção de mercado, ou seja, encontrar o cliente ideal e aquele cliente que de fato vai consumir o seu produto, isso é uma realidade em qualquer segmento de produto que busca um mercado internacional. A empresa B relata esse fato durante a entrevista como um desafio a ser enfrentado:

Encontrar o mercado e consumidor específico para o seu café, mesmo o café sendo um produto mundialmente consumido, a concorrência na exportação é grande, então encontrar alguém no mundo que queira exatamente o meu café é um desafio, devido a nossa falta de contatos, mesmo que já tenhamos participado de feiras internacionais [B1].

A prospecção de mercado é algo que a empresa deve trabalhar constantemente. Quando se trata de mercado interno isso é uma atividade rotineira para as empresas, contudo no mercado externo outros fatores estão atrelados à essa atividade que a torna ainda mais desafiadora para os empresários. A questão cultural, fuso horário, idioma, costumes, dentre outros são entraves que organizações enfrentam para solidificarem suas exportações, conforme abordado no referencial teórico quando citado os entraves nas exportações.

Outro desafio relatado por um dos produtores entrevistados foi a falta de conhecimento em exportação direta pelo fato de nunca ter operado nesse cenário. O desafio de fazer a primeira vez e ganhar experiências para continuar operando, perder o medo e ganhar segurança para próximas oportunidades de exportação.

Um outro desafio você fazer a primeira vez, porque você tem que conhecer os trâmites, porque é a mesma coisa quando você vai para um lugar que você não sabe onde é, que tem que ir meio que se embrenhando por caminhos que você não conhece, então tem todas as dificuldades que são inerentes à isso, mas se você faz esse caminho pela segunda vez certamente vai ser muito mais fácil [C1].

Ter uma constância em processos de exportação é o que busca os empresários que galgam esses novos mercados, fazer a primeira vez e ter segurança e confiança de permanecer nessas operações. Fidelizar o cliente e buscar novos clientes a partir do conhecimento que foi adquirido em operações passadas.

Ao serem questionados sobre as contribuições que a exportação, mesmo com todos os desafios já relatados, pode trazer para os seus negócios, o produtor A retratou que são muitos os benefícios e oportunidades de crescimento para a produção que negócios internacionais trazem, mesmo com todas as dificuldades inerentes à operação.

Muitas são as contribuições que operações de exportação direta podem trazer para minha produção, desde a expansão e valorização de marca, volume de vendas que você consegue abranger e a parte de faturamento. A nossa empresa como é uma empresa pequena, com os valores faturados com para a exportação a gente consegue inclusive se enquadrar em benefícios do governo para pegar um financiamento para poder evoluir uma máquina para produzir mais, consegue um capital de giro com juros bem interessante por parte do governo a fim de fazer um investimento dentro da empresa [A1].

Destaca-se na fala do empresário A1 a questão dos benefícios que a exportação traz para o seu negócio, sobretudo, a questão dos incentivos governamentais existentes no comércio exterior, principalmente na exportação. Como já abordado no referencial teórico do presente trabalho, o ideal para um país é ter o saldo da balança comercial superavitário o que significa ter o volume de exportações maiores que os das importações. Nesse sentido, o governo concede diversos benefícios para as empresas buscarem as vendas internacionais.

Conforme abordado no referencial teórico do presente estudo, o autor Poyer (2017), ratifica os ganhos que a exportação oferece para as empresas. Esses ganhos são reconhecidos pelo empresário A1 indo ao encontro do que o autor defende como benefícios de uma operação de internacional e expansão de negócios.

Por vezes, os empresários não possuem conhecimento desses benefícios e incentivos que o governo concede para a exportação e acabam não usufruindo deixando de obter negociações no

exterior pelo não acesso à essas informações. Apesar de todos as dificuldade e desafios, os incentivos são uma importante ferramenta de fomento para o mercado internacional e tentar fazer com que o Brasil participe mais do volume de exportações mundiais e diversifique cada vez mais a sua pauta exportadora.

Em momentos de crise a exportação é uma alternativa para empresas buscarem aumento de seu faturamento, pulverizando a sua carteira de clientes, não ficando dependentes de um único mercado que pode estar passando por um momento ruim e acabar prejudicando os negócios. O produtor B acredita que a exportação é uma alternativa para aumento de faturamento principalmente quando negociada em uma moeda valorizada.

A primeira contribuição que eu penso é de faturamento, conseguir vender mais e trazer mais recurso para nossa empresa, sobretudo em dólar que atualmente é favorável para o mercado externo e um segundo ponto que eu acredito que a exportação pode contribuir para nossa empresa é na qualidade do produto e de produção, diferente do que temos hoje [B1].

Conseguir fazer bons contratos internacionais garantem um bom faturamento para as empresas, porém é necessário ter conhecimentos nas operações de exportações e nos tramites para que os custos inerentes ao processo sejam equilibrados e fazer com que ao final a margem de lucro tenha sido satisfatório ao exportador.

O entrevistado C relatou a contribuição que a exportação pode trazer para outros seguimentos de forma indireta em uma determinada região.

Para mim a contribuição vai muito além da minha porteira, da minha fazenda. A contribuição de um município exportador, que tem DNA para comércio exterior contribui para outros segmentos de negócio. Por exemplo ao receber pessoas de fora, investidores o hotel da cidade terá que ser melhor, o restaurante terá que ser de qualidade, até mesmo um ponto turístico da cidade terá que ser mais bem trabalhado para o fluxo de estrangeiros que estarão na cidade. Por isso a contribuição é muito mais do que só para a empresa que executa a exportação [C1].

Empresas e regiões que participam efetivamente do comércio exterior tanto na importação quanto na exportação, tendem a se desenvolverem mais, inclusive em outros segmentos da economia. O movimento de empresas buscando a exportação faz com que outras empresas enxerguem esse horizonte e passam a entender que isso é possível, atraindo investimento para diversos setores e movimento a economia da localidade, podendo ser parte da estratégia econômica e de desenvolvimento do município.

O item 2.2 deste estudo trata sobre a exportação e desenvolvimento, de qual forma esses dois temas estão relacionados. A abordagem do entrevistado C corrobora com esse tópico, visto que ele aborda a exportação como uma ferramenta que pode ser além do seu negócio, que pode desenvolver um local, inclusive outros segmentos da economia que acabam tendo ganhos indiretos quando as organizações de determinada região passam a ter um viés internacional, atraindo investimentos e recursos para a localidade.

Empresas do ramo cafeeiro que foram o objeto de estudo do presente trabalho sabem das potencialidades que esse produto tem fora do país, principalmente quando se trata de um café especial, com alta pontuação de qualidade. O quadro abordado no referencial teórico com o *ranking* de principais produtos exportados no Brasil, em Minas Gerais e no município de Varginha ratificam essa informação de potencial exportador do café brasileiro.

O município de Varginha-MG teve o café como responsável de 93% das exportações que ocorreram na cidade no ano de 2021. Os dados do item 2.3 do referencial teórico deixam

evidentes a potencialidade que os produtores de café locais têm de buscarem a exportação direta e desenvolverem mercados no exterior.

Na Tabela 2 é possível observar os principais pontos que foram coletados durante as entrevistas, o objetivo da tabela é deixar mais claro o conteúdo que foi abordado durante a conversa com os produtores rurais tanto nos aspectos de desafios, como nos aspectos de contribuição.

**Tabela 2 – Desafios e Contribuições**  
**Exportações de Café**

<b>Desafios</b>	<b>Contribuições</b>
Pandemia	Faturamento
Idioma	Lucros
Cultura	Benefícios Fiscais
Prospecção De Mercado	Desenvolvimento Regional
Falta de Conhecimento	Qualidade do Produto

Fonte: Autores

Os desafios existem, mas as contribuições também e isso é evidenciado quando se entrevista organizações que estão em fase inicial no comércio exterior, estão cientes da nova cultura organizacional que deve ser implementada no negócio, mas acreditam que isso a médio e longo prazo trará resultados positivos na empresa.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Retomando a pergunta de pesquisa que foi feita no início do trabalho e que motivou o estudo, quais os desafios enfrentados por empresas cafeeiras do Sul de Minas Gerais para se tornarem exportadoras? Entende-se que foi respondida, visto que pela análise de resultados pode-se apreender a percepção dos empresários com relação ao cenário internacional e as possibilidades que as vendas para o exterior trazem para as empresas, mesmo que isso acarrete desafios para o negócio.

As empresas, por vezes, não participam mais ativamente do mercado exterior pela falta de conhecimento e por um senso comum de que operar na exportação é algo para empresas grandes e que tem altos investimentos para aplicar na operação e com esse pensamento as empresas acabam não se interessando e não buscando informações à respeito, sendo que é algo que pode ser alcançado por diferentes empresas e que será benéfico para elas, desde que tenham um planejamento e conhecimento do fluxo geral de uma exportação.

A análise realizada a partir do estudo de caso de três empresas do setor cafeeiro da região do Sul de Minas demonstram que os empresários sabem das dificuldades e desafios que uma operação de exportação traz para o seu negócio como um todo. Apesar dos municípios sul mineiros terem em sua característica as exportações desse produto e isso representar um ganho para região, muitos são os entraves que impedem com que mais empresas e produtores rurais passem a exportar os seus produtos de forma direta.

Ao tratar dos desafios para as exportações eles são diversos podendo citar alguns deles como: questões logísticas, questões portuárias, tributação elevada, falta de conhecimento sobre o desembaraço aduaneiro, complexidade da prospecção de clientes estrangeiros. Tais desafios, dentre outros, ficaram evidente na fala dos empresários participantes do estudo. Porém os benefícios e desenvolvimento que a operação pode trazer para o negócio é apreendido pelos

empreendedores, mesmos que não seja de forma imediata. É preciso se planejar e buscar conhecimentos sobre comércio exterior para que se tenha uma operação segura e com sucesso.

O estudo possui limitações visto que foram feitas entrevistas com três empresas do setor cafeeiro em uma região que há diversos produtores desse segmento, cabendo um estudo maior em um futuro, podendo mais fazendeiros exporem suas percepções com relação ao mercado externo e a possibilidade de vendas diretas de seus cafés.

## 6 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernanda Maria de; SILVA, Orlando Monteiro da; BRAGA, Marcelo José. O comércio internacional do café brasileiro: a influência dos custos de transporte. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, Brasília , v. 49, n. 2, p. 323-340, jun. 2011.

AMARAL, Mônica do; ALMEIDA, Marina Soares; MORABITO, Reinaldo. Um modelo de fluxos e localização de terminais intermodais para escoamento da soja brasileira destinada à exportação. **Gest. Prod.**, São Carlos , v. 19, n. 4, p. 717-732, Dec. 2012.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento e Comércio Exterior. **ComexVIS. Brasília, 2022**. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/comex-vis>. Acesso em 06 de mar. de 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. **Balança Comercial registra superávit de US\$ 61 bilhões em 2021. Brasília, 2022**. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2022/01/balanca-comercial-registra-superavit-de-us-61-bilhoes-em-2021>. Acesso em: 04 de mar. de 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. **Exportação**. Brasília, 2018. Disponível em: <https://receita.economia.gov.br/orientacao/aduaneira/importacao-e-exportacao/despacho-aduaneiro-de-exportacao> Acesso em 03 Mar. 2022.

CARDOZO, Soraia Aparecida. Comércio internacional, estrutura produtiva industrial, emprego e renda nas macrorregiões brasileiras (2004-2014). **Rev. Bras. Estud. Urbanos Reg.**, São Paulo , v. 20, n. 2, p. 401-420, 2018.

DUARTE, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educ. rev.** Curitiba , n. 24, p. 213-225, Dez. 2004.

FEISTEL, Paulo Ricardo; HIDALGO, Álvaro Barrantes. Mudanças na estrutura do comércio exterior brasileiro: uma análise sob a ótica da teoria de Heckscher-Ohlin. **Estudos Econômicos (São Paulo)** [online]. 2013, v. 43, n. 1, pp. 79-108.

FERNANDES, Ivan Filipe de Almeida Lopes. **A Construção Institucional da Política Brasileira: A Câmara de Comércio Exterior (CAMEX) no Governo Cardoso**. 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsocp/a/sqQ5XwjnwyqtQ85hbcSLF9R/?lang=pt>

FLEURY, Paulo Fernando; HIJJAR, Maria Fernanda. **Visão geral da logística no Brasil**. Disponível em: [www.ilos.com.br/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=31&Itemid=44](http://www.ilos.com.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=31&Itemid=44). Acesso em: 04 Mar. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002.

LOBÃO, Mário Sérgio Pedroza; CORRÊA, Alexandre de Souza; SCHNEIDER, Mirian Beatriz Região Norte do Brasil e sua inserção no comércio internacional brasileiro. *Interações (Campo Grande)* [online]. 2017, v. 18, n. 2, pp. 87-101. Doi: <https://doi.org/10.20435/inter.v18i2.1433>.

MARCHETTI, Dalmo dos Santos; PASTORI, Antonio. Dimensionamento do potencial de investimentos para o setor portuário. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 24, p. 3-33, set. 2007.

NASCIMENTO, Adriano Roberto Afonso do; MENANDRO, Paulo Rogério Meira. Análise lexical e análise de conteúdo: uma proposta de utilização conjugada. **Estudos e pesquisas em psicologia**, v. 6, n. 2, p. 72-88, 2006

POYER; RORATTO, Maria da Graça; Renato Paulo. **Introdução ao Comércio Exterior**. Livro didático. Palhoça: Unisul Virtual, 2017.

RAMAMURTI, Ravi; SINGH, Jitendra V. (Ed.). **Emerging multinationals in emerging markets**. Cambridge University Press, 2009.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROCHINHESKI, Denise de Fátima. **O projeto extensão industrial exportadora (PEIEX) e sua contribuição ao desenvolvimento regional**, 2014. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento), Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Unijuí, Ijuí.

SCHETTINI, Daniela. As exportações industriais regionais brasileiras: análise espacial da década de 2000. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais** [online]. 2019, v. 21, n. 2, pp. 298-311. Doi: <https://doi.org/10.22296/2317-1529.2019v21n2p298>.

TAVARES, Hermes Magalhães. Estratégias de desenvolvimento regional. Da grande indústria ao Arranjo Produtivo Local?. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, [S.l.], v. 7, n. 1, fev. 2011. ISSN 1809-239X.

VAZQUEZ, José Lopes. **Comércio Exterior Brasileiro**. 10. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.