

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DA REGIÃO DOS VINHEDOS – CARVI
ÁREA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE COMÉRCIO INTERNACIONAL**

BRENDA SOBRAL BALOTIN

**AÇÕES COM VISTAS À RECUPERAÇÃO ECONÔMICA E COMERCIAL
TOMADAS POR EMPRESAS EXPORTADORAS DA SERRA GAÚCHA
DURANTE A PANDEMIA DA COVID019**

BENTO GONÇALVES

2021

BRENDA SOBRAL BALOTIN

**AÇÕES COM VISTAS À RECUPERAÇÃO ECONÔMICA E COMERCIAL
TOMADAS POR EMPRESAS EXPORTADORAS DA SERRA GAÚCHA
DURANTE A PANDEMIA DA COVID019**

Trabalho de conclusão de curso de
graduação apresentado ao Curso de Comércio
Internacional da Universidade de Caxias do
Sul, como requisito parcial para a obtenção do
grau de Bacharel em Comércio Internacional.
Orientador: Prof. Ms. Simone Fonseca de
Andrade Klein

BENTO GONÇALVES

2021

BRENDA SOBRAL BALOTIN

**AÇÕES COM VISTAS À RECUPERAÇÃO ECONÔMICA E COMERCIAL
TOMADAS POR EMPRESAS EXPORTADORAS DA SERRA GAÚCHA
DURANTE A PANDEMIA DA COVID019**

Relatório de trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Curso de Comércio Internacional da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comércio Internacional.
Orientador: Prof. Ms. Simone Fonseca de Andrade Klein
Aprovado em: __/__/__

Banca Examinadora

Prof. Orientadora Ms. Simone Fonseca de Andrade Klein
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Fabiano Larentis
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Ms. Rosimeri Machado
Universidade de Caxias do Sul

Este trabalho é dedicado aos meus pais, que sempre trabalharam muito para que a realização deste sonho fosse possível e também ao meu irmão que nunca me deixou desistir.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar ao meu pai Giorge, que sempre fez o possível para que todos seus filhos tivessem acesso à educação.

A minha mãe, por nunca sair do meu lado, ao meu irmão, por me mostrar o lado leve a vida, e ao mesmo tempo, ajudar a reconhecer toda a força que eu tenho.

A minha professora orientadora Ms. Simone Fonseca de Andrade por toda paciência, troca de conhecimento, e carinho ao longo desses anos.

A todos os amigos, colegas e professores que cruzaram meu caminho, tudo que sou hoje devo a vocês.

RESUMO

Devido à intensa mudança do mundo atual e a forte presença de fatores de riscos, passíveis de desencadear uma crise econômica, observa-se a necessidade que as empresas têm de estarem preparadas para essas mudanças, detectando melhorias internas que possam ajudar as mesmas a superar adversidades imprevisíveis, como uma pandemia. Sendo assim, esta pesquisa teve por objetivo propor ações com vista à recuperação econômica e comercial tomadas por empresas exportadoras da serra gaúcha durante a pandemia da COVID19, ou seja, busca-se elencar aspectos e ações que beneficiem as empresas, no sentido de organizar-se internamente, a fim de minimizar os danos passíveis da crise pós pandemia. Para elaboração deste trabalho, foi feita primeiramente uma pesquisa bibliográfica para conhecer mais sobre o assunto, com base em diferentes autores e, para identificar como as empresas trabalham atualmente na gestão de riscos, foi realizado um estudo qualitativo exploratório. Os participantes da pesquisa foram dez profissionais do comércio internacional, incluindo diretores, gerentes, analistas e *traders* nas empresas, e a análise foi através da transcrição das entrevistas e categorização dos seus resultados, empregando-se a categorização do conteúdo das respostas nas seguintes categorias: perfil das empresas; levantamento de informações; abordagens econômicas; dificuldades encontradas; variáveis passíveis de melhoria; fatores que influenciam as vendas; avaliação dos dados; reavaliação das informações. Os resultados obtidos mostraram que tem muito ainda a se desenvolver dentro das empresas a respeito às ações com vista à recuperação econômica e comercial.

Palavras-chave: *Traders*. Pandemia. COVID-19. Crise. Ações de recuperação.

ABSTRACT

Due to the intense change in the current world and the strong presence of risk factors that could trigger an economic crisis, there is a need for companies to be prepared for these changes, detecting internal improvements that can help them overcome adversity unpredictable, like a pandemic. Therefore, this research aimed to propose a post-pandemic economic recovery plan for Brazilian exporting companies, that is, seeking to list aspects and actions that benefit as companies, in order to organize themselves internally, in order to minimize damage liable to the post-pandemic crisis. To elaborate this work, a bibliographical research was first carried out to learn more about the subject, based on different authors and, to identify how companies currently work in risk management an exploratory qualitative study was carried out. The survey participants were 10 international trade professionals, including directors, managers, analysts and traders in the companies, and the analysis was through the transcription of the interviews and categorization of their results, using the categorization of the content of the answers in the following categories: company profile; collection of information; economic approaches; difficulties found; variables that could be improved; factors that influence sales; data evaluation; reassessment of information. The results obtained showed that there is still a lot to be developed within companies regarding actions aimed at economic and commercial recovery.

Keywords: Traders. Pandemic. COVID-19. Crisis. Recuperation plan.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1.	DELIMITAÇÃO DO TEMA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	11
1.2.	OBJETIVO GERAL	12
1.3.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
1.4.	JUSTIFICATIVA	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1	COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO E SUA EVOLUÇÃO	14
2.1.2	Importação no Brasil	16
2.1.3	Exportação no Brasil	17
2.2	RISCOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO	18
2.3	COVID E SEUS EFEITOS COMERCIAIS E ECONÔMICOS	19
2.3.1	Origem da Covid-19	19
2.3.2	Sintomas da Covid-19	20
2.3.3	Prevenção contra a Covid-19	20
2.3.4	Casos de Covid-19 no Brasil e no mundo	21
2.3.5	Efeitos comerciais e econômicos	22
2.3.5.1	Efeitos no comércio exterior e importações	25
2.4	AÇÕES COM VISTA À RECUPERAÇÃO ECONÔMICA E COMERCIAL	26
2.4.1	Crise de 1929 - Grande depressão	27
2.4.2	Crise da década de 70	27
2.4.3	Crise da década de 90	28
2.4.4	Crise “ <i>subprime</i> ”	28
2.4.5	Ferramentas utilizadas para contingência de crise	29
3	SÍNTESE DO EMBASAMENTO TEÓRICO CONCEITUAL	31
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	33
4.1	DELINEAMENTO	33
4.1.1	Natureza	33
4.1.2	Níveis	34
4.1.3	Estratégias da pesquisa	35
4.2	PARTICIPANTES DO ESTUDO	36
4.3	PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	38
4.4	PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS	40
5	ANÁLISE DE DADOS	42

	9
6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	49
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
REFERÊNCIAS	53
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS PARA AS EMPRESAS BRASILEIRAS	57
EXPORTADORAS	57
APÊNDICE B - AUTORIZAÇÃO DE MENÇÃO DA FONTE/EMPRESA.	59

1 INTRODUÇÃO

Em um mundo cada vez mais instável, onde as mudanças no cenário econômico passam a ser diárias, percebe-se cada vez mais a importância da análise e do planejamento, não apenas pessoal, mas corporativo. Ao olhar-se para o passado, crises, pandemias, e até mesmo colapsos econômicos, podem ser estudados de forma que indicadores de riscos se tornem parte do cotidiano de uma empresa.

Questiona-se, especificamente, os motivos pelos quais as empresas exportadoras brasileiras entram em crise financeira. Considera-se, como hipótese, que a influência de uma pandemia possa ser substancial.

O tema levantado é importante, porque traz a foco as mudanças econômicas que estão ocorrendo devido a COVID-19 e clarifica suas consequências na economia brasileira. Dar-se também a importância a escolha da pesquisa, o risco em que as empresas exportadoras brasileiras enfrentaram no primeiro semestre de 2020, e possam vir a enfrentar no decorrer dos anos pós pandemia. Datas anteriores à COVID-19 serão abrangidas para entendimento de crises econômicas e trazer a luz soluções para as mesmas.

Neste trabalho, busca-se não apenas levantar informações referentes a atual crise, mas sim mostrar formas em que as empresas exportadoras Brasileiras possam se organizar internamente para reduzir prejuízos financeiros, e assim, ajudar não somente a mesma, mas proteger o próprio país em que se firma. Também é apresentando um estudo da atual COVID-19, de forma em que possamos entender como a pandemia se comporta, e como os países atuam perante a mesma a fim de se proteger economicamente.

Este trabalho está dividido em cinco capítulos. No primeiro capítulo, poderá ser encontrado o objetivo central da pesquisa, assim como os específicos. Justificando o levantamento do mesmo.

O segundo capítulo abordará o contexto do comércio exterior brasileiro, trazendo dados relativos as exportações e importações e sua estruturação. Seguido pelo terceiro capítulo, que trará teorias de internacionalização de empresas, e seus respectivos riscos.

O quarto capítulo abordará a COVID-19, desde sua origem, sintomas, formas de prevenção, importante informação para o leitor, a fim de trazer não apenas relevância teórica para a pesquisa. O mesmo capítulo abordará os impactos da pandemia nas empresas exportadoras brasileiras.

Impactos esses, que podem levar a rupturas de alianças empresariais e crises irreversíveis. Pode-se apreender com o passado, suas crises e formas com que foram tratadas, esse tema será abordado pelo quinto e último capítulo, que trará também, ferramentas, que podem ser utilizadas pelas empresas, com o objetivo de sobreviver as atuais adversidades.

1.1. DELIMITAÇÃO DO TEMA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Mais importante do que saber identificar os indicadores de risco para empresas inseridas no comércio internacional, é saber como enfrentamos os mesmos. Dos anos 1900 até o presente momento, sete grandes crises econômicas foram enfrentadas pelas empresas atuantes em mercados externos, sendo elas: Crise do México, crise do Japão, crise Asiática, crise da China, crise da Argentina, crise dos Estados Unidos e crise da zona do euro. Segundo Damas (2017), crises frequentemente vêm após períodos de calma, nos quais futuros problemas começam a ser gestados, de forma pouco clara a princípio. Trazendo ao ano de 2020, onde se vivencia uma pandemia mundial, inquietudes cercam o universo corporativo: quais os riscos econômicos que esta crise irá causar? Como as empresas exportadoras podem começar a gerir a crise antecipadamente para diminuir danos? Seria pertinente já pensar em um plano de recuperação estruturado?

Busca-se não somente trazer uma solução às crises, mas sim, identificar as variáveis econômicas que podem ser afetadas, sendo elas disponibilidade de matérias primas, financiamento externo e até mesmo custos voláteis como custo de frete seguro. Com base nesse estudo, buscar-se-á responder à seguinte questão: quais seriam as ações com vistas à recuperação econômica e comercial tomadas por empresas exportadoras da serra gaúcha durante a pandemia da COVID-19?

1.2. OBJETIVO GERAL

A presente investigação tem, como objetivo geral, propor ações com vistas a recuperação econômica e comercial tomadas por empresas exportadoras da serra gaúcha dura a pandemia da COVID019.

1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Como objetivos específicos foram definidos:

- a) abordar os impactos econômicos causados pela pandemia junto às empresas exportadoras brasileiras;
- b) mapear as variáveis econômicas passíveis de melhoria via ações de recuperação econômica e comercial;
- c) Identificar ações, prazos, intervenientes e indicadores de acompanhamento;
- d) elencar as ações passíveis para contingência de riscos;
- e) analisar e discutir as ações, considerando aspectos logísticos, mercadológicos e financeiros.

1.4. JUSTIFICATIVA

O presente estudo busca não somente traçar um planejamento estratégico de gestão de crise, mas também mostrar que as adversidades e desafios econômicos podem ser geridos e superados. O mesmo poderá ser usado não somente com a atual conjuntura do COVID-19, mas sim na sua amplitude de amparo a crises, a viabilidade da aplicação do mesmo deve ser adaptável as empresas exportadoras e suas necessidades, enriquecendo-o cada vez mais ao ser aplicado.

Damas (2017) destaca que com a crescente globalização financeira, o aumento do fluxo de capital entre as nações, e o risco dessas movimentações,

tornaram-se relevantes a utilização de instrumentos que permitam identificar ou antecipar qualquer fragilidade econômica de um país.

Para Assis (2007), está cada vez mais difícil analisar o contexto em que as empresas estão inseridas com a nova sociedade globalizada, pois se baseia em tecnologia e conhecimento, com isso a competição e as informações que necessitam ser monitoradas aumentam gradativamente.

Para a presente pesquisa, definiu-se o setor de exportação como campo de estudo, por apresentar grande força na economia brasileira, estando em constante crescimento. Em consulta ao site do extinto Ministério da indústria, comércio exterior e serviços (2020), de janeiro a outubro, do presente ano, a lista cadastral de empresas exportadoras, conta com aproximadamente 26 mil instituições.

Em consulta ao site do Instituto Brasileiro de Geografia e estatística, quatro em cada dez empresas fecharam, ou suspenderam seus negócios, devido à crise sanitária, resultando num total de 522.000 firmas; ainda de acordo com o mesmo instituto, 99,8% dos negócios não conseguirão se recuperar e abrir as portas novamente.

Em julho de 2020, outra nota foi publicada pelo IBGE, mostrando dados ainda mais alarmantes, cerca de 3,1 milhões de pessoas encontram-se hoje desempregadas devido a pandemia.

Observou-se, no começo do ano de 2020, a importância da preparação prévia para situações adversas, como a pandemia, por esse motivo, as empresas precisam monitorar o ambiente de negócio em que estão inseridas, levantando às variáveis econômicas que podem ser administradas internamente e previamente a crises.

Tal monitoramento pode ser desenvolvido pelos próprios funcionários das instituições, fortalecendo suas forças internas e se preparando para adversidades. Nesse sentido, o presente estudo pretende contribuir com conhecimentos no campo da economia, mais especificamente ao que se refere a ações com vista à recuperação econômica e comercial.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O Presente capítulo trata do comércio exterior brasileiro, e sua evolução, efetivando-se e subdividindo-se em exportação e importação e sua estruturação, para fim de entendimento do leitor. Seguido pelos demais capítulos, tais quais abrangem riscos na internacionalização, COVID-19 e seus efeitos econômicos, levantados os mesmos por trazerem dados e bases históricas de como as empresas se comportam em meio a adversidades.

O quarto capítulo traz vínculo direto ao tema da pesquisa, que se estruturou no presente momento, tendo como base a crise pandêmica. Os elementos tratados nos capítulos a seguir, foram levantados a fim de responder os objetivos da pesquisa acadêmica, e por fim, com base na sua análise, elencar ações com vista a recuperação econômica e comercial tomadas por empresas exportadoras da serra gaúcha durante a pandemia da COVID019.

2.1 COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO E SUA EVOLUÇÃO

O Progresso da economia de um país está altamente ligado às suas conexões comerciais, o comércio exterior brasileiro, a que se refere às exportações, equilibra a balança comercial quando se mostra positivo. Mas o que caracteriza o comércio exterior no Brasil? Menezes e Ramos (2006, p. 42) apud Luz (2019) consideram que o início do comércio exterior se deu devido ao fato de “nenhum país, por mais rico que seja, consegue ser autossuficiente, ou seja, produzir tudo o que a sua população necessita para viver, e principalmente para que suas indústrias e firmas prestadoras de serviços consigam desenvolver-se”

Complementando a ideia, um país exporta o que produz melhor, e importa o que sente mais necessidade no seu ciclo produtivo. Teóricos como Maia (2010) defendem a ideia de que as negociações internacionais são vias de mão dupla, sendo as vendas exportações, e as compras importações.

De acordo como o Ministério de Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC, 2008), o Comércio Exterior no Brasil teve origem por volta do

século XVIII, quando aconteceram as primeiras reuniões para debate sobre o comércio internacional. Tripoli e Prates (2016) trazem a luz, que, ainda inseridos no século XVIII, surge a fase do café, mudando o cenário da história da economia Brasileira.

O desenvolvimento da indústria nacional foi alavancado devido à crise norte-americana de 1929, onde as exportações brasileiras sofreram uma imensa queda; deixando assim, o comércio internacional brasileiro em segundo plano. Segundo os teóricos Tripoli e Prates (2016) as indústrias demandavam bens importados, tais como máquinas e matéria-prima, e, para abrir divisas para importar, o Brasil continuou exportando produtos primários.

A expansão do comércio exterior no Brasil foi impulsionada por diversos fatores, decorridos de variâncias no cenário econômico e político, conforme mostra quadro 1:

Quadro 1 - Aspectos significativos a evolução do comércio exterior brasileiro

Período	Descrição
1930 a 1964	Período marcado por ser desestimulante ao comércio, tanto no segmento de importação quanto exportação. Política cambial inadequada.
1965 a 1973	Caracterizado pelo crescimento do PIB e a criação de incentivos fiscais à exportação. Liberação das importações.
1974 a 1975	Desaceleração no crescimento das importações e exportações devido à crise internacional. Criação do Finex (financiamento às exportações) a fim de estimular a economia externa, freando as importações para controle de dívida externa.

1976 a 1972	Caracterizado por um crescimento lento, contudo gradativo, das importações, todavia significativo às exportações.
1993 a 2000	Marcado pela abertura comercial, crises cambiais e crescimento das importações e exportações de produtos manufaturados.
2001 a 2005	Diminuição das importações e crescimento exponencial acelerado das exportações; Problemas na infraestrutura operacional também marcaram o período.

Fonte: Ludovico (2007) adaptado pela autora.

Diversas foram as causas e mudanças ocorridas nos períodos citados, conectando com o tema da pesquisa, pode-se observar que as “crises” têm papel como um precursor no desenvolvimento das exportações e importações.

2.1.2 Importação no Brasil

A importação consiste na entrada temporária ou definitiva no território nacional. Lopez e Gama (2010, p. 303) conceituam a importação como “a entrada de mercadoria em um país, precedente do exterior”.

Dados do MDIC de 2018, mostram que o Brasil é o vigésimo nono maior importador do mundo. Em consulta ao site AliceWeb, trazemos aqui os 10 produtos que o Brasil mais importou em 2019. Sendo eles: Óleos combustíveis, adubo ou fertilizantes químicos, produtos para indústria de transformação, equipamentos de telecomunicação (incluindo peças e acessórios), válvulas e tubos, compostos orgânicos, obras de ferro ou aço, partes e acessórios de veículos automotivos, plataformas, embarcações e outras estruturas flutuantes, medicamentos e produtos farmacêuticos, exceto veterinários.

As trocas econômicas são importantes para a subsistência de um país, Lopez e Gama (2010) apontam que para isso acontecer, são necessários procedimentos administrativos governamentais que tem por objetivo fiscalizar as mercadorias que entram e saem do país, bem como, realizar a arrecadação.

2.1.3 Exportação no Brasil

A Exportação consiste na saída de um bem ou serviço definitiva, ou temporária do território nacional. Adquire-se assim uma abertura da nação para o mundo e, portanto, o contato com técnicas e conceitos que não estão disponíveis em seu mercado interno, tornando-se mais competitivo e desenvolvido (ASSUMPÇÃO, 2007).

Lopez e Gama (2010, p. 215), corroboram afirmando que “a exportação ocorre com a saída da mercadoria do território aduaneiro, que compreende todo o território nacional.”

De acordo com dados do IndexMundi, até o ano de 2019, o Brasil ocupa a vigésima sexta posição em maior economia do mundo no segmento de exportação. Com base nos dados divulgados pelo site DC Logistics e Abracomex, em 2019, os 10 produtos que o Brasil mais exporta são: Soja, petróleo, minério de ferro, celulose, milho, carne de frango, produtos manufaturados, carne bovina, farelo de soja e açúcar.

Ludovico (2007) afirma que nenhuma empresa poderá praticar a atividade exportadora sem estar adequadamente registrada no Siscomex (Sistema Integrado de Comércio Exterior), registro feito junto à Secretaria da Receita Federal. De acordo com Luz (2019) o SISCOMEX é um sistema de tecnologia informatizado, instrumento por meio do qual é exercido o controle governamental do comércio exterior brasileiro.

É importante conceituar e identificar o processo de exportação, para nele, analisarmos as várias passíveis de falhas e melhorias; conectando assim com o objetivo específico da pesquisa.

De acordo com Castro (2005), existem basicamente dois tipos de exportação, sendo elas Exportação direta e indireta. A direta ocorre quando a empresa exportadora produz e distribui diretamente ao seu cliente/distribuidor no exterior; quanto a indireta, cabe a empresa adquirir um interveniente em território nacional, que adquira a mercadoria a fim de exporta-la.

2.2 RISCOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO

Ao se estudar um nicho de mercado para oferecer um produto, encontra-se a caracterização dos 4 P's produto, preço, promoção e praça. Determinadas essas variáveis, consegue-se estabelecer quais os riscos que cada uma delas podem oferecer, essa análise traz um levantamento de quais falhas podem ocorrer, assim como uma predição das mesmas.

Conforme Kotler (1999), no caso do produto, destacam-se as seguintes: variedade, qualidade, *design*, características, nome de marca, embalagem, tamanhos, serviços, garantias e devoluções. Ou seja, algo não necessariamente físico, mas a personificação de algo que o consumidor busca.

Quanto ao preço, é algo altamente ligado à sobrevivência da empresa, pois é nele onde irão refletir os investimentos feitos naquele produto, e quanto se espera obter monetariamente por ele. Las Casas (2006), descreve que o preço ajuda a dar valor às coisas e representa uma troca pelo esforço feito pela empresa vendedora através da alocação de recursos, capital e mão-de-obra dos produtos comercializados. Nele pode-se premeditar vários riscos, um preço muito elevado pode sim valorizar o produto, mas ao mesmo tempo pode torná-lo substituível aos demais concorrentes.

Nesse âmbito, entra-se no terceiro P, a promoção, onde será determinada a força do serviço que se está oferecendo, e porque o produto ofertado vale mais do que o da concorrência. Segundo Kotler (1998), promoção é o conjunto de ações que estarão incidindo sobre certo produto e/ou serviço, de forma a estimular a sua comercialização ou divulgação.

Não basta ter definido produto/serviço, promoção e precificação, é necessário saber por que meio ele será oferecido e distribuído, Kotler e Armstrong (2007) definem como um conjunto de organizações interdependentes envolvidas no processo de oferecimento de um produto ou serviço para uso ou consumo de um consumidor final ou usuário empresarial. Falou-se sobre os quatro conceitos para entender o básico da criação e da venda, ao entender a estrutura de mercado, identificar o que deve ser feito para a comercialização de algo, identificando exatamente quais pontos fracos podem ocorrer no caminho,

e fortalecer os mesmos, estando assim preparados para uma futura crise, pandemia, ou qualquer variável econômica que possa vir a atingir meu negócio. Vale ressaltar também que “O preço é o único elemento do composto de marketing que produz receita; os outros elementos geram custos”. (KOTLER, 1998, p. 435).

2.3 COVID E SEUS EFEITOS COMERCIAIS E ECONÔMICOS

Pandemias fazem parte da história da humanidade, muito escutou-se falar sobre a Peste bubônica, Varíola, Cólera, Gripe Espanhola e por fim H1N1. De acordo com o site Sanarmed (2020), instituto formado por médicos professores, que buscam hoje auxiliar na residência de médicos já formados, nos últimos 30 anos, tem crescido o número de surtos de vírus, proliferando assim as doenças que assolam todo o mundo. Pode-se lembrar o caso de 2009, quando o mundo sofreu consequências pendências com a H1N1, como citado acima. Guntram Wolff (2020), diretor da Bruegel (empresa de mídia/notícias), comenta em suas entrevistas que diferentemente do passado, hoje, com um avião, as coisas podem se espalhar muito rápido. E constata-se que isso realmente acontece.

2.3.1 Origem da Covid-19

Em dezembro de 2019, iniciou-se um surto que atingiu cerca de 50 pessoas na cidade de Wuhan, na China, conforme citado em artigo do jornal USP. De acordo com outro periódico, O Jornal do estado de Minas, aponta algo que se iniciou no Mercado de Frutos do Mar de Huanan. Não demorou muito para que mais casos surgissem, e gradativamente espalhassem-se ao redor do mundo, porém ainda não havia sido declarado estado de pandemia. Um mês depois, conforme citado no *site Organização Pan-Americana da Saúde OPAS*, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou, apenas em 30 de janeiro de 2020, que o surto da doença causada pelo novo coronavírus (COVID-19) constituiu-se uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional.

Conforme o *National Center for Biotechnology Information* (EUA) e Ministério da Saúde, ao que se refere a família “corona”. existem as classificações: ALPHA, BETA, GAMA e DELTA. Sendo em sequência a ALPHA,

a família de coronavírus que afeta os animais domésticos, a BETA reúne as de maiores riscos aos humanos, tal qual a Covid-19. GAMA se manifesta em aves já trazendo prejuízos à avicultura e a DELTA que atinge aves, suínos e leopardos. Uma característica em comum entre todas elas, são os sintomas respiratórios.

2.3.2 Sintomas da Covid-19

Comumente conhece-se os sintomas por um estado gripal, uma análise feita por pesquisadores do *King's College*, em Londres, classificou seis sintomas, sendo eles, sintomas gripais sem febre, sintomas gripais com febre, sintomas gastrointestinais que incluem dificuldades intestinais, porém ainda sem tosse, Sintoma grave nível um (fadiga) que inclui enxaqueca, perda de olfato, tosse, febre, rouquidão, dor no peito, fadiga. Sintoma grave nível dois (confusão): enxaqueca, perda de olfato, perda de apetite, tosse, febre, rouquidão, dor de garganta, dor no peito, fadiga, confusão, dor muscular. E por fim, Sintoma grave nível três (abdominal e respiratório), apresentando enxaqueca, perda de olfato, perda de apetite, tosse, febre, rouquidão, dor de garganta, dor no peito, fadiga, confusão, dor muscular, dificuldade respiratória, diarreia, dor abdominal.

Já de acordo com o Governo Brasileiro, os sintomas foram subdivididos apenas em comuns, menos comuns e graves. Sendo eles, os mais comuns, febre, tosse seca, cansaço. Sintomas menos comuns, dores e desconfortos, dor de garganta, diarreia, conjuntivite, dor de cabeça, perda de paladar ou olfato, erupção cutânea na pele ou descoloração dos dedos das mãos ou dos pés e os Sintomas graves compostos por dificuldade de respirar ou falta de ar, dor ou pressão no peito e perda de fala ou movimento.

Apesar de ainda não termos uma vacina, podemos concluir com os dados apresentados que os sintomas mais comuns são respiratórios.

2.3.3 Prevenção contra a Covid-19

Apesar de termos 163 vacinas em desenvolvimento, de acordo com a OMS (2020), não obtiveram sucesso na resposta imunológica com alguma delas. Ainda de acordo com a mesma organização, 23 estão em fase clínica, o que

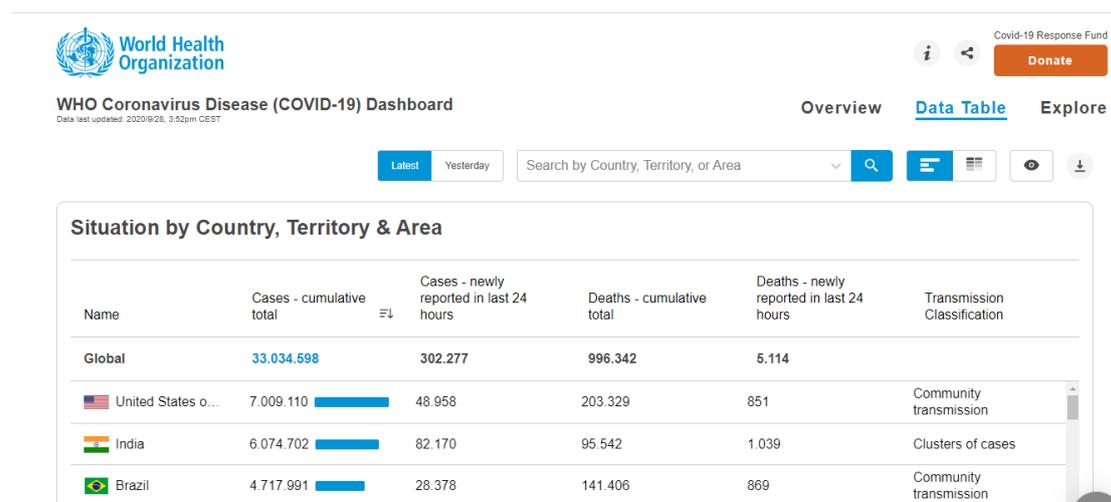
significa que estão sendo testadas em humanos. O *site* Coronavirus A Tarde, especializado em divulgar notícias e estatísticas em tempo real, de como a situação pandêmica se encontra; mostra o estudo de que a vacina de Oxford já está na terceira e final fase, considerada a mais próspera até o momento, com sucesso a expectativa é que ela tenha o registro liberado em junho de 2021.

Com a ausência da vacina, o Ministério da Saúde recomenda o distanciamento social, uso de máscara em locais públicos, higienização constante das mãos, evitando levar as mesmas aos olhos, nariz e boca e a higienização dos objetos advindos de fora da sua localidade.

2.3.4 Casos de Covid-19 no Brasil e no mundo

Iniciou-se a pandemia com o paciente 0, e em dezembro de 2019, como citado anteriormente, evoluiu para 50 casos em Wuhan. De acordo com o *site World Health Organization*, que utiliza uma ferramenta denominada ArcGIS para atualizar o número de casos diariamente, mostra-se que hoje, no dia 28 de setembro de 2020, possuímos aproximadamente 33 milhões de casos confirmados globalmente e 996.342 óbitos, sendo 141.406 no Brasil e 4.717.991 confirmados. Vide figura abaixo.

Figura 1 - Casos de COVID-19



Fonte: (WHO, 2020).

De acordo a ilustração vide pesquisa elaborada pela *World Health Organization*, o Brasil está entre os três primeiros países com maior número de casos de COVID-19. Estando atrás apenas dos Estados Unidos e da Índia.

2.3.5 Efeitos comerciais e econômicos

A humanidade está enfrentando uma grande conturbação, como tratado nos tópicos anteriores, pode-se perceber que uma pandemia leva a efeitos catastróficos, os dados de óbitos apontados no tópico 2.3.4 sustentam isso. O comércio interno e o externo são segmentos que já estão sentindo as consequências pandêmicas. O *Site The Cape* aponta que as incertezas causadas pela pandemia irão desacelerar o mercado.

De acordo com o mesmo *Site*, a Organização para cooperação e desenvolvimento econômico (OCDE) projetou um crescimento do PIB em 1,7% para 2020 e 1,8% para 2021, metade do que tinha sido projetado anteriormente. Apesar dos apontamentos de instituições como o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial serem oficiais, são cercados de incertezas, o cenário pode mudar no comparativo do primeiro semestre do ano ao segundo semestre.

De acordo com o IPEA, em sua 47^o carta de conjuntura; as projeções para o Brasil levam em conta um cenário de forte queda da atividade no primeiro

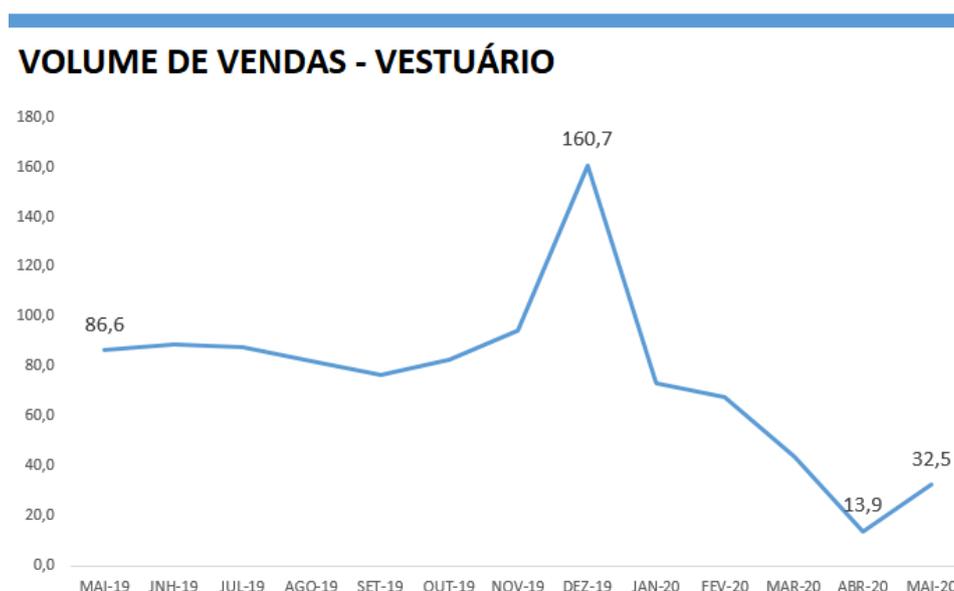
semestre do ano (mais forte no segundo trimestre do que no primeiro) e de retomada intensa no segundo semestre.

O isolamento social, e as medidas de segurança propostas pelos governos em seus países, desaceleraram tanto as vendas quanto a produção. Conforme o *site* Trade Map (2020), o FMI aponta que os impactos da covid-19 já possuem um choque maior do que a crise financeira de 2008.

Ainda de acordo com o mesmo site, no Brasil, as medidas de prevenção começaram pelo fechamento das escolas/universidades, comércio, e até mesmo indústrias. Porém, vale ressaltar que mesmo com o fechamento físico, as universidades, tal como a UCS, mantiveram suas aulas de forma *online* síncrona, e na medida do possível, os escritórios adaptaram para a forma de trabalho em *home office*.

Para olharmos de um macro panorama do mercado interno brasileiro, iremos analisar alguns gráficos. Os mesmos foram escolhidos pela autora da pesquisa, a fim de contextualizar e captar dados que sustentam o impacto da pandemia no Brasil.

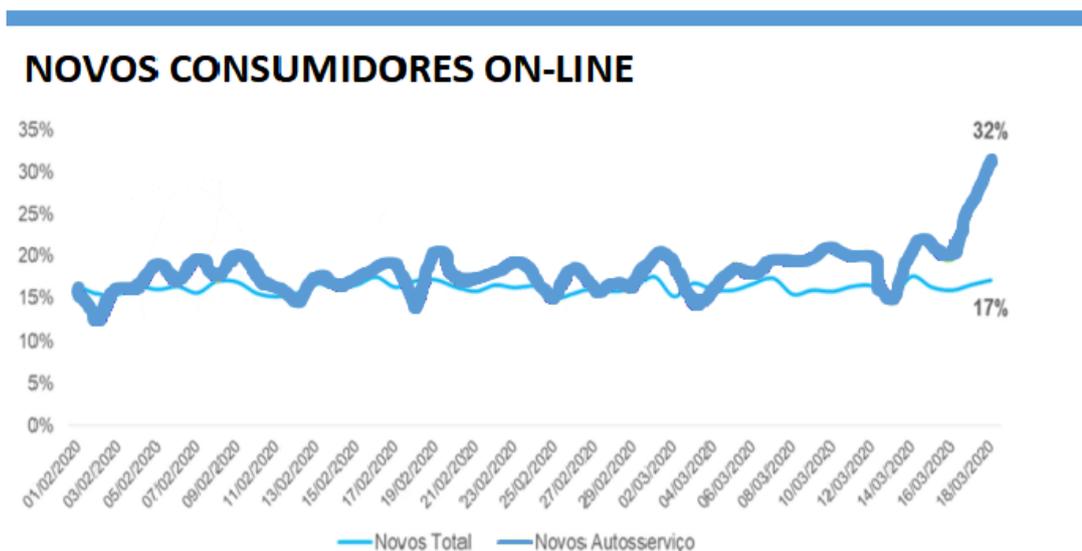
Figura 2- Volume de vendas



Fonte: IBGE (2020)

Pode-se observar uma queda expressiva no volume de vendas de vestuário, ao comparar a mesma data relativa ao ano de 2019. Por outro lado, os consumidores migraram de um uma compra física para uma compra *online*, conforme se pode visualizar na figura abaixo.

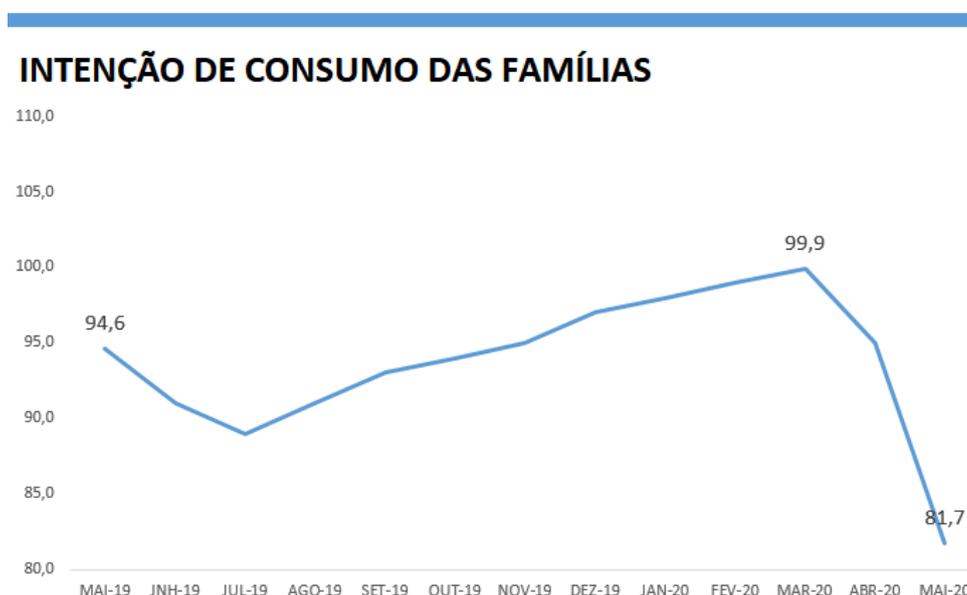
Figura 3 - Novos consumidores online



Fonte: Ebit/Nielsen (2020)

Para fecharmos esse tópico, devemos questionar se a migração do online para o físico responde a um medo pandêmico, ou apenas um avanço tecnológico que já seria gradualmente aplicado? Para isso, vejamos o gráfico a seguir onde mostra a intenção de compra dos consumidores Brasileiros.

Figura 4 - Intenção de consumo



Fonte: IFC/CNC

Com base nas informações apresentadas, podemos perceber que o fator determinante para a continuidade do comércio, está ligada à intenção de compra das famílias, e isso pode ser explicado, em partes, pelo aumento do temor quanto ao desemprego ou mesmo seu crescimento real. Dados de agosto/2020 do IBGE, apontam um aumento na taxa de desemprego em 13,7% no presente ano de 2020, que reflete em 12,9 milhões de pessoas, (NITAHARA, 2020) *site Agência Brasil*.

2.3.5.1 Efeitos no comércio exterior e importações

Como forma de frear a disseminação do vírus, o fechamento das fronteiras foi aderido gradativamente pelos países, quando falamos em fronteiras, abrange-se terrestre, aérea e marítima, o que impacta diretamente nas exportações e importações (BARON *et al.*,2020).

No período de janeiro/2019 a julho/2019, o volume das importações no Brasil era de aproximadamente 2 bilhões de dólares, já no mesmo período relativo a 2020, os números sofreram um aumento de aproximadamente 70%, \$7.847.699.855. De acordo com dados gerados e coletados no MDIC, quanto às

exportações, em 2019, o valor FOB ejetado do país foi de aproximadamente 4 bilhões de dólares, sofrendo uma baixa de aproximadamente 1%, \$4.041.286.

Os impactos poderão ser vistos nos atrasos dos embarques das mercadorias, pela falta de contêineres disponíveis, na perda de insumos alimentícios, visto que a evasão dos mesmos poderá não cumprir o cronograma de venda/exportação, apesar desse cenário, pode-se perceber perspectivas positivas, como a redução da alíquota de impostos de importação relativo a medicamentos e aparelhos hospitalares, e também a aceleração da otimização de processos burocráticos, conforme dados da Câmara de Comércio Exterior (2020).

2.4 AÇÕES COM VISTA À RECUPERAÇÃO ECONÔMICA E COMERCIAL

Crises podem levar-se a partir de vários fatores, seja político, interesses de alguma nação, ou até mesmo após colapso do sistema de saúde, como uma pandemia, o qual se procurou abordar no presente estudo, cujo objetivo é elencar e analisar as ações com vista recuperação econômica e comercial tomadas por empresas exportadoras da serra gaúcha durante a pandemia da COVID019.

De acordo com Barbosa (2017), a crise resulta de um conjunto de choques de oferta e de demanda. Por essa perspectiva, podemos perceber que, em tempos de crises de saúde, o esgotamento de medicamentos e mantimentos básicos para a substância acontecem. A demanda pelos mesmos se torna alta devido ao medo da escassez.

Damas (2017), por outro lado, defende que as crises são recorrentes no mercado, dando luz a problemas de gestão. Analisaremos abaixo períodos históricos e as crises que o sucederam; conforme quadro 2:

Quadro 2 - Períodos históricos marcados por crises econômicas

(continua)

Período	Descrição
1929 - 1932	“ <i>Crash</i> ” da bolsa de Nova York.
1975	Marcado por estagnação econômica e inflação; colapso do sistema de Bretton Woods e crise do petróleo.
1991	Período marcado pela flutuação da inflação e políticas monetárias restritivas.
2009	Crise “ <i>subprime</i> ”
2020	Estudiosos preveem maior crise após 1929, devido a pandemia.

Fonte: BBC (2020) adaptado pela autora.

O quadro traz à luz dois fatores; o primeiro levantado pela grande quantidade de crises econômicas sofridas no século passado; em segundo, as diferentes causas que levantaram as mesmas.

2.4.1 Crise de 1929 - Grande depressão

De acordo com Chiocca (2012), a crise de 1929 poderia ter sido prevista facilmente. O “crash” da bolsa americana refletiu durante anos; acionistas investiram deliberadamente em ações consideradas “pirâmides”, dando surgimento ao termo “alta alavancagem”; o autor defende que a recuperação da crise, decorreu-se apenas com os preparativos da guerra, com a lucratividade da venda de armamento.

Para Coggiola (2008), o estopim da grande depressão, foi a fuga de capitais investidos na bolsa, na famosa “quinta-feira negra”. O “boom especulativo” desencadeou uma série de fatores; gerando inúmeros desempregados do dia para noite. Todavia, o autor traz a luz, da mesma forma que Chiocca (2012); que a recuperação da crise foi impulsionada devido a guerra, com os gastos armamentistas.

2.4.2 Crise da década de 70

Viela (2019), conceitua o sistema Bretton Woods; que consistia em estabelecer um padrão de transação para diferentes moedas, lastreando a

moeda dólar em ouro; assim sendo, as demais moedas estariam vinculadas ao dólar, tomando a moeda como parâmetro. Criando assim um câmbio fixo.

Ressaltando que esse acordo foi estabelecido por 45 países durante a segunda-guerra mundial.

Lima e Oliveira (2016), descrevem o sistema Bretton Woods como a “construção e o equilíbrio do sistema monetário internacional a partir da cooperação e estabilidade”. Os autores conceituam a queda do sistema, anos depois, em 1971, Como forma de resolver a supervalorização do dólar, e conter a inflação nos Estados Unidos.

Os mesmos autores trazem a luz que, não somente os dois fatores citados devem-se a queda do sistema, mas também a crise do petróleo em 1973. Além da decisão dos países em flutuar o câmbio. Oficializou-se em 1976, através de reunião do FMI, o fim do sistema.

Logo, pode-se analisar que as conturbações da década de 70 não foram propriamente resolvidas, mas sim, substituídas; o sistema que surgiu como forma de solução no passado, tornou-se crise no futuro, precisando finalizar o mesmo. É importante ressaltarmos que, a volatilidade do câmbio influencia na criação e fim de ciclos históricos.

2.4.3 Crise da década de 90

Alves (2002), caracteriza o final da década de 80, e início da década de 90, por taxas de inflação altas e baixo crescimento econômico. No Brasil, a década de 90 foi marcada pela abertura comercial e o plano real.

Cardoso (2001), conceitua em três fases a década de 90, marcada primeiramente por uma instabilidade macroeconômica radical, onde o câmbio, juros, preços e salários oscilavam bruscamente; secundamente uma dinâmica de expansão “*stop and go*”, onde o país vivia pequenos ciclos de crescimento e recessão; e por fim, uma excedente oferta de mão-de-obra.

2.4.4 Crise “*subprime*”

É de suma importância retratarmos a crise de 2008, para assim entendermos o contexto de uma recente crise, e as formar como os estados, dentro do possível, a superaram. Para Gonçalves (2008), a crise de 2008 teve início com a insolvência generalizada no sistema de hipotecas imobiliárias nos Estados Unidos. Nos EUA ela iniciou-se com os empréstimos de hipotecas, levando a um colapso do sistema imobiliário e bancário.

Já no Brasil, os primeiros impactos da crise na economia foram no setor financeiro, de acordo com Paulani (2009). Levado por um acúmulo de capital que já vinha ocorrendo. Após 1992, e sua crise, gerou-se um clima de desconfiança no Brasil.

Apesar da queda nas importações e exportações, a economia brasileira teria perspectivas favoráveis para o ano de 2010, pois já havia alguns sinais de recuperação do comércio externo brasileiro no ano seguinte (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2009).

2.4.5 Ferramentas utilizadas para contingência de crise

Analisando as crises do último século, podemos perceber que vários fatores desencadearam as mesmas; políticas criadas por governos a fim de tentar proteger uma nação, por muitas vezes, acabaram por ser estopim para crise.

Alguns estudos apontam medidas governamentais que podem ser tomadas para estancar uma crise econômica, de acordo com a Revista Pesquisa e Debate (v. 31, n. 1(55) (2019)) uma das ferramentas disponíveis para guiar a economia durante uma crise é a política monetária, para se trabalhar com esta o governo pode atuar na taxa de juros e na taxa de câmbio através da oferta de moeda. Porém de acordo com o mesmo estudo do artigo citado na revista existem outras formas.

Uma delas é tentar proteger o câmbio, principalmente quando tratamos do Brasil, onde neste primeiro semestre de 2020 podemos perceber uma enorme flutuação do câmbio, o que impacta em todos setores. O Real desvalorizou-se acima de 40% de acordo com Ferreira (2020).

Outra forma é aumentar as políticas assistencialistas, como o auxílio emergencial, proposto pelo atual governo. De acordo com Cardoso (2020) O Auxílio Emergencial criado por essa lei é um misto entre a Renda Básica de Cidadania, criada pela Lei nº 10.835, de 2004, e o Programa do Seguro-Desemprego, instituído pela Lei nº 7.998.

Ainda tratando do artigo apresentado pela Revista Pesquisa e Debate (v. 31, n. 1(55) (2019)), apresenta-se a opção de expansão da liquidez para retomar a oferta de crédito que estaria escassa; pacotes que evitem falências de instituições bancárias; reduzir a taxa de juros e aumentar o gasto fiscal. Sendo esse estímulo da redução da taxa de juros, uma forma de aquecer o mercado, injetando dinheiro e evitando o acúmulo de capitais por medo de uma possível crise econômica, assim como citado anteriormente, o acontecido em 2008.

Almeida (2011) cita em seu artigo de desdobramentos da crise financeira internacional, que os principais absorvedores das empresas durante a última crise financeira, foram os grandes grupos financeiros internacionais, e o apoio do BNDES.

Ainda em seu artigo, o autor cita que o principal ponto na reestruturação das empresas durante a crise, foi a orientação dada pelo governo aos bancos, subindo o percentual de crédito concedido. Trazendo também informações que, sugestivamente, mostraram que a não redução do salário mínimo e manutenção dos benefícios, tais quais bolsa família e seguro desemprego; ajudaram a estancar a crise financeira emergente.

Almeida (2011, p. 18) finaliza: “o aumento do nível do investimento e do gasto público e a ampliação do crédito em plena crise, foram os determinantes do êxito brasileiro em responder à crise internacional e superá-la com rapidez”. Com base nesse estudo, pode-se identificar uma estratégia governamental para ser utilizada durante uma crise, que é a não retração dos investimentos, e sim, o seu incentivo.

3 SÍNTESE DO EMBASAMENTO TEÓRICO CONCEITUAL

Os conceitos centrais e seus respectivos autores, que embasaram a presente pesquisa na sua teoria, estão expostos de forma sintetizada no quadro abaixo.

Quadro 3 – Síntese do embasamento teórico conceitual

(continua)

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	CONCEITOS RELEVANTES
COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO	Nenhum país, por mais rico que seja, consegue ser autossuficiente, ou seja, produzir tudo o que a sua população necessita para viver (Menezes e Ramos (2006, p. 42) apud Luz (2019)). A Exportação consiste na saída de um bem ou serviço definitiva, ou temporária do território nacional. (ASSUMPÇÃO, 2007). A importação consiste na entrada temporária ou definitiva no território nacional. Lopez e Gama (2010) são necessários procedimentos administrativos governamentais que tem por objetivo fiscalizar as mercadorias que entram e saem do país, bem como, realizar a arrecadação (LOPEZ e GAMA, 2010).
COVID-19	Em dezembro de 2019, iniciou-se um surto que atingiu cerca de 50 pessoas na cidade de Wuhan, na China (USP). Recomenda-se o distanciamento social, uso de máscara em locais públicos, higienização constante das mãos, evitando levar as mesmas aos olhos, nariz e boca e a higienização dos objetos advindos de fora da sua localidade. (Ministério da Saúde, 2020). As projeções para o Brasil levam em conta um cenário de forte queda da atividade no primeiro semestre do ano (mais forte no segundo trimestre do que no primeiro) e de retomada intensa no segundo semestre (IPEA). Os impactos da covid-19 já possuem um choque maior do que a crise financeira de 2008 (FMI). Dados de agosto/2020 do IBGE, apontam um aumento na taxa de

	<p>desemprego em 13,7% no presente ano de 2020, que reflete em 12,9 milhões de pessoas (NITAHARA, 2020). Em 2019, o valor FOB ejetado do país foi de aproximadamente 4 bilhões de dólares, sofrendo uma baixa de aproximadamente 1%, \$4.041.286 (MDIC).</p>
<p>RECUPERAÇÃO ECONÔMICA</p>	<p>De acordo com Barbosa (2017), a crise resulta de um conjunto de choques de oferta e de demanda. Damas (2017), por outro lado, defende que as crises são recorrentes no mercado, dando luz a problemas de gestão. A Revista Pesquisa e Debate (v. 31, n. 1(55) (2019)) enfatiza que uma das ferramentas disponíveis para guiar a economia durante uma crise é a política monetária, para se trabalhar com esta o governo pode atuar na taxa de juros e na taxa de câmbio através da oferta de moeda. Outra forma é aumentar as políticas assistencialistas, como o auxílio emergencial, proposto pelo atual governo Cardoso (2020). Apresenta-se a opção de expansão da liquidez para retomar a oferta de crédito que estaria escassa; pacotes que evitem falências de instituições bancárias; reduzir a taxa de juros e aumentar o gasto fiscal. Revista Pesquisa e Debate (v. 31, n. 1(55) (2019)). Almeida (2011) cita em seu artigo de desdobramentos da crise financeira internacional, que os principais absorvedores das empresas durante a última crise financeira, foram os grandes grupos financeiros internacionais, e o apoio do BNDES.</p>

Fonte: Elaboração própria (2020).

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Demo (1985, p. 19) Metodologia é uma preocupação instrumental. trata das formas de fazer ciência. Cuida dos procedimentos, das ferramentas, dos caminhos. Portanto Metodologia, segundo o autor, tem por finalidade facilitar o conhecimento, através de caminhos traçados e estudados.

Da mesma forma, Prodanov e Freitas (2013, p. 14), definem a metodologia como “a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para a construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade”.

Portanto, quando se fala em “método científico”, significa um conjunto de abordagens, técnicas e processos utilizados pela ciência para formular e resolver problemas de aquisição. Objetiva do conhecimento, de uma maneira sistemática. (RODRIGUES, 2007).

4.1 DELINEAMENTO

Esta pesquisa acadêmica buscou elencar e analisar ações com vista à recuperação econômica e comercial tomadas por empresas exportadoras da serra gaúcha durante a pandemia da COVID019. A pesquisa desenvolvida classifica-se como de natureza qualitativa, em nível exploratório.

4.1.1 Natureza

O estudo foi realizado em natureza qualitativa. A mesma, compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam a descrever e a decodificar os componentes de um sistema complexo de significados (NEVES, 1996).

Dessa forma, os métodos qualitativos se assemelham a procedimento de interpretação dos fenômenos que se empregam no nosso dia-a-dia, que têm a mesma natureza dos dados que o pesquisador qualitativo emprega em sua pesquisa. (NEVES, 1996).

4.1.2 Níveis

Para Malhotra (2011), as pesquisas podem ser divididas em exploratórias ou conclusivas. A pesquisa foi realizada em âmbito exploratório. Para o autor, a pesquisa exploratória tem como objetivo, explorar e entender o problema em questão, para então, obter entendimento sobre o assunto estudado, a fim de trazer contribuições.

Ainda de acordo com Malhotra (2011), a pesquisa de nível exploratório pode ser usada para as seguintes finalidades: formular um problema com maior precisão, identificar meios alternativos para determinada ação, levantar hipóteses, identificar caminhos-chaves para desenvolvê-los, levantar novos meios para solução de um problema e trazer referências para pesquisas futuras.

A pesquisa exploratória busca trazer entendimento ao problema trabalhado envolvendo “levantamento bibliográfico, a realização de entrevistas com pessoas que possuem experiência prática com o problema pesquisado e a análise de exemplos que estimulem a compreensão” (Dieh e Tatim, 2004, p. 54). Dessa forma, no presente estudo, que busca trazer elencar e analisar ações com vista à recuperação econômica e comercial, definiu-se pela pesquisa exploratória para trazer uma análise detalhada do objetivo.

Segundo Shiraishi (2012, p. 59), “a pesquisa exploratória é flexível e proporciona uma primeira aproximação à questão investigativa. As informações são definidas de maneira pouco exata e utiliza-se apenas uma pequena amostra não probabilística”. Ainda segundo o autor, a pesquisa exploratória deve ser adotada quando o pesquisador identificou um possível problema, mas ainda precisa ir a fundo em quais são as possíveis causas e soluções.

Malhotra (2011) aponta que a pesquisa de nível exploratório, depende de quão profundamente o pesquisador busca ir, e quais as percepções que ele toma sobre o assunto. A pesquisa é um processo de descoberta, onde as habilidades do pesquisador não são únicas e determinantes para o resultado final. Da mesma forma, Shiraishi (2012) enfatiza que as pesquisas exploratórias têm como finalidade auxiliar no desenvolvimento de resolução de um problema, interpretar os dados com clareza e verificar hipóteses.

A pesquisa em questão foi desenvolvida no nível exploratório para conseguir analisar as ações das empresas em momentos de crise, elencar e analisar ações com vista à recuperação econômica e comercial tomadas por empresas exportadoras da serra gaúcha durante a pandemia da COVID019.

4.1.3 Estratégias da pesquisa

Este estudo foi desenvolvido por meio de pesquisa documental, procedimento de coleta e procedimento de análise. Para Mascarenhas (2012), quando se começa um estudo, devemos analisar o que já foi dito sobre o tema. Nessa perspectiva, a pesquisa documental se faz necessária para analisarmos os dados já publicados sobre o assunto levantado. Ainda segundo o autor, a pesquisa de levantamento, ou, entrevista, também utilizada para o presente trabalho, busca ter contato direto com as pessoas que estão sendo estudadas, facilitando a qualificação dos resultados e favorecendo uma pesquisa rápida e objetiva.

Segundo Gil (2002), as pesquisas elaboradas com base em documentos são importantes, não porque respondem definitivamente a um problema, mas porque proporcionam melhor visão desse problema ou, então, hipóteses que conduzem a sua verificação por outros meios. Ainda de acordo com o autor, os passos para uma boa pesquisa documental são:

- a) Determinação dos objetivos;
- b) Elaboração do plano de trabalho;
- c) Identificação das fontes;
- d) Localização das fontes e obtenção do material;
- e) Tratamento dos dados;
- f) Confeção das fichas e redação do trabalho;
- g) Construção lógica e redação do trabalho.

Gil (2002) ainda destaca que a pesquisa documental possui uma série de vantagens, visto que os documentos proporcionam uma fonte rica e estável de dados.

Conforme citado acima por Gil (2002), a pesquisa documental necessita de validação por outros meios, sendo assim, usa-se como estratégia de pesquisa no presente trabalho, a pesquisa por entrevista.

Para Barros e Lehfeld (2007), o procedimento de coleta de dados pode ser dividido em estruturado, que possui questões previamente formuladas pelo pesquisador, possuindo um roteiro; e não estruturado, onde o entrevistador busca conseguir por meio da conversação, dados que possam ser utilizados na análise qualitativa. De qualquer forma, na estratégia de pesquisa através de coleta de dados, o pesquisador deve se preparar e respeitar o local de fala do entrevistado.

Segundo Mascarenhas (2012, p. 50), “a ideia da entrevista é colher informações desse grupo para, depois, com a ajuda de ferramentas estatísticas, tirar conclusões sobre o grupo”. O autor ainda destaca que dessa forma, pode-se compreender com mais clareza o comportamento da população estudada.

4.2 PARTICIPANTES DO ESTUDO

Segundo Gil (2002), os levantamentos abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade, por essa razão, é muito comum e necessário se trabalhar com uma amostra, ou seja, com uma pequena parte dos elementos que compõem o universo.

Nem sempre há possibilidade de pesquisar todos os indivíduos do grupo, devido à escassez de recursos ou à premência do tempo; nesse caso utiliza-se o método da amostragem, que consiste em obter um juízo sobre o total, mediante a compilação e exame de apenas uma parte, a amostra (MARCONI; LAKATOS, 2003).

Malhotra (2011) complementa que uma unidade de amostragem pode ser o elemento em si ou uma entidade mais prontamente disponível que contenha o elemento. Para o presente estudo, foi selecionada uma empresa atuante no mercado de exportação de longa data, já consolidada no mercado e de grande representatividade. A mesma foi escolhida pela pesquisadora, por ter acesso a

informações, e também por possuir um histórico compatível com o tema da pesquisa.

Os participantes do estudo relataram suas dificuldades em tempos de crises e como fizeram para superar a mesma, também expuseram suas dificuldades no atual cenário da pandemia. A diversidade de respondentes da mesma empresa visa oferecer variados pontos de vista e experiências na resolução de crises. No quadro 4, são apresentados os participantes, cargos dos responsáveis, escolaridade dos participantes e tempo de atuação no mercado internacional.

Quadro 4 – Lista de participantes entrevistados

(continua)

PARTICIPANTE	CARGO	ESCOLARIDADE	TEMPO DE ATUAÇÃO NO MERCADO INTERNACIONAL
Participante 1	Diretor de exportação	Pós-graduação	Mais de 10 anos
Participante 2	Gerente de exportação	Pós-graduação	Mais de 10 anos
Participante 3	Gerente de exportação	Pós-graduação	Mais de 30 anos
Participante 4	Supervisor de exportação	Pós-graduação	Mais de 10 anos
Participante 5	Trader – Europa	Pós-graduação	Mais de 10 anos
Participante 6	Trader – Europa	Ensino superior completo	De 5 a 10 anos
Participante 7	Trader – América do Sul	Pós-graduação	De 5 a 10 anos
Participante 8	Analista comercial de exportação – América do Sul	Ensino superior completo	De 5 a 10 anos

Participante 9	Analista comercial de exportação – Oriente Médio	Ensino superior completo	De 5 a 10 anos
Participante 10	Analista comercial de exportação – América do Norte	Ensino superior completo	De 5 a 10 anos

Fonte: elaboração própria (2020).

Os participantes do estudo foram eleitos por já trabalharem em empresas exportadoras, atuando no comércio internacional, por no mínimo cinco anos, podendo assim embasar a pesquisa, e também pela disponibilidade em participar da mesma.

4.3 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

O elemento mais importante para a identificação de um delineamento é o procedimento adotado para a coleta de dados, assim, podem ser definidos dois grandes grupos de delineamento: as fontes via “papel” e aqueles cujos dados são fornecidos por pessoas (GIL, 2002). Os procedimentos de coleta e dados podem ser divididos em dois grupos, o primeiro abrange a pesquisa documental, e o segundo os levantamentos e entrevistas (GIL, 2002).

Segundo Marconi e Lakatos (2003), o roteiro semi estruturado é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. Ainda de acordo com os autores, a aplicação do questionário é vantajosa pois:

- a) economiza tempo, viagens e obtém grande número de dados;
- b) atinge maior número de pessoas simultaneamente;
- c) há mais tempo para responder e em hora mais favorável;
- d) há mais uniformidade na avaliação, em virtude da natureza impessoal do instrumento;
- e) obtém respostas que materialmente seriam inacessíveis.

Levando em consideração a atual situação sanitária em que a pesquisa está sendo aplicada, o questionário também se torna vantajoso, visto que em muitos casos o pesquisador não pode entrar em contato diretamente com o entrevistado.

Para a presente pesquisa, foi aplicado o questionário com perguntas abertas. Segundo Barros e Lehfeld (2007, p. 106), “as perguntas abertas, são aquelas que levam o informante a responder livremente com frases ou orações”.

A coleta de dados foi realizada através da aplicação de um questionário, disponível no apêndice A, com perguntas abertas, formulado através do referencial teórico da presente pesquisa, considerando-se seus objetivos. O mesmo foi aplicado no dia 20/04/2021 através de entrevistas presenciais individuais, com duração média de 30 minutos e via *teams* ferramenta de comunicação virtual, os participantes responderam no período de 20/04/2021 a 11/05/2021.

O questionário foi elaborado com 11 perguntas, as primeiras com finalidade de caracterizar os participantes do estudo e seu papel dentro da pesquisa, e as seguintes perguntas foram elaboradas com o objetivo de identificar quais ações foram tomadas para prevenir uma possível crise econômica na empresa, devido a atual situação da COVID-19. O quadro 5 apresenta as perguntas do questionário relacionadas aos objetivos específicos da pesquisa.

Quadro 5 – Questões elaboradas com relação ao objetivo do estudo

OBJETIVO DO ESTUDO	QUESTÕES ELABORADAS
Abordar os impactos econômicos causados pela pandemia junto às empresas exportadoras brasileiras.	De que forma sua empresa lidou com a pandemia do ponto de vista econômico? Como os mercados que você trabalha foram afetados? Comente a respeito. Quais foram os impactos observados na empresa, economicamente, gerados pela pandemia?

	Levando em consideração suas experiências no mercado internacional, você já lidou de alguma forma com uma crise econômica?
Mapear as variáveis econômicas passíveis de melhoria via ações de recuperação.	Quais abordagens econômicas foram efetivas? Quais foram as medidas jurídicas tomadas para proteção cambial? Houve flexibilidade por ambas as partes (empresa e cliente) no intuito de facilitar e manter as negociações?
Identificar ações, prazos, intervenientes e indicadores de acompanhamento para as ações com vista a recuperação econômica e comercial.	Quais indicadores são utilizados para monitoramento de mercado e vendas? Você tem conhecimento das ações de marketing tomadas pela empresa? se sim explique.

Fonte: Elaboração própria (2021).

Ao responder as questões apresentadas no quadro acima, e conseqüentemente, alcançados os objetivos específicos do presente estudo, almeja-se atingir o objetivo geral da pesquisa, propor ações com vista à recuperação econômica e comercial para exportadoras durante a pandemia da COVID-19 e compará-lo com a literatura existente sobre o tema.

4.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DE DADOS

Para Gil (2002), entre os vários itens de natureza metodológica, o que apresenta maior carência de sistematização é o referente à análise e interpretação dos dados, todavia, é natural admitir que a análise dos dados seja de natureza predominantemente qualitativa.

Segundo Marconi e Lakatos (2003), na análise, o pesquisador entra em maiores detalhes sobre os dados decorrentes do trabalho estatístico, a fim de

conseguir respostas às suas indagações. Ainda segundo os autores, a qualidade da pesquisa será determinada pela interpretação dos dados levantados.

Barros e Lehfeld (2007) ainda destacam a importância da análise dos dados, observado as falhas, distorções e erros; uma vez feito isso os passos seguintes são:

- a) classificação: Tendo como função dividir o todo em partes, classes ou categorias;
- b) codificação: Processo utilizado para colocar cada informação em categorias; a codificação transforma os dados em elementos quantificáveis;
- c) tabulação: É o processo pelo qual se apresentam os dados obtidos na categorização em tabelas, auxiliando na interpretação e análise.

Gil (2002) traz à tona que o processo de análise e interpretação é fundamentalmente iterativo, pois o pesquisador elabora pouco a pouco uma explicação lógica do fenômeno ou da situação estudados, examinando as unidades de sentido, as inter-relações entre essas unidades e entre as categorias em que elas se encontram reunidas.

Para o presente estudo, a análise dos dados se deu através da transcrição das entrevistas e categorização dos seus resultados, organizando as respostas pela similaridade e grau de relevância, sintetizando as similares e classificado em grau de importância nas categorias e análise. Segundo Vergara (2012) a análise de conteúdo é uma técnica para o tratamento de dados que tem como objetivo identificar o que está sendo dito a respeito de um determinado tema.

Foram verificados os questionários e, posteriormente, classificados as mais importantes categorias de análise, são elas: a) perfil das empresas; b) levantamento de informações; c) abordagens econômicas; d) dificuldades encontradas; e) variáveis passíveis de melhoria; f) fatores que influenciam as vendas; g) avaliação dos dados; h) reavaliação das informações.

5 ANÁLISE DE DADOS

Para simplificar a análise de dados que serão expostos nesse capítulo, foi utilizada a apresentação dos dados, obtidos a partir de entrevistas, e discussão dos resultados. A apresentação dos dados se deu através de quadros individuais, contendo as dez entrevistas associadas também a trechos literais, com o intuito de relacionar os resultados com o referencial levantado.

Conforme apresentado pelos respondentes da pesquisa, as empresas buscam manter o posicionamento no mercado internacional, se adequando às condições apresentadas. Por tratar-se de uma crise sanitária mundial, as situações vividas pelos profissionais mudaram rapidamente e bruscamente, fazendo com que, assim, as empresas se reinventassem nesse momento de crise.

Através da pesquisa, pode-se perceber também que nenhuma das empresas estava devidamente preparada para uma crise sanitária. Não possuindo um comitê de crise, setor ou profissional específico para dar o amparo necessário à empresa nessa situação. Todas elas adquiriram experiência e informação, vivenciando as dificuldades do dia-a-dia.

Os quadros apresentados a seguir, trazem pequenos trechos literais das falas dos entrevistados no transcorrer da pesquisa. No quadro 6, foi feita uma relação com as informações que caracterizaram o perfil das empresas. Selecionou-se trechos em que os elementos foram mencionados durante a pesquisa.

Quadro 6 – Caracterização das empresas exportadoras da serra gaúcha respondentes

Foco	Trechos evidenciados na pesquisa
Perfil das empresas entrevistadas na perspectiva de tomada de decisão	<p>“Por anos, trabalhamos de forma verticalizada, onde todas as decisões vêm de cima para baixo” (Empresa 1);</p> <p>“Temos autonomia, porém, por ser uma empresa familiar, as decisões traçam uma linha hierárquica” (Empresa 3);</p> <p>“Estamos nos adaptando e mudando todos os dias” (Empresa 2).</p>
Abordagens econômicas	<p>“Colocação de pedido” (Empresa 1);</p> <p>“Efetivação de novas vendas e colocação de pedidos” (Empresa 3);</p> <p>“Manter os distribuidores e incentivar as vendas através do canal de distribuição” (Empresa 5);</p> <p>“Não perder espaço para concorrência” (Empresa 2).</p>
Fatores que influenciam as vendas	<p>“Preço” (Empresa 1);</p> <p>“Qualidade e preço” (Empresa 5);</p> <p>“Qualidade” (Empresa 6);</p> <p>“Poder aquisitivo” (Empresa 4).</p>

Fonte: Elaboração própria (2021).

Observou-se que parte das empresas entrevistadas possui o foco econômico na efetivação de pedidos. Outra questão que foi respondida pelos entrevistados, representado uma das categorias de análise do presente estudo, se refere às dificuldades encontradas durante o período pandêmico. No quadro 7, são elencadas às principais dificuldades relatadas pelos respondentes. Dentre

as citadas, as que mais foram elencadas, são a dificuldade de obtenção de matéria prima, cancelamento, atrasos na logística de envio dos pedidos e escoamento dos estoques no mercado externo. Além disso, comentou-se que a crise pandêmica foi tratada como justificativa para solicitação de desconto.

Quadro 7 – Dificuldade no período pandêmico

Ações durante a pandemia	Trechos evidenciados na pesquisa
Pedidos	<p>“Os pedidos continuaram entrando, mas não tínhamos como produzir” (Empresa 3);</p> <p>“Como vendemos produto com alto valor agregado, tivemos queda no cumprimento da meta” (Empresa 4);</p> <p>“As vendas caíram muito, a ponto de não ser viável continuar com o mercado” (Empresa 1).</p>
Posicionamento no mercado externo	<p>“A gente perdeu espaço para a concorrência” (Empresa 1);</p> <p>“Nos mantemos no mercado, a custo da queda dos pedidos no primeiro semestre de 2020, depois conseguimos alavancar as vendas novamente” (Empresa 2);</p> <p>“Não mudou muito do que estava para agora” (Empresa 10).</p>
Relação entre exportador e cliente	<p>“A maior dificuldade foi manter a comunicação interna, com os funcionários de home office” (Empresa 3);</p> <p>“Mudou muito, os distribuidores se aproximaram mais, a relação ficou mais estreita e honesta” (Empresa 2).</p>

Câmbio	“No começo a gente achou que ia ajudar, e o fato da cotação [taxa cambial] estar vantajosa ia ajudar a compensar a falta de pedidos” (Empresa 5).
--------	---

Fonte: elaboração própria (2021)

Outro fator abordado no estudo, foi como as empresas agiram, ou se posicionaram perante a crise, quais ações foram tomadas para estancar os efeitos da retração econômica. Nenhuma das empresas relatou possuir algum comitê responsável para lidar exclusivamente com a situação. De acordo com as entrevistas, as empresas não estavam devidamente preparadas para a crise. Conforme a empresa 1 e 2, respectivamente “Não tivemos estrutura interna para lidar com a situação”; “Não, pelo fato de nunca termos vivenciado uma pandemia, não sabíamos como nos portar perante ela”.

Por outro lado, apesar de não terem vivenciado uma pandemia, grande parte das empresas passaram por crises econômicas, o que ajudou a nortear as ações tomadas. Crises econômicas e crises sanitárias se diferem na teoria, porém na prática, pode-se observar que são semelhantes, as duas impactam na recorrência da variação cambial, na inflação, nas taxas de desemprego, no corte de gastos, tanto nas residências, quanto por parte das grandes empresas e etc.

No quadro 8, são apresentadas as ações tomadas perante a crise.

Quadro 8 – Ações tomadas na crise

Fontes	Trechos evidenciados na pesquisa
Investimento	“Ao contrário de épocas 'normais' a empresa disponibilizou verba para os distribuidores investirem em marketing” (Empresa 1); “A publicidade foi o que mais ajudou a manter os distribuidores” (Empresa 4);

Reposicionamento de marca	“A gente teve que mudar a estratégia, antes queríamos colocar pedidos, vimos que não deu certo e encheram nossos estoques” (Empresa 2); “Já temos uma marca consolidada, então foi mais fácil não perder espaço” (Empresa 5).
Incentivos fiscais	“A empresa utilizou do benefício governamental para reduzir os salários” (Empresa 1).
Reestruturação	“Tiveram muitas demissões, para tentar cortar os custos internos” (Empresa 1).

Fonte: Elaboração própria (2021).

Pode-se perceber que as estratégias utilizadas no estancamento da crise, variaram de empresa para empresa. Ou seja, todas tinham como objetivo comum manter o saldo econômico positivo, porém, utilizando de ferramentas diferentes.

No que tange à função de utilização de recursos, um quesito que pode ser analisado, é a caracterização da empresa. Companhias com uma direção verticalizada, não disponibilizaram tanto investimento para inovação e renovação, por outro lado, empresas mais jovens no mercado e abertas a mudanças, descrevem haver tomado esta perspectiva como seu principal foco. Conforme cita a empresa 2, “Nosso foco foi ajudar nosso parceiro no exterior”.

Outras ferramentas citadas para a recuperação econômica foram: utilização de benefícios cambiais, para assim conseguir manter a lucratividade, conforme aponta a empresa 1: “O dólar estar alto, fez com que a gente vendesse menos, mas segurasse a margem”. Também foi citado que o câmbio não só ajudou manter os lucros, mas sim, alavancar o investimento no mercado externo.

Ações com vistas ao monitoramento de vendas no mercado externo foi outro tema tratado neste estudo. Grande parte dos entrevistados expôs que as empresas não fizeram o acompanhamento das vendas/clientes. Para a maioria dos respondentes, esse monitoramento teria sido fundamental, se aplicado

desde o início da crise, a falta de informação verídica, como relatórios de *bussines intelligence* semanais, fez com que o foco nem sempre estivesse no lugar certo. Para a maioria dos respondentes, em momentos de crise, o acompanhamento do mercado necessita um olhar mais próximo; não apenas dos clientes, mas também das notícias e ações que estão sendo tomadas naquela localidade. Com relação a isso, a empresa 1 ainda destaca “Passamos a fazer reuniões semanais com os *traders*, ao invés de mensais, com o intuito de manter essa proximidade com o mercado mais estreita”.

O que se pode perceber é que o objetivo em comum de todos os entrevistados é compreender a crise pandêmica de diferentes perspectivas, tanto por parte do local em que a empresa que atua esta firmada, quanto no local que o destino da mercadoria/serviço que oferece se destina.

No que se refere à reestruturação das respectivas empresas, todos os representantes demonstram certo desconforto. Quando a palavra reestruturação é levantada, logo traz à luz as demissões. Conforme a empresa 2, “Sim, é necessário para manter a integridade da instituição, sabemos que é uma decisão difícil e de última instância.”.

A maioria dos entrevistados levanta que manter o quadro de funcionários, ajuda não somente na integridade da empresa, mas edifica a sensação de segurança financeira de seus colaboradores. Já para os demais respondentes, eles levantaram que, muitas vezes, é a única solução imediata que a empresa pode tomar, a fim de se manter ativa e lucrativa.

Quanto às ferramentas para recuperação econômica, a maioria dos entrevistados garantiram que elas serviram para a tomada de decisões, sem dúvida. Conforme indicam as empresas 9 e 10, respectivamente “Sim toda e qualquer decisão que tomamos, pode-se dizer que é uma ferramenta para estancar a crise”, “O marketing, reuniões, mudança de preço, tudo isso são ferramentas que aprendemos a renovar na crise”.

Pode se perceber que as ações pré estudadas auxiliam na tomada de decisão, apesar de que as empresas ainda não tomaram conhecimento em estruturar essas decisões como ferramenta; reestruturação do quadro de funcionários, renovação e modificação do produto/preço, reuniões de

acompanhamento, todas essas ações refletem em uma tomada de decisão, e quando organizadas e aplicadas em situações específicas, se tornam ferramentas de recuperação econômica; seja essa recuperação um impulso nas vendas, ou até mesmo manter as mesmas, sem perder mercado.

Outro tema levantado nesse estudo foi o que os profissionais teriam feito de forma diferente, levando em consideração suas respectivas experiências no último ano pandêmico, quais ações teriam tomado e em que momento, e quais não. A maioria relatou que as ações demoraram a ser tomadas, visto que não levaram em consideração a gravidade e proporção que a pandemia tomaria.

Notou-se que, até o presente momento do estudo, os resultados da pesquisa sugerem dois estágios quanto à postura que as empresas vêm adotando sob a perspectiva econômica ao longo da pandemia. O primeiro consiste no estágio inicial da pandemia, onde as empresas ainda não estavam entendendo a gravidade e a durabilidade da situação, levando assim, aos profissionais não tomarem ações de forma tão assertivas, como relata a empresa 2, “Tentamos colocar o máximo de pedidos possíveis, dessa maneira lotamos o estoque do nosso distribuidor no destino, o que impactou no momento atual, onde estamos tendo que ajudar nosso distribuidor a esvaziar o estoque, antes de vender mais”. O segundo estágio foi de reavaliação das medidas tomadas, um momento onde pode-se notar que as empresas levaram em consideração o ano de 2020, o que funcionou e o que não funcionou, conforme empresa 3, “Conseguimos entender as reais necessidades do nosso cliente, e nos aproximar mais dentro do negócio, de um lado eles nos ajudavam a bater a meta, enquanto nos nós ajudávamos com preço e competitividade, assim construímos uma parceria mais honesta e mútua”.

Com base nesta análise da pesquisa e nas respostas concedidas pelos profissionais, pode-se dizer que a análise de produto, preço, mercado, investimento em marketing, reestruturação de quadro de funcionários e utilização de benefícios jurídicos e cambiais, consistem em ações não só de recuperação de empresa, mas sim de estancamento das consequências de uma crise econômica. As empresas ainda não estão focadas em um período pós pandêmico, mas sim em se manterem ativas e lucrativas no atual cenário.

6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Conforme apontado nas respostas dos entrevistados, pode-se observar que eles acreditam que, de certa forma, a crise pandêmica não foi levada a sério e gerida de forma assertiva desde o princípio. Esse resultado encontrado se assemelha a pesquisa de Damas (2017), que afirma crises frequentemente vêm após períodos de calma, nos quais futuros problemas começam a ser gestados, de forma pouco clara a princípio.

Por outro lado, percebe-se que os entrevistados acreditam que manter o mercado aquecido e o fluxo de negociações o mais assertivo possível, faz com que as instituições ajudem na economia do país como um todo, ajudando assim a superar a crise, conforme apontam os estudos de Menezes e Ramos (2006), Maia (2010). Para as empresas, manter o saldo econômico positivo, muitas vezes, importa mais do que manter o fluxo e qualidade das negociações, fazendo com que definir ações de recuperação econômica, seja apenas um critério a ser cumprido, por solicitação dos superiores. O achado se distancia dos estudos de Kotler e Armstrong (2007), segundo eles as organizações devem ter total entendimento não apenas do lucro, mas sim de sua praça e clientes, estreitando o relacionamento e fazendo crescer uma relação de ajuda mútua.

Barbosa (2017) traz à luz que crise é o resultado de um conjunto de choques de oferta e de demanda. Por essa perspectiva, se pode perceber que, a ideia se aproxima da pesquisa, pois segundo os entrevistados, um dos fatores que alavancou o problema econômico das empresas, não foi a falta de colocação de pedidos e sim, a falta de matéria prima para atender o mesmo. Além do fator logístico, onde os armadores tiveram um acréscimo de demanda fora de época, não conseguindo atender todas as necessidades.

Em relação ao objetivo de entender as ações com vistas a recuperação econômica e comercial, os respondentes afirmam que a organização interna das instituições deve seguir uma linha de raciocínio condizente com a realidade, delimitando prazos, estipulando indicadores e o acompanhando os mesmos, além de estarem sempre atentos ao que passa fora do mercado interno. Para a grande maioria dos respondentes, a crise pandêmica está sendo uma grande

aula de como operar negócios. Tal resultado se aproxima novamente aos estudos de Damas (2017), pois, para esse autor, na maioria das vezes, crises econômicas são alavancadas por problemas de gestão.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para as organizações se mantarem fortes e operantes no mercado perante a crise, elas precisam estabelecer ações de acompanhamento econômico e comercial, estar à frente dos desafios que surgem durante uma crise. Nesse momento, aplicam-se as ações com vista a recuperação econômica e comercial.

O presente trabalho objetivou analisar a ações de acompanhamento econômico e comercial, que as empresas colocam em prática em suas empresas durante períodos de crise.

Se pode perceber que as empresas exportadoras necessitam estar preparadas para se manterem significativas em um mundo globalizado que sofre recorrentes mudanças. Com isso, o desenvolvimento deste trabalho surgiu de uma vontade por parte da pesquisadora, de ajudar de alguma forma, dentro de suas possibilidades, no período pandêmico.

A pesquisa demonstrou que ainda há muito a desenvolver no que se refere a mapear ações com vista a recuperação econômica e comercial tomadas pelas empresas exportadoras da serra gaúcha durante a pandemia da COVID-19. As empresas não dão a devida importância e tempo necessário para desenvolver planejamento e ações de contingência de riscos. Pode-se perceber que não existe ações padrões que podem ser aplicadas em qualquer empresa, mas sim a forma com que as companhias lidam com os efeitos colaterais da crise.

Uma limitação foi encontrada durante a realização da pesquisa foi, a falta de possibilidade de analisar como um todo, uma empresa que já tivesse elaborado e aplicado um plano de contingência de crise. Porém, pode-se perceber que tal limitação não atrapalhou o desenvolvimento e objetivo final do trabalho.

Fica como sugestão para futuras pesquisas, tomar como nota as atuais entrevistas e aplicá-la novamente em um período pós pandemia, para assim poder analisar quais foram as mudanças captadas na aplicabilidade das ações

com vistas a recuperação econômica e comercial tomadas por empresas exportadoras.

REFERÊNCIAS

ABRACOMEX. **Qual o panorama atual da exportação brasileira?**. Disponível em: <<https://www.abracomex.org/qual-o-panorama-atual-da-exportacao-brasileira#:~:text=Atualmente%2C%20o%20Brasil%20ocupa%20a,%2C%20soja%2C%20carne%20e%20a%C3%A7%C3%BAcar>>. Acesso em: 9 de outubro de 2020.

AGÊNCIA BRASIL. **Desempregona pandemia continua subindo e chega a 13,7%**. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-08/desemprego-na-pandemia-continua-subindo-e-chega-137>>. Acesso em: 1 de outubro de 2020.

ALEM, Ana; CAVALCANTI, Carlos. O BNDES e o Apoio à Internacionalização das Empresas Brasileiras: Algumas Reflexões. **Revista do BNDS**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 24, p 43-76, 2005.

ASSIS, Walquíria Freitas de. **Inteligência Estratégica aplicada à promoção comercial internacional**. Brasília. 2007.

ASSUMPÇÃO, R.M. **Exportação e Importação: conceitos e procedimentos básicos**. Curitiba: Ibpex, 2007.

BARBOSA FILHO, Fernando de Holanda. **A crise econômica de 2014/2017**. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ea/v31n89/0103-4014-ea-31-89-0051.pdf>. Acesso em 16 de outubro de 2020.

BARON, Miriam Viviane *et al.* **Contenção, mitigação e supressão no combate à pandemia do COVID-19: levantamento e análise**. 2020. Disponível em: <<http://www.revistas.mpmcomunicacao.com.br/index.php/saudecoletiva/article/view/734>>. Acesso em: 1 de outubro de 2020.

BBC NEWS. **As 14 recessões dos últimos 150 anos - e por que a do coronavírus deve ser a 4ª pior**. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-53239921>>. Acesso em 16 de outubro de 2020.

BBC NEWS. **Coronavírus: os gráficos que mostram como uma reunião familiar levou a 41 contaminações por covid-19 em 16 dias**. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-53725813>>. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

CHIOCCA, Fernando Fiori. **A grande depressão americana**. 1 ed. São Paulo: Mises Brasil, 2012.

BIANCHI, Shayane. O comércio exterior brasileiro e a importância do business english. **Revista Perspectiva em Educação, Gestão & Tecnologia**, v. 6, n. 12, p 1-11, 2017.

DUARTE, Andreia Marques *et al.* **Pesquisa e debate**. Revista do programa de estudos pós-graduandos em economia política da PUC-SP, v 31, n. 12, 2019.

CARDOSO, Eliana. **O Brasil e a crise**. Valor Econômico. São Paulo, 2001.

CASTRO, José Augusto. **Exportação Aspectos Práticos e Operacionais**. São Paulo: Lex, 2005.

COGGIOLA, Osvaldo (Org.). **América latina e a globalização**. São Paulo: Prolam, 2008.

CORONAVIRUS A TARDE. **163 vacinas contra a covid-19 estão em desenvolvimento, segundo a OMS**. Disponível em: <<https://coronavirus.atarde.com.br/163-vacinas-contr-a-covid-19-estao-em-desenvolvimento-segundo-a-oms/>>. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

DAMAS, Roberto Duma. **Crises econômicas internacionais**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

DC LOGISTICS. **10 produtos mais importados e exportados em 2019**. Disponível em: <<https://dclogisticsbrasil.com/confira-os-10-produtos-mais-importados-e-exportados-pelo-brasil-em-2019/>>. Acesso em: 2 de outubro de 2020.

DEMO, Pedro. **Introdução a metodologia da ciência**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 1985.

DIÁRIO DO COMÉRCIO. **6 gráficos que mostram os impactos da covid-19 no comércio**. Disponível em: <<https://dcomercio.com.br/categoria/economia/6-graficos-que-mostram-os-impactos-da-covid-19-no-comercio>>. Acesso em: 1 de outubro de 2020.

DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**. 1 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2004.

DWECK, E. (Coord.) **Impactos macroeconômicos e setoriais da Covid-19 no Brasil**. Nota Técnica. Texto para Discussão 007, IE-UFRJ, 2020.

EXAME. **A disseminação do coronavírus pode apresentar o fim da globalização?** Disponível em: <<https://exame.com/economia/a-disseminacao-do-coronavirus-pode-apressar-o-fim-da-globalizacao/>>. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

ALVES Jr., Antonio J.; FERRARI FILHO, Fernando; PAULA, Luiz F. R. **Crise cambial, instabilidade e reforma do sistema monetário internacional: uma abordagem pós-keynesiana**. Revista de Economia Contemporânea, v. 4, n. 1, 2002.

FERREIRA, Vilmar. **Pandemia econômica**. Disponível em: <<https://www.jb.com.br/pais/artigo/2020/06/1024064-pandemia-economica.html>>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO. **Principais parceiros comerciais do Brasil: países, produtos e acordos**. Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/parceiros-comerciais-do-brasil/#:~:text=Conforme%20apontam%20os%20dados%20de,principalmente%>>

20%C3%B3leos%20combust%C3%ADveis%20e%20medicamentos>. Acesso em: 2 de outubro de 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GONÇALVES, F. P. S. et. al. **O Impacto das Certificações de RSE sobre o Comportamento de Compra do Consumidor**. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓSGRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 32., 2008, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

INDEX MUNDO. **Country facts explorer**. Disponível em: <<https://www.indexmundi.com/>>. Acesso em: 2 de outubro de 2020.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LAS CASAS, A. L. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 7 ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.

LAUX, Danieli Carlos; VIER, Ailson José. **A Burocracia aduaneira e os reflexos financeiros no processo de exportação**. Disponível em <<https://seer.faccat.br/index.php/contabeis/article/view/686>>. Acesso em: 9 de outubro de 2020.

LIMA, Vicente Campelo Santana Fraga; OLIVEIRA, Henrique Campos. **Revisão histórica do sistema monetária internacional**. Salvador: UNIFACS, 2016.

LOPEZ, J. M. C.; GAMA, M. **Comércio exterior competitivo**. 4. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2010.

LUDOVICO, N. **Logística Internacional: um enfoque em Comércio Exterior**. (Rev. Ed.). São Paulo: Saraiva, 2007.

MAIA, Jayme de Mariz. **Economia Internacional e Comércio Exterior**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing**. 3 ed. São Paulo. Pearson Education do Brasil, 2011.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnica de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. São Paulo: Atlas, 2003.

MARCONDES, Renato Leite. **O mercado brasileiro do século XIX: uma visão por meio do comércio de cabotagem**. Rev. Econ. Polit, São Paulo, v. 32, n. 1, p. 142-166, Mar. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-31572012000100009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 de setembro de 2020.

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MDIC. **MDIC – Ministério da indústria, comércio exterior e serviços**. Disponível em: <<http://comexstat.mdic.gov.br/pt/geral>>. Acesso em: 2 de outubro de 2020.

MENEZES, Mindé Badauy de; RAMOS, Wilsa Maria. Brasília 2006. **Livro de Estudo: Módulo IV**. – Brasília MEC. Secretaria da Educação Básica. Secretaria de Educação a Distância, Programa de Formação Inicial Para Professores em Exercícios na Educação Infantil. Coleção Proinfantil, Módulo IV, Unidade 6. Vol. 1. 123p.

NEVES, José Luis. **Pesquisa qualitativa – Características, uso e possibilidades**. Disponível em: <https://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/NEVES-Pesquisa_Qualitativa>. Acesso em: 23 de outubro de 2020.

PAULANI, Leda Maria. **A crise do regime de acumulação com dominância da valorização financeira e a situação do Brasil**. Estud. av., São Paulo, v. 23, n. 66, p. 25-39, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142009000200003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 26 de outubro de 2020.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: Método e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2 ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013.

SANARMED. **Pandemias na história: o que há de semelhante e de novo na Covid-19**. Disponível em: <<https://www.sanarmed.com/pandemias-na-historia-comparando-com-a-covid-19>>. Acesso em: 25 de setembro de 2020.

SHIRAISHI, Guilherme. **Pesquisa de Marketing**. 1 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

TRADEMAP. **Entenda os impactos do coronavírus na economia global**. Disponível em: <<https://trademap.com.br/blog-educacional-entenda-os-impactos-do-coronavirus-na-economia-global/>>. Acesso em: 26 de setembro de 2020.

TRIPOLI, Angela Cristina Kochinski; PRATES, Rodolfo Coelho. **Comércio Internacional: teoria e prática**. Curitiba: Intersaberes, 2016.

VIELA, Renata. Bretton Woods: **75 anos do acordo que tirou o mundo da depressão**. Disponível em: <<https://recontaai.com.br/atualiza-ai/bretton-woods-75-anos-do-acordo/>>. Acesso em: 9 de outubro de 2020.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTAS PARA AS EMPRESAS BRASILEIRAS

EXPORTADORAS

Meu nome é Brenda, estudante de Comércio Internacional na Universidade de Caxias do Sul. Estou fazendo a coleta dos dados para o meu Trabalho de Conclusão. Essa pesquisa tem o objetivo de elencar e analisar ações com vista à recuperação econômica e comercial tomadas por empresas exportadoras da serra gaúcha durante a pandemia da COVID019. Desde já agradeço sua atenção e conto com a sua colaboração.

1 – DADOS GERAIS

Nome do participante:

Segmento em que atua:

Cargo:

Gênero: () masculino () feminino

Idade:

Escolaridade:

- () Ensino Fundamental incompleto
- () Ensino Fundamental completo
- () Ensino Médio incompleto
- () Ensino Médio completo
- () Ensino Superior incompleto
- () Ensino Superior completo
- () Pós-graduação

Idiomas em que se comunica:

Há quanto tempo opera no mercado externo?

- () Menos de 5 anos () De 5 a 10 anos () Mais de 10 anos

Em algumas instituições foi possível aplicar o trabalho a distância, home office, você se enquadrou nos profissionais que trabalharam a distância? Se sim, comente como foi sua experiência.

1 - Em relação às suas atividades, o que mudou e o que precisou ser adaptado dentro da sua rotina de trabalho?

2 - Caso você tenha contato direto com clientes, o relacionamento ficou mais estreito facilitando as negociações, ou a distância e o fechamento das fronteiras impactou nos resultados?

3 - Em relação às vendas, você diria que se manteve ao comparar o período antecedente a pandemia?

4 - Com a experiência adquirida no último ano, o que você adaptaria ou faria diferente?

5 - Quais foram as maiores dificuldades encontradas por você durante este período pandêmico?

6 - Quais indicadores você utilizou para monitorar as vendas nos mercados trabalhados?

7 - Você já passou por alguma crise parecida? Se sim, você consegue identificar semelhanças na parte econômica?

8 - Quais abordagens para tentar manter as vendas deram certo, e quais não.

9 – Quais foram as medidas jurídicas tomadas para proteção cambial?

10 – Houve flexibilidade por ambas as partes (empresa e cliente) no intuito de facilitar e manter as negociações?

11 – Você tem conhecimento das ações de marketing tomadas pela empresa, se sim, explique.

APÊNDICE B - AUTORIZAÇÃO DE MENÇÃO DA FONTE/EMPRESA.

Nome do entrevistado no texto do TCC:

- () Você permite que seu nome seja informado no texto do TCC.
- () Você requer que seu nome seja omitido no texto do TCC, devendo ser usado um nome fictício.

Nome da empresa no texto do TCC:

- () Você permite que o nome de sua empresa seja informado no texto do TCC.
- () Você requer que o nome de sua empresa seja omitido no texto do TCC, devendo ser usado um nome fictício.