

Os impactos das barreiras não-tarifárias na internacionalização das empresas da Serra Gaúcha

The impacts of non-tariff barriers on the internationalization of companies in Serra Gaúcha

Maiara Villa Bacharel em Comércio Internacional. Universidade de Caxias do Sul (UCS) –
<https://orcid.org/0000-0002-3225-4369> Brasil.mvilla2@ucs.br
Fabiano Larentis Doutor em Administração. Universidade de Caxias do Sul (UCS) – Brasil. flarenti@ucs.br
<https://orcid.org/0000-0001-8390-0271>
Catiane Borsatto Bacharel em Comércio Internacional. Universidade de Caxias do Sul (UCS) – Brasil.
<https://orcid.org/0000-0002-6289-2732> cborsatto@ucs.br
Cintia Paese Giacomello Doutora em Administração Universidade de Caxias do Sul (UCS) – Brasil. cpaese1@ucs.br
<https://orcid.org/0000-0003-3471-6931>

RESUMO

As empresas buscam pelo processo de internacionalização a fim de aumentar os lucros, diminuir custos e riscos, aproveitar a economia de escala, dentre outros benefícios. Entretanto, durante esse processo, a empresa pode se deparar com algumas dificuldades, dentre elas, as barreiras comerciais não-tarifárias (BNTs). Diante do exposto, este estudo tem por objetivo avaliar os impactos das BNTs sobre o processo de internacionalização das empresas exportadoras da Serra Gaúcha. Para tanto, desenvolveu-se um estudo qualitativo genérico, a partir de entrevistas semiestruturadas com dez profissionais da área. Como resultados, destaca-se que todas as empresas se depararam com BNTs durante o processo de internacionalização, havendo impactos em variáveis como lucro, prazo, processos internos, satisfação dos clientes e competitividade da empresa. Assim, quanto maior o risco apresentado pelo produto à saúde e segurança da população e mais economicamente desenvolvido for o país de destino, mais severas são as barreiras impostas. Dessa forma, evidencia-se que existem diferentes níveis de barreiras, algumas dificultam o processo e outras o impedem totalmente.

Palavras-chave: internacionalização; exportação; barreiras não-tarifárias.

ABSTRACT

Companies look to the internationalization process to increase profits, reduce costs and risks, take advantage of economies of scale, among other benefits. However, during this process, the company may face some difficulties, among them, non-tariff trade barriers (NTBs). In view of the above, this study assesses the impacts of NTBs on the internationalization process of exporting companies in Serra Gaúcha. Therefore, a generic qualitative study was developed, based on semi-structured interviews with ten professionals of the area. As a result, notably all companies faced NTBs during the internationalization process, with impacts on variables such as profit, time, internal processes, customer satisfaction and company competitiveness. Thus, the greater the risk presented by the product to the health and safety of the population and the more economically developed the destination country, the more severe the barriers imposed. That way, it is evident that there are different levels of barriers, some hinder the process and others totally prevent it.

Keywords: internationalization; export; non-tariff barriers.

Recebido em 28/01/2022. Aprovado em 10/07/2022. Avaliado pelo sistema *double blind peer review*. Publicado conforme normas da APA.
<https://doi.org/10.22279/navus.2022.v12.p01-20.1771>

1 INTRODUÇÃO

A velocidade com que, cada vez mais, as informações são processadas torna evidente a necessidade de impulsionar a integração das nações. A globalização possibilitou um conjunto de grandes mudanças econômicas, políticas e culturais. No que tange à economia, é notável a crescente integração dos mercados. Essa intensificação do processo acarretou em mercados mais competitivos e interdependentes, em que as organizações passaram a sentir necessidade de se internacionalizar como uma alternativa de fomentar negócios e conseqüentemente, desenvolver novas estratégias para ampliação da produtividade e competitividade (Cavusgil, Knight & Riesenberger, 2010).

A internacionalização consiste em um fenômeno de consolidação de atividades econômicas com o mercado externo, em que a organização passa a adaptar seu processo operacional ao ambiente internacional (Souza & Fenili, 2012). A internacionalização de uma organização pode ocorrer de várias formas e dimensões e qualquer organização envolvida em operações estrangeiras pode ser considerada uma empresa internacionalizada. Ademais, a expansão pelo mercado internacional também acarreta o enfrentamento de barreiras, dentre as principais para o desenvolvimento deste estudo, estão as barreiras comerciais intituladas como tarifárias e não-tarifárias.

De acordo com Kahiya (2018), as barreiras encontradas durante o processo de internacionalização podem desencorajar as organizações iniciantes pela falta de experiência, como também inibir exportadores na busca de um número maior de mercados durante sua expansão internacional, exemplos esses, que contribuem para ampliação da desinternacionalização. Ademais, Nonnenberg et al. (2020) comentam que nem todas as medidas possuem um impacto negativo sobre os fluxos comerciais, sendo apenas regulamentações específicas e que, muitas vezes, relacionam-se com aspectos logísticos e aduaneiros. Também, há medidas que levam em consideração a redução de comercialização, sejam estas decorrentes de acordos da Organização Mundial do Comércio [OMC] ou motivações protecionistas, e ainda há aquelas que podem facilitar as transações, o que torna dificultoso a mensuração de seu impacto para as organizações (Nonnenberg et al., 2020).

Dessa forma, os conhecimentos e pesquisas relacionados à temática do enfrentamento de barreiras durante o processo de internacionalização são importantes para os formuladores de políticas públicas, através do direcionamento acerca de melhores decisões quanto às medidas implementadas, ações desenvolvidas com o objetivo de estimular com que as organizações possam adentrar e dar início aos processos de internacionalização através da minimização de entraves (Kahiya, 2018). Também, cabe salientar que a intensificação das exportações acarreta o aumento de reservas cambiais, redução da taxa de desemprego e melhor qualidade de vida da população de um país (Leonidou, 2004).

Tendo presente tal relevância no processo de internacionalização como sendo uma palavra de ordem para as estratégias organizacionais, bem como para seus respectivos países, o objetivo deste estudo é avaliar os impactos das barreiras não-tarifárias sobre o processo de internacionalização de dez empresas exportadoras localizadas na Serra Gaúcha, região nordeste do estado do Rio Grande do Sul (sul do Brasil). Através de um estudo qualitativo genérico com entrevistas em formato virtual/presencial e utilização de questionários, fez-se necessário um olhar sobre o processo de internacionalização das empresas participantes e a identificação e possíveis dificuldades ocasionadas pelas barreiras não-tarifárias na visão dos entrevistados. Assim, essa pesquisa apresenta o seguinte problema: Como as barreiras não-tarifárias impactam no processo de internacionalização das empresas exportadoras da Serra Gaúcha?

Para atingir o objetivo proposto, esse artigo foi estruturado da seguinte forma: a primeira seção apresenta os principais conceitos teóricos sobre internacionalização e sobre as barreiras de internacionalização, tarifárias e não-tarifárias. Na seção seguinte, a abordagem metodológica que serviu de base para responder à questão de pesquisa apresentada e, a seguir, são discutidos os resultados encontrados pelo estudo. Finalmente, nas considerações finais, foram apresentadas as principais conclusões, contribuições e sugestões de pesquisas futuras.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo foi apresentado o arcabouço teórico dos principais conceitos sobre internacionalização e barreiras comerciais, e em específico uma seção com alguns estudos que versaram sobre o tema de barreiras comerciais não-tarifárias, que serviram de base para uma melhor compreensão e posterior análise dos resultados desta pesquisa.

2.1 Internacionalização de empresas

A internacionalização pode ser compreendida como um fenômeno que relaciona agentes e atores sociais que atuam no processo de globalização (Fleury & Fleury, 2021), envolvendo o aumento de empresas no mercado internacional (Caputo et al., 2016), podendo ocorrer de diferentes formas e graus de atuação, com empresas de todos os portes e setores econômicos (Oviatt & McDougall, 1999). Ao iniciar o processo de internacionalização, algumas percepções básicas devem ser consideradas: porquê, como, o quê, quando e para onde. A reflexão acerca dessas questões possibilita com que uma empresa e seus colaboradores estejam cientes do processo e de possíveis dificuldades durante a trajetória para internacionalização (Minervini, 2019).

No estudo de Igwe, Rugara e Rahman (2022) foram identificados alguns fatores como o ambiente institucional, cultura e nível de empresa se traduzem como os principais desafios ao determinar a escolha de um mercado estrangeiro, e algumas condicionantes como informações de um novo mercado, rede de negócios, conhecimento do mercado, experiência e conhecimento dos fatores ambientais externos são aspectos determinantes para a decisão de internacionalização. Essas formas de inserção no mercado externo podem ser explicadas a partir de algumas teorias ou modelos de internacionalização, utilizados para responder às cinco questões fundamentais mencionadas anteriormente.

As principais teorias e modelos do processo de internacionalização podem ser observados no Quadro 1, em que se apresentam suas abordagens (econômica e comportamental) e os conceitos a partir da explanação de alguns autores.

	Teorias/ Modelos	Conceito	Autor (es)
ABORDAGEM ECONÔMICA	Teoria de Internalização	Consiste em processos mais complexos do que uma simples exportação, no intuito de deter o conhecimento como propriedade exclusiva. Qualquer produto, serviço, <i>know-how</i> ou atividade pode ser internalizado em outro país, desde que haja vantagens de custos de transação que permita a maximização de lucros (custos versus benefícios).	Borini, Ribeiro, Coelho, e Proença (2006); Carneiro e Dib (2007); Machado Neto e Almeida (2008)
	Teoria OLI ou Paradigma Eclético	Desenvolvida por Dunning (1981, 1988, 1993), considera aspectos de vantagem competitiva a propriedade (ativos intangíveis como patentes, marcas, recursos, conhecimento, estrutura e capacidades tecnológica e de organização, e a administração de ativos localizados em diferentes países, resultantes da característica multinacional da empresa) localização (benefícios da localização em termos de custos como transporte e produção) e internalização (redução dos custos de transação).	Borini et al. (2006); Machado Neto e Almeida (2008)
	Organização Industrial	Consiste na exploração de vantagens sobre as imperfeições de mercado e produtos de outros países para não depender de oscilações de exportações e importações.	Borini et al. (2006)

	Ciclo do Produto	Quando as oportunidades da empresa multinacional já foram exploradas no país de origem, esta opta por exportar para outros países suas tecnologias e operações consideradas ultrapassadas para reiniciar todo o ciclo de lucratividade.	Borini et al. (2006)
ABORDAGEM COMPORTAMENTAL	Escola de Uppsala	O processo de internacionalização segue estágios sequenciais na medida em que a empresa se envolve no comércio internacional. Outra característica do modelo é que a escolha dos mercados deve ser levada em consideração com a proximidade de características da atuação atual das empresas. Dessa forma, há existência de compromisso relacionado com conhecimento, em que quanto maior o conhecimento sobre determinado mercado, maior serão os compromissos acerca de recursos destinados.	Johanson e Vahlne (1977); Borini et al. (2006); Carvalho e Dib (2013)
	Teoria das Redes	Além dos fatores comportamentais para determinação de escolha de mercado, leva-se em consideração também os relacionamentos e as redes já estabelecidos entre organizações. Dessa forma, através dos principais parceiros há a possibilidade de entrada no mercado estrangeiro, especialmente para novos pequenos negócios que possuem recursos limitados, proporcionando um rápido e bem-sucedido crescimento ocasionado pelo envolvimento em redes internacionais.	Loane e Bell (2006); Carvalho e Dib (2013)
	<i>Born Global</i>	Enquanto nos demais modelos e teorias a expansão ocorre de forma gradual e lenta, somente após predomínio do mercado interno, as empresas <i>Born Global</i> já nascem internacionalizadas e em muitos casos, expandem suas operações antes mesmo de comercializar no mercado doméstico. Essas empresas derivam da influência de inovações tecnológicas, aumento de pessoas capacitadas para comunicação, entendimento e operação em culturas distintas e especialização dos mercados.	Borini et al. (2006); Hennart, Majocchi, & Hagen (2021)

Quadro 1. Principais modelos/teorias de internacionalização

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A abordagem econômica, que engloba as teorias e modelos de Internalização, Paradigma Eclético, Organização Industrial e Ciclo de Produto, caracteriza-se por abordar soluções racionais de modo tradicional, em que a internacionalização consiste na maximização e retorno financeiro (Carneiro & Dib, 2007). Em relação à abordagem comportamental, que abrange a Escola de Uppsala, Teoria das Redes e *Born Globals*, tem suas raízes na administração de empresas (Rutashobya & Jaensson, 2004) e considera soluções a partir de percepções do tomador de decisão orientada na redução de riscos, acerca de onde e como expandir (Silva, Chauvel & Bertrand, 2010).

2.2 Barreiras comerciais

As barreiras comerciais podem ser compreendidas como qualquer medida com objetivo de restringir o acesso de bens e serviços de origem estrangeira a um mercado, tanto na importação, quanto na exportação. Tais barreiras se caracterizam como uma regulamentação legislativa no comércio internacional em relação à determinação, implementação e cumprimento de requisitos para alguns produtos e processos de produção (Alazzam & Sabbagh, 2021).

Ademais, Cavusgil et al. (2010) salientam que é comum o governo criar barreiras para beneficiar determinados grupos com interesses específicos, e que de modo geral, se trata de uma intervenção resultante

do protecionismo, que se refere às políticas nacionais para restringir o livre comércio e proteger os interesses comerciais domésticos. O protecionismo acarreta alguns tipos de intervenção, como por exemplo, barreiras comerciais tarifárias e não-tarifárias.

As barreiras comerciais tarifárias são taxas cobradas mediante a importação de um produto, e podem ser classificadas como específicas, *ad valorem*, ou mistas (Krugman, 1999). As tarifas *ad valorem* são tributos cobrados sobre uma porcentagem do valor, as específicas incidem sobre a unidade do produto (peso, volume, etc.) e a barreira mista trata-se de uma combinação entre *ad valorem* e específicas (Tripoli & Prates, 2016). Essas barreiras distorcem e restringem o comércio através da imposição de cotas tarifárias e impostos, limitando a quantidade de mercadoria que pode entrar ou sair de um país.

As barreiras não-tarifárias podem ser compreendidas através de regulamentações, políticas ou uma série de procedimentos governamentais relativos ao comércio (Cavusgil et al., 2010). Tais intervenções governamentais afetam a condução normal das atividades econômicas ao prejudicar ou melhorar a competitividade das empresas em nível mundial.

No que tange aos aspectos negativos da aplicação de barreiras não-tarifárias pode-se citar a diminuição do volume de importação, aumento de preços dos produtos importados influenciando atividades econômicas de outros setores, mudança na demanda de bens importados e volatilidade/incertezas em relação às barreiras técnicas (Alazzam & Sabbagh, 2021). Ademais, as barreiras não-tarifárias prejudicam principalmente setores tradicionais em que países em desenvolvimento são competitivos e tendem a ter efeitos mais rígidos, devido à falta de transparência e a arbitrariedade de sua aplicação (Castilho, 1996). Quanto aos aspectos positivos relativos à utilização de barreiras não-tarifárias pode-se citar a entrada de produtos com maior qualidade de produção respeitando padrões ecológicos, normas sanitárias, segurança e colaboração internacional melhorada em relação ao controle sobre uso de materiais perigosos (Alazzam & Sabbagh, 2021).

Segundo Dang (2021) as barreiras não-tarifárias podem ser aplicadas de formas diversas e incluem instrumentos de política comercial tradicionais como restrições quantitativas (cotas e proibições), medidas contingentes de proteção ao comércio e medidas de controle de preços, que visam regulamentar padrões gerais para a saúde, segurança e qualidade ambiental. As questões técnicas incluem normas em embalagens, rótulos, simbologia, método de produção e processos, além de especificidades acerca das características do produto como tamanho, formato, função e desempenho (World Trade Organization [WTO], 2014).

As restrições de quantidade que estabelecem cotas de importação, são limites impostos por governos na quantidade de certos produtos que podem ser importados para um país, sendo utilizadas como uma forma de proteger o mercado doméstico e as indústrias, além de estimular o livre comércio de bens e serviços entre países membros (Suleman, 2021).

Já as medidas sanitárias e fitossanitárias têm por objetivo o enfrentamento de falhas de mercado, garantindo assim a proteção de consumidores e meio ambiente (Fernandes, Lefebvre & Rocha, 2021), através do estabelecimento de padrões acerca da produção, processamento e consumo de produtos alimentares (Thorstensen, 1999). Ainda segundo Thorstensen (1999), a principal finalidade dessas medidas é a de prevenir a contaminação e a disseminação de pragas, pestes, moléstias ou doenças, além do ingresso de espécies que possam prejudicar a saúde pública (não somente dos seres humanos, mas também de animais e vegetais do país que as instituem).

2.2.1 Barreiras não-tarifárias

No que tange aos alimentos, especificamente quanto aos atributos da segurança do alimento na exportação de carne bovina brasileira, o estudo de Silva, Triches e Malafaia (2011) resultou na falta de um sistema de rastreabilidade e certificação confiável, devido a constante mudança nas regras de produção e comercialização da produção de bovinos no Brasil, o que deixava os exportadores à mercê das barreiras não-tarifárias impostas por clientes estrangeiros. Já no estudo de Ortelan (2016) com o mesmo segmento alimentício, foi constatado que diante da regulamentação da Organização Mundial da Saúde [OMS] e suporte da Organização Mundial de Saúde Animal [OIE] em questões sanitárias, através da regionalização do *status* sanitário do rebanho, fez com que o Brasil fosse dividido e avaliado em diferentes zoneamentos, fazendo com

que possíveis enfermidades ocasionadas por doenças da produção animal pudessem ser restritas a determinado estado, oportunizando aos exportadores aptos o remanejamento da logística de suprimento para atender aos clientes internacionais.

Na pesquisa de Vale e Pereira (2018) acerca das características do uso de barreiras não-tarifárias e seus impactos na exportação de carne bovina brasileira, sob a perspectiva da comercialização com três parceiros (União Europeia, Rússia e Irã), evidenciou-se dificuldades quanto aos ajustes às diferentes exigências dos mercados internacionais, com as práticas protecionistas administrativas confundindo-se com a soberania das diferentes nações e com suas características econômicas, políticas e culturais. Dessa forma, os países da União Europeia acabam controlando as quantidades ofertadas em seu mercado interno, influenciando os preços e dificultando a inserção de produtos advindos de países em desenvolvimento, com medidas fitossanitárias que forçam o aumento da qualidade de produção, mas, excluem produtores de acordo com níveis de preços internacionais, que acabam não recebendo o retorno adequado de custos excedentes pela aplicação das exigências técnicas. O embargo russo em relação a importação de carne da União Europeia, iniciado em 2014 e prorrogado até o final de 2017, potencializou a abertura de exportações com a América Latina. No mercado árabe, há a atenção especial quanto as exigências religiosas e culturais, que seguidas adequadamente proporcionam expansão de exportação de carnes aos frigoríficos brasileiros (Vale & Pereira, 2018).

Já no estudo de caso realizado com três empresas exportadoras gaúchas de *commodities*, Patias, Azevedo e Dorion (2021), identificaram que as barreiras não-tarifárias mais problemáticas estão relacionadas com barreiras logísticas e barreiras sanitárias e fitossanitárias. As barreiras sanitárias e fitossanitárias, consideradas as mais significativas, impõem muitas restrições e acarretam custos excessivos para as empresas brasileiras, sendo necessário contratar pessoas especializadas para avaliar a safra, pois existe um medo constante de que a carga seja recusada e enviada de volta ao Brasil, por não estar em conformidade com as normas sanitárias e fitossanitárias do país de destino. Em relação as barreiras logísticas, há problemas nos três modais de transporte utilizados pelas empresas: no modal aéreo há insuficiência da capacidade de infraestrutura, gerando problemas de tráfego; o transporte ferroviário é praticamente inexistente na maioria das áreas produtivas do país, já que não há oferta e tanta demanda e o transporte marítimo apresenta falta de planejamento a médio e longo prazo e insegurança jurídica, sofrendo constantes mudanças legais e interferências políticas.

Para as pequenas e médias empresas brasileiras, o estudo com autoria de Gimenez (2022) a partir de uma *survey* realizada com empresas da região metropolitana de Sorocaba dos mais diferentes segmentos de atuação, identificou que as principais barreiras relacionadas ao processo de exportação se dão através de entraves institucionais e legais, além de burocracia alfandegária e aduaneira, ambas relacionadas aos aspectos governamentais que não estão sob controle do exportador. Dentre as barreiras não-tarifárias elencadas por 30,4% da amostra, estão normas técnicas, quotas de importação, medidas sanitárias e fitossanitárias e medidas *antidumping*. Gimenez (2022) ainda realizou uma comparação com outra pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas [FGV] e Centro Nacional da Indústria [CNI] em 2018 com autoria de Pignanelli e Santos (2018), em que os principais entraves relacionados as barreiras não-tarifárias não obtiveram a mesma proporção de respondentes que apontaram tais aspectos. Os resultados mais significativos identificados pelos respondentes como entraves relacionavam-se em um primeiro momento com a baixa eficiência governamental para a superação de barreiras existentes no mercado externo (Pignanelli & Santos, 2018).

Dessa forma, observa-se que dentre as barreiras não-tarifárias elencadas nos estudos de caráter nacional, há destaque para as medidas sanitárias e fitossanitárias e quotas de importação. Em relação as quotas, citado no caso da União Europeia, pode estar relacionado com uma medida de proteção de seu mercado e indústrias, estimulando o livre comércio por meio de seus países membros. Já nas medidas sanitárias e fitossanitárias, citadas nos casos da carne bovina e *commodities*, variam de acordo com o mercado de destino, e possuem diferentes formas, como exigência de um produto com área livre de doenças, inspeção, tratamento ou processamento, fixação de níveis permitidos de pesticidas ou aditivo ao alimento (WTO, 2022). Apesar de tais medidas serem inicialmente instauradas para proteção da saúde, em alguns momentos os governos se utilizam de tais aspectos para proteger produtores domésticos da concorrência econômica (WTO, 2022).

3 MÉTODO

Esta pesquisa caracteriza-se como um estudo de caráter descritivo e exploratório com abordagem qualitativa que, segundo Gibbs (2009), tem a finalidade de explicar fenômenos sociais através da análise de experiências de indivíduos e grupos, examinando interações e comunicações que vão se desenvolvendo. Como estratégia, utilizou-se a pesquisa qualitativa genérica, que busca investigar e entender um fenômeno, um processo ou perspectivas, as visões de mundo das pessoas envolvidas (Merriam, 1998).

Como técnica de coleta de dados, empregou-se entrevistas através de um roteiro semiestruturado contendo sete questões abertas, com a possibilidade de inclusão de perguntas adicionais quando novos *insights* e necessidade de entendimento mais profundo do tema fossem identificados pelos pesquisadores. O roteiro foi criado a partir do referencial teórico e objetivo proposto (Quadro 2), contendo questões com temas relacionados ao processo de internacionalização e suas dificuldades, o enfrentamento de barreiras não-tarifárias durante o processo de internacionalização e nos dias atuais, os possíveis impactos decorrentes das barreiras não-tarifárias nos processos organizacionais e, os procedimentos adotados pelas empresas para o enfrentamento das barreiras através da descrição de uma situação que envolvesse tal episódio.

Objetivos	Questões
Descrever o processo de internacionalização das empresas da Serra Gaúcha;	1.Como iniciou o processo de internacionalização da empresa? 2.Quais são as dificuldades que a empresa tem enfrentado em relação ao processo de internacionalização?
Abordar as principais Barreiras Não-Tarifárias (BNTs) que as empresas da Serra gaúcha enfrentam;	3.A empresa enfrenta alguma barreira de internacionalização? Qual? 4.A empresa enfrentou alguma barreira não tarifária no processo de internacionalização?
Analisar as dificuldades que as empresas enfrentam em relação às barreiras não tarifárias.	5.Como as barreiras não tarifárias afetam a empresa? 6.Essas barreiras impactam na satisfação dos clientes, nos lucros, prazos, processos internos? 7.Como a empresa lida e enfrenta essas barreiras? Descreva uma situação que demonstre ter superado ou não superado as barreiras.

Quadro 2. Roteiro entrevistas

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A partir disso, foram realizadas entrevistas com 10 empresas exportadoras de quatro segmentos produtivos, localizadas em cinco cidades da Serra Gaúcha, com intuito de abranger distintas perspectivas acerca do impacto de barreiras não-tarifárias durante o processo de internacionalização. A fim de obter uma percepção perante os dados a um nível hierárquico responsável pela tomada de decisão do setor de exportação, os participantes do estudo atuam em cargos de analista e gerência das empresas analisadas. Devido à situação pandêmica (COVID-19), ocasionada pelo vírus SARS-CoV-2, muitas entrevistas ocorreram de forma virtual, por meio da plataforma *Google Meet* e via aplicação de questionários online pelo *Google Forms*, enviados por e-mail. Apenas uma entrevista ocorreu de forma presencial. Com a autorização dos participantes, tornou-se possível a gravação das entrevistas, ocorridas no período de 23 de abril de 2021 a 21 de maio de 2021, permitindo uma análise adequada dos dados. A totalidade das entrevistas foi de 5,5 horas, com média de quarenta minutos por entrevista, e geraram um conteúdo de 53 páginas.

Dessa forma, as sete categorias foram definidas a priori durante elaboração do instrumento de coleta, e com o auxílio do *software* Word, a análise dos dados deu-se a partir da análise do conteúdo, técnica utilizada para ler e interpretar o conteúdo de toda a classe de documentos que analisados corretamente, permitem *insights* a respeito de aspectos e fenômenos da vida social (Olabuenaga & Ispizua, 1989).

Após a leitura do material das entrevistas, foram identificadas as unidades de análise e as subcategorias que emergiram dos dados de cada um dos profissionais entrevistados. A identificação das subcategorias possibilitou o surgimento dos temas que agruparam-se em categorias por semelhanças temáticas. Os dados das categorias foram descritos por meio de um texto-síntese com interpretação de acordo com os objetivos propostos neste estudo: a) descrever o processo de internacionalização das empresas da Serra Gaúcha; b) abordar as principais Barreiras Não-Tarifárias (BNTs) que as empresas da Serra gaúcha enfrentam; c) analisar as dificuldades que as empresas enfrentam em relação às barreiras não-tarifárias. Os exemplos de falas que mais se destacaram dentro de cada categoria foram apresentados no decorrer das análises.

3.1 Participantes do estudo

Como critério para seleção dos participantes deste estudo, optou-se por entrevistar profissionais do setor de exportação de empresas que atuam de forma ativa nas relações de Comércio Internacional na região da Serra Gaúcha. O Quadro 3 apresenta as características dos entrevistados, o segmento produtivo das empresas, bem como sua localização geográfica.

Formato	Entrevistado	Segmento	Função	Cidade
Entrevista presencial	A	Alimentos	Gerente geral	Caxias do sul
Entrevista virtual	B	Móveis	Gerente exportação	Carlos Barbosa
Entrevista virtual	C	Eletrônicos	Analista exportação	Carlos Barbosa
Questionário online	D	Alimentos	Analista exportação	Garibaldi
Entrevista virtual	E	Alimentos	Analista exportação	Farroupilha
Entrevista virtual	F	Peças para reposição	Gerente comércio exterior	Carlos Barbosa
Entrevista virtual	G	Móveis	Analista comércio exterior	Bento Gonçalves
Entrevista virtual	H	Peças para reposição	Gerente de importação	Bento Gonçalves
Entrevista virtual	I	Alimentos	Gerente comércio exterior	Garibaldi
Questionário online	J	Móveis	Gerente de exportação	Bento Gonçalves

Quadro 3. Participantes do estudo
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Dessa forma, para posterior análise das entrevistas e respostas obtidas por meio dos questionários, os participantes foram renomeados através de letras como forma de anonimizar sua participação e evitar possíveis vieses decorrentes de suas falas. Finalmente, participaram desse estudo pessoas com funções de gestão no comércio exterior, que atuam em empresas de quatro segmentos distintos, localizadas em cinco municípios gaúchos.

4 RESULTADOS

Para melhor entendimento dos resultados obtidos e sua conexão com os objetivos propostos nesta pesquisa, cada um dos três objetivos específicos foi apresentado separadamente nas seções seguintes.

4.1 Processo de internacionalização

O primeiro objetivo proposto foi o de analisar o processo de internacionalização das empresas da Serra Gaúcha. Dessa forma, os entrevistados foram indagados sobre a forma de iniciação do processo de internacionalização das suas respectivas organizações. Como percepções iniciais acerca dessa questão, a grande maioria relatou que a internacionalização ocorreu com o objetivo de buscar novas oportunidades de negócio. Os entrevistados B e J iniciaram o processo de internacionalização nos países com localização próxima ao Brasil, e conforme foram adquirindo expertise, ampliaram os mercados de atuação em países mais distantes.

Segundo o entrevistado B, a empresa iniciou suas exportações direcionadas para o Uruguai e Argentina, expandindo posteriormente para a América do Norte. Já o entrevistado J relatou que: *"Começando pelos países onde não havia necessidade de adequação do produto, e ao longo do tempo buscamos fomentar outros países fora da América do Sul, de acordo com a estruturação da empresa"*. Minervini (2019) destaca que as empresas que iniciam seu processo de internacionalização tendem a escolher mercados mais próximos e com uma cultura semelhante, em que a concorrência é menos agressiva e com rápido crescimento. Ademais, conforme a empresa vai adquirindo experiência com o mercado externo, esta vai compreendendo suas características, e como consequência há a diminuição de incertezas iniciais, o que contribui para a evolução de negociações com outros países (Silveira & Alperstedt, 2007).

O entrevistado H salienta que a empresa em que atua já nasceu internacionalizada, abrangendo apenas o mercado externo, característica familiar, uma vez que seu pai já tinha experiência perante o cenário internacional. Já o entrevistado F, que atua como representante de empresas da Alemanha e da Áustria, explica que: *"a gente é uma representante de fábricas da Alemanha e da Áustria de máquina para indústria moveleira, então a gente trabalha com eles, a gente os representa aqui no Brasil e a gente faz todo processo de nacionalização das mercadorias que a gente importa deles e depois a gente revende para os clientes"*.

O entrevistado A e I salientam que o processo de internacionalização iniciou após três anos da criação da empresa. O entrevistado I relata que a rapidez no processo ocorreu porque o diretor da empresa já possuía experiência, pois tinha outra empresa familiar antes de fundar a empresa atual. Embora o processo tenha sido rápido em relação ao ano de fundação, as exportações da empresa do entrevistado I iniciaram de forma gradual e com auxílio de uma *trading*, até solidificação do mercado, sendo que atualmente, é a própria empresa que cuida de todo o processo, desde a prospecção dos clientes até o pós-venda.

As empresas optam por um processo acelerado de internacionalização no momento em que detém conhecimento e experiência internacional e buscam distintas formas de entrada nos mercados externos, bem como ampliação de suas operações em novos mercados (McDougall, Oviatt & Shrader, 2003). Já no que envolve os processos de internacionalização via *trading companies*, além destas arcarem com todos os riscos envolvidos na operação, também há benefícios que envolvem redução de informações de aspectos econômicos e financeiros relativos aos países importadores, redução de custos de prospecção de novos clientes e mercados, idioma, facilitação dos trâmites com burocracia e eliminação de riscos quanto movimentação de bens e produtos no mercado externo, além da agilidade, presença global e facilidade de inserção no mercado externo (Pacchiega, 2012).

Considerando a maturidade das empresas, apenas três iniciaram seu processo de internacionalização após 10 anos de fundação, ou seja, foram formadas e concentradas no mercado doméstico, em que o processo de internacionalização ocorreu gradualmente e somente após o esgotamento de todas as possibilidades de expansão e crescimento no mercado interno. O entrevistado C afirma que a empresa buscou pela internacionalização justamente por questão de crescimento, ele relata que a empresa já vinha abastecendo o mercado interno e como havia capacidade de produção, identificou-se no processo de internacionalização uma via para aumento dos lucros.

Decidiram internacionalizar por questão de crescimento mesmo, de evolução. Como já vinha abastecendo bem o mercado interno, eles tinham a capacidade de produzir mais, e a exportação era vista como uma possibilidade de aumentar

lucros, eles decidiram lançar, fazer os lançamentos para exportação também, tinham alguns países que dava para aproveitar o mesmo produto, aí começou por esses ali. E aí depois, como é uma linha de material elétrico, para alguns outros países, caso eles quisessem fazer mais expansões. Até hoje é assim, precisa de certificação, é mais detalhado sabe, mas alguma coisa dá para aproveitar [ENTREVISTADO C].

As demais organizações se internacionalizaram de forma mais acelerada, duas delas iniciaram a internacionalização assim que foram criadas e outras cinco, entre 3 e 8 anos a partir de sua fundação. Assim, diante de uma concepção internacional presente nas empresas, é possível através de tentativas e erros acumular novas experiências que proporcionam a exploração de novas oportunidades, ou como salientam Corrêa e Lima (2007), um meio para promoção da competitividade.

Partindo disso, o Quadro 4 apresenta a relação entre o ano de fundação das empresas participantes do estudo e o ano em que ocorreu o início do processo de internacionalização.

Empres a	Fundação	Internacionalizaç ão	Tempo da empresa quando iniciou a internacionalização
A	1998	2001	3
B	1991	1994	3
C	1976	1990	14
D	1999	2007	8
E	2001	2007	6
F	2015	2015	0
G	1932	2002	70
H	1994	1994	0
I	2001	2004	3
J	1985	2002	17

Quadro 4. Relação entre o ano de fundação e internacionalização
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

A partir do Quadro 4, observa-se que há destaque para a empresa correspondente ao entrevistado G, que passou a internacionalizar-se após 70 anos da sua fundação. De acordo com o entrevistado G, a empresa constatou oportunidade de negócio, havia mais matéria prima do que o mercado precisava somada a uma demanda externa para venda dos seus produtos. Kwiotkowska (2020) destaca que um dos motivos pelo qual uma empresa busca a internacionalização surge da necessidade de diversificação de riscos, seguido pela expansão de operações para acesso a outros mercados. Tais constatações vão de encontro com o relato do entrevistado G, comentando ainda que o processo ocorreu *“de forma natural”*, uma extensão das vendas do mercado interno através de uma oportunidade considerada ideal para ampliação dos negócios.

De acordo com Minervini (2019), a internacionalização requer um planejamento elaborado pois as variáveis enfrentadas no mercado externo são distintas ao mercado doméstico, e o processo requer uma empresa que tenha condições de competir com adequações que vão desde o transporte do produto (logística, embalagem, legislação) até o gerenciamento de mercados (seleção, parceiros, distribuição).

A partir do exposto, infere-se que grande parte dos entrevistados comentou sobre a necessidade de cumprir requisitos para comercialização em mercados estrangeiros. O entrevistado A relatou que: *“[...] o primeiro passo para exportarmos foi conseguir as habilitações nos países, somente com essas habilitações conseguimos vender e cada país possui uma habilitação específica que exige uma série de documentação”*. O entrevistado D relatou que a primeira etapa de internacionalização de sua empresa foi a elaboração de uma pesquisa de mercado, com muitos detalhes, para averiguar quais países eram viáveis, pois de acordo com ele, o segmento alimentício é *“muito complicado”*. Assim como o entrevistado A, o entrevistado D também fez menção quanto à necessidade de obtenção de habilitações, realizada através de processos seletivos nas empresas e consideradas essenciais para a prática de exportação, pois sem elas, a empresa não obtém permissão para comercializar no país que almeja.

Ademais, o entrevistado B salienta que muitas empresas apresentam dificuldades na adaptação de produtos e processos para internacionalização, utilizando como exemplo a compra de um carro para elucidar sua fala: “Quando você quer comprar um carro, mas não gosta de um modelo, não adianta o vendedor ficar forçando para você comprar esse modelo, é preciso se adaptar à realidade do cliente e personalizar o produto de acordo com as suas necessidades”. Quanto a esse relato, o *website* Aprendendo a Exportar do Governo Federal (Brasil, 2022) destaca que para uma empresa manter-se à frente da concorrência, é necessário adequar seus produtos e processos, e que as possíveis dificuldades decorrentes podem estar relacionadas à falta de tecnologia nos meios produtivos, diante de níveis cada vez mais elevados de inovação e qualidade que os mercados passaram a exigir.

Os resultados indicam que alguns elementos das teorias de internacionalização estão presentes nos respectivos casos, mais especificamente sob a perspectiva comportamental, em que o pressuposto básico parte do desenvolvimento no mercado doméstico com o padrão de internacionalização passando a ser o resultado de uma série de decisões incrementais. A grande maioria das empresas exportadoras em que os participantes do estudo atuam, iniciaram suas atividades endogenamente, para depois buscar a internacionalização, inicialmente com os países do Mercosul mais próximos, e depois por novos mercados, com o apoio de *tradings*. Também, houve uma empresa nascida global, através das capacidades de seu gesto, pelo entendimento e conhecimentos de experiências adquiridas anteriormente.

Finalmente, a partir do relato de grande parte dos entrevistados entendeu-se que as empresas do estudo podem ser caracterizadas pelas teorias do modelo Uppsala, Redes/Network e *Born Global*, pois em algumas, o processo de internacionalização ocorreu de forma gradual, evoluindo aos poucos para processos mais complexos, e em outras, o sucesso da internacionalização se deve perante experiências e contatos, que facilitaram o aceleração do processo. Na sua grande maioria, a internacionalização das empresas do estudo foi motivada pela oportunidade de aumento da lucratividade, apesar do enfrentamento de algumas dificuldades durante o processo, com destaque para as exigências e formalidades do cenário internacional.

4.2 Barreiras não-tarifárias

O segundo objetivo proposto foi a identificação de barreiras não-tarifárias enfrentadas pelas empresas participantes do estudo, durante seus processos de internacionalização. O entrevistado A relatou determinadas barreiras enfrentadas em alguns países, como por exemplo para o Chile, em que a organização precisaria habilitar-se através de um processo que consiste em enviar documentações exigidas pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA), preencher todos os questionários e exigências e por último, agendar uma missão com os chilenos para uma visita, na intenção de verificar se a empresa realmente atende todas as exigências de exportação.

Outro exemplo citado pelo entrevistado A foi o mercado argentino, em que o processo de habilitação é realizado através de questionários e monografias ao MAPA e na Organização Nacional Argentina de Proteção Fitossanitária (Senasa), em que as habilitações são concedidas individualmente para cada cliente. Para o mercado estadunidense, a habilitação é concedida somente via questionário, e na África do Sul disponibiliza-se um número de “permissão” que deve ser adicionado no Certificado Sanitário Internacional (CSI).

Os entrevistados A, D, E e I, relataram que devido à natureza do produto que negociam, é necessário apresentar laudos de análises, que variam de acordo com cada cliente e país. Tais laudos e análises englobam as medidas sanitárias e fitossanitárias, que segundo Kurniasih e Panennungi (2021), estabelecem padrões e regulamentos para proteção da saúde de animais, humanos e plantas para garantia e segurança dos alimentos consumidos, a fim de evitar a disseminação de doenças.

Ademais, os entrevistados A, D e E relataram que não possuem habilitação para exportar para China e para Europa. Segundo eles, suas empresas buscam a habilitação há anos, entretanto, nenhuma obteve sucesso até a data da entrevista e tampouco possuem perspectivas de serem contemplados futuramente. O fato de não ter a habilitação impede totalmente que suas empresas exportem para esses locais, afetando grandes oportunidades de novos negócios. O entrevistado I relatou ainda que a maior dificuldade da empresa na internacionalização é conseguir as habilitações e registros em alguns países específicos, em suas palavras: “ [...] isso acontece porque o Brasil nos mostra ser um país muito fechado para exportação e cada país possui

suas barreiras, por trabalharmos com alimento, uma das barreiras não-tarifárias mais encontradas são os registros de produtos em alguns países que chegam a levar anos para serem finalizados."

Outro exemplo citado, conforme o entrevistado B, são os laudos técnicos ou sanitários, que são emitidos por órgãos como o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) e, em caso de não aprovação, a exportação ou importação torna-se proibida. Ele comenta ainda que apesar dessas barreiras não serem tarifárias, acabam afetando no preço final do produto, uma vez que cada item é cobrado individualmente e que muitos produtos possuem prazo de validade.

Segundo Cavusgil et al. (2010), as barreiras não-tarifárias são uma regulamentação política ou procedimento governamental e não dificultam o comércio através de tarifas explícitas, um exemplo comum são as cotas, que são restrições quantitativas aplicadas sobre a importação de determinado produto. Essas intervenções governamentais afetam a condução normal das atividades econômicas, podem prejudicar ou melhorar a competitividade das empresas a nível mundial (Cavusgil et al., 2010).

O entrevistado B apresenta um exemplo de barreiras não-tarifárias enfrentadas pela empresa, decorrente do governo da Argentina quando impôs cotas sobre a quantidade de containers que as empresas podem exportar para o país limitando o comércio. Ele relata: *"Então isso sim era uma dificuldade. A sobretaxa ou os impostos abusivos, você paga mais, mas você pode vender, então ele atrapalha, mas não impede. Agora as cotas sim, elas são compulsivas, elas travam o trabalho"*.

Os entrevistados G e J também destacaram problemas na importação da matéria-prima para produção, pois o governo impõe determinadas restrições, dificultando o recebimento das mesmas.

A gente sabe que no Brasil hoje existem essas barreiras não-tarifárias que se a gente tem um similar ou então tão parecido quanto no mercado interno, a gente tem que comprar no mercado interno, a gente não pode simplesmente importar então ele tem que ser competitivo. Ou então ele tem que ter um diferencial que o nosso mercado não encontre, mas geralmente esse produto importado ele tem um valor muito menor, então as dificuldades que a gente encontra é matéria-prima, a gente conseguir importar ela [ENTREVISTADO G].

Os entrevistados C, D, E, G, I e J relataram que possuem muitas dificuldades devido às certificações exigidas pelos países, relacionadas à procedência dos produtos ou à qualidade. Tais exigências asseguram que determinada regra, requisito ou padrão foram cumpridos pela empresa e que determinadas características estão presentes, a fim de garantir que o produto esteja adequado ao propósito exigido pelos países. Para ilustrar esse relato, o entrevistado C destaca:

Cada país tem a sua norma e sua certificação, por se tratar de algo que mexe com a eletricidade e demora aí às vezes a gente não tem o conhecimento do que precisa ser feito, aí a gente precisa de um apoio lá na ponta, e aí tudo demora, tudo vai e precisa de retorno [ENTREVISTADO C].

Também é comentado pelo entrevistado E, que as certificações exigidas pelos países, em muitos casos, possuem muitas especificidades e delongas, necessitando de um investimento muito alto. Por não possuir recursos para atender essas exigências e conseguir os certificados, a empresa acaba perdendo clientes e a oportunidade de exportar. Respalhando isso, o entrevistado G relata que as certificações exigidas não englobam apenas o quesito qualidade, mas também da segurança do produto, e são impostas principalmente por países desenvolvidos, em que o mercado é mais competitivo: *"[...] então esses são alguns dos, não digo problemas, mas barreiras que nos impedem hoje de estar atuando em outros países que a gente já poderia estar comercializando"*. De acordo com Campos (2013), as barreiras não-tarifárias podem ser aplicadas de diversas formas, embasadas em questões técnicas, fitossanitárias, ambientais, laborais e restrições de quantidades. Os objetivos dessas imposições podem estar relacionados com a proteção do consumidor local, do meio ambiente, da saúde das pessoas, dos animais e das plantas.

Devido à natureza dos produtos comercializados por suas empresas, os entrevistados F e H relataram não enfrentar muitas barreiras não-tarifárias, pois não comercializam produtos alimentícios ou que gere risco à sociedade. O entrevistado F relata:

Como a gente trabalha só com as peças de reposição não tem tanta restrição, mas por práticas comerciais a gente tem a restrição de importação de algum tipo de material, por exemplo corrosivo, explosivo, graxas, essas coisas, a gente tem um pouco de restrição pela prática comercial que a gente tem, pela atividade que a gente atua no segmento, mas fora disso eu acho que fora disso não tem nenhuma barreira que eu possa citar assim, mais específica, talvez na importação e exportação das máquinas que são de maior valor agregado, mas nas peças em si não tem [ENTREVISTADO F].

Todos os entrevistados relataram que durante o processo de internacionalização se depararam com barreiras não-tarifárias. Infere-se que essas barreiras variam de acordo com a natureza do produto e país. Assim, quanto maior o risco apresentado pelo produto à saúde e segurança da população e mais economicamente desenvolvido for o país, mais severas são as barreiras impostas. Dessa forma, evidencia-se que existem diferentes níveis de barreiras, algumas dificultam o processo e outras o impedem totalmente. Um exemplo quanto à proibição, está relacionado às cotas impostas por governos, restrições diretas à quantidade de certas mercadorias que podem ser comercializadas, considerado um importante instrumento na política de comércio internacional (Chen et al., 2021).

4.3 Impactos barreiras não-tarifárias

O terceiro objetivo específico do estudo se propôs a identificar os impactos das barreiras não-tarifárias no processo de internacionalização das empresas analisadas. Os entrevistados foram indagados sobre como e de que forma tais barreiras impactam nas empresas em que atuam. Como resultado, todos os participantes relataram que as barreiras não-tarifárias afetam suas empresas, algumas com impacto percebido maior que outras. Os entrevistados B, C, D, E, F, J, H e I comentaram que as barreiras afetam os lucros da empresa. Para as empresas D e E o departamento mais afetado é o faturamento, considerando que em muitos casos, a empresa está com a produção finalizada para a exportação e por algum motivo, é impedida de transportar, seja por falta de análises ou por bloqueios do próprio mercado.

Já o entrevistado C relatou que devido às barreiras, a empresa acaba se estabilizando no mercado interno, resultando na perda de oportunidades de exploração de novos mercados e clientes, o que afeta diretamente sua lucratividade e expansão perante o cenário global. O entrevistado J comentou que a empresa padece com custos adicionais gerados para analisar outros mercados quando são impossibilitados de negociar com um país devido a alguma barreira imposta.

Outros entrevistados relatam que as barreiras afetam os processos da empresa, a satisfação do cliente e os prazos acordados, como explica o entrevistado E: *“Com certeza afetam tanto os clientes, os lucros, os prazos e os processos internos, afeta tudo de uma forma negativa ainda mais quando tem dificuldade e não consegue vender, aí fica o produto parado, gera problemas em todos os setores”*. Há também o impacto em questões que envolvem a produção, mesmo que a empresa exporte para os mesmos países e já possua conhecimento prévio sobre as regras e como deve organizar-se para prevenção de contratemplos, é impossível garantir que não ocorram atrasos. Logo, as barreiras também afetam os prazos de entrega. Segundo o entrevistado B, as barreiras afetam o fluxo do trabalho:

Imagina que tu precisa de uma licença para fazer isso, tu acordou um prazo de entrega com o teu cliente e a tua licença não sai, ele não vai ficar feliz em receber dois meses depois. Outro caso, dos insumos que a gente usa na produção, produtos químicos principalmente, vão precisar de licença aí tu tem um embarque pronto para vir, o teu governo não te libera a licença, tu demora a receber. O que acontece? Quebra a tua cadeia, tu não recebe, não vai produzir e não vai entregar

no prazo, então tu tem que começar a administrar e driblar essas situações, então isso afeta muito [ENTREVISTADO B].

O entrevistado C também acrescentou que as barreiras afetam os prazos e conseqüentemente a satisfação do cliente, pois além dos empecilhos que atrasam os processos, ainda há o tempo necessário para a logística do produto. Sobre isso, o entrevistado salienta ainda que a logística brasileira é custosa e demorada. O entrevistado F comenta que todos os processos são longos, e nada é simples na área de comércio internacional, devido à alta burocracia e leis impostas, além do recebimento tardio de *feedbacks* do exterior, citando questões como fuso horário e idioma. Ele relata que em muitos casos, a empresa precisa de um documento específico e que o destinatário não compreende qual é o documento e quais são as especificações solicitadas, gerando confusão e mais atrasos para o processo. Para a empresa G as barreiras afetam todos os processos internos da empresa, havendo necessidade de adaptação para criação de novos processos, o que atinge diretamente os lucros e prazos já acordados.

Porque a gente não consegue atingir prazos, com prazos não atingidos, a gente não atinge metas, não atingindo meta isso dá um prejuízo financeiro para a empresa, então a pequena falta de uma matéria prima impactam o ciclo de todo setor produtivo da empresa, não é somente na satisfação do cliente, mas é claro que no final o que realmente vai impactar é na satisfação do cliente porque o cliente vê, ah aquela empresa não consegue atender meu pedido, ele vai buscar a concorrência, que pode ser que atenda, pode ser que não, mas se essa concorrência tiver algo para oferecer talvez melhor, que a gente não consiga oferecer no momento por oportunidade o cliente vai trocar. Então afeta realmente todos os setores [ENTREVISTADO G].

De acordo com Miranda (2001), as exigências burocráticas como adequação técnica de embalagens, equipamentos, entre outras questões sanitárias, são um dos mais sérios entraves ao comércio dos produtos no exterior. Os entrevistados das empresas H e I comentaram que as barreiras impactam na sua competitividade, pois, uma vez que o importador exige um certificado específico, é necessário pagar um custo adicional, que é adicionado ao cálculo do valor final do produto, além do tempo de espera, fator que influencia negativamente nas tratativas que já haviam sido acordadas com o cliente final.

Com relação aos tipos de barreiras que as organizações enfrentam, pode-se citar as certificações, manuais técnicos, habilitações e exigências determinadas pelos próprios países de destino, e as cotas que limitam a quantidade a ser exportada ou importada. Diante da situação pandêmica decorrente da COVID-19 com enfrentamento global, observou-se que os governos implementaram uma série de medidas com objetivo de facilitar a comercialização de insumos no combate à doença, mas, houve a definição de aspectos restritivos na intenção de evitar o desabastecimento do mercado interno. O entrevistado A relatou ter problemas na entrega de material para a Argentina, pois o modal de transporte utilizado para esse mercado é o rodoviário, e os problemas decorrem do teste para Covid-19, que se tornou obrigatório para todos motoristas que desejam adentrar no país. Tal aspecto ocasionado pela pandemia, apesar de não se tratar de uma barreira comercial não tarifária, é uma medida de segurança e de prevenção temporária e de fácil cumprimento pelas organizações.

As barreiras comerciais não-tarifárias podem acarretar diversas conseqüências nas organizações e no comércio internacional, sendo a mais significativa relacionada a restrição ou proibição, que resulta na diminuição do fluxo internacional de mercadorias, além do aumento burocrático e uniformidade de exigências estabelecidas. Através dos relatos, identificou-se que todas as empresas estudadas têm seu processo de internacionalização afetado por barreiras que impactam nos lucros, prazo de entrega, processos internos e satisfação dos clientes.

5 DISCUSSÃO E CONCLUSÃO

Com o advento da globalização, o cenário macroeconômico vem passando por distintas alterações, os mercados estão se tornando cada vez mais interligados e interdependentes, possibilitando com que as organizações ampliem seus negócios, destacando-se de forma competitiva na geração de lucros. No intuito de intensificar as vendas, expandir operações e margem de rendimento, reduzir riscos e custos, as organizações optam pelo processo de internacionalização, em que acabam deparando-se com algumas barreiras. Tais barreiras podem ser compreendidas como qualquer medida que tenha intenção de restringir o acesso a bens e serviços de origem estrangeira a um mercado, tanto na importação, quanto na exportação.

Diante desse cenário, o presente estudo buscou analisar o impacto das barreiras não-tarifárias na internacionalização de empresas da Serra Gaúcha. Com relação ao primeiro objetivo específico, constatou-se que as empresas buscam com a internacionalização, identificar novas oportunidades, aumentar os lucros e expandir sua atuação. Acerca do tempo de internacionalização, observou-se que uma parcela pequena demorou mais de dez anos para se internacionalizar, a contar pela data de fundação da empresa. Duas empresas já nasceram internacionalizadas (*Born Globals*) e o restante passou a internacionalizar-se poucos anos após sua fundação. Algumas empresas possuíam conhecimento pré-existente, entretanto, para maioria, o processo foi iniciado do zero. Em relação ao processo, evidencia-se que todas as empresas precisaram se adaptar às exigências e formalidades do estrangeiro, mesmo que esses mercados apresentam semelhanças culturais e localização próxima.

O segundo objetivo específico, que diz respeito ao enfrentamento de barreiras, identificou-se que todas as empresas encontraram barreiras não-tarifárias durante o processo de internacionalização e que essas variam bastante de acordo com o país e com a natureza do produto. Algumas barreiras identificadas apenas dificultaram o processo, entretanto, outras impedem totalmente que as empresas efetuem os processos de exportação ou importação. Alguns exemplos apresentados pelos entrevistados foram as habilitações, certificados e manuais específicos exigidos pelos países, além das cotas que limitam o fluxo internacional de bens ou serviços. O terceiro objetivo, a respeito de como as barreiras não-tarifárias dificultam o processo de internacionalização, foram identificados impactos no faturamento, nos lucros da empresa, nos processos internos de toda organização, nos prazos de entrega e conseqüentemente na satisfação dos clientes.

Para melhor compreensão dos resultados encontrados, o Quadro 5 apresenta um resumo das análises apresentadas nas seções anteriores. Nesse quadro estão sintetizados os objetivos específicos e os principais resultados obtidos através das entrevistas.

Objetivo	Resultado
Processo de internacionalização das empresas da Serra Gaúcha.	Buscam internacionalização com objetivo de aumentar os lucros, expandir a atuação, reduzindo riscos e custos, para se beneficiar da economia de escala. Alguns possuíam conhecimentos pré-existent, mas a maioria iniciou o processo do zero. Adaptação às exigências.
Principais Barreiras Não-Tarifárias (BNTs) que as empresas da Serra Gaúcha enfrentam.	Cotas, Certificações, Habilitações, elaboração de manual técnico.
Dificuldades que as empresas enfrentam em relação às barreiras não-tarifárias.	Afetam nos lucros, no faturamento, nos prazos de entrega, na competitividade, na satisfação dos clientes e nos processos internos da empresa.

Quadro 5. Resumo da análise dos dados
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Também, para melhor compreensão dos resultados identificados, elaborou-se um esquema conceitual ilustrado na Figura 1, apresentando as motivações que conduzem à internacionalização, as atividades necessárias para obtenção de um resultado positivo e as barreiras comerciais não-tarifárias e seus impactos no processo de internacionalização.

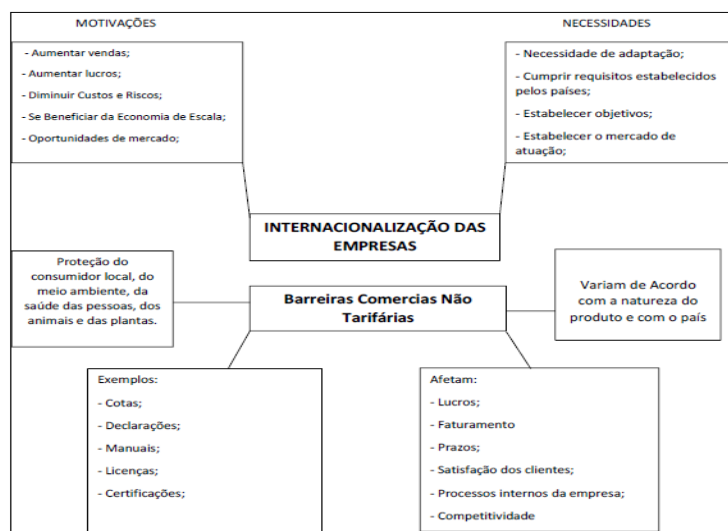


Figura 1. Esquema conceitual decorrente dos resultados do estudo
Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Através do esquema conceitual, verifica-se que as barreiras não-tarifárias afetam negativamente as organizações, principalmente do que tange a lucros, prazos, competitividade e satisfação dos clientes, em que tendem a ter efeitos mais perversos, devido à falta de transparência e à arbitrariedade de sua aplicação (Castilho, 1996). Segundo Campos (2013), as barreiras não-tarifárias podem ser aplicadas de diversas formas, embasadas em questões técnicas, fitossanitárias, ambientais, laborais e restrições de quantidades, tendo por objetivo a proteção do consumidor local, do meio ambiente, da saúde das pessoas, dos animais e as plantas.

Outro ponto observado, é que as empresas possuem características relacionadas à Teoria Uppsala e Teoria das Redes, buscando a internacionalização como forma de aumentar sua lucratividade através das vendas, diminuição de custos e riscos de operações, aproveitamento da economia de escala e oportunidades de acesso a novos mercados. O esquema conceitual sintetizado a partir dos resultados encontrados neste estudo possibilita maior compreensão em relação aos impactos das barreiras não-tarifárias no processo de internacionalização das empresas da Serra Gaúcha e sua relevância para as organizações, acadêmicos e profissionais atuantes da área.

No tocante às implicações teóricas, o trabalho pode servir de referência para futuras pesquisas que visem maior entendimento sobre o processo de internacionalização operante na Serra Gaúcha e como as barreiras não-tarifárias impactam nesse processo dentro das organizações. Como implicações práticas, o estudo traz resultados relevantes para empresas com interesse em dar início ao processo de internacionalização, uma vez que a experiência e conhecimentos adquiridos por uma empresa podem servir como base para outras.

Todas as organizações sofreram e sofrem em decorrência das barreiras que impactam em variáveis como lucro, prazo, satisfação do cliente e competitividade, portanto, é de extrema importância estar ciente e informado de possíveis barreiras pertinentes a determinado produto, a fim de estar preparado para futuros imprevistos decorrentes. A natureza do produto e o mercado de destino com que a empresa negocia são duas determinantes que afetam diretamente a quantidade de barreiras que a empresa venha a se deparar. Segundo Castilho (1996), as barreiras não-tarifárias afetam significativamente setores considerados tradicionais e tendem a ter efeitos mais complicados devido à falta de transparência e arbitrariedade de sua aplicação.

Diante dos resultados obtidos, observou-se que alguns países exigem habilitações e não as possuindo, a empresa fica impossibilitada de exportar. Outro ponto crucial passível de atenção são os certificados, tanto os que atestam a qualidade do produto, quanto os de procedência e sanitários, além de laudos técnicos exigidos para determinados produtos. Quanto as limitações do estudo, pode-se comentar acerca da participação de apenas alguns setores econômicos, e certamente, com um conjunto maior e diversificação de setores, permitiria uma maior validade e ampliação de resultados.

Para estudos futuros, sugere-se a replicação do método utilizado, porém observando-se as barreiras comerciais tarifárias a fim de realizar-se um comparativo de fatores impactantes do processo de internacionalização das organizações. Ademais, sugere-se também a ampliação da pesquisa, analisando-se outras regiões do Brasil.

REFERÊNCIAS

- Alazzam, F. A. F., & Sabbagh, R. B. I. (2021). The Importance of Non-Tariff Barriers in regulating International Trade relations. *Public Administration and Law Review*, (1), 92-104. <https://doi.org/10.36690/2674-5216-2021-1-92>
- Brasil (2022). Adequando os Produtos. In: *Aprendendo a Exportar/Siscomex*, Recuperado de <https://www.gov.br/siscomex/pt-br/servicos/aprendendo-a-exportar/identificando-mercados-1/identificando-mercados/adequando-os-produtos>
- Borini, F. M., Ribeiro, F. C. F., Coelho, F. P., & Proença, E. R. (2006). O prisma da internacionalização: um estudo de caso. *Revista de Administração FACES Journal*, 5(3), 42-55. <https://doi.org/10.21714/1984-6975FACES2006V5N3ART81>
- Campos, L. F. (2013). *Análise das barreiras comerciais sobre a inserção da agricultura paranaense no mercado externo: reflexos da crise internacional de 2008* (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Toledo, PR.
- Caputo, A., Pellegrini, M. M., Dabic, M., & Dana, L. P. (2016). Internationalisation of firms from Central and Eastern Europe: A systematic literature review. *European business review*, 28(6), 630-651. <https://doi.org/10.1108/EBR-01-2016-0004>
- Carneiro, J., & Dib, L. A. (2007). Avaliação comparativa do escopo descritivo e explanatório dos principais modelos de internacionalização de empresas. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext)*, 2(1), 1-25. <https://doi.org/10.18568/1980-4865.211-25>
- Carvalho, C. A., & Dib, L. A. R. (2013). Reconciliando o Modelo de Uppsala com a perspectiva de networks: revisão crítica e integrativa. *Revista de Administração FACES Journal*, 12(2), 37-56. <https://doi.org/10.21714/1984-6975FACES2013V12N2ART1183>
- Castilho, M. R. (1996). Uma investigação sobre as barreiras não-tarifárias impostas às exportações brasileiras. *Revista Brasileira de Comércio Exterior*, (47), 51-60.
- Cavusgil, S. T., Knight, G. A., & Riesenberger, J. R. (2010). *Negócios internacionais: estratégia, gestão e novas realidades*. São Paulo: Pearson.
- Chen, T., Gong, X., Li, Q., & Xu, H. (2021). Multiseason production planning under export quotas. *Naval Research Logistics*, 68 (3), 279- 294. <https://doi.org/10.1002/nav.21959>
- Corrêa, D., & Lima, G. T. (2007). Internacionalização produtiva de empresas brasileiras: caracterização geral e indicadores. *Boletim de Informações Fipe*, 319, 15-18.
- Dang, L. H. (2021). *Non-Tariff measures, aid for trade and exports in Vietnam and other developing countries* (Tese de Doutorado). Yokohama National University, Yokohama, JP.
- Fernandes, A. M., Lefebvre, K., & Rocha, N. (2021). Heterogeneous Impacts of SPS and TBT Regulations : Firm-Level Evidence from Deep Trade Agreements. Policy Research Working Paper; No. 9700. World Bank, Washington, DC. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-9700>
- Fleury, A., & Fleury, M. T. L. (2021). *Multinacionais brasileiras: competências para a internacionalização*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Gibbs, G. (2009). *Análise de dados qualitativos: coleção pesquisa qualitativa*. Bookman Editora.

- Gimenez, P. D. (2022). Barreiras às exportações de pequenas e médias empresas (Dissertação de Mestrado). FGV EAESP - Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo, SP.
- Hennart, J. F., Majocchi, A., & Hagen, B. (2021). What's so special about born globals, their entrepreneurs or their business model?. *Journal of International Business Studies*, 52, 1665-1694. <https://doi.org/10.1057/s41267-021-00427-0>
- Igwe, P. A., Rugara, D. G., & Rahman, M. (2022). A Triad of Uppsala Internationalization of Emerging Markets Firms and Challenges: A Systematic Review. *Administrative Sciences*, 12(1), 3. <https://doi.org/10.3390/admsci12010003>
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490676>
- Kahiya, E. (2018). Five decades of research on export barriers: Review and future directions. *International Business Review*, 27(6), 1172-1188. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.008>
- Krugman, P. R. (1999). *Maurice Obstfeld International Economics. Theory and Policy* Addison Wesley Publishing Company.
- Kurniasih, T., & Panennungi, M. A. (2021). Estimating Ad Valorem Equivalents (AVES) of Non-Tariff Measures: The Case of the Sanitary and Phytosanitary (SPS) and Technical Barrier to Trade (TBT) in Indonesian Bilateral Trade with 20 Main Trade Partners. In *Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities Universitas Indonesia Conference (APRISH 2019)*, 485-495, Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210531.062>
- Kwiotkowska, A. (2020). Corporate global mindset and internationalization of SMEs. *Organization & Management Scientific Quarterly*, 2(54), 83-95. <https://doi.org/10.29119/1899-6116.2020.54.6>
- Leonidou, L. (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. *Journal of Small Business Management*, 42(3), 279-302. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2004.00112.x>
- Loane, S., & Bell, J. (2006). Rapid internationalisation among entrepreneurial firms in Australia, Canada, Ireland and New Zealand: An extension to the network approach. *International marketing review*, 23(5), 467-485. <https://doi.org/10.1108/02651330610703409>
- Machado Neto, A. J., & Almeida, F. C. D. (2008). A internacionalização da indústria calçadista francana. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(8), 88-111. <https://doi.org/10.1590/S1678-69712008000800006>
- McDougall, P. P., Oviatt, B. M., & Shrader, R. C. (2003). A comparison of international and domestic new ventures. *Journal of international entrepreneurship*, 1(1), 59-82. <https://doi.org/10.1023/A:1023246622972>
- Merriam, S. B. (1998). *Qualitative Research and Case Study Applications in Education. Revised and Expanded from Case Study Research in Education*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.
- Minervini, N. (2019). *O exportador: construindo seu projeto de internacionalização*. (7. ed.). São Paulo: Almedina.
- Miranda, S. H. G. D. (2001). *Quantificação dos efeitos das barreiras não-tarifárias sobre as exportações brasileiras de carne bovina (Tese de Doutorado)*. Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba, SP. <https://doi.org/10.11606/T.11.2001.tde-12042004-145332>
- Nonnenberg, M. J. B., Andrade, G., Oliveira, H., & Saccaro, A. (2020). Barreiras não-tarifárias ao comércio de produtos agropecuários brasileiros. In: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (No. 2545), *Texto para Discussão*, Rio de Janeiro, RJ.

- Olabuénaga, J. I. R., & Ispizua, M. A. (1989). *La descodificación de la vida cotidiana: métodos de investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ortelan, C. B. (2016). *Internacionalização das empresas brasileiras processadoras de carnes: transpondo barreiras* (Dissertação de Mestrado). Universidade de São Paulo, São Paulo, SP.
<https://doi.org/10.11606/D.12.2016.tde-13122016-131426>
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1999). A framework for understanding accelerated international entrepreneurship. *Research in Global Strategic Management*, 7, 23-40. [https://doi.org/10.1016/S1064-4857\(99\)07055-2](https://doi.org/10.1016/S1064-4857(99)07055-2)
- Pacchiega, R. M. (2012). *Fluxos internacionais de mercadorias na dinâmica do território brasileiro: a atuação das trading companies sediadas na cidade de São Paulo* (Dissertação de Mestrado). Universidade de São Paulo, São Paulo, SP. <https://doi.org/10.11606/D.8.2012.tde-11042013-110220>
- Patias, T. Z., Azevedo, J. B., & Dorion, E. C. H. (2021). The agribusiness industry and the Brazilian soybean producers' internationalization patterns. *Revista em Agronegócio e Meio Ambiente*, 14(Supl. 1), 1-22. <https://doi.org/10.17765/2176-9168.2021v14Supl.1.e8640>
- Pignanelli, A., & Santos, J. B. (2018). Desafios à competitividade das exportações brasileiras. In: *Confederação Nacional da Indústria*, 81 p., Brasília. Recuperado de [https://arquivos.sfiac.org.br/sfiac/files/files/B_CNI_Estudo%20de%20desafio%20a%20competitividad_e_11%20\(2\)%20\(1\).pdf](https://arquivos.sfiac.org.br/sfiac/files/files/B_CNI_Estudo%20de%20desafio%20a%20competitividad_e_11%20(2)%20(1).pdf)
- Rutashoby, L., & Jaensson, J. E. (2004). Small firms' internationalization for development in Tanzania: Exploring the network phenomenon. *International Journal of social economics*, 31(2), 159-172. <https://doi.org/10.1108/03068290410515484>
- Silva, R. C. M., Chauvel, M. A., & Bertrand, H. (2010). Internacionalização de Pequenas Empresas: Um Estudo de Caso com uma Empresa Brasileira de Tecnologia. *Gestão & Regionalidade*, 26(76), 43-62. <https://doi.org/10.13037/gr.vol26n76.199>
- Silva, S. Z. D., Triches, D., & Malafaia, G. (2011). Análise das barreiras não tarifárias à exportação na cadeia da carne bovina brasileira. *Revista de política agrícola*, 20(2), 23-39.
- Silveira, P. A., & Alperstedt, G. D. (2007). O processo de internacionalização de uma empresa de pequeno porte do setor moveleiro do oeste de Santa Catarina sob a ótica do empreendedor. In: *III Encontro de Estudos em Estratégia*, São Paulo, SP.
- Souza, E. C. L., & Fenili, R. R. (2012). Internacionalização de empresas: perspectivas teóricas e agenda de pesquisa. *Revista de Ciências da Administração*, 14(33), 103-118. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2012v14n33p103>
- Suleman, O. S. (2021). The African Continental Free Trade Area; a Strategy for Improving Trade in Africa in the 21st Century. *African Scholar Journal of Humanities and Social Sciences (JHSS-6)*, 20(6), 146-158.
- Thorstensen, V. (1999). *Organização Mundial do Comércio: as regras do comércio internacional e a rodada do milênio*. São Paulo: Aduaneiras.
- Tripoli, A. C. K., & Prates, R. C. (2016). *Comércio Internacional: Teoria e Prática*. Curitiba: Inter Saberes.
- Vale, A. R. V., & Pereira, W. (2018). Disputas e Barreiras Não-Tarifárias no Comércio Agrícola: As Exportações de Carne Bovina Brasileira entre 2006 e 2015. *Revista Brasileira de Políticas Públicas e Internacionais*, 3(2), 1-28. <https://doi.org/10.22478/ufpb.2525-5584.2018v3n2.35434>

World Trade Organization (2014). The WTO Agreements Series: Technical Barriers to Trade. Recuperado de https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/tbttotrade_e.pdf

World Trade Organization (2022). Understanding the WTO Agreement on Sanitary and Phytosanitary Measures. Recuperado de https://www.wto.org/english/tratop_e/sps_e/spsund_e.htm