



Grau de Internacionalização e Capacidade de Inovação de Empresas so Setor Coureiro Calçadista do Rio Grande do Sul

CAROLINE DAL CASTEL¹, AURORA CARNEIRO ZEN²



1 Autora, Administração, UFRGS
2 Orientadora, EA/UFRGS

CSA - Ciências Sociais e Aplicadas

INTRODUÇÃO

Sabe-se que o sapato brasileiro tem importante papel na economia mundial. Em 2012, por exemplo, foram exportados 113.294.439. Até os anos 90, as empresas gaúchas do setor coureiro calçadista, de um modo geral, podem ser **caracterizadas em dois grupos**.
• 1º GRUPO: voltado para o mercado interno, tendo nele uma demanda suficiente para a quantidade ofertada de seus produtos.
• 2º GRUPO: realizava a produção terceirizada de grandes marcas internacionais, que buscavam redução de custos e forneciam o seu modelo de execução para as empresas gaúchas.
Entretanto, o **ingresso da China** no mercado global modificou esse cenário e pressionou a mudança na estratégia das empresas. Nesse novo contexto, surge a necessidade de as empresas se diferenciarem no mercado internacional. A **inovação**, em quaisquer de seus tipos, se tornaria **elemento fundamental** para sobrevivência e diferenciação no mercado.



MÉTODO

- Estudo de múltiplos casos;
- Cinco empresas do setor coureiro-calçadista no Rio Grande do Sul;
- Entrevistas em profundidade com representantes das organizações, as quais mantêm exportações constantes há, no mínimo, três anos.

OBJETIVO

Analisar a influência da internacionalização na capacidade de inovação nas empresas do setor coureiro-calçadista no Rio Grande do Sul.



RESULTADOS

Empresa	Nº Funcionários	Ano de Internacionalização	% Vendas para o mercado externo	Impacto da internacionalização
A	4.000	1999	5%	<ul style="list-style-type: none"> • Verticalização da empresa (mais qualidade); • Design do produto.
B	1.500 diretos 200 terceirizados	1970	2012: 17% Meta audaciosa para 2007 (chegar a 40%), freada pela crise de 2008	<ul style="list-style-type: none"> • Elevação do padrão de qualidade de todos produtos, não só os exportados, pelas exigências do mercado externo; • Adequação a normas internacionais, por exemplo, no que diz respeito a sustentabilidade.
C	---	---	12%	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento do cuidado com a qualidade do produto.
D	60 Porto Alegre 25 São Paulo	2001	----	<ul style="list-style-type: none"> • Estar perto das práticas (produto, preço, etc.) dos principais concorrentes internacionais.
E	50 diretos	2003	40%	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de profissionalismo; • Aumento do padrão de qualidade.

Os resultados mostraram os **modos de atuação das empresas internacionalizadas**, suas formas de diferenciação tanto no mercado nacional como no internacional, bem como a influência da internacionalização nestas práticas e mudanças que vão desde exigências de padrão de qualidade até o desenvolvimento de uma identidade brasileira nas coleções de sapatos.

Além disso, os entrevistados indicam que as diferenças nas estações representam um **desafio na concepção das coleções** para o mercado interno e externo. Os resultados do trabalho também indicam que o processo de internacionalização influencia em diferentes aspectos o processo de inovação.



MODALIDADE DE BOLSA

INICIAÇÃO CIENTÍFICA

