

ADAPTAÇÃO ESTRATÉGICA DO PROCESSO DE IMPORTAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE TORNEIRAS PELA EMPRESA SATORI

Lorran de Limas¹

Natalí Nascimento²

Resumo

A importação no Brasil possui uma função muito importante que é, dentre outras, a de regular os preços dos manufaturados em território nacional. Ademais, acaba por introduzir novas tecnologias e fomentar a competição entre as empresas. Entretanto, uma empresa que se lança neste tipo de negócio, além dos desafios inerentes do mercado interno, está alheia a riscos externos de mais difícil controle e de barreiras impostas pelo governo. Dito isto, analisa-se neste trabalho a observância estratégica do negócio, que são as ações tomadas pela empresa para manter-se sempre viável, colocando-se em melhor posição comparado aos demais. O Brasil sofreu em 2015 os resultados de uma crise que abalou a economia, dentre eles, destacando-se o aumento do câmbio no maior nível desde o lançamento do Plano Real. No período estudado, houve um acréscimo de 65% da taxa cambial, cenário que inviabilizaria a continuidade do processo em questão. A Satori, empresa a qual foi realizado este estudo, importa produtos da área de construção civil para distribuição em território nacional, utilizando sua marca registrada Starke. Brasil. Este estudo visa descrever a adaptação realizada no processo de importação e distribuição das torneiras de ABS, que é uma das linhas de produtos comercializados pela Satori. Para atingir tal objetivo, foi apresentado uma contextualização do cenário inicial, seguido pela demonstração dos fatores que levaram à inviabilização do processo. Após isso, relatou-se o processo de intervenção realizado pela empresa para readequação da viabilidade da importação e distribuição do produto. Este trabalho foi realizado por meio da utilização de abordagem qualitativa e quantitativa. Já na coleta de dados, apoiou-se em largamente no acervo documental da empresa, envolvendo planilhas e informações trocadas com os fornecedores. Os demais dados foram obtidos em meio bibliográfico. A finalidade da pesquisa é descritiva, explicativa e exploratória. Os resultados incluíram a contextualização do cenário inicial, com a apresentação da marca, dos produtos e a introdução destes no mercado. Em seguida foi demonstrado as mudanças no cenário político e econômico que culminaram na inviabilização do processo. Por fim, apresentou-se a intervenção realizada cujos resultados permitiram uma retomada no volume de vendas no período analisado.

Palavras-chave: Adaptação estratégica. Importação. Distribuição.

1 Graduando no Curso de Comércio Exterior da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Itajaí.

2 Professora Mestre do Curso de Comércio Exterior da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Itajaí.