



UNIVERSIDADE SALVADOR (UNIFACS)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

BERNARDO GONÇALVES DA COSTA

ESTRATÉGIAS DE MARKETING NA
INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS
EMPRESAS BAIANAS:
UMA ANÁLISE DO SETOR DE VESTUÁRIO

Salvador
2006

BERNARDO GONÇALVES DA COSTA

ESTRATÉGIAS DE MARKETING NA
INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS
EMPRESAS BAIANAS:
UMA ANÁLISE DO SETOR DE VESTUÁRIO

Dissertação apresentada ao curso de
Mestrado em Administração Estratégica, da
Universidade Salvador (UNIFACS), como
requisito parcial para obtenção do título de
Mestre em Administração Estratégica.

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Ladeira.

Salvador
2006

FICHA CATALOGRÁFICA

(Elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da Universidade Salvador - UNIFACS)

Costa, Bernardo Gonçalves da
Estratégias de marketing na internacionalização das pequenas e médias empresas baianas: uma análise do setor de vestuário/Bernardo Gonçalves da Costa. - 2006.
101 f.

Dissertação (mestrado) - Universidade Salvador – UNIFACS. Mestrado em Administração Estratégica, 2006.

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Ladeira

1. Marketing Internacional. 2. Gestão de marca. 3. Pequenas e médias empresas - internacionalização I. Ladeira, Rodrigo, orient. II. Título.

CDD: 658.848

TERMO DE APROVAÇÃO

BERNARDO GONÇALVES DA COSTA

ESTRATÉGIAS DE MARKETING NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS BAIANAS: UMA ANÁLISE DO SETOR DE VESTUÁRIO

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em
Administração Estratégica, Universidade Salvador (UNIFACS),
pela seguinte banca examinadora:

Rodrigo Ladeira – Orientador _____
Doutor em Administração, Universidade de São Paulo (USP)
Universidade Salvador (UNIFACS)

Adriano Leal Bruni _____
Doutor em Administração, Universidade de São Paulo (USP)
Universidade Salvador (UNIFACS)

Cláudio Guimarães Cardoso _____
Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea, Universidade Federal da Bahia
(UFBA)
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Salvador, 20 de outubro de 2006.

Aos meus pais pelo apoio incondicional em todas as etapas da vida.

AGRADECIMENTOS

Ao amigo Daniel Marback, pelo incentivo a ingressar nesta empreitada.

A todos os colegas do curso de mestrado, destacando Raquel Leone, pela inspiração e apoio, e Inah Pinho, pela amizade e companheirismo e ao amigo Peter Barros pela correção e formatação deste trabalho.

Aos colegas do PROMO – Centro Internacional de Negócios da Bahia.

E, principalmente, ao meu orientador, professor doutor Rodrigo Ladeira, pela cumplicidade durante o desenvolvimento da pesquisa.

You miss 100% of the shots you never take.

Wayne Gretzky

RESUMO

Esta dissertação busca identificar e avaliar as estratégias de marketing e de gestão de marcas adotadas pelas pequenas e médias empresas exportadoras de vestuário da Bahia e analisar como estas estratégias contribuem para a sustentação do seu processo de inserção internacional. Neste estudo, foi utilizado o método *survey* para analisar seis empresas exportadoras. Os resultados encontrados apontam que as empresas avaliadas ainda estão iniciando o seu processo de internacionalização e que as estratégias de marketing e de gestão de marcas adotadas ainda são falhas. O estudo também evidencia qual estratégia tem dado melhores resultados para estas empresas. Como conclusão, para que estas empresas possam obter melhores resultados no seu processo de internacionalização faz-se necessário alinhar as estratégias de marketing com o processo de gestão de marca.

Palavras-chave: Marketing internacional. Gestão de marcas. Internacionalização. Pequenas e médias empresas.

ABSTRACT

This research aims to identify and evaluate marketing and branding strategies adopted by Bahia's small and medium clothing exporters and analyze how these strategies support their internationalization process. In this study, the survey method was used to get data from six exporting companies. The results indicate that the companies are in the beginning of their internationalization process and the strategies adopted are still fallible. The study also show which strategy has been obtaining better results. As conclusion, in order to these companies obtain better results in their internationalization processes it's necessary to align marketing strategies with branding strategies.

Keywords: International marketing. Brand management. Internationalization. Small and medium enterprises.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Classificação do porte das empresas	48
Tabela 2 -	Exportações brasileiras por porte de empresa	49
Tabela 3 -	Exportações de vestuário da Bahia por país de destino	57
Tabela 4 -	Classificação da amostra por porte de empresa	63
Tabela 5 -	Produtos de exportação das empresas analisadas	64
Tabela 6 -	Tempo de atuação no comércio exterior	65
Tabela 7 -	Regiões destino das exportações das empresas estudadas	65
Tabela 8 -	Participação das exportações no faturamento total	66
Tabela 9 -	Motivos que levaram a empresa a exportar	67
Tabela 10 -	Principais barreiras à exportação	69
Tabela 11 -	Formas de segmentação	70
Tabela 12 -	Canais de distribuição utilizados	71
Tabela 13 -	Formas de promoção adotadas para o mercado externo	72
Tabela 14 -	Responsável pelas ferramentas utilizadas para promoção internacional	73
Tabela 15 -	Estratégias de inserção do produto no mercado externo	74
Tabela 16 -	Estratégias de preço para penetração em mercados externos	76
Tabela 17 -	Formas de definição de preços para o mercado externo	76
Tabela 18 -	Tipo de marca utilizada para o mercado externo	77
Tabela 19 -	Associações enfatizadas no posicionamento da identidade da marca no exterior	78
Tabela 20 -	Estratégias de marca adotadas para o mercado externo	79
Tabela 21 -	Correlações entre as variáveis estudadas – Método Pearson	81
Tabela 22 -	Correlações entre as variáveis estudadas – Método Spearman	82

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Qualidade *versus* preço

31

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AFM	Acordo de Fibras Múltiplas
ALP	Acordo de Longo Prazo
APEX	Agência de Promoção às Exportações e Atração de Investimentos
APEX-BRASIL	Agência de Promoção às Exportações Atração de Investimentos
ATV	Acordo em Têxteis e Vestuário
CADEX	Cadastro de Exportadores da Bahia
CNI	Confederação Nacional da Indústria
CNI/ABIT	Confederação Nacional da Indústria / Associação Brasileira da Indústria Têxtil e Confecção
EUA	Estados Unidos da América
FIEB	Federação das Indústrias do Estado da Bahia
GATT	Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio
IDE	Investimento Direto no Exterior
IEL	Instituto Euvaldo Lodi
IEMI	Instituto de Estudos e Marketing Industrial
ITC	International Trade Centre UNCTAD/WTO
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MPEs	Micro e pequenas empresas
MPMEs	Micro, pequenas e médias empresas
MRE	Ministério das Relações Exteriores
NCM	Nomenclatura Comum do Mercosul
OMC	Organização Mundial do Comércio
PMEs	Pequenas e Médias Empresas
PROMO	Promo – Centro Internacional de Negócios da Bahia
SCM	<i>Supply Chain Management</i>
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa
SPSS	<i>Statistical Package for the Social Sciences</i>

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1	INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS	18
2.2	MARKETING INTERNACIONAL	26
2.2.1	Composto de marketing no âmbito internacional	29
2.3	GESTÃO DE MARCAS	40
3	CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DA PESQUISA	47
3.1	AS PMES	47
3.1.1	As PMEs exportadoras da Bahia	50
3.2	O SEGMENTO DE CONFECÇÕES E VESTUÁRIO	51
3.2.1	O cenário internacional no setor têxtil de confecções e vestuário	51
3.2.2	A estrutura do segmento de confecções e vestuário no Brasil	54
3.2.3	O setor de vestuário na Bahia	56
4	METODOLOGIA	59
4.1	TIPOLOGIA DA PESQUISA	59
4.2	MEIOS	59
4.3	POPULAÇÃO E AMOSTRA	60
4.4	COLETA DE DADOS	61
4.5	TRATAMENTO DOS DADOS	62
5	RESULTADOS DA PESQUISA	63
5.1	CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	63

5.2	O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS ESTUDADAS	65
5.3	ESTRATÉGIAS DE MARKETING	70
5.4	ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DA MARCA	77
5.5	CORRELAÇÕES	79
6	CONCLUSÕES	87
6.1	SUGESTÕES PARA PESQUISAS FUTURAS	90
	REFERÊNCIAS	91
	APÊNDICE A – Questionário aplicado com as empresas exportadoras de vestuário da Bahia	100