

**CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA**  
**CURSO DE BACHARELADO EM CIÊNCIAS**  
**CONTÁBEIS**

**HERIC DE SOUZA DA COSTA**  
**JOSE BRUNO C. VASCONCELOS**  
**ROBSON BARBOSA DA S. JUNIOR**

**A LOGÍSTICA E SUA VANTAGEM COMPETITIVA NA**  
**IMPORTAÇÃO DOS MAQUINÁRIOS**

**RECIFE/2022**

HERIC DE SOUZA DA COSTA  
JOSE BRUNO C. VASCONCELOS  
ROBSON BARBOSA DA S. JUNIOR

**A LOGÍSTICA E SUA VANTAGEM COMPETITIVA NA  
IMPORTAÇÃO DOS MAQUINÁRIOS**

RECIFE/2022

Ficha catalográfica elaborada pela  
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 1745.

V331I Vasconcelos, José Bruno Cavalcante  
A Logística e Sua Vantagem Competitiva na Importação dos Maquinários  
/ José Bruno Cavalcante Vasconcelos, Heric de Souza da Costa, Robson  
Barbosa da Silva Júnior. Recife: O Autor, 2022.

25 p.

Orientador(a): Esp. Pasqualle siqueira .

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário  
Brasileiro – Unibra. Bacharelado em Ciências Contábeis, 2022.

Inclui Referências.

1. Modelo Logístico. 2. Importação. 3. Cadeia de Suprimentos.. 4.  
Ambiente Social. 5. Terapia Cognitiva-Comportamental. I. Costa, Heric  
de Souza da. II. Silva Júnior, Robson Barbosa da. III. Centro Universitário  
Brasileiro - Unibra. IV. Título.

CDU: 657

HERIC DE SOUZA DA COSTA  
JOSE BRUNO C. VASCONCELOS  
ROBSON BARBOSA DA S. JUNIOR

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA,  
como requisito parcial para obtenção do título de graduação em  
Ciências Contábeis.

Professora Orientadora: Pascalle Siqueira

RECIFE/2022

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos a nossa orientadora, Pascalle Siqueira, que nos forneceu todas as bases e correções necessárias para a realização deste trabalho. Aos nossos amigos e familiares pela amizade e atenção dedicada quando sempre precisamos de alguma orientação.

*“Ninguém ignora tudo. Ninguém sabe tudo. Todos nós sabemos alguma coisa. Todos nós ignoramos alguma coisa. Por isso aprendemos sempre.” (Paulo Freire)*

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO.....</b>   | <b>10</b> |
| <b>2. DELINEAMENTO METODOLÓGICO.....</b>  | <b>11</b> |
| <b>3. RESULTADOS.....</b>   | <b>11</b> |
| 3.1. O Setor Têxtil Nacional e Sua Relevância.....                              | 11        |
| 3.2. Vantagem Competitiva.....  | 12        |
| 3.3. Logística e Competitividade.....   | 13        |
| 3.3.1. Estratégias Logísticas de Empresas.....                                  | 17        |
| 3.4. A Importância da Importação e Nacionalização da Máquina de Tingimento..... | 18        |
| <b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>   | <b>23</b> |
| <b>5. REFERÊNCIAS.....</b>  | <b>23</b> |



## A LOGÍSTICA E SUA VANTAGEM COMPETITIVA NA IMPORTAÇÃO DOS MAQUINÁRIOS

HERIC DE SOUZA DA COSTA

JOSE BRUNO C. VASCONCELOS

ROBSON BARBOSA DA S. JUNIOR

Orientadora: Pascalle Siqueira

**Resumo:** A logística é o meio pelo qual uma empresa se organiza estrategicamente para ampliar seus serviços e, assim, atender às necessidades dos clientes. A logística é responsável por organizar os processos operacionais internos e externos de uma empresa, ter maior controle do fluxo de produtos e ter um valor agregado para transformar a empresa em uma entidade de qualidade qualificada para competir no mercado. Com tecnologia, logística e competitividade, é possível abrir todo um mundo de possibilidades para atender às inúmeras necessidades dos clientes e a satisfação do mercado. A importação e nacionalização de maquinário pode ser uma entidade diferenciadora de competitividade graças ao desenvolvimento de processos na estruturação do abastecimento no momento, quantidade e local, garantindo rentabilidade e eficiência dentro da cadeia de abastecimento. O principal objetivo deste trabalho é analisar a logística e a sua vantagem competitiva na importação dos maquinários. De modo específico este trabalho busca falar sobre o setor têxtil nacional e sua relevância; descrever o que é a vantagem competitiva; e, por fim, identificar como a importação de maquinário atua como diferencial competitivo em uma empresa. Esse estudo buscou relacionar autores que permeiam seus estudos nessa esfera. Além de livros, foram examinados sites e artigos que fundamentam a clareza da temática.

**Palavras-chave:** Modelo Logístico; Importação; Cadeia de Suprimentos.

**Abstract:** Logistics is the means by which a company strategically organizes itself to expand its services and thus meet the needs of customers. Logistics is responsible for organizing the internal and external operational processes of a company, having greater control over the flow of products and having an added value to transform the company into a quality entity qualified to compete in the market. With technology, logistics and competitiveness, it is possible to open up a whole world of possibilities to meet the numerous needs of customers and market

satisfaction. The import and nationalization of machinery can be a differentiating entity in terms of competitiveness thanks to the development of processes for structuring supply at the time, quantity and location, ensuring profitability and efficiency within the supply chain. The main objective of this work is to analyze the logistics and its competitive advantage in the importation of machinery. Specifically, this work seeks to talk about the national textile sector and its relevance; describe what competitive advantage is; and, finally, to identify how the importation of machinery acts as a competitive differential in a company. This study sought to relate authors who permeate their studies in this sphere. In addition to books, websites and articles that support the clarity of the theme were examined.

**Keywords:** Logistic Model; Import; Supply chain.

## 1. INTRODUÇÃO

As empresas enfrentam hoje níveis crescentes de pressão competitiva e dificuldade em manter e melhorar a rentabilidade. As administrações dessas empresas estão sendo obrigadas a buscar e implementar estratégias inovadoras para aumentar a vantagem competitiva de sua empresa, bem como sua lucratividade (BRITO, 2012). Essas circunstâncias e a natureza cada vez mais complexa das operações logísticas estão fazendo com que as empresas se concentrem em suas competências essenciais, enquanto outras fornecem, por exemplo, algumas ou muitas de suas atividades logísticas. As empresas também estão cada vez mais percebendo a importância e o papel da logística em suas organizações e, portanto, a necessidade de informações especializadas (CAJAVILCA, 2018).

O principal objetivo deste trabalho é analisar a logística e a sua vantagem competitiva na importação dos maquinários. De modo específico este trabalho busca falar sobre o setor têxtil nacional e sua relevância; descrever o que é a vantagem competitiva; e, por fim, identificar como a importação de maquinário atua como diferencial competitivo em uma empresa.

A logística visa atender às crescentes demandas dos clientes com o menor custo possível, gerenciando o fluxo de materiais e informações em todas as atividades que compõem o sistema logístico, desde o fornecedor até o consumidor final. A logística tornou-se uma atividade primordial para as empresas que se preocupam em obter uma gestão adequada de matéria prima e produtos, bem como fornecer a quantidade necessária de mercadorias em condições ideais (HURTADO, 2018).

Diante do contexto, verifica-se a relevância em ampliar e aprofundar os conceitos

relativos à logística e importação como vantagem competitiva. Por meio de bases teóricas e pesquisas relevantes sobre o tema, este estudo poderá beneficiar o meio acadêmico disponibilizando uma base teórica sólida e uma investigação coesa e responsável que poderão contribuir com futuros estudos acerca da temática, bem como com o engrandecimento intelectual e teórico de possíveis futuros leitores.

## **2. DELINEAMENTO METODOLÓGICO**

A metodologia deste trabalho foi embasada, de modo geral teve abordagem descritiva, exploratória e qualitativa. Para fundamentação, realização e conclusão do estudo o levantamento de referências bibliográficas foi imprescindível. Portanto, este trabalho desenvolveu-se por meio de pesquisas bibliográficas. Desse modo, esse estudo buscou relacionar autores que permeiam seus estudos nessa esfera. Além de livros, foram examinados sites e artigos que fundamentam a clareza da temática.

## **3. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **3.1. O Setor Têxtil Nacional e Sua Relevância**

O setor têxtil nacional é, sem dúvida, um dos mais relevantes para a economia brasileira. Possui uma cadeia produtiva extremamente longa, que vai desde a produção da fibra até o produto final. Levantamento realizado pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção - ABIT<sup>2</sup> mostra a pujança e a relevância deste setor para a economia nacional.

No Brasil sua indústria possui mais de 200 anos de história e é, atualmente, a maior cadeia têxtil completa do ocidente, pois se inicia no plantio do algodão, passando pelo beneficiamento da fibra, tecelagem, malharia, acabamento até chegar nas confecções e, posteriormente, no forte varejo nacional e também em outros setores da indústria como, por exemplo, o automobilístico, aeroespacial, médico-hospitalar, a construção civil, entre outros.

Para realizar este feito, o setor têxtil possui uma força produtiva composta por 24,6 mil empresas instaladas somente no território nacional e que geraram um faturamento anual de R\$ 161 bilhões de reais em 2020. Emprega, aproximadamente, 1,36 milhão de trabalhadores diretos, sendo, com isso, o segundo maior empregador da indústria de transformação brasileira, perdendo apenas para o setor de alimentos e bebidas.

Ao adicionarmos os trabalhadores indiretos chegamos ao número de 8 milhões de

trabalhadores, sendo 60% destes formados por mão de obra feminina. Segundo dados apurados pela ABIT, em 2020, este setor representava 19,8% do total de trabalhadores alocados na produção industrial e 5% do valor total da produção industrial brasileira de transformação.

Importou no ano de 2021, sem considerar a fibra de algodão, US\$ 5,1 bilhões de dólares e exportou, no mesmo ano, US\$ 1,06 bilhão de dólares, apresentando um saldo na balança comercial, também sem considerar a fibra de algodão, de US\$ 4,1 bilhões de dólares negativos. No ano de 2020 os investimentos no foram na casa de R\$ 4,5 bilhões de reais e sua produção, considerando vestuário, meias, acessórios, linha lar e artigos técnicos, foi de 7,93 bilhões de peças no mesmo ano, estando entre os quatro maiores produtores de malha do mundo. **O Brasil é referência mundial no design de moda praia, jeans e casa e é um dos cinco maiores produtores e consumidores de *denim* do mundo.** Estes números comprovam a relevância deste setor para a economia nacional. Embora seja um setor extremamente relevante do ponto de vista econômico, o setor têxtil gera grandes impactos ao meio ambiente. Pelo fato de possuir uma cadeia produtiva grande, verticalizada e que utiliza muitos recursos naturais, como água e fibras, e também pelo fato de o grande varejo adotar estratégias de vendas que induzem o consumidor a substituir constantemente e desnecessariamente seus produtos este setor também é visto como pouco sustentável.

### 3.2. Vantagem Competitiva

Atualmente, as empresas utilizam muitas ferramentas ou estratégias que lhes permitem obter uma vantagem competitiva sobre os seus concorrentes (BRITO, 2012). Cajavilca (2018) indica que vantagem competitiva é qualquer valor que permita à empresa gerar lucros, em um contexto moderno, globalizado de alta competição, valores como prestígio, marca, preço, qualidade, que promovam a competição por custos ou diferenciação, permitirá um posicionamento da empresa no mercado, que garanta sua validade econômica, tecnologia, inovação, investimento em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos são as variáveis mais dinâmicas para gerar valor na empresa.

A vantagem competitiva tem como base as estratégias de como a empresa procura diferenciar-se de seus concorrentes atuais e futuros e como procura ser percebida e compreendida em termos de valor que proporciona para os clientes. É do ponto de vista do consumidor e tendo como referência a concorrência que se define vantagem competitiva. A empresa pode, contudo, ser centrada com maior ênfase na concorrência, no consumidor, ser autocentrada, ou combinar, com pesos diferenciados, essas três possibilidades (TAVARES,

2013 p. 292).

A vantagem competitiva é uma particularidade da empresa que a diferencia das demais, colocando-a em um ponto que a permite competir. Portanto, uma empresa tem vantagem competitiva em relação às demais quando possui determinadas características que a diferenciam e que facilitam a obtenção de um lucro relevante ao competir. Além disso, a vantagem competitiva é fundamental porque cria a direção ou o foco estratégico de todo um plano de marketing; portanto, devem estar associados ao aprimoramento das estratégias de uma unidade de negócios (VASCONCELOS; CYRINO, 2015).

Além disso, a vantagem competitiva é uma técnica que possui um valor característico, onde confere supremacia sobre os concorrentes nos campos de atividade empresarial, técnica e organizacional, a capacidade de gerir eficazmente os recursos disponíveis. Essas características, que são os atributos, podem ser diferentes e são utilizadas tanto para o produto em si, que é o serviço básico, quanto para os serviços adicionais que o acompanham. Portanto, essas vantagens competitivas permitem que a empresa seja reconhecida no mercado e os efeitos das forças competitivas sejam preservados (PORTER, 2013a; 2013b; 2014).

Diz-se que uma empresa possui uma vantagem competitiva quando está implementando uma estratégia de criação de valor que não esteja sendo simultaneamente implementada por seus concorrentes ou concorrentes potenciais, os quais são incapazes de repetir os benefícios dessa estratégia (BARNEY, 2013 p. 102).

Vantagem competitiva na área empresarial é aquela característica que faz uma empresa se destacar das demais, essa diferença pode ser feita no processo ou desenvolvimento de um produto; que permite que a empresa se beneficie e tire vantagem de seus concorrentes ao competir no mercado.

### 3.3. Logística e Competitividade

Reduzida ao básico, a logística trata de capturar vantagem competitiva e criar valor para o cliente, não apenas otimizar custos. Essa proposta de valor fundamental abrange micro e macro unidades de análise, desde o monitoramento e a resposta eficazes às mudanças de comportamento de consumidores individuais, até a melhoria dos processos de gerenciamento da cadeia de suprimentos (SCM, *Supply chain management*) das empresas, até a conexão eficiente de empresas em toda a economia global (KASARDA, 2016).

A expansão da pesquisa em logística nas últimas duas décadas refletiu em grande parte a proliferação de empresas estendidas, inovações tecnológicas e avanços em transporte e

telecomunicações em todo o mundo. Um foco significativo da pesquisa em logística no último quarto do século 20 foi o aumento da produtividade e lucratividade da empresa, principalmente por meio de melhorias operacionais/táticas na integração do planejamento. Mas mesmo aqui, os estudiosos cada vez mais reconhecem que as redes multiempresariais estavam suplantando a empresa como a unidade concorrente efetiva (HANDFIELD; NICHOLS JR., 2014).

O crescimento explosivo do e-commerce no século 21, especialmente o comércio eletrônico, e a ascensão dos dispositivos móveis inteligentes colocaram a captura e o atendimento de consumidores individuais como prioridades operacionais e de pesquisa. Simultaneamente, no nível macro, a globalização acelerada levou a um interesse substancialmente maior de pesquisa sobre interrupções na cadeia de suprimentos e medição do desempenho logístico de entidades geopolíticas, como cidades e países, como chave para a facilitação do comércio e competitividade geral (ARVIS, J. F. et al., 2014).

À medida que as unidades analíticas de pesquisa em logística se ampliaram, também foram abordados os tópicos substantivos, com os estudos indo além das questões tradicionais de negócios. A consciência ambiental e social contemporânea, os desenvolvimentos nos setores farmacêutico e biomédico e as inovações tecnológicas transformadoras, como a impressão 3-D (è um processo de prototipagem rápida), estão gerando novas ondas de pesquisa e escritos substantivos sobre questões como logística verde, logística de desastres e humanitária, biológica e alternativas para produtos envio. A cadeia de refrigeração, a temperatura garantida e a logística aérea estão recebendo mais atenção à medida que uma crescente classe média mundial deseja alimentos frescos e produtos de saúde de onde quer que sejam adquiridos. A carga aérea (atualmente responsável por 35% do valor do comércio internacional) está simultaneamente apoiando cadeias de suprimentos globalmente integradas de microeletrônicos, flores frescas, medicamentos e outros perecíveis de alto valor (KASARDA; LINDSAY, 2019).

Preocupações com comércio justo, direitos dos trabalhadores, esgotamento de combustíveis fósseis e minerais críticos, emissões de carbono e a sustentabilidade de toda a cadeia logística entraram em jogo, moldando as atitudes de consumidores, empresas e governos em relação à origem do produto, juntamente com a distância e o modo de embarque. A logística influenciada pelo valor e o gerenciamento da cadeia de suprimentos estão ganhando tração significativa como campos de pesquisa. Essa tração é corroborada por Wieland, Handfield e Durach, que entrevistaram 141 pesquisadores líderes de SCM solicitando que eles identificassem os tópicos que eles acreditam que terão maior impacto no campo nos próximos cinco anos (WIELAND; HANDFIELD; DURACH, 2016).

A “sustentabilidade”, que inclui aspectos ecológicos, econômicos, éticos e sociais, foi a

mais mencionada. Quando esses líderes de pensamento foram questionados sobre o que eles acreditavam que deveria se tornar importantes tópicos de pesquisa futura, questões de sustentabilidade/verde mais uma vez ficaram no topo. Dois desenvolvimentos transformadores, no entanto, provavelmente terão as maiores implicações para as futuras pesquisas e operações logísticas. A primeira é a computação em nuvem, pois está influenciando o big data e a análise preditiva, a internet das coisas e o aprendizado de máquina. Isso está permitindo análises muito mais detalhadas das mudanças no comportamento do consumidor e previsões mais precisas e oportunas de possíveis lacunas na demanda e oferta dos produtos desejados. A nuvem também permite visibilidade, rastreamento e controle de ativos em tempo real para melhorar a velocidade de resposta do cliente utilizando processos como atendimento omnicanal<sup>3</sup>, ao mesmo tempo que reduz os custos totais de entrega e melhora a capacidade de resposta à interrupção do fornecimento (KASARDA, 2016).

Para o autor, o segundo desenvolvimento transformador é o surgimento de empresas gigantes de comércio eletrônico (*B-to-C: business-to-customer*), como Amazon e Alibaba, que estão reescrevendo as regras da concorrência no varejo. Essas empresas também estão reescrevendo as regras da concorrência logística, entrando nos domínios do mercado de provedores de serviços logísticos e oferecendo serviços abrangentes de ponta a ponta, incluindo entrega rápida de longa distância por meio de aeronaves de carga dedicadas e entrega de última milha por drones, embora ainda esteja na fase experimental. Parece apenas uma questão de tempo até que Google, Uber e Virgin Galactic se tornem players no espaço de transporte de mercadorias e serviços de logística. soluções finais movendo-se internamente, a química de recursos humanos da logística terá que mudar.

Um grande desafio para embarcadores e prestadores de serviços logísticos será incorporar os (*geeks: gíria inglesa que se refere a pessoas peculiares ou excêntricas, fãs de tecnologia, eletrônica, jogos eletrônicos ou de tabuleiro*), do mundo analítico com seus “caras de operações” que têm culturas de trabalho diferentes e não se sentem à vontade para falar sobre nuvem, algoritmos ou computação cognitiva (KASARDA, 2016).

No estudo realizado por Mohan em 2013, foi demonstrado que a gestão logística tem efeito sobre a competitividade global. Além disso, o artigo também examinou as principais características dos sistemas logísticos indianos. As empresas indianas precisam optar por serviços 4PL, que devem gerar economias por meio do uso de ferramentas, sistemas e colaborações de alta tecnologia. Finalmente, o provedor de serviços logísticos deve reduzir o custo logístico para os clientes, ao mesmo tempo em que melhora o padrão de serviço.

Sandberg e Abrahamsson (2019) exploram como gerar vantagem competitiva

sustentável nas duas melhores empresas suecas que exploram com sucesso a logística como fonte de vantagem competitiva. Utilizando um referencial teórico baseado nos recursos resultantes da revisão de uma empresa, a pesquisa elabora a ligação entre capacidades logísticas operacionais e dinâmicas e vantagem competitiva sustentável. O estudo identificou as cinco capacidades dinâmicas, a saber, conhecimento e presença gerencial, trabalho em equipe multifuncional, controle, aprendizado e relacionamentos na cadeia de suprimentos. Todos eles são vitais para o desenvolvimento contínuo do pacote de processos logísticos e sistemas de Tecnologia da Informação (TI).

Tongzon (2013) examina os determinantes da competitividade em logística e identifica os fatores-chave necessários para o sucesso de um hub logístico. Para o polo logístico, a análise dos determinantes da competitividade é feita utilizando Cingapura como estudo de caso antes de traçar algumas implicações para os países da região do Sudeste Asiático. Os clientes dos serviços logísticos prestam mais atenção à eficiência da operação ao selecionar os serviços. Os operadores logísticos do setor de serviços devem entender bem a exigência de seus clientes e envidar esforços para atender e possivelmente superar suas expectativas.

Founou (2015) desenvolveu um framework para analisar a contribuição da TI no setor logístico. O artigo concluiu que a TI contribuiria para a vantagem competitiva em casos limitados e que na maioria das vezes a hipótese da necessidade estratégica se aplicaria. O artigo sugere uma abordagem dupla para o gerenciamento estratégico de tecnologia da informação: primeiro, a empresa deve desenvolver a capacidade de implementar com eficiência algumas soluções padrão em uma abordagem baseada em oportunidades; segundo, deve incorporar seu sistema de TI na organização com um forte compromisso da alta administração e um alinhamento estratégico claro. Para criar uma vantagem competitiva, as aplicações de TI de logística foram predominantemente terceirizadas.

Hoje, na arena do comércio global onde a concorrência de preços por si só não faz sentido e os custos de produção convergem juntos, a importância dos serviços e estratégias logísticas ganhou igual importância. Os países que passam do transporte para a logística estão conquistando uma fatia maior do mercado internacional. É entendido com mais clareza pelos países que assumem a liderança sobre os concorrentes com regulamentações feitas sobre atividades logísticas e estratégias logísticas abrangentes (ERKAN, 2014). De fato, segundo Erkan (2014), diante do aumento do desempenho logístico de um país, o crescimento econômico, o nível de emprego e a produtividade aumentaram, a pobreza diminuirá. Além disso, como a logística suporta o movimento e o fluxo de muitas transações econômicas, todas as atividades econômicas ao longo da cadeia de suprimentos serão influenciadas por esses

efeitos de produção.

### 3.3.1. Estratégias logísticas de empresas

A estratégia de uma empresa é definida e compreendida de muitas maneiras diferentes. Isso decorre da essência desse conceito, que se refere ao comportamento de várias organizações em diversos ambientes e com diversos impactos do ambiente nessas organizações (KUBON; KRASNODEBSKI, 2013). Segundo Ciesielski (2014), a estratégia de uma empresa é um conceito de atividades sistêmicas que consiste na formulação de um conjunto de objetivos de longo prazo de uma empresa e sua modificação em função das mudanças em seu ambiente, da especificação de recursos necessários para a consecução destes objetivos e os procedimentos que assegurem a otimização da distribuição e utilização dos recursos para uma resposta flexível aos desafios do mercado.

Qualquer empresa que queira sobreviver em um ambiente competitivo e se desenvolver deve formular e implementar estratégias em vários níveis e em muitos perfis de gestão especializada (BIELIK et al. 2013). De acordo com este princípio, as estratégias referem-se às áreas individuais de operação de uma empresa e sua função. Essas estratégias incluem (CIESIELSKI, 2014):

- Estratégia de uma empresa – formulada no nível da alta administração e definindo quais tipos de operações devem ser realizadas para alcançar uma vantagem estratégica;
- Estratégia do modo de operação – formulada no nível médio para os tipos particulares de operações (para os grupos de produtos, mercados, grupos de clientes);
- Estratégia funcional – formulada com referência às funções específicas de uma empresa (marketing, produção, vendas, financeiras, logísticas e outras).
- Dentre as estratégias funcionais, um papel muito importante é desempenhado pelas estratégias logísticas, que devem estar subordinadas à estratégia de uma empresa e garantir o alcance de seus objetivos logísticos. Eles também devem ser coordenados com outras estratégias funcionais de uma empresa e adaptados à sua situação interna e ao ambiente (KUBON; KRASNODEBSKI, 2013)

As estratégias logísticas podem ser analisadas no contexto do modelo de Porter (2013), que contém três estratégias básicas: liderança em custos, diferenciação e concentração. A estratégia de liderança em custos é implementada através da redução de custos de operações da empresa, enquanto a estratégia de distinção é implementada pela oferta de produtos ou serviços aparentemente diferentes de outros produtos ou serviços dos concorrentes. A estratégia de concentração baseia-se no pressuposto de que uma empresa que se concentra em um segmento específico de compradores ou gama de produtos pode fornecer um melhor serviço para o seu segmento estreito do que os concorrentes atuando em uma escala mais ampla.

A concepção de Kay (2013) também é interessante, pois define a vantagem competitiva como a capacidade de diferenciação da empresa colocada em uso e introduzida no mercado. Segundo Kay, as habilidades distintivas incluem inovação, reputação, recursos estratégicos e “arquitetura”, ou seja, as relações entre as pessoas da empresa e as relações da empresa com seus clientes, fornecedores e outras empresas do setor. Essa interpretação permite uma compreensão mais flexível da relação entre a vantagem competitiva e os concorrentes.

Além disso, de acordo com Kubon e Krasnodębski (2013), é muito útil para a análise da relação entre a logística e a vantagem competitiva da empresa. Em muitas empresas, a gestão passou a reconhecer a logística como uma oportunidade estratégica para suas empresas há muito tempo. A logística pode determinar o método de aquisição da vantagem competitiva, de forma independente ou em combinação com outros tipos de operações, em termos de ações competitivas, negociações ou processos licitatórios.

### 3.4. A Importância da Importação e Nacionalização da Máquina de Tingimento

A logística é uma importante fonte de crescimento econômico e também um campo que oferece grande potencial de oportunidades de negócios. Em um mundo globalizado, a logística empresarial tem uma tendência cada vez maior de ser em rede, especializada e padronizada, e a gestão eficaz dos custos logísticos tornou-se um fator chave para a empresa obter vantagens competitivas (WANG, 2014).

As importações são de grande importância para um país, pois permitem que ele adquira bens ou serviços que não são produzidos nele, aumentando assim as exigências dos consumidores, já que muitos desses produtos ou serviços possuem alto padrão de qualidade. Uma das modalidades com que um país pode realizar suas compras no exterior é a importação ordinária, que se refere à introdução de mercadoria no país, a qual se destina a permanecer

indefinidamente no território nacional em livre disposição, com o pagamento de tributos aduaneiros específicos a cada caso.

De acordo com as novas teorias de comércio internacional e crescimento endógeno, e estudos empíricos, a diversidade de produtos ou serviços importados, especialmente insumos intermediários e bens de capital, contribuem para o aumento da produtividade, crescimento e renda de um país em trajetória de desenvolvimento, como o Brasil.

Ao avaliar a atual situação brasileira, fica evidente a importância de promover a indústria do país através do uso de maquinário industrial em seus processos, com o qual se busca aumentar o índice de competitividade frente aos mercados mundiais. Portanto, e respondendo à necessidade atual de um grande número de indústrias de obter um melhor desempenho em suas operações, valorizado a partir da relação entre o consumo médio de energia e o benefício em sua cadeia de valor, o processo caracteriza-se pela importação na Brasil de compressores industriais e é feita uma análise comparativa de alguns casos latino- americanos. Fala-se em importação porque os compressores produzidos no Brasil não oferecem a mesma ou maior eficiência que os compressores importados.

Cabe destacar que a preocupação por parte do setor industrial no consumo de energia tem sido um fator relevante nos custos operacionais, porém, e devido ao racionamento de energia que a Brasil está passando no momento, a diminuição do consumo deste recurso e tornou-se um fator crítico de sucesso, por isso a pesquisa toma os compressores industrial como estudo de caso, devido ao impacto que esse tipo de maquinário tem nos processos produtivos de um grande número de indústrias representativas para a economia do país.

A caracterização inicia-se com a necessidade do cliente, e termina com a entrega porta-a-porta do compressor industrial, com a qual se busca reconhecer deficiências ao longo do processo de importação, a fim de realizar uma análise comparativa com processos em países que se caracterizam por sua eficiência na atividade de comércio internacional, isto para considerar fatores determinantes para alcançar maior eficiência e eficácia nas importações brasileiras.

O valor das importações para uma economia está no seu objetivo de adquirir bens e/ou serviços que não são produzidos no país, bem como tecnologia de ponta; Isso gera um aumento na demanda dos consumidores, uma vez que os produtos ou serviços importados geralmente apresentam bons padrões de qualidade. Recentemente, a CEPAL (Comissão Econômica para a América Latina) também enfatizou o papel das importações: para o crescimento é importante diversificar não apenas as exportações, mas também as importações, tanto em termos de produtos quanto de origens. De acordo com as novas teorias de comércio internacional e

crescimento endógeno, bem como estudos empíricos, confirma-se que a diversificação das importações, especialmente de insumos intermediários e bens de capital, contribui para o aumento da produtividade, crescimento e renda.

Por outro lado, a abertura econômica oferece ao país a possibilidade de se especializar naqueles produtos em que tem maior eficiência, com o que se consegue um melhor aproveitamento de recursos humanos e não humanos, e o aumento do padrão de vida dos trabalhadores e habitantes. No caso específico do Brasil, as importações significaram crescimento em vários aspectos, que não se limitam apenas a questões econômicas, mas também políticas, como a melhoria das relações diplomáticas com outros países, o que tem contribuído para o crescimento da qualidade da produção brasileira.

Ao decidir pela importação de máquinas industriais, seja para uso próprio, como é o caso das organizações produtoras de bens, ou para aquelas cuja atividade econômica é a comercialização de bens de capital, é importante levar em consideração a capacidade dos fornecedores que oferecem este tipo de produto no mercado.

Para isso, devem ser levadas em consideração as variáveis de peso, volume, tempo e dinheiro, que são explicadas a seguir através da logística da cadeia de suprimentos.

Uma consideração preliminar a ser feita a esse respeito é que não existem regras comuns para todos os países. O que existe são as normas internacionais, como as da Organização Mundial do Comércio (OMC), que apenas definem os limites que os diversos Estados devem observar em relação ao controle dos fluxos comerciais. Ou seja, tanto os procedimentos em si (especialmente as operações de importação) quanto a carga tributária a ser aplicada sobre tais mercadorias variam de um país para outro.

O que se percebe é um conjunto de mecanismos legais que, por um lado, agilizam o trâmite dos pedidos de importação e, por outro, permitem extinguir os tributos federais e estaduais incidentes sobre a importação de alimentos e bebidas a serem apresentados em feiras realizadas no Brasil. O Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex), por exemplo, é visto hoje como referência internacional em termos de facilitação do comércio. Esse sistema torna todo o processo de importação-exportação no Brasil acessível eletronicamente a todos os poderes públicos envolvidos no comércio exterior.

Realizar uma importação no Brasil apresenta um nível de complexidade semelhante ao processo importador em outros países do mundo. Todos os procedimentos são realizados online em um sistema denominado SISCOMEX (System Comércio Exterior Integrado), em que os órgãos governamentais estão inter-relacionados com todos os agentes que têm participação ativa nos processos de exportação e importação. A Secretaria de Comércio Exterior (SECEX),

do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), é o órgão responsável pela gestão dos mecanismos e instrumentos de acompanhamento e controle das operações de exportação e importação.

A Secretaria da Receita Federal do Brasil (SRFB), também tem papel fundamental. O Ministério da Fazenda, responsável pelas áreas aduaneira, fiscal e tributária; e o Banco Central do Brasil (BACEN), responsável pelas áreas financeira e cambial. O processo administrativo de importação no Brasil inclui o cumprimento das seguintes etapas:

- (i) Autorização do importador no SISCOMEX;
- (ii) Posição tarifária das mercadorias a serem importadas;
- (iii) Emissão da Nota Fiscal Pro Forma;
- (iv) Registro da operação no SISCOMEX;
- (v) Licença de importação (a maioria dos produtos não precisa de licença);
- (vi) Embarque da mercadoria no país de origem;
- (vii) Emissão de documentos internacionais e desembaraço aduaneiro (detalhado na parte V);
- (viii) Contratação de câmbio;
- (ix) Pagamento de impostos (detalhado na parte IV)
- (x) Emissão de Declaração de Importação;
- (xi) Liberação de carga no Brasil.

O Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex) é o instrumento administrativo que integra as atividades de registro, acompanhamento e controle das operações de comércio exterior, através do fluxo único e informatizado de informações. O Siscomex promove a integração das atividades de todos os órgãos gestores do comércio exterior, permitindo o acompanhamento, orientação e controle das diversas etapas do processo de exportação e importação.

Os órgãos governamentais envolvidos no Siscomex são classificados como: gestores (SECEX, SRFB e BACEN) e anuência (órgãos que, dentro de sua área de competência, analisam e aprovam (ou não) determinadas operações de exportação ou importação de determinados tipos de mercadorias, seja pelo produto que se pretende comercializar, seja pela natureza da operação em questão).

Para que a exportação ou importação de mercadorias seja viabilizada por meio do Siscomex, a empresa ou seu representante deve estar habilitado, por meio de senha, para

operação no Siscomex. A atuação da pessoa jurídica nas operações de comércio exterior depende de uma análise previamente pela SRFB de suas informações cadastrais e fiscais.

Em geral, as importações brasileiras não necessitam de licenças, devendo o importador, ou seu representante legal, apenas administrar o registro da Declaração de Importação (DI) no Siscomex para dar início aos procedimentos de desembaraço aduaneiro. No entanto, existem mercadorias que necessitam de licenças, nos casos em que a legislação exige autorização prévia de órgãos específicos da administração pública brasileira, ou quando condições específicas devem ser respeitadas.

A licença pode ser automática ou não automática dependendo de sua classificação fiscal na Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM). Nesses casos, o importador deverá formular uma Licença de Importação (LI) no Siscomex, com informações de natureza comercial, financeira, cambial e fiscal pertinentes à operação que se pretende realizar. A LI deve ser registrada com a precedência prevista na legislação e antes do início do desembaraço aduaneiro.

Embora o importador seja responsável pelo atendimento às normas brasileiras, é necessário que o exportador forneça prontamente todas as informações necessárias, principalmente detalhes técnicos do produto que definirão não apenas a correta classificação, mas também a verificação de exigências prévias dos órgãos anuentes. Em alguns casos, será necessária a inspeção física da mercadoria no país de origem e a emissão do respectivo certificado.

*"Danitech Engineerin and Solutions"*, é o resultado para o desenvolvimento contínuo em instituições envolvidas na finalização e enriquecimento de fibras têxteis, para combater os obstáculos de um comércio em crescimento, competitivo e complicado. Obstáculos que não devem mais ser tratados apenas adquirindo maquinário com sua produção técnica comum. Os atuais dispositivos da *"Danitech Engineerin and Solutions"*, primeiro lugar inovando em tecnologia, são produzidos, criados, projetados para proporcionar soluções que conseguem comunicar de maneira interativa nas diferentes fábricas. Cenário do ramo têxtil. O desenvolvimento, estudo, produção e design são feitos em na produção italiana.

No caráter tático da instituição, a naturalização do maquinário distinto será de valor gigantesco para a posição e reputação da indústria e do setor de mercado. Tendo em vista que, a mesma a adicionaram maior eficácia, é ainda aumentará o grau de excelência dos serviços oferecidos e dos produtos, como reparos, visitas técnicas e instalação. Com a naturalização, a instituição diminuirá as taxas pagas em comparativo aos impostos de importação das mercadorias finalizadas, e em comunhão com o ganho do privilégio fiscal junto ao Estado, ganhará então um lugar tático no comércio, não apenas na mercadoria naturalizada como nos

outros que já estão no portfólio da indústria. Todos esses elementos em comunhão serão de grande relevância na administração tática da instituição, que obteve relevância no comércio do país e no comércio exterior.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A logística é o meio pelo qual uma empresa se organiza estrategicamente para ampliar seus serviços e, assim, atender às necessidades dos clientes. A logística é responsável por organizar os processos operacionais internos e externos de uma empresa, ter maior controle do fluxo de produtos e ter um valor agregado para transformar a empresa em uma entidade de qualidade qualificada para competir no mercado. Esta como uma ferramenta eficaz tem sido o *boom* da nova era, para formar esquemas de negócios estratégicos resultando na durabilidade e eficácia dos negócios, a fim de contribuir para a sustentabilidade da sociedade e contribuir para a economia mundial.

Com tecnologia, logística e competitividade, é possível abrir todo um mundo de possibilidades para atender às inúmeras necessidades dos clientes e a satisfação do mercado. A importação e nacionalização de maquinário torna-se uma entidade diferenciadora de competitividade graças ao desenvolvimento de processos na estruturação do abastecimento no momento, quantidade e local, garantindo rentabilidade e eficiência dentro da cadeia de abastecimento.

#### REFERÊNCIAS

AMARAL, D. D. do. **Logística e infraestrutura para o escoamento da produção de grãos no Brasil**. Associação Brasileira de Pós-colheita, 2014. Disponível em:

<[http://eventos.abrapos.org.br/anais/paperfile/110\\_20143011\\_23-44-36\\_2035.PDF](http://eventos.abrapos.org.br/anais/paperfile/110_20143011_23-44-36_2035.PDF)>.

Acesso em 12 de outubro de 2022.

ARVIS, J. F. et al. **Connecting to Compete: Trade Logistics in the Global Economy, The Logistics Performance Index and Its Indicators; The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank: Washington, DC, USA, 2014.**

BARNEY, J. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, vol. 17, no. 1, 2013, pp. 99-120.

BIO, S. R. **Logística e Vantagem Competitiva**. Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras – FIPECAFI, FEA/USP, São Paulo, 2013.

BIELIK, P. et al. Agricultural basic industry subjects productivity development examination in region Tnava (SR) by adopting the Malmquist indexes. **Agricultural Economics – Czech**, vol. 56, 2013, pp. 108–115.

BRITO, L. A. L.; BRITO, R. P. de. Vantagem Competitiva e sua Relação com o Desempenho.

**RAC**, Rio de Janeiro, vol. 16, no. 3, art. 2, 2012, pp. 360-380.

CAJAVILCA, W. **Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas**. Tese (Doutorado), Universidade Nacional Federico Villareal, Lima, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/2781/CAJA-VILCA%20LAGOS%20%20WILDER%20%20OSWALDODOCTORADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em 12 de outubro de 2022.

CARVALHO, M. M. de.; LAURINDO, F. J. B. **Estratégia competitiva: dos conceitos à implementação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

CIESIELSKI, M. **Logistics in the Strategies of Companies (in Polish)**. PWN: Warszawa, 2014.

COPACINO, W. C. **Supply Chain Management: The Basics and Beyond**. APICS Series on Resource Management, U. S. A.: The St. Lucie Press, 2014.

CURY, M. V. Q. **Logistics sector in Brazil**. Brasília: FGV Transportes, 2020.

ERKAN, B. The Importance and Determinants of Logistics Performance of Selected Countries. **Journal of Emerging Issues in Economics, Finance and Banking (JEIEFB)**, vol. 3, no. 6, 2014.

FARIA, A. C. **Custos logísticos: Uma abordagem na adequação das informações de Controladoria à gestão da Logística Empresarial.** Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade) - FEA-USP, São Paulo, 2015.

FARIA, A. C.; COSTA, M. F. G. **Gestão de custos logísticos.** São Paulo: Atlas, 2012.  
 FOUNOU, R. The Role of IT in Logistics, Competitive Advantage or Strategic Necessity?  
**2nd Swiss Transport Research Conference**, Ascona, 2015, vols. 20-22, pp. 1-21.

FREIRES, F. G. M. **Proposta de um modelo de gestão dos custos da cadeia de suprimentos.** Dissertação, 2015, 135 f. (Mestrado em Engenharia de Produção), Escola de Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

GUDEHUS, T.; KOTZAB, H. **Comprehensive logistic.** Berlin: Springer, 2019.

HANFIELD, R. B.; NICHOLS JR., E. L. **Introduction to Supply Chain Management.** Prentice Hall, Inc.: Upper Saddle River, NJ, USA, 2014.

INSTITUTE OF MANAGEMENT ACCOUNTANTS (IMA). **Cost Management for Logistics.** [S.I.]: National Association of Accountants, 2019.

KASARDA, J. Logistics Is about Competitiveness and more. **Logistics**, vol. 1, no. 1,

KASARDA, J. D.; LINDSAY, G. **Aerotropolis: The Way We'll Live Next;** Farrar, Straus and Giroux: New York, NY, USA, 2019.

KAY, J. **Basics of an Enterprise's Success (in Polish).** PWN: Warszawa, 2013.

KUBON, M.; KRASNODĚBSKI, A. Logistic costs in competitive strategies of enterprises.

**Agric. Econ.**, República Tcheca, vol. 56, no. 8, 2013, pp. 397–402.

LAMBERT, D. M. et al. **Administração Estratégica da Logística.** São Paulo: Vantine Consultoria, 1998.

MOHAN, J. B. The Impact of Logistic Management on Global Competitiveness. **International Journal of Business and Management Invention**, vol. 2, no. 3, 2013, pp. 39-42.

PORTER, M. E. A vantagem competitiva das Nações. 10ª edição, Rio de Janeiro: Campus, 2013a.

\_\_\_\_\_. Competição - On competition: estratégias competitivas essenciais. 9ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 2014.

\_\_\_\_\_. **Competitive Strategy (in Polish)**. PWN: Warszawa, 2013.

\_\_\_\_\_. **Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. 26ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013b.

OLIVEIRA, D. P. R. **Estratégia empresarial & vantagem competitiva**. São Paulo: Atlas, 2013.

RICARTE, M. A. C. **A importância dos custos logísticos na cadeia de suprimentos**. Disponível em: <[http://www.pauloangelim.com.br/artigos3\\_52.html](http://www.pauloangelim.com.br/artigos3_52.html)>. Acesso em 12 de outubro de 2022.

SANDBERG, E.; ABRAHAMSON, M. Logistics Capabilities for Sustainable Competitive Advantage. **International Journal of Logistics**, vol. 14, 2019, pp. 61-75.

SILVA, D. da. **Omnicanal: o que é e como implementar na sua empresa?** Blog da Zendesk, 2022. Disponível em: <[www.zendesk.com.br/blog/omnicanal/](http://www.zendesk.com.br/blog/omnicanal/)>. Acesso em 12 de outubro de 2022.

SLACK, N. **Vantagem competitiva em manufatura: atingindo competitividade nas operações industriais**. São Paulo: Atlas, 2013.

TAVARES, M. C. **Gestão estratégica**. 2ª Ed. São Paulo: Editora Atlas, S.A, 2013.

TONGZON, J. Determinants of Competitiveness in Logistics: Implications for the

Region. **International Conference on Competitiveness: Challenges and Opportunities for Asian Countries**, Thailand, vols. 1-2, 2013, pp. 1-16.

VASCONCELOS, F. C.; BRITO, L. A. L. Vantagem competitiva: o construto e a métrica.

**RAE - Revista de Administração de Empresas**, vol. 44, no. 2, 2013, pp. 51-63.

VASCONCELOS, F. C.; CYRINO, A. B. Vantagem Competitiva: os modelos teóricos atuais e a convergência entre estratégia e teoria organizacional. **ERA – Revista de Administração de Empresas**, 2015, p. 20-37.

WEBER, J. **Logistik kosten rechnung: Kosten-,Leistungs-und Erlösinformationen zur erfolgsorientierten Steuerung der Logistik**. Springer-Verlag, 2012.

WIELAND, A.; HANDFIELD, R.; DURACH, C. Mapping the Landscape for Future Research Themes in Supply Chain Management. **J. Bus. Logist**, vol. 37, 2016, pp. 1–8.

WILSON R.; DELANEY, R. V. **12th Annual State of Logistics Report**. 2013.