



**Campus Santana do Livramento
Graduação em Administração
Trabalho de Curso**

**INCREMENTO DAS VENDAS DO COMÉRCIO DE SANTANA DO
LIVRAMENTO EM FUNÇÃO DA FLUTUAÇÃO CAMBIAL: ESTUDO DE
CASO NO SUPERMERCADO NIEDERAUER.**

**INCREASE IN SANTANA DO LIVRAMENTO'S SALE IN FUNCTION OF
FLOATING CAMBIAL CHANGE: CASE STUDY IN NIDERAUER
SUPERMARKET.**

**INCREMENTO DE LAS VENTAS DEL COMERCIO DE SANTANA DEL
LIVRAMENTO EN FUNCIÓN DE LA FLOTACIÓN CAMBIAL: ESTUDIO DE
CASO EN EL SUPERMERCADO NIEDERAUER.**

Juliane Mendes Rodrigues
mendesjuliane22@yahoo.com.br

Sebastião A. R. Cerqueira-Adão
sebastiaocerqueira@unipampa.edu.br

RESUMO:

Esta pesquisa tem como objetivo identificar a contribuição da flutuação cambial no incremento das vendas no comércio de Santana do Livramento a partir do Supermercado Niederauer. Para desenvolver a presente pesquisa usou-se o método de estudo de caso, pelo qual se analisou o referido supermercado a partir da percepção dos seus colaboradores. A técnica de pesquisa usada foi a descritiva, com viés qualitativa, e o instrumento usado foi de coleta de dados de questionários com entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdo. Os resultados da pesquisa analisados demonstram que a alta nas moedas estrangeiras peso e dólar a taxa de câmbio, e o câmbio flutuante são os maiores incentivos aos estrangeiros comprarem nos comércios brasileiros. Esses fatores são pontos positivos tanto para o supermercado quanto para a fronteira em função de sempre ter moeda circulante nos comércios, principalmente no brasileiro. A moeda possui a função como meio de troca: intermediário entre as mercadorias; com unidade de conta: ser o referencial das trocas, o

instrumento pelo qual as mercadorias são cotadas; e como reserva de valor: poder de compra que se mantém no tempo, forma de se medir a riqueza.

Palavras-chave: Câmbio Flutuante; Taxa de Câmbio; Comércio; Zona de Fronteira.

ABSTRACT:

This research aims to identify the contribution of the exchange rate fluctuation in the increase of sales in Santana do Livramento from the Niederauer Supermarket. To develop the present research the case study method was used, through which the supermarket was analyzed based on the perception of its employees. The research technique used was descriptive, with qualitative bias, and the instrument used was to collect data from questionnaires with semistructured interviews and content analysis. The results of the research analyzed show that the rise in foreign exchange, peso and dollar exchange rates, and floating exchange rates are the biggest incentives for foreigners to buy in Brazilian trades. These factors are positive points for both the supermarket and the frontier due to always having circulating currency in the trades, mainly in the Brazilian. The currency has the function as means of exchange: intermediary between the commodities; with unit of account: to be the reference of the exchanges, the instrument by which the commodities are quoted; and as a reserve of value:

buying power that is maintained in time, a way of measuring wealth.

Keywords: Floating Currency Exchange; Exchange rate; Trade; Border Zone.

RESUMEN:

Esta investigación tiene como objetivo identificar la contribución de la fluctuación cambiaria en el incremento de las ventas en el comercio de Santana do Livramento a partir del Supermercado Niederauer. Para desarrollar la presente investigación se utilizó el método de estudio de caso, por el cual se analizó el referido supermercado a partir de la percepción de sus colaboradores. La técnica de investigación usada fue la descriptiva, con sesgos cualitativos, y el instrumento usado fue de recolección de datos de cuestionarios con entrevistas semiestructuradas y análisis de contenido. Los resultados de la encuesta analizados demuestran que el alza en las monedas extranjeras peso y dólar la tasa de cambio, y el cambio flotante son los mayores incentivos a los extranjeros para comprar en los comercios brasileños. Estos factores son puntos positivos tanto para el supermercado y para la frontera en función de siempre tener moneda circulante en los comercios, principalmente en el brasileño. La moneda tiene la función como medio de intercambio: intermediario entre las mercancías; con unidad de cuenta: ser el referente de los intercambios, el instrumento por el cual las mercancías son cotizadas; y como reserva de valor: poder de compra que se mantiene en el tiempo, forma de medir la riqueza

Palabras-clave: Cambio Flotante; Tasa de cambio; comercio; Zona de Frontera

1. INTRODUÇÃO

Desde o ano de 1999, o regime de câmbio flutuante brasileiro provou de diferenciadas experiências do regime de flutuação cambial, como volatilidade intensa e depreciações adruptas.

A presente pesquisa pretende estudar a variação cambial da fronteira Santana do Livramento Brasil X Rivera Uruguai, conhecer o funcionamento do comércio da fronteira, e observar o incremento das vendas no comércio de fronteira. A finalidade dessa pesquisa dá-se na contribuição da flutuação cambial para o incremento de vendas na fronteira de Santana do Livramento. O setor terciário no nosso município de Santana do Livramento é dominado pelo comércio e serviços como: restaurantes, hotéis, lojas de eletro doméstico e eletroeletrônico, móveis e vestuário, sendo esses os maiores geradores de renda para a cidade. Apesar do dólar desde 2014 estar em alta, turistas estrangeiros ainda fazem turismo na fronteira de Santana do Livramento e Rivera, com menos fluxo de turistas nos *freeshops* do lado uruguaio, mas em contraponto, com vantagens ao mercado brasileiro, no qual estrangeiros fazem mais turismos e comercializam mais os produtos brasileiros, exemplo: riverenses devido a variedade e valor de moeda no Brasil compram com mais frequência nos supermercados de Santana do Livramento.

A pesquisa que se desenvolverá aqui envolve aspectos intrínsecos (conteúdo) e extrínsecos (contexto), para se obter resultados de forma clara e objetiva.

Sendo assim define-se o tema O incremento das vendas do comércio de Santana do Livramento em função da flutuação cambial: estudo de caso no Supermercado Niederauer.

Com a alta do dólar, está havendo uma grande valorização da nossa moeda, Real, benéficamente, acontece a vinda de muitos turistas estrangeiros, assim podendo consumir e aplicar mais dinheiro na economia do país. Como na fronteira de Santana do Livramento BR, Rivera UY, vê-se muitos uruguaios comercializando produtos brasileiros e brasileiros da mesma forma fazendo o mesmo tipo de comercialização, através dessa questão o estudo preocupa-se em responder a seguinte pergunta de pesquisa: Como a flutuação cambial tem contribuído para o incremento das vendas no comércio de Santana do Livramento a partir do Estudo de caso no Supermercado Niederauer?

Para o presente estudo foram estabelecidos os seguintes objetivos: Identificar a contribuição da flutuação cambial no incremento das vendas no comércio de Santana do Livramento a partir do Supermercado Niederauer.

Para ajudar a atingir o objetivo geral foram elaborados os seguintes objetivos específicos:

- Estudar a variação cambial na fronteira Santana do Livramento/Brasil X Rivera/Uruguai.

- Conhecer o funcionamento e o incremento de vendas do comércio da fronteira de Santana do Livramento/Brasil e Rivera/Uruguai.

O propósito dessa pesquisa é analisar sobre a contribuição da flutuação cambial no incremento das vendas no comércio de Santana do Livramento no supermercado Niederauer, buscando através desse projeto saber qual a vantagem da alta do dólar referente ao comércio

na fronteira. Aborda-se no final dessa pesquisa quais os resultados positivos da mesma e quanto a perspectiva da cidade de Santana do Livramento /BR e crescimento econômico.

Este estudo justifica-se pelo fato de se considerar importante compreender o funcionamento do comércio na fronteira, em que se convive simultaneamente com três moedas, ou seja, dólar, peso e real. Neste cenário, em alguns momentos da fronteira entre Santana do Livramento – Br e Rivera- Uy observa-se um fluxo de pessoas residentes que ora compram nos supermercados do lado brasileiro, ora compra nos supermercados do lado uruguaio.

Espera-se com este estudo reunir um conjunto de conceitos e contextos que possam ser utilizados por outras pesquisas que venham a desenvolver este mesmo tema. Também, do ponto de vista prático, entende-se que esta pesquisa justifica-se pelo fato de que os resultados aqui obtidos servirão de base para o processo de tomada de decisão do supermercado estudado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Na pesquisa se apresentará elementos teóricos que conduzirão os conceitos aqui referenciados pelos autores, quais seja, flutuação cambial, comércio em cidade de fronteira e incremento de vendas no comércio de fronteira.

2.1 Flutuação Cambial

Ao aborda-se a Flutuação Cambial e seus efeitos, primeiramente vê-se em Rossi (2015, p. 708) que este fenômeno foi observado mais intensamente no Brasil a partir de 1999 quando o país passa a experimentar taxas de câmbio com “ciclos longos de apreciação, depreciações abruptas, períodos de estabilidade e também de volatilidade intensa”.

No ano de 1999 o Brasil implantou o regime de Taxa de Câmbio Flutuante, e a partir da Resolução nº 2.588 do Conselho Monetário Nacional, os mercados de Câmbio Livre e Câmbio Flutuante foram consolidados (MAIA, 2013).

Este período que marca o fim do século XX e início do século XXI retrata um Brasil mergulhado em uma ideologia extremamente neoliberal, em que passou a década de 90 do século passado vivenciando uma série de Planos Econômicos a partir da retomada dos governos democráticos, iniciando-se por Collor de Mello e indo-se até o primeiro mandato do Governo Lula, quando a economia parece se estabilizar.

Cabe ressaltar que desde o Governo Sarney com o início do plano Cruzado o Brasil passou por várias trocas de moedas, advindo do Plano Collor, em que o Cruzeiro passou por uma má desvalorização, essa então se findando no governo Itamar e dando início ao plano Real. O câmbio no Brasil teve várias fases onde a primeira mostrará o regime a partir do Plano Real em julho de 1994, e a segunda onde acontece o crescimento do regime de câmbio flutuante que começou em 1999.

De acordo com Maia (2013),o mercado cambial brasileiro é monopolizado pelo Estado desde a sua concepção moderna, no governo de Getúlio Vargas, pelo Decreto nº 20.451 de 28 de Setembro de 1931- Determina normas para as vendas de letras de exportação ou de valores passado do estrangeiro, no momento da sua regulamentação sob o controle do Estado, através da medida de controle total do Banco do Brasil sobre as vendas

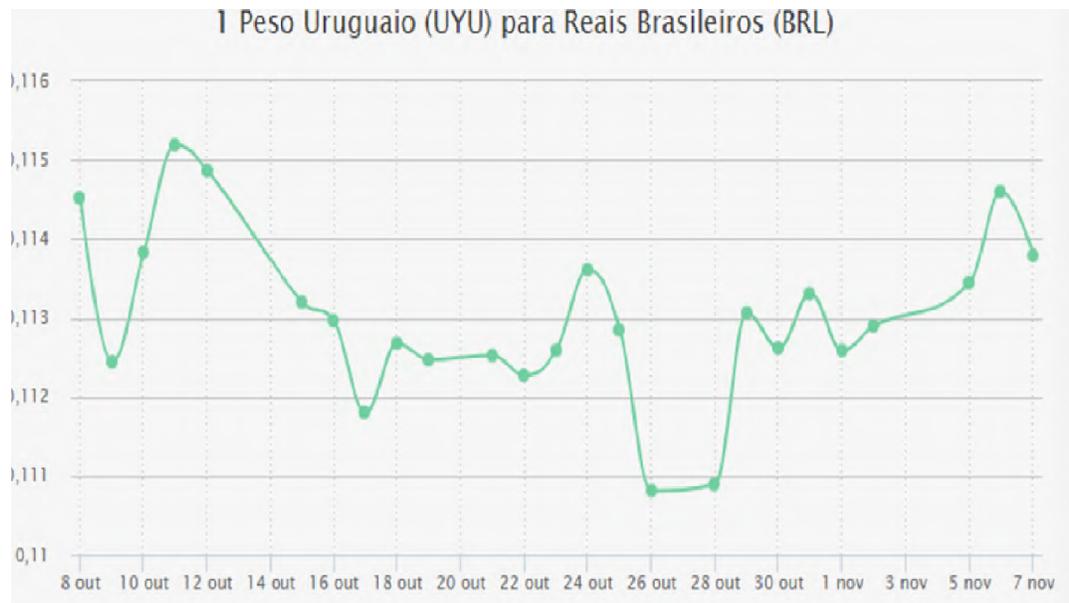
de letras de exportação e valores transferidos do exterior no comércio internacional brasileiro.

O mercado de câmbio constitui-se principalmente da necessidade de um ponto de encontro entre compradores e vendedores de moedas de diferentes países (MAIA;2013, VAZQUEZ, 2009)

Costa (2009), para conhecimento do mercado cambial, é necessário entender-se da definição da taxa de câmbio que é o preço da moeda nacional frente a moeda estrangeira em relação da troca entre elas.

Após a aceitação do regime de câmbio flutuante a taxa de câmbio, houve o aumento de R\$ 1,21 para R\$1,98 no tempo mínimo de 17 dias em janeiro de 1999, ocorrendo assim a *overshooting*, significa um movimento no mercado, na qual ultrapassa os pontos de equilíbrio previstos, uma elevação em função da moeda em curto prazo.

Figura 1 - O gráfico a baixo mostra as taxas de câmbio entre o Real Brasileiro (BRL)



e o Peso Uruguaio (UYU) no período de 08/10/2018 a 07/11/2018.

Fonte: <https://pt.exchange-rates.org/history/BRL/UYU/G/30> -Exchange-Rates.org (2018)

No ano de 2013 usa-se um novo modelo de condução da política econômica, conhecido popularmente por nova matriz econômica. Esse novo modelo possui taxas de juros mais baixas e de câmbio mais enfraquecidas, tendo certa flexibilidade nos incentivos fiscais à indústria nacional e sobre a inflação (CABRAL, 2015).

O Brasil segue atualmente o Sistema cambial flexível, ou seja, “a taxa de câmbio flutua de acordo com as alterações da curva de oferta e quantidade procurada de moeda”(FRÓES et. al.,2016, p. 6).

A política do câmbio fixo, flexibilizando-se pelas bandas cambiais, foi substituído pela flutuação suja, que nada mais é que o processo no qual a taxa de câmbio de um país passa por intervenções no mercado pelo poder monetário do país. Conforme Turolla e Oliveira (2012, p.82), “o Banco Central manteve a intervenção na forma de venda pontual de reservas e ofertas de títulos públicos indexados a taxa de câmbio”.

Após ter se abordado sobre a flutuação cambial, a seguir passa-se a abordar sobre o comércio em cidade de fronteira.

2.2 O incremento de vendas no comércio em cidade de Fronteira

O Município de Santana do Livramento está localizado no estado do Rio Grande do Sul, na divisa do Brasil com o Uruguai, em uma região chamada de Fronteira Oeste. Santana do Livramento fica 500 km de distância da capital do RS Porto Alegre, e da capital do Uruguai Montevideú, faz limite ao leste com municípios de Quaraí e Alegrete, ao leste com Rosário do Sul e ao sul fronteira com a cidade de Rivera departamento da República Federativa Oriental do Uruguai.

Segundo Bento (2011), entre essas duas cidades de fronteira há uma livre circulação de pessoas sem ter restrições de viver na fronteira com divisas físicas, onde essas duas populações relacionam-se em um convívio diário de união.

Característica do lado brasileiro da Fronteira da Paz, o fluxo turístico devido aos *freeshops* uruguaios termina por determinar considerável influência no comércio pela excessiva atividade comercial, onde o turismo de compras e atividades de entretenimento são de grande importância para a dinâmica urbana atual (ALLIS, 2008, p.10).

Ao trata-se de comércio, pode-se dizer que foi uma das principais atividades em crescimento para cidades de região de fronteira nos últimos anos. Na região de fronteira Santana do Livramento BR, e Rivera UY, veem que á um melhor desenvolvimento econômico tanto para o mercado brasileiro, onde a público uruguaio e quanto ao mercado uruguaio para o público brasileiro, conforme Mendes e Iácia (2017). A cidade de Santana do Livramento concentra-se melhor infraestrutura, na área de saúde, educação, estética, hospedagem, farmácias e supermercados, enquanto que Rivera, uma cidade pequena do Uruguai compõem-se pelo comércio de eletros eletrônicos, perfumes, roupas e calçados, vinhos, queijos e vários outros produtos importados.

A alta do dólar americano era um dos maiores fatores de maior atratividade aos turistas uruguaios, devido a variação de preços dos produtos, assim estimulando-os a frequentarem as lojas e supermercados do país vizinho.

Com a variação do câmbio, pode-se assegurar que sobre decisões de compra tanto do consumidor direto quanto do indireto, pode haver alternâncias, optando então por adquirirem produtos e serviços onde o preço seja mais favorável abordado por Mendes e Iácia (2017).

O incremento de vendas no comércio de fronteira de Santana do Livramento BR e Rivera UY resultam-se dos fatores culturais e econômicos na fronteira. As questões monetárias possuem grande impacto na economia das cidades de fronteira. As definições de territórios e de tempo dos estados, mostram-se marcadas em seus espaços fronteiriços, no caso das fronteiras onde vivem que provem do outro lado do limite. Sobre a análise de Rabossi (2015) a fronteira é o limite, ou no caso, de países com extensão territoriais amplas como o Brasil. No caso de Santana do Livramento e Rivera vale salientar que, ambas as

idades compartilham de fatores característicos e típicos, sendo que o território sem limites mostra-se como favorável nas trocas culturais, monetárias e sociais.

Os fatores culturais são compostos de uma personalidade distinta, notado a falta de existência dos limites físicos entre essas cidades, fazendo-se de um cotidiano habitual dos habitantes dessa fronteira. Através da relação direta entre os habitantes de ambas cidades da fronteira, criou-se um dialeto chamado pelos mesmos de portunhol, que é uma mistura do português com o espanhol (SANCHEZ 2002).

Sobre o cotidiano habitual dos habitantes dessa fronteira Pucci (2010, p.84):

O turista que, caminhando pela rua dos Andradas , em Santana do Livramento , cruza a praça internacional e adentra a avenida *Sarandi*, na vizinha Rivera, mal percebe que cruzou a fronteira. Essas avenidas complementam-se reciprocamente e são perpendiculares à linha imaginária, como que desafiando a divisão, compreendido em seu idioma, ou seja, o “portunhol”, este turista sobe no ônibus e pode pagar em reais, se quiser.

O incremento de vendas no comércio de fronteira está ligada as questões onde há circulação no mercado cambial de diferentes moedas, as principais são o dólar, peso e o real. Fatores como as variações no preço dessas moedas estrangeiras, a cotação do dólar que são as políticas determinantes no limite máximo nas compras dos turistas, assim influenciando na economia local e nos comércios da fronteira, conforme Nunes, Albuquerque e CerqueiraAdão (2017).

A moeda também desempenha instrumento de poder econômico, político e social. Ao obter poder também possuísse direito sobre bens e serviços disponíveis no mercado, quanto maior for o montante disponível maior aquisição sobre a mesma. Essa forma de poder pode ser usada como uma pressão política (LOPES; ROSSETTI, 2013).

No que envolve as questões monetárias e comerciais, a população local comprará no comércio de Santana do Livramento ou Rivera dependendo do valor do peso ou do real. Enfatiza-se que a mão de obra informal, encontram-se nas duas cidades, ocasionalmente “comércio e informalidade podem ser sinônimos” (SANCHEZ, 2002, p.73).

Conforme Sanchez (2002) os estabelecimentos santanenses possuem uma dependência, da cidade vizinha Rivera, demandante de bens que se comercializa. Se a cidade Rivera é afetada por uma crise nas suas atividades econômicas a cidade de Santana do Livramento também será atingida, devido a redução dos produtos.

Após ter-se apresentado a fundamentação teórica, a seguir apresenta-se os elementos metodológicos que orientarão este estudo.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nessa etapa da pesquisa apresenta-se aspectos metodológicos adequados com intuito de pesquisa para que os objetivos específicos sejam alcançados. Apresentaremos as formas empregadas para a coleta de dados de modo a evidenciar os resultados da presente pesquisa de forma clara.

Esta pesquisa foi um estudo de caso a realizado no Supermercado Niederauer, o estudo foi do tipo descritivo, sendo que conforme Gil (2010) o estudo de caso é mergulho profundo e uma determinada realidade, em que o pesquisador busca conhecer o máximo do

universo pesquisa. Ainda de acordo com o autor este tipo de pesquisa descreve as características de determinada população, e aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo, distribuição de procedência, idade, sexo e nível de escolaridade.

Esta pesquisa, além de ter caráter descritivo empregou também a abordagem qualitativa. Definido por Triviños (2008), a pesquisa qualitativa, como uma “expressão genérica”, significa por um lado que todas podem possuir características de traços comuns ou por outro características específicas. Vale ressaltar que, Conforme Diehl e Tatim (2014, p. 52), “Os estudos qualitativos podem descrever a complexidade de determinado problema e a interação de certas variáveis.”

Para uma análise sobre a flutuação cambial como contribuição no incremento de vendas nos supermercados Niederauer em Santana do Livramento, o método escolhido foi o estudo de caso que segundo Gil (2010), é caracterizado pelo estudo extenso e fadigoso de poucos ou um único objeto, e de se descrever o contexto de onde será feita a pesquisa. Buscando-se como referência Yin (2005, p.32), tem-se o estudo de caso é um estudo empírico onde no seu contexto real analisa um fenômeno atual.

Sampieri, Collado e Lúcio (2006, p.11), buscam compreender seu caso de estudo no seu ambiente, como as pessoas agem, como se portam, como atuam, o que pensam e acham.

Os dados deste estudo foram coletados através de um roteiro com entrevista semiestruturada, buscando-se a percepção dos sujeitos pesquisados. Na compreensão de Yin (2010), para se objetivar um estudo de caso a entrevista transforma-se em um dos fatores principais, onde a finalidade das entrevistas serve para contribuir com alguns elementos, através de perguntas abertas.

A entrevista pode ser definida como uma técnica de interação social, forma de diálogo dissonante, onde uma das partes procura coletar dados e a outra parte fornece informações, sendo que ela é considerada bastante adequada no atingimento das informações sobre o que as pessoas crêem, esperam, sabem, querem, no que fazem ou pretendem fazer (GIL 2010).

De acordo com Triviños (1987), a entrevista valoriza a presença do investigador e oferece as perspectivas precisas para que o entrevistado tenha liberdade e espontaneidade, o que enriquece o estudo num enfoque qualitativo.

O Universo dessa pesquisa foi composto pelos atores que atuam no Supermercado Niederauer de Santana do Livramento, em que foram entrevistados, de forma intencional, a proprietária do estabelecimento, o supervisor do supermercado e o supervisor geral do mesmo. A intencionalidade na escolha destes sujeitos recaiu no fato de que estes estão há mais tempo na organização estudada e que acompanham os impactos dos processos de alternância cambial no ramo varejista.

Na amostra intencional, segundo Bussab e Bolfarine, (2004) o pesquisador escolhe quem vai fazer parte da sua amostra, com base na noção de que o indivíduo escolhido pode contribuir significativamente para a pesquisa.

As entrevistas aconteceram a partir do segundo semestre de 2018. Bem como, foi utilizada a observação participante, ou seja, o pesquisador levou para o campo de pesquisa um bloco de anotações e foi registrando tudo aquilo que tinha relação com o fluxo de uruguaios comprando no supermercado durante o processo de pesquisa. A observação participante na visão de Lakatos e Marconi (2003) refere-se à participação real do pesquisador com os indivíduos ou grupo.

Após abordar-se os elementos metodológicos que orientaram o presente estudo, a seguir passa-se a apresentar as análises de dados e resultados da pesquisa.

4. RESULTADOS DA PESQUISA

Neste capítulo são apresentados os dados dos resultados obtidos por meio dos entrevistados e a análise da fundamentação teórica utilizadas dos autores

Os entrevistados foram a Proprietária do Supermercado Niederauer, o Supervisor do Supermercado e o Gerente geral/ e de Compras do Supermercado.

4.1 Flutuação Cambial

Este item aborda a análise dos dados coletados concernentes à flutuação cambial em relação às vendas nos supermercados brasileiros quanto à compra dos estrangeiros em comércio de fronteira.

4.1.1 Percepção sobre contribuição da flutuação cambial quanto às vendas nos supermercados brasileiros.

O primeiro questionamento sobre flutuação cambial refere-se ao conceito que é o regime cambial atualmente adotado na economia brasileira onde não está prevista a obrigação do Governo em intervir no mercado sendo a cotação das moedas fixada pela livre relação entre dominação da oferta e da procura. Partindo deste princípio, foi perguntado aos entrevistados qual a percepção sobre a contribuição da flutuação cambial quanto às vendas nos supermercados brasileiros,

Para o entrevistado A, este percebe que:

“Contribui de forma positiva, proporciona maior poder positivo influenciando diretamente o aumento das vendas a esse público”.

Partilhando do mesmo pensamento do Entrevistado A, o Entrevistado C complementa afirmando que:

“Que a contribuição de uma forma positiva devido à valorização da moeda uruguaia, proporcionando um poder aquisitivo das moedas compatíveis à taxa de câmbio.”

Segundo Neto (2012) fica evidente que a taxa de câmbio entre duas moedas encontre-se em equilíbrio quando o poder aquisitivo das moedas for equivalente a taxa de câmbio.

A taxa de câmbio é determinada, exclusivamente através da operação das forças do mercado, pela interação das forças da oferta e procura por moedas estrangeiras (CARVALHO E SÍCSU 2000).

Após compreender melhor as percepções da flutuação cambial em relação às vendas no setor varejista brasileiros passou-se a abordar o regime de câmbio flutuante no supermercado Niederauer.

Outro questionamento feito foi sobre que tipos de impactos houve quanto ao câmbio flutuante sobre a taxa de câmbio, e as taxas de câmbio são variáveis que causam impactos nas importações e exportações e também nos preços de compra e venda.

Através dessa pergunta o entrevistado B relata:

“Houve instabilidade, pois há uma pois há uma dependência direta da cotação cambial no aumento das vendas.”

Já o entrevistado C comenta sobre a positividade nos impactos quanto o câmbio:

“Ocorreu um impacto positivo, pois permite que ao supermercado previna-se de ter prejuízos futuros que possam surgir se não obterem ou trabalharem com com a autonomia de regular uma taxa de câmbio. “

A taxa de câmbio é uma variável econômica de extrema importância porque intercedem todas as transações dos residentes e não residentes de um país, ou seja, todas as contas de balanço de pagamento são provocadas pela taxa de câmbio (CARVALHO e SILVA 2007, p.164).

Tais declarações explicam-se através Carvalho e Sicsú (2004, p.19), o câmbio flutuante pode provocar a volatilidade da taxa de câmbio, assim podendo originar complicações futuras em consequências da condição de país em desenvolvimento, uma delas seria incertezas dos empresários quanto esse método.

O último questionamento desse tópico feito aos entrevistados foi referente aos riscos do câmbio flutuante sobre comércio de fronteira.

O entrevistado A observa:

“O impacto é grande e a oscilação pode ser grande de um dia para o outro quando a uma grande desvalorização da moeda”.

O entrevistado B complementa que:

“O risco acontece se uma empresa deixar de ser competitiva ou de alavancar as vendas sem limites mínimas ou máximas”.

E o respondente C finaliza:

“Que o principal risco pode ser uma perda financeira ao utilizar-se uma taxa de câmbio diferente. Os riscos do câmbio flutuante é uma opção para trabalhar-se com os países da região preocupando-os em obter baixa nas vendas e ter então uma perda do fluxo dos clientes uruguaios.”

Conforme depoimentos estas questões são destacadas por Neto (2012), que salienta que a elevação do valor do câmbio desvaloriza a moeda nacional.

Por fim, Carvalho e Silva (2007), enfatizam que déficit comercial e redução na entrada de investimentos diretos são vertentes da moeda nacional (real) se desvalorizar pois haverá menos moeda estrangeira (dólar ou peso) disponíveis no mercado interno.

Terminada a análise dos dados concernentes aos riscos do câmbio flutuante sobre comércio de fronteira, passa-se a abordar comércio em cidade de fronteira.

4.2 Comércio e incremento de vendas em cidade de fronteira

Este item discorre sobre a análise dos dados coletados no que concerne no comércio em cidade de fronteira.

4.2.1 Percepção sobre incentivos quanto compras dos estrangeiros em zona de fronteira

A pergunta que deu início aos questionamentos quanto às compras dos estrangeiros em zona de fronteira, refere-se, aos estrangeiros (aos uruguaios, argentinos e outros) comprarem nos comércios de Santana do Livramento pelo favorecimento no câmbio flutuante e na alta das moedas internacionais usada por eles, peso e dólar .

O entrevistado B, relata que :

“Percebe-se que a alta das moedas dólar e peso fazem diferença a seus clientes quanto a comprarem os produtos no supermercado, isso acontece devido á valorização da moeda estrangeira e cotação cambial.”

O respondente C já possui outro tipo de visão:

“É um dos maiores incentivos devido a valor e benefício. Existe a variedade nos preços serem mais acessíveis quanto aos supermercados da cidade vizinha, Rivera.”

Os relatos dos entrevistados estão de acordo com Neto (2012), que o mercado cambial é o segmento financeiro no qual ocorrem transações de compras e vendas de moedas nacionais e internacionais conversíveis, ou seja, conversão de moeda nacional em estrangeira e vice-versa, e em relação ao valor de moeda, ocorre uma valorização cambial da moeda nacional, quando verifica-se um aumento do seu poder de compra em relação às demais moedas.

A presença de fluxo interfronteiriço de compras e mão-de-obra (LEMOS, 2010) suscetível às oscilações cambiais, onde as pessoas buscam obter benefícios onde mais lhe convém a cotação da moeda, confirma a constatação de Dorfman (2007) onde aponta o costume da população da fronteira em ter as moedas dos dois países (peso e real) para fugir de um imprevisto e não acontecer um prejuízo cambial durante suas compras cotidianas no comércio em geral de ambos os países.

O segundo questionamento foi sobre os fatores que levam aos clientes uruguaios a comprarem nos comércios de fronteira. Após um levantamento feito com os clientes no supermercado pelos colaboradores do supermercado no qual fizeram pesquisas de satisfação perguntando quais os produtos mais procurados pelos clientes uruguaios e através dessa pesquisa os entrevistados puderam demonstrar os resultados.

O entrevistado A, verifica através dessa pesquisa de satisfação que seria:

“O custo X benefício, e a grande variedades de produtos procurados por esses clientes são: erva mate, charque, bolacha, feijão, chocolate, esses de maior consumo no momento.”

O entrevistado C, ressalta também:

“Que algumas marcas de erva-mate são de produção uruguiaia, então a procura desses produtos pelos clientes uruguaios é maior, e também consomem mais pela facilidade em encontrar esses produtos nos mercados na cidade vizinha Santana do Livramento.”

O entrevistado B, ainda acrescentam:

“Que á alguns anos atrás a maior preferência desse público era “chocolate e Coca-Cola”, que eram procurados no supermercado somente pela variedade dos produtos brasileiros, mas nos dias de hoje a procura se estendeu a outros produtos em razão que as indústrias se concentram em Montevideú assim encarecendo o transporte de importação e conseqüentemente os produtos são vendidos mais caros nas cidades do Uruguai.”

E como último questionamento, a entrevista trouxe questões referentes a percepções, estratégias e melhorias sobre o incremento de vendas no comércio entre Santana do Livramento/BR e Rivera/UY. A partir das declarações realizadas pelos entrevistados, suas percepções sobre incremento de vendas no comércio de fronteira Santana do Livramento/BR e Rivera/UY percebem que há uma forte contribuição nos fatores culturais e econômicos.

O entrevistado B averigua que:

“As cidades irmãs adquiriram dos mesmos costumes tanto na culinária , folclórica e cultural , consumindo-se de produtos que os dois lados da fronteira oferece. Quando culturalmente faz-se relação aos produtos que são mais vendidos na fronteira como: Erva-mate, bolacha, charque e linguiça, os entrevistados destacam que economicamente para o comércio brasileiro quando a moeda dólar está baixa comparada à moeda local, o real, o comércio do lado uruguaio aumenta bastante suas vendas, aumentando o poder aquisitivo dos brasileiros em relação a esses produtos que tem apelo cultural forte, e quando o peso está em alta as vendas no lado brasileiro crescem devido à alta da moeda do país vizinho, assim favorecendo as vendas no supermercado pesquisado.”

Sobre os fatores culturais e econômicos na fronteira do Brasil com o Uruguai Müller, Gerzson, Efrom, (2007, p .07).

“Favorecidos pela região platina, outros vínculos culturais aproximam as comunidades das cidades da fronteira do Brasil com o Uruguai. Hábitos como beber chimarrão e comer churrasco, fortemente cultivados pela população fronteiriça, estão entre os aspectos culturais que se transformam em amarras de união e interação, sendo reforçados pelas músicas e danças gauchescas e pelos laços de família, que nas idas e vindas entre um país e o outro, e com o passar dos tempos, criaram-se e intensificaram-se. Pelas flutuações monetárias que ora beneficiam os moradores de um lado da fronteira, ora os do outro, o espaço torna-se propício ao comércio de produtos fabricados nos países envolvidos, estimulando, também, a comercialização de mercadorias provenientes de outras partes do mundo, como da China e de Taiwan”.

Com relação à observação participante, buscou-se observar durante as entrevistas quais melhorias poderiam ser feitas para se obter resultado no incremento de vendas no comércio de fronteira,

O entrevistado A percebeu que uma das melhorias seria:

“A visão da loja física; em ter variedades de mercadorias; produtos e serviços de qualidade; preços acessíveis e atraentes; e presam também um bom relacionamento com o cliente.” Observou-se durante todo o tempo das entrevistas a situação diferenciada na zona de fronteiras e surgiu por parte do

pesquisador uma dúvida sobre a vinda de zonas francas no lado brasileiro. No intuito de sanar-se essa dúvida, foi possível ouvir dos entrevistados a necessidade de se obter um acordo comercial que permita a ambos os lados da fronteira (Livramento e Rivera) vender os seus produtos sem restrições quanto a valores e quantidade aos consumidores finais.

O entrevistado C, aborda o fato de que :

“Os free shops brasileiros poderão vender seus produtos para os brasileiros, enquanto que a política econômica uruguaia ainda não permite aos uruguaios comprarem nos free shopping do lado uruguaio e isso parece que favorecerá muito o mercado brasileiro.”

O relato dos entrevistados evidencia um cenário onde certas decisões que podem ser tomadas envolvem a sociedade, mas também devem estar em concordância com aquilo que a lei estabelece.

Ainda não há uma lei que estabeleça “a livre” compra de produtos nos free-shops dos dois lados da fronteira, mas a lei nº 12.703/2012 estabelece as exigências para a implantação de free-shops do lado brasileiro das consideradas cidades-gêmeas Livramento e Rivera, atendendo à discordância dos comerciantes das áreas de fronteira, “os moradores dessas cidades muitas vezes atravessam as fronteiras para adquirir os mesmos produtos, com preços mais baixos, o que desfavorece o comércio local pela impossibilidade de concorrência” (PRADO, 2014, p. 20).

Quanto ao último questionamento sobre quais estratégias o supermercado Niederauer usa para obter resultados no incremento das vendas aos quanto aos clientes uruguaios.

O entrevistado A, relata que:

“Usar diferenciais quanto aos supermercados locais também torna-se um meio atrativo a concorrência. O bom atendimento, variedade nos produtos, e o supermercado possui uma área de alimentação para seus clientes internos e externos, e benefícios para facilitação na compra dos produtos.”

O entrevistado B, coloca que:

“Como a grande maioria dos clientes uruguaios possuem documentos brasileiros eles podem possuir o cartão do supermercado, assim facilitando suas compras e garantindo a fidelidade, confiabilidade e a comodidade desses clientes. “

O entrevistado C completa e finaliza:

“Que a forma de administração da chave cambial para cotação do dia é outra estratégia bem favorável.

Também existe a entrega de ranchos a domicílio na cidade de Rivera, os produtos saem do Brasil para o Uruguai e não há uma lei que impeça de levar os ranchos até a cidade vizinha Rivera, assim facilitando esse incentivo a mais de conquista e satisfação do cliente.”

O entrevistado B enfatiza que:

“Que o supermercado obtém feedback dos clientes uruguaios quanto ao atendimento, as informações prestadas dos funcionários aos clientes, da qualidade dos produtos e serviços prestados, e principalmente da atenção e cuidado que há com os clientes, através da pesquisa de satisfação feita, na qual 30% em informações prestadas, 40% qualidade nos produtos e serviços prestados e 30% na atenção e cuidado com os clientes.”

Um ponto forte destacado pelos entrevistados foi da localização do supermercado, que fica a 50 metros da linha de divisa com o Uruguai, assim permitindo melhor acesso dos seus clientes uruguaios.

Diante de tais relatos, pode-se perceber a relação entre o pensamento dos autores. De acordo com Oliveira (2006), para manter uma organização com qualidade, sem surgirem erros, uma das ideias é deixar bem definida o que é qualidade para a organização. Pois a qualidade tem que estar sempre com foco de melhoria do seu serviço para a empresa, prontos para atender sua demanda da necessidade do cliente. Com isso a satisfação do seu cliente é o principal objetivo.

Zikmund (2006), a empresa abre seu serviço pensando na necessidade dos seus clientes, sendo eles o objetivo principal, tendo em vista que satisfazer o cliente é a necessidade de que a empresa exista. A satisfação e a qualidade no atendimento do cliente é a percepção após o uso do serviço prestado, pois o cliente sempre espera mais da empresa (MOTTA, 2005).

Grönroos (2003), afirma que a qualidade é o resultado de uma união de percepções na sequência dos contatos realizados durante a prestação do serviço, é necessário a consciência que todos na organização se comprometem com a excelência do serviço.

Terminada as análises dos dados coletados, a seguir passa-se a apresentar as considerações finais do presente artigo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise dos dados coletados na pesquisa foi possível verificar que as vendas no comércio de fronteira têm aumentado principalmente pelo fator cambial. Com a

alta das moedas dólar e peso tem sido um incentivo, para os uruguaios fazerem suas compras no lado brasileiro em Santana do Livramento.

O foco deste estudo foi o Supermercado Niederauer, onde foi possível identificar que é muito positivo trabalhar-se com o câmbio flutuante, no qual o valor das moedas estrangeiras flutua de acordo com a demanda e a oferta no mercado.

A partir das análises foi possível identificar que a moeda uruguaia está em alta e devido a essa alta aumentou o número de uruguaios comprando no supermercado Niederauer. A alta do peso é considerado um fator decisivo para os uruguaios comparem no supermercado, seguido do bom atendimento, qualidade, e da sua localização, onde esse está a 50 metros da linha de divisa.

Com esse estudo foi possível identificar que a alta nas moedas estrangeiras peso e dólar, a taxa de câmbio e o câmbio flutuante são os maiores incentivos aos estrangeiros comparem nos comércios brasileiros.

Ainda com essa pesquisa foi possível verificar que a procura dos produtos nos supermercados brasileiros de Santana do Livramento/BR acontece por um conjunto de fatores, sendo um deles o fato de que não há tanta variedade de produtos com preços acessíveis no Uruguai, pois devido à importação do polo industrial uruguaio está concentrada em Montevideú, isso faz elevar os preços dos produtos comercializado na região norte daquele país em função das distâncias, mesmo que comprado ao Brasil o Uruguai seja extremamente pequeno.

A pesquisa também demonstrou haver grande impacto quanto à oscilação da taxa de câmbio na qual pode ter variação de um dia para o outro, assim acontecendo uma desvalorização da moeda local. Com este estudo foi possível verificar também que o incremento de vendas no comércio de fronteira resulta tanto de fatores culturais quanto de fatores econômicos na zona de fronteira.

Como recomendação, sugere-se novos estudos que abordem outras percepções para que se tenha uma visão mais abrangente deste fenômeno, ou seja flutuação cambial e taxa de câmbio em relação as vendas no comércio de fronteira buscando-se conhecer a realidade de outros ramos comerciais como o do vestuário, farmacêutico, vendas de eletrodomésticos entre outros produtos não comercializados com frequência em supermercados. Outra recomendação que se faz-se é em ter haver mais assuntos sobre comércio de fronteira, câmbio flutuante e política cambial, devido á falta de algumas informações, houve algumas dificuldades nas bibliografias para essa pesquisa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALLIS, Thiago. **Considerações sobre turismo de compras nas fronteiras brasileiras. O caso de Pacaraima (RR) e Santa Elena de Uairén (Venezuela)**-V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR). Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina. Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 27 e 28 de Junho de 2008.

BUSSAB, Wilton O.; BOLFARINE, Heleno. **Elementos de amostragem**. São Paulo, 2004.

CABRAL, Roberta Pesce Fonteles. **Tripé macroeconômico e nova matriz econômica: o contraste das políticas econômicas e ideologias adotadas nos últimos governos**. 2015. 65 f., il. Monografia (Bacharelado em Ciências Econômicas) -Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

CARVALHO, F. C. de; SICSÚ, J. Controvérsias recentes sobre o controle de capitais. **Revista de Economia Política**, Vol.24, Ed 2. 2004.

CERVO, L., A, BERVIAN, A., P, DA SILVA, R-Metodologia Científica- 6 ed. São Paulo :Pearson, 2012.

COSTA, Luciana Pereira. **Disciplina jurídica do câmbio e política pública**. São Paulo, 2009. Dissertação (Mestrado em Direito Econômico) – Faculdade de Direito, USP, 2009.

DIEL, A. A., TATIM, C. D. **Pesquisas em ciências sociais aplicadas- Métodos e técnicas**. São Paulo :Pearson Prentice Hall, 2004.

Exchange-Rates.org- Taxas de câmbio mundiais e taxas de câmbio históricas (2018)

<https://pt.exchange-rates.org/history/BRL/UYU/G/30>

GIL, Antoni Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antoni Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRÖNROOS, Christian. **Marketing: gerenciamento e serviços**. 2. ed. Rio de Janeiro:

Elsevier, 2003.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 2003.

LARA, Rodrigues Luciano. **Uma análise da experiência brasileira com câmbio flutuante**, Bolsista do PET-Economia. EVINCI, 2006.

LEMOS, Bruno de Oliveira. **A região transfronteiriça Sant'Ana do Livramento-Rivera: cenários contemporâneos de integração/cooperação**. Trabalho de Graduação (Geografia) - Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010.

LOPES, Do C.,J, ROSSETI,P., J. **Economia monetária**. 9 ed. São Paulo: Atlas,2013.

MAIA, Jayme de Mariz. **Economia internacional e comércio exterior**. 15ª ed. Ed. São Paulo:Atlas, 2013.

MENDES, O., V., IACIA, J., C. **Influências das variações cambiais no comércio da região de fronteira Ponta Porá**- Revista Magsul de Administração e Contabilidade. 2017.

MOTTA, Paulo César. **“Serviços – Pesquisando a satisfação do consumidor”**. Rio de Janeiro, 1999. Ed. Thomson.

Müller, K., M., Gerzson, V., R., S. Efrom, B. **INTERCONEXÕES DE FRONTEIRAS CULTURAIS: ENTRE O LOCAL E O ORGANIZACIONAL – ACM/ACJ Fronteira**- Trabalho apresentado no III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, realizado entre os dias 23 a 25 de maio de 2007, na Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil.

NETO, Assaf Alexandre. **Mercado Financeiro**. 11ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

NUNES, M., A., A., ALBUQUERQUE, T., C., ADÃO, C., R. DA A. **As relações entre as organizações e o macro ambiente**: uma análise das organizações da fronteira entre Santana do Livramento/RS-Brasil e Rivera-Uruguaí- SOBER- Sociedade Brasileira de Economia. Santa Maria, 2017.

PEREIRA, M., J.- Manual de metodologia da pesquisa científica. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2012

OLIVEIRA, Saulo Bardará de. **“Gestão de processos: Fundamentos, técnicas e modelos de implementação com base na ISO 9000:2000”**. 2ª Ed. Rio de Janeiro, 2006. Ed. Qualitymark.

PRADO, Henrique Sartori de Almeida. Lojas francas, a fronteira e as perspectivas para as cidades-gêmeas brasileiras. V Seminário Internacional América Platina, 11, 12, 13 de novembro de 2014, Dourados, MS.

RABOSSI, Fernando. **Tempo e movimento em um mercado de fronteira**: Ciudad del este, Paraguai- 2015. (Programa de pós- graduação em sociologia e antropologia) - UFRJ-PPGSA, Brasil.

RICHARD C., E, JEFREY, F., A., RONALD, J., W. **Economia Internacional**-Comércio e transações globais- 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

ROSSI, Pedro. **Política Cambial no Brasil: um esquema analítico**-Revista de economia política. 4ª ed. 2015.

SAMPIERI, R.H., COLLADO, C.F., LUCIO, P.B. **Metodologia de Pesquisa**. 2006, São Paulo: McGraw-Hill, 3ª edição.

SANCHEZ, A., Q. A FRONTEIRA INEVITÁVEL: Um estudo sobre as cidades de fronteira de Rivera (Uruguai) e Santana do Livramento (Brasil) a partir de uma perspectiva

antropológica. Tese (**Doutorado em Antropologia Social**) -2002-Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

SOUZA.P, C. STUDART.P,S. **Economia Monetária e Financeira- Teoria e Política**. 2001, Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. 2008, São Paulo: Atlas, 17ª edição.

ZIKMUND, William G. **“Princípios da Pesquisa de Marketing”**. 2ªed.. São Paulo, 2006. Ed. Thomson.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 2005, Porto Alegre: Bookman, 3ª edição.

APÊNDICE A- Roteiro de entrevistas

ROTEIRO DE ENTREVISTAS

Este roteiro de entrevista tem por objetivo levantar dados para o estudo intitulado **“Incremento das vendas do comércio de Santana do Livramento em função da flutuação cambial: Estudo de caso no supermercado Niederauer”**, a ser aplicado em Santana do Livramento/ RS. O presente estudo tem orientação do prof. Sebastião Ailton da Rosa Cerqueira Adão. Sendo esta pesquisa um requisito para obtenção de título de graduado em Administração do Curso de Administração da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA. Ressalta-se que os dados aqui coletados são absolutamente sigilosos, não serão divulgadas quaisquer informações que levem à identificação dos informantes-chave.

PARTE I – Identificação do Entrevistado

Data Aplicação: ____/____/_____

Entrevistado(a): _____

1.1 Sexo: () Feminino () Masculino

1.2 Idade: _____

1.3 Aspectos socioeconômicos do entrevistado:

a) () Estudante

- b) () Funcionário Público
- c) () Empregado em Empresa Privada
- d) () Desempregado

1.4 Nível de Ensino:

- a) () Ensino Fundamental
- b) () Ensino Médio
- c) () Ensino Superior
- d) () Especialização
- e) () Mestrado
- f) () Doutorado

1.5 A quanto tempo tem relação direta com o (Fenômeno Pesquisado)?

- a) () Não tem
- b) () Menos de um ano
- c) () Um a três anos
- d) () Mais de cinco anos

PARTE II

2.1- Flutuação Cambial

2.1.1- Na sua percepção que contribuição a flutuação cambial traz com relação às vendas nos supermercados brasileiros quando o dólar está favorável para os uruguaios?

2.1.2- Na sua opinião que tipos de impactos houve no Supermercado XXXX quanto ao regime de câmbio flutuante sobre a taxa de câmbio?

2.1.3- Quais os riscos que o câmbio flutuante pode trazer ao comércio de fronteira?

2.2- O comércio e o incremento nas vendas no comércio em cidade de fronteira

2.2.1- Na sua percepção qual o maior incentivo para os estrangeiros comprarem em comércios em zona de fronteira?

2.2.2- Na sua opinião a alta das moedas (peso e dólar), tem sido um fator decisivo para os estrangeiros nas compras no comércio da nossa cidade Santana do Livramento?

2.2.3- Quais os maiores fatores que levam os clientes estrangeiros a comprarem nos comércios de fronteiras?

2.2.4- Na sua percepção o incremento de vendas no comércio de fronteira em Santana do Livramento e Rivera resulta dos fatores culturais e econômicos na fronteira?

2.2.5- Na sua opinião que tipo de melhorias pode-se usar para o resultado no incremento de vendas no comércio de fronteira?

2.2.6- Qual a estratégia que o Supermercado Niederauer usa para obter resultados no incremento das vendas quanto aos clientes uruguaios?