

# **Comércio Exterior**

**Oral - Pesquisa****Sociais Aplicadas - Comércio Exterior****O MODELO DE GESTÃO DO TERMINAL PORTUÁRIO DE ITAPOÁ - SANTA CATARINA - UMA ANÁLISE DESCRITIVA**

PEREIRA, S. S., ZILLI, J. C.

sanicomex@hotmail.com, zilli42@hotmail.com

**Instituição: UNESC - UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE**  
**Laboratório / Grupo de Pesquisa:***Palavras-chave: Logística. Gestão Portuária. Terminal Portuário de Itapoá.***Introdução**

A Lei de Modernização dos Portos 8630/93 oportunizou a participação da iniciativa privada na gestão das estruturas portuárias brasileiras, que até então eram somente vinculadas ao setor público. Com apenas 3% da população e pouco mais de 1% do território brasileiro com 95.985 Km<sup>2</sup>, Santa Catarina tem uma localização privilegiada: no centro geográfico do maior mercado consumidor da América do Sul e com facilidades de acesso não só aos demais Estados brasileiros, como também aos países vizinhos: Paraguai, Argentina e Uruguai (HOFFMANN, 2001). Com um complexo portuário composto por treze estruturas para o escoamento da produção destinada ao mercado externo, importação e também para cabotagem, o Estado destaca-se principalmente com quatro portos essencialmente públicos, como os Portos de Itajaí, Imbituba, Laguna e São Francisco do Sul e nove terminais de uso privado (TUP), com destaque para Navegantes e Itapoá. Neste universo, o presente estudo tem por objetivo apresentar a gestão do Terminal Portuário de Itapoá, com destaque para a idealização do empreendimento, gestão administrativa, gestão de transporte e operacional, bem como os projetos e investimentos.

**Metodologia**

Metodologicamente, a pesquisa enquadra-se quanto aos fins como descritiva e quanto aos meios de investigação como bibliográfica e um estudo de caso. Para a coleta de dados utilizou-se a técnica qualitativa por meio de uma entrevista em profundidade junto ao Assessor Executivo do Terminal Portuário de Itapoá, com o auxílio de um roteiro semiestruturado.

**Resultados e Discussão**

No âmbito da pesquisa, destacou-se um dos principais terminais do Estado de Santa Catarina, onde se sobressai o Terminal Portuário de Itapoá, oferecendo uma moderna estrutura portuária para

a movimentação de mercadorias, com ênfase para as cargas containerizadas. Observou-se que o terminal surgiu a partir dos investimentos, principalmente do grupo Battistella, que teve interesse na região por ter uma acessibilidade marítima em virtude da Baía da Babitonga. Com uma administração privada, todos os investimentos são feitos pelas parcerias das empresas Battistella, Log Z e Aliança (braço brasileiro da Hamburg Sud). O terminal oferece diversificadas linhas marítimas, atendendo as Américas, Europa, África e Ásia. Com capacidade operacional para receber cerca de 50 navios ao mês, o terminal conta com o que há de mais inovador em tecnologias de informação e comunicação portuária, como o sistema Navis, sendo considerado um Hub Port. Quanto aos projetos e investimentos futuros, o Terminal Portuário de Itapoá, vem investindo na ampliação de suas estruturas, planejando quadruplicar suas operações de 500 mil para 2 milhões TEU's, assim que forem liberadas as licenças ambientais.

**Conclusão**

Constatou-se que o Terminal Portuário de Itapoá originou-se de uma parceria da iniciativa privada, envolvendo capital nacional e internacional. O terminal enquadra-se no modelo de gestão Fully Privatized, sendo considerado um Hub Port. Com uma estrutura portuária diferenciada, destacando o seu design, o terminal apresenta uma capacidade de transporte e operacional diferenciada, proporcionando rapidez na movimentação das cargas, com modernos sistemas de gerenciamento de pátio.

**Referências Bibliográficas**

HOFFMANN, Valmir Emil; DA SILVA, Silmara Nascimento. Porto de Itajaí - O impacto da abertura de mercado e conseqüente municipalização. Itajaí, p.48, 2001. Editora da Univali.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamento de metodologia científica. 5 ed. São Paulo. Atlas. 2003.

PIERDOMENICO, Fabrizio. Modelos de gestão. Disponível em: . Acesso em: 10 abr. 2014.

VIANNA, E. O. Modelo de Gestão e Automação dos Portos Brasileiros. 2009. 352 f. Tese (Doutorado em Engenharia)-Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3143/tde-20072009-152309/pt-br.php>>. Acesso em: 03 ago. 2013.

**Oral - Pesquisa****Sociais Aplicadas - Comércio Exterior****BALANÇA COMERCIAL BRASILEIRA E DE SANTA CATARINAVIA VIA TRANSPORTE MARÍTIMO NO PERÍODO DE 2008 A 2013: UMA ANÁLISE HISTÓRICO-DESCRIPTIVA COM DESTAQUE PARA O PORTO DE IMBITUBA-SC**

SOUZA, A. S., ZILLI, J. C.

artur19\_souza@hotmail.com, zilli42@hotmail.com

**Instituição: UNESC - UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE**  
**Laboratório / Grupo de Pesquisa:***Palavras-chave: Balança Comercial. Exportação. Importação. Porto de Imbituba.***Introdução**

A cidade de Imbituba, localizada no Sul de Santa Catarina, vem buscando desenvolvimento socioeconômico, por meio da instalação de novas indústrias, prestação de serviços e incremento de políticas públicas na ação social. Uma das principais fontes econômicas que a cidade de Imbituba possui é o complexo portuário, que vem se modificando positivamente por meio dos investimentos aplicados pela nova administração do governo estadual (CABRAL, 2012). O Porto de Imbituba é administrado pelo governo do Estado de Santa Catarina, por meio da SCPar Porto de Imbituba, apresentando crescimento na movimentação de carga de 30% no ano de 2013. A falta de interligação dos interesses entre o porto e a indústria faz com que ambos percam a oportunidade de crescerem juntos e desenvolverem a cidade e sua microrregião, ou seja, a situação do porto é refletida diretamente na região onde o mesmo encontra-se localizado. Tendo em vista que o fomento do setor portuário é um ponto estratégico para fortalecimento da economia e influência do Estado (LENZI, 2014), esta pesquisa converge seu objetivo em analisar a balança comercial brasileira e de Santa Catarina via transporte marítimo no período de 2008 a 2013, com destaque para o Porto de Imbituba.

**Metodologia**

Metodologicamente, quanto aos fins de investigação, este estudo é caracterizado como uma pesquisa descritiva, e com relação aos meios de investigação, caracterizou-se como uma pesquisa bibliográfica e documental. A sustentação teórica do estudo foi construída por meio de publicações de autores relacionados com a temática do estudo e a pesquisa foi feita a partir dos dados da balança comercial do Brasil, de Santa Catarina e das estruturas portuárias brasileiras disponíveis no Sistema de Informações de Comércio Exterior via Web (ALICEWeb) do

Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC). Por fim, a técnica utilizada para a apresentação e análise dos dados foi quantitativa, permitindo aos pesquisadores elaborar sumários, tabelas, gráficos numéricos, comparações e generalizações, neste caso por meio do sistema ALICEWeb.

**Resultados e Discussão**

Constatou-se por meio da pesquisa, que o modal marítimo é claramente o maior meio de transporte utilizado no Brasil para o escoamento da produção destinada ou oriunda do mercado externo. Essa representatividade deve-se ao custo baixo e capacidade de transportar um volume maior de cargas variadas em relação aos outros meios de transporte. Neste sentido, o Porto de Imbituba mostrou que vem reduzindo consideravelmente suas importações e aumentando suas exportações, caracterizando assim, sua importância na região e mostrando seu potencial como porta de entrada e saída do país com o aumento de sua representatividade nacional. Dentre os produtos movimentados na exportação destacam-se os produtos minerais com 52,69% de crescimento no período analisado e na importação o cobre com crescimento de 35,70%.

**Conclusão**

Conclui-se que apesar do desenvolvimento analisado no Porto de Imbituba, é possível visualizar a necessidade de investimento e estratégia para atrair empresas do Sul, visto que o mesmo tem capacidade física de aumento na movimentação de carga. Logo, o Porto de Imbituba fica atrás de todos os portos catarinenses. Para que este tema seja discutido com maior intensidade, sugerem-se estudos que analisem a importância do Porto de Imbituba e quais influências o mesmo possui na região Sul do país, identificando quais os principais municípios que utilizam e quais são as regiões em potencial.

## **Referências Bibliográficas**

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior. Sistema de Informações de Comércio Exterior via Web. ALICEWeb. 2014a. Disponível em: Acesso em 17 abr. 2014.

CABRAL, Otavio. Economia, 2012. Disponível em: Acesso em: 20 abr. 2013.

LENZI, Alexandre. SECOM. Disponível em: Acesso em: 12 maio 2014.

**Oral - Pesquisa****Sociais Aplicadas - Comércio Exterior****TRANSFERÊNCIA INTERNACIONAL DE TECNOLOGIA EM UMA MULTINACIONAL ESPANHOLA: UM ESTUDO DE CASO****MELLO, K. C., ZILLI, J. C., VIEIRA, A. C. P.***kellycrmello@gmail.com, zilli42@hotmail.com, dricpvieira@gmail.com***Instituição: UNESC - UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE  
Laboratório / Grupo de Pesquisa:***Palavras-chave: Inovação. Transferência de Tecnologia. Multinacional.***Introdução**

Cleto (1996) destaca que para alcançar objetivos de expansão internacional, as multinacionais dependem de uma eficiente política de gerenciamento tecnológico. Desta forma nas operações internacionais, o gerenciamento da transferência internacional de tecnologia tem se tornado um elemento-chave, determinando a sobrevivência e o desenvolvimento da organização. Sendo assim, no âmbito internacional a transferência de tecnologia normalmente ocorre por meio do comércio de mercadorias (novos produtos, equipamentos), investimentos (novas fabricas, maquinário), licenciamentos, movimentação de pessoas e por meio do fluxo de informações e compartilhamento de conhecimento utilizando os fluxos intrafirma e interfirma. Com um polo cerâmico localizado em Santa Catarina e o outro em São Paulo, as empresas de colorifícios se fixaram na região para realizar o atendimento deste segmento. Encontram-se localizados na região Sul de Santa Catarina oito colorifícios: quatro nacionais e quatro multinacionais (ABC, 2013). Neste sentido, o presente estudo tem como objetivo analisar os processos de transferência internacional de tecnologia em uma multinacional espanhola do setor de colorifício na região Sul de Santa Catarina.

**Metodologia**

O presente estudo enquadra-se quanto aos fins como uma pesquisa descritiva e quanto aos meios de investigação como bibliográfica e um estudo de caso. O estudo de caso foi realizado em uma empresa multinacional espanhola do setor de colorifício, localizada no Sul de Santa Catarina. Quanto à técnica de coleta de dados, usou-se a técnica qualitativa, e o instrumento utilizado foi à entrevista em profundidade com o apoio de um roteiro semiestruturado (PINHEIRO, 2010). Participou da entrevista a responsável pelo Departamento de Recursos Humanos, e a participação da funcionária na empresa é de

possuir conhecimento de todos os procedimentos, juntamente com as tecnologias envolvidas, recrutamento e auxílio aos colaboradores. A abordagem utilizada foi qualitativa, com análise de conteúdo, destacando os processos de transferência internacional de tecnologia, qual foram às motivações, os processos necessários e os resultados obtidos da transferência na empresa multinacional em questão.

**Resultados e Discussão**

Desta forma, verificou-se que com a expansão da empresa na década de 1970, a transferência de tecnologia se tornou necessária para que a empresa conseguisse manter o seu padrão dentro do mercado de atuação. O maior motivo para se realizar a transferência de tecnologia dentro da organização se dá pela necessidade de manter a empresa com o mesmo padrão de qualidade, atendimento e inovação e desenvolvimento de produto. Destaca-se ainda que, com o sucesso da realização dos processos de transferência de tecnologia, a empresa se mantém líder de mercado, possuindo um diferencial competitivo em relação às empresas nacionais, já que uma multinacional realiza seu processo de uma forma mais "fácil". Devido à velocidade das mudanças no setor cerâmico, como consequência da transferência de tecnologias e das demandas do mercado, as inovações são bem mais rápidas e constantes.

**Conclusão**

Para que o tema seja discutido com maior abrangência, sugere-se que novos estudos sejam desenvolvidos contemplando uma amostra maior de indústrias do setor de colorifício, objetivando identificar novos fatores determinantes para o processo de transferência de tecnologia, bem como uma comparação com empresas nacionais e a identificação dos processos de transferência de tecnologia utilizados e as barreiras e incentivos do governo para as empresas nacionais.

## Referências Bibliográficas

ABC. Associação Brasileira de Cerâmica. Cerâmica no Brasil: considerações gerais. Disponível em: <  
<http://www.abceram.org.br/site/index.php?area=2>  
>. Acesso em: 18 abr. 2013.

CLETO, Marcelo Gechele. Proposta de estruturação da transferência de tecnologia intra-firma para a produção no exterior em empresa brasileira: o caso da Metal Leves S.A. 1996. 294 f. Tese (Pós-Graduação em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

PINHEIRO, José Maurício dos Santos. Da iniciação científico ao TCC: uma abordagem para os cursos de tecnologia. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.

**Oral - Pesquisa****Sociais Aplicadas - Comércio Exterior****OS RISCOS RELACIONADOS À ESCOLHA DA MODALIDADE DE PAGAMENTO NAS TRANSAÇÕES INTERNACIONAIS NAS EMPRESAS EXPORTADORAS DA AMREC**

PADOIN, V., SOUZA, I. R., ZILLI, J. C.

*vanessagpadoin@hotmail.com, izabelrsouza@gmail.com, zilli42@hotmail.com***Instituição: UNESC - UNESC****Laboratório / Grupo de Pesquisa: ino***Palavras-chave: Exportação. Seguro de crédito a exportação. Modalidade de pagamento. Riscos.***Introdução**

No âmbito internacional, mudanças sempre fizeram parte ao longo da história, mas não com a rapidez que está acontecendo atualmente. As relações sociais e comerciais estão se intensificando em escala mundial, os meios de comunicação em massa estão fazendo com que os países com diferenças culturais, tecnológicas e financeiras possam interagir entre si. A este fenômeno chamamos de globalização. Para que as empresas sobrevivam neste ambiente repleto de mudanças, é necessário planejamentos, estratégias e tomadas de decisões rápidas tendo como manterem-se competitivas no mercado internacional.

Empresas oriundas de país em desenvolvimento têm demonstrado a capacidade de competir em mercados globais. Em 2010, no Brasil, a balança comercial obteve um superávit de US\$ 20,3 bilhões, com US\$ 201,9 bilhões em exportações (crescimento de 32% em relação a 2009), de acordo com a Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC, 2011). Já em 2013, comparado com o ano anterior, teve um declínio de 16%, porém ainda apresenta o terceiro melhor resultado na balança comercial de toda a história. Em Santa Catarina, o acréscimo nas exportações foi de 17,96%, com um total de US\$ 7,6 bilhões exportados. Dados estes que colocaram Santa Catarina na décima posição entre os maiores estados exportadores do Brasil, com uma participação de 3,76% nas exportações brasileiras em 2010 (FIESC, 2011).

**Metodologia**

Quanto aos fins de investigação foi realizada uma pesquisa descritiva e quanto aos meios de investigação realizou-se uma pesquisa de campo, onde considerou-se como público alvo 100 empresas. Para a coleta de dados, a pesquisadora desenvolveu um questionário com 19 perguntas fechadas, e os enviou para as 100 empresas de exportação e importação. Obtendo

50 respostas, através de uma abordagem quantitativa.

**Resultados e Discussão**

O resultado desta pesquisa aponta que a maioria das empresas pesquisadas utilizam a modalidade de pagamento antecipado. Os resultados obtidos, não corroboram com resultados apresentados nas literaturas estudadas neste trabalho. Sendo assim, sugere-se uma nova aplicação deste trabalho na mesma região, no ano de 2016, para identificar se este resultado é característico da região ou se de um momento específico.

**Conclusão**

Pode-se concluir que a modalidade de pagamento mais utilizada é o pagamento antecipado, o qual apenas sete empresas, das 50 questionadas não utilizam esta modalidade. É notório que, pelas empresas utilizarem com mais frequência o pagamento antecipado, o risco é menor, mas não nulo, já que as empresas não utilizam apenas esta modalidade. Sendo que os riscos consideravelmente perigosos, aos olhos dos exportadores, são a perda financeira, o atraso do pagamento e o descumprimento das obrigações do importador. Apesar disso, as empresas tem a consciência dos riscos atrelados às modalidades, além de afirmarem que a modalidade de pagamento utilizada atualmente é a que traz o menor risco para a empresa exportadora.

**Referências Bibliográficas**

CASTRO, José Augusto de. Exportação: aspectos práticos e operacionais. 4. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

\_\_\_\_\_. Financiamento à exportação e seguro de crédito. São Paulo: Aduaneiras, 1999.

\_\_\_\_\_. Financiamento à exportação e seguro de crédito. 2. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2001.



FIESC. Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina. Diagnóstico do setor exportador catarinense 2011. Florianópolis: 2011.

LUNARDI, Ângelo Luiz. Operações de Câmbio e pagamentos internacionais no comércio exterior. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

**Oral - Pesquisa****Sociais Aplicadas - Comércio Exterior****ESTRATÉGIAS DE MARKETING UTILIZADAS PELAS PRESTADORAS DE SERVIÇO DE EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO INSTALADAS NA CIDADE DE CRICIÚMA, SC**

CARDOSO, P. P. R., SOUZA, I. R.

pati1405@hotmail.com, izabelrsouza@gmail.com

Instituição: UNESC - UNESC

Laboratório / Grupo de Pesquisa: ino

Palavras-chave: Prestação de Serviços, Comércio Exterior, Ferramentas de Marketing.

**Introdução**

A concorrência e mudança em que o mercado global esta inserido, torna as ferramentas de marketing essencial na busca de satisfação das necessidades e dos desejos dos consumidores. O objetivo deste trabalho buscou identificar as estratégias de marketing utilizadas nas empresas prestadoras de serviços, denominadas Trading Companies e Comerciais Exportadoras instaladas no município de Criciúma/SC. As prestadoras de serviço de comércio exterior são destacadas como intermediárias na representação e comercialização de produtos no mercado internacional. Essas empresas proporcionam um significativo fomento na área do comércio exterior, tanto nas importações como nas exportações.

**Metodologia**

A coleta dos dados ocorreu mediante entrevista semiestruturada, realizada aos gestores e diretores de 6 empresas do município de Criciúma, as entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas.

**Resultados e Discussão**

Os resultados apontaram que as empresas prestadoras de serviços na área de comércio exterior (Trading Companies e Comerciais Exportadoras), atuam a mais de cinco anos no mercado e consideram que as ferramentas de marketing têm ajudado a mantê-las no mercado. Consideram ainda de extrema importância os investimentos destinados ao marketing realizado até o momento, e que estes investimentos tem trazido retorno no sentido de prospecção de novos clientes e fidelização com os clientes da sua carteira atual. Pode-se observar também que mesmo aplicando e considerando as ferramentas de marketing de extrema importância para o desenvolvimento, os resultados indicaram que nenhuma das empresas abordadas possui um setor de ouvidoria para conhecer a opinião dos clientes em relação às estratégias de marketing

adotadas pelas empresas prestadoras de serviços.

**Conclusão**

Conclui-se por fim que as empresas entrevistadas conhecem e aplicam as ferramentas de marketing, porém não é aplicado continuamente e sim de período em período conforme a necessidade do momento analisada pela empresa. As empresas afirmaram também que o cliente direta ou indiretamente faz o marketing da prestadora de serviço divulgando a empresa Trading Company ou Comercial Exportadora a outros parceiros e futuros clientes. Para trabalhos futuros, recomenda-se acompanhar o crescimento na aplicabilidade das ferramentas de marketing utilizadas por essas prestadoras de serviço e ampliar o número de entrevistas para todo estado catarinense, a fim de identificar como as empresas prestadoras de serviços na área de comércio exterior têm aplicado seus recursos em marketing.

**Referências Bibliográficas**

- COBRA, Marcos. Plano estratégico de Marketing. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1990.
- HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. 441 p.
- KOTLER, Philip; Keller Kevin L. Administração de marketing. 14ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
- LABAN NETO, Sílvio A.. Marketing de experiência. Revista de Administração de empresas. 2008, vol.48. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v48n1/v48n1a10.pdf>
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de serviços. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- MACHADO, Marcilio R. Tecnologia da Informação e competitividade da Trading Company. São Paulo: LEX: Aduaneiras, 2005.140p.

SANTOS, Tatiani et al. O desenvolvimento do marketing: Uma perspectiva histórica. Revista de Gestão USP. São Paulo, v. 16, n. 1, p. 89-102. 2009. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:rOHJQMRX7CgJ:www.spell.org.br/documentos/download/5284+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>

STEFFEN, Natalie; MORINI Cristiano. Revista de Negociações Internacionais. Um estudo sobre Trading Company e Comercial Exportadoras com alternativas para isenção de produtos de empresas de pequeno porte no Comércio Internacional. Piracicaba – SP, UNIMEP, 2006. Disponível em: [http://www.unimep.br/rni/n7/RNI\\_n7/RNI\\_n7\\_completa.pdf](http://www.unimep.br/rni/n7/RNI_n7/RNI_n7_completa.pdf)

SOUSA, Richard Perassi Luiz de; RODRIGUES, Tiago Meneguel; PACHECO, Roberto Carlos dos Santos. Revista de negócios: Marketing: Gestão e Conhecimento Científico. Blumenau. 2013, vol 18, nº 1. Disponível em: <http://gorila.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/3617>

**Oral - Pesquisa****Sociais Aplicadas - Comércio Exterior****ANÁLISE DO IMPACTO DA IMPORTAÇÃO DE ETIQUETAS DO MERCADO CHINÊS NO ESTADO DE SANTA CATARINA****ROXO, G. L., SOUZA, I. R.***guilherme.locksroxo@hotmail.com, izabelrsouza@gmail.com***Instituição: UNESC - UNESC****Laboratório / Grupo de Pesquisa: ino***Palavras-chave: Importação, Etiquetas, China, Setor Têxtil.***Introdução**

O setor têxtil nacional é um dos setores que mais empregam no país, contando com 169 mil funcionários e 9.700 estabelecimentos apenas em Santa Catarina, sendo de indústrias do ramo têxtil e vestuário. O setor é o segundo colocado que mais vende no estado, ficando atrás apenas do ramo de bebidas (FIESC, 2013).

Este estudo buscou realizar uma análise sobre o mercado de etiquetas no estado de Santa Catarina. Análise esta que procura saber as vantagens e desvantagens da importação de etiquetas, provenientes especificamente da China.

**Metodologia**

Para este trabalho, utilizou-se da metodologia descritivas, exploratórias e de campo. Foi elaborado um questionário semi-estruturado, aplicado em 7 empresas do setor, localizadas nas cidades de: Criciúma, Morro dos Conventos, Blumenau e Rio do Sul. O estado foi dividido em norte e sul, com três das sete empresas situadas no norte e quatro no sul. A ideia principal do autor foi entrevistar 8 empresas, quatro do norte e quatro do sul, porém, uma das empresas, situada em Blumenau, não aceitou participar da pesquisa. As entrevistas foram gravadas e transcritas posteriormente, possibilitando a análise dos resultados obtidos.

**Resultados e Discussão**

Pode-se observar que duas das sete empresas trabalham com importação, e ambas possuem o mesmo produto de destaque, o Lacre, como maior volume de importação. Das cinco empresas que não importam, apenas duas possuem vontade de importar. Porém, de todas as empresas, a resposta foi a mesma, quando se tratou de vantagem ou desvantagem. Todas pensam que o setor não se beneficia com os produtos chineses, e são contras a entrada destas mercadorias no Brasil, deixando na mão

dos governantes tomarem as medidas cabíveis para que o setor volte a funcionar normalmente.

**Conclusão**

Ao final desta pesquisa pode-se concluir que a análise sobre o impacto das importações de etiquetas provenientes da China, proposto pelo pesquisador, obteve um resultado desvantajoso fornecido pelas empresas nacionais, e mostrou o quanto estas empresas estão sofrendo o desgaste e a queda das vendas.

De acordo com o estudo, todas as empresas acreditam que a China possui uma concorrência desleal em comparação aos produtos brasileiros. Isto é dado pela alta carga tributária ofertada pelo governo atual. A pesquisa mostrou todo o descontentamento dos responsáveis pelas empresas com a economia nacional, e principalmente com a falta de olhares sobre este mercado que oferta e gera muitos empregos em Santa Catarina e com certeza em todo o Brasil.

**Referências Bibliográficas**

CIGNACCO, Bruno Roque. Fundamentos de comércio internacional para pequenas e médias empresas. São Paulo: Saraiva, 2009. 306 p.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

RANGEL, A. S. Uma agenda de competitividade para a indústria paulista. São Paulo: Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo (IPT), fev. 2008.

Disponível em: Acesso em: 3 de outubro de 2013.

Disponível em: Acesso em: 4 de outubro de 2013.

Disponível em: Acesso em: 4 de outubro de 2013.

Disponível em: Acesso em: 4 de outubro de 2013.

Disponível em: Acesso em: 21 de outubro de 2013.

Disponível em: Acesso em: 23 de março de 2014

Disponível em: Acesso em: 16 de abril de 2014

**Oral - Pesquisa****Sociais Aplicadas - Comércio Exterior****AS DIFERENÇAS CULTURAIS NAS NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS: UM ESTUDO COMPARATIVO COM EXECUTIVOS BRASILEIROS E ANGOLANOS****MACHADO, J. G., SOUZA, I. R., FRANCISCO, T. H. A.***jessica\_ghellere@hotmail.com, izabelrsouza@gmail.com, tfrancisco@unesc.net***Instituição: UNESCO - UNESCO****Laboratório / Grupo de Pesquisa: ino***Palavras-chave: Negociações internacionais. Cultura. Brasileiros. Angolanos***Introdução**

A globalização abriu portas para que executivos brasileiros expandissem suas vendas ao exterior e buscassem potenciais parceiros em outros países. Diferentes países possuem crenças e costumes que afetam diretamente uma negociação. Este estudo tem como objetivo identificar diferenças culturais nas negociações internacionais que caracterizam as negociações de executivos brasileiros e angolanos. Para isso, foram abordadas questões de aspectos relevantes para uma negociação comercial internacional, estratégias utilizadas durante as negociações, aspectos culturais, conflitos e etapas durante a negociação e estilo de negociador.

**Metodologia**

A pesquisa realizada foi caracterizada como fins exploratória e descritiva. Em relação aos meios de investigação, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e de campo. A pesquisa de campo foi realizada com dez executivos brasileiros e oito angolanos por meio de questionários com o objetivo de realizar um comparativo entre os negociadores brasileiros e angolanos. A técnica de amostragem da pesquisa é não probabilística autogerada. Os dados foram coletados por meio da pesquisa de campo com um questionário auto-administrado com questões de múltipla escolha.

Como técnica de análise de dados, foi utilizada a abordagem qualitativa. Portanto, os dados coletados foram analisados e comparados, buscando-se a relação com o objetivo da pesquisa.

**Resultados e Discussão**

Os resultados da pesquisa demonstraram que os executivos das duas culturas possuem características em comum no âmbito das negociações, ainda que a cultura brasileira esteja mais atrelada ao coletivismo, enquanto angolanos possuem um perfil individualista.

**Conclusão**

Conclui-se que as principais diferenças que compreendem a cultura brasileira e angolana, em geral envolvem o perfil dos negociadores. Observou-se que ambos possuem características totalmente distintas no aspecto de negociação. Enquanto a ênfase do executivo brasileiro está na coletividade e no pensamento no grupo, os angolanos preferem fazê-lo de forma individual e apresentam um perfil mais crítico, que enfatiza os resultados. As relações internacionais da Angola, em sua maioria são de importação, visto que este mercado ainda necessita desenvolver-se bastante. De acordo com os resultados, a etapa de preparação da negociação é mais importante para angolanos do que para os brasileiros. Com relação à importância dos aspectos culturais do país com quem se irá negociar, brasileiros apresentaram maior preocupação no conhecimento dos mesmos.

**Referências Bibliográficas**

- ACUFF, Frank L. Como negociar qualquer coisa com qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo. São Paulo: SENAC, 1997. [350] p
- ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução a metodologia do trabalho científico. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 174 p.
- ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; ALYRIO, Rovigati Danilo; MACEDO, Marcelo Alvaro da Silva. Princípios de negociação: ferramentas e gestão. São Paulo: Atlas, 2004. 274 p.
- FLORIANI, Dinorá Eliete. A cultura nacional e as negociações comerciais internacionais: um comparativo entre negociadores brasileiros e italianos. 2002. 168f. Dissertação (Mestrado interinstitucional em administração)- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Jaraguá do Sul.
- GALLIANO, Alfredo Guilherme. O método científico: teoria e prática. São Paulo: Harbra, 1979. 200 p.
- THOMPSON, Leigh L. O Negociador. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. 359 p.

**Oral - Pesquisa****Sociais Aplicadas - Comércio Exterior****A INFLUENCIA DAS BARREIRAS COMERCIAIS AS EXPORTAÇÕES DE MEL DE UMA EMPRESA DA REGIÃO SUL CATARINENSE**

FELICIO, G. B., SOUZA, I. R., FRANCISCO, T. H. A., ZILLI, J. C.

grazy\_bf25@hotmail.com, izabelrsouza@gmail.com, tfrancisco@unesc.net, zilli42@hotmail.com

Instituição: UNESC - UNESC

Laboratório / Grupo de Pesquisa: ino

Palavras-chave: Barreiras comerciais, Apicultura, Exportação de mel

**Introdução**

O mercado internacional apresenta-se extremamente competitivo e dinâmico, de tal modo que dois movimentos são percebidos: aquele em que os países ou blocos econômicos buscam o crescimento expandindo-se para outros mercados ou, ainda, aquele em que visam proteger a produção interna com a utilização de medidas de proteção. No mercado mundial de mel não é diferente, a imposição de barreiras ao comércio internacional foi determinante em diversos episódios que ocorreram na última década, proporcionando impactos diferentes aos países. O Brasil recentemente despontou como um dos principais exportadores de mel e tem sofrido com os reflexos dessas barreiras, tanto no sentido positivo, quanto negativo. Neste contexto, o estudo objetivou identificar a influencia das barreiras comerciais as exportações de mel de uma empresa localizada na região sul de Santa Catarina.

**Metodologia**

Metodologicamente, foi realizado um estudo bibliográfico, a base do estudo foram os levantamentos feitos em sites do governo como o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior (FUNCEX), bem como sites do setor apícola como o site da Associação Brasileira dos Exportadores de Mel (ABEMEL). O instrumento de coleta de dados consistiu num questionário semiestruturado com 16 perguntas abertas que abordaram a história da empresa, o primeiro processo de exportação e as dificuldades encontradas na sua inserção no comércio internacional. O método de coleta de dados foi o uso da entrevista gravada com a autorização do entrevistado.

**Resultados e Discussão**

Os resultados obtidos na pesquisa apontaram que a empresa situada na região sul de Santa Catarina, teve suas exportações alavancadas, no

período de 2002 a 2004, durante o embargo imposto as exportações de mel da China e da Argentina. Já no ano de 2005 viu suas exportações diminuir devido ao embargo sofrido no Brasil por parte da comunidade europeia. Outro fator positivo após o período de embargo foi o fato de a empresa passar a ajudar os produtores no sentido de terem uma produção com mais qualidade e mais rentável para ambas as partes.

**Conclusão**

Durante a atuação do Brasil no cenário mundial apícola pode-se perceber que o país passou por momentos distintos devidos as barreiras comerciais, o primeiro foi positivo, pois motivou o país a entrar no mercado internacional de mel e mostrar ao mundo um produto de qualidade e livre de contaminantes. O segundo momento, porém não foi tão positivo em termos de valores, pois devido ao embargo sofrido as exportações diminuíram e toneladas de mel deixaram de ser vendidas. Por outro lado o embargo exigiu do setor uma mobilização no sentido de se unir mais em busca de um mesmo objetivo: forçar o governo a se adequar as exigências que a União Europeia fez e que o país não atendeu de imediato.

O embargo também motivou os exportadores a buscarem novos mercados para destinar sua produção e não ficarem tão dependentes de um único comprador e também a analisar estratégias para conquistarem o mercado interno.

Por fim, este trabalho trouxe um grande conhecimento para a acadêmica pesquisadora sobre as barreiras encontradas no processo de exportação e a preparou para seu uma profissional mais capacitada.

**Referências Bibliográficas**

COSTA, Ligia Maura. Comércio exterior: negociação e aspectos legais. Rio de Janeiro. Elsevier/Campus, 2005. 299 p.

PEREZ, Luiz Henrique. RESENDE, José Venâncio de. FREITAS, Benedito Barbosa de. (2003a). Brasil torna-se exportador de mel em apenas dois anos. Disponível em: Acesso em: 30 de mar. 2014.

PAULA, Juarez de. Mel do Brasil: as exportações brasileiras de mel no período 2000/2006 e o papel do Sebrae. Brasília. Sebrae, 2008. 98p.

PEREZ, Luiz Henrique. RESENDE, José Venâncio de. FREITAS, Benedito Barbosa de. Câmbio e embargo europeu podem prejudicar exportações apícolas em 2006. Disponível em: Acesso em: 21 de abr. 2014.

ZANDONADI, Diego Altoé. SILVA, Orlando Monteiro da. Competitividade das Exportações Brasileiras de Mel. Disponível em: <[http://www.bnb.gov.br/projwebren/Exec/artigoRenPDF.aspx?cd\\_artigo\\_ren=388](http://www.bnb.gov.br/projwebren/Exec/artigoRenPDF.aspx?cd_artigo_ren=388)> Acesso em: 21 abr. 2014.



**Oral - Pesquisa****Sociais Aplicadas - Comércio Exterior****A DISTRIBUIÇÃO DE ARROZ DO SUL CATARINENSE PARA O NORDESTE BRASILEIRO: UM ESTUDO COMPARATIVO DOS CUSTOS LOGÍSTICOS ENTRE MODAIS DE TRANSPORTE****SILVA, A. E., GONÇALVES, N. M., CITTADIN, A.***alanermani@gmail.com , ngo@unesc.net, aci@unesc.net***Instituição: UENSC - UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE  
Laboratório / Grupo de Pesquisa: NECON. Núcleo de Estudos Contábeis***Palavras-chave: Logística. Transporte rodoviário. Cabotagem. Arroz.***Introdução**

A logística no Brasil começa a ser popularizada a partir dos anos- de 1990 com a abertura econômica ao mercado internacional (KEEDI, 2004). A partir deste momento as empresas começaram a enxergar a logística de um modo mais amplo, entendendo que os custos de produção não estão relacionados somente aos componentes advindos do momento de transformação do produto. Passe-se a considerar que os custos de produção podem ser altos elevados em virtude do alto preço do frete, podendo este ser acarretado pela falta de infraestrutura em rodovias, portos, aeroportos entre outros. Quando se tem uma rodovia esburacada com certeza as despesas com manutenção de veículos aumentam, em consequência os engarrafamentos também fazem com que o tempo de transporte seja maior, tendo assim, maiores despesas com salários, estadias, alimentação, entre outros, além do aumento dos gastos com combustíveis decorrentes dos engarrafamentos e da má conservação das rodovias. Portanto, o objetivo deste estudo foi examinar a logística de distribuição do arroz produzido no Sul do Estado de Santa Catarina para o Nordeste brasileiro, focando na problemática da distribuição física através por meio das modalidades de transporte aquaviária por cabotagem e rodoviária.

**Metodologia**

Na elaboração do presente estudo utilizou-se da pesquisa descritiva quanto aos fins de investigação. A pesquisa bibliográfica e de campo foram os meios de investigação necessários para o esclarecimento do tema; utilizando-se da observação e aplicação de entrevistas na pesquisa de campo, onde na qual ocorreu o contato direto com a população em estudo no seu local de trabalho. Este estudo possui como população-alvo as empresas do Sul Catarinense

que distribuem arroz para o Nordeste brasileiro, que totalizam tres organizações.

**Resultados e Discussão**

Os resultados alcançados com o estudo bibliográfico e com a pesquisa de campo mostraram que, no caso das empresas que distribuem arroz do Sul Catarinense para o Nordeste brasileiro, quando utilizado o modal marítimo por cabotagem se obtém benefícios que podem proporcionar à a redução dos custos e, por consequência, dos preços do produto final. Conforme dados apresentados pelas empresas, utilizando a cabotagem nesta operação os custos podem diminuir cerca de 30% em relação ao modal mais tradicional no país, o modal rodoviário. Além de apresentar menores custos o modal marítimo por cabotagem oferece maior segurança na carga diminuindo os riscos de avarias, roubos e acidentes. A emissão do CO2 também pode ser citada como benefício do modal, pois a capacidade de carga é superior, comparando-se ao modal rodoviário. O ponto negativo mais significativo do modal marítimo foi o tempo de transporte, que na rota pesquisada o tempo médio é de 25 dias e no modal rodoviário a mesma rota é possível fazê-la em torno de cinco dias.

**Conclusão**

A pesquisa apontou que as empresas do Sul Catarinense que distribuem arroz para o Nordeste do país que optaram pelo modal marítimo por cabotagem, o fazem, principalmente, pela redução de custos. Todas as empresas pesquisadas relataram que a cabotagem pode ser uma alternativa, porém algumas ainda não estão totalmente adaptadas ao modal e ainda temem em tornar a cabotagem o principal meio de distribuição do arroz. Conforme as empresas pesquisadas, o principal entrave na utilização da cabotagem seria o tempo de transporte. Porém, Infere-se que essa limitação pode ser se dá pelo fato de estas empresas não possuírem um bom



planejamento logístico adequado. Com o estudo, conclui-se que a utilização da cabotagem é uma alternativa viável para o caso analisado, considerando a redução nos custos de transporte, a redução de emissão de poluentes, de riscos com avarias e acidentes com a carga e com os trabalhadores do transporte rodoviário. Adicionalmente, existem canais de distribuição possíveis de serem utilizados, desde que as empresas contratem profissionais e façam o planejamento logístico adequado à realidade da empresa e dos clientes

### **Referências Bibliográficas**

KEEDI, Samir. Logística Internacional. São Paulo: Aduaneiras, 2004.

### **Fonte Financiadora**

Núcleo de Estudos Contábeis (NECON).

**Oral - Pesquisa****Sociais Aplicadas - Comércio Exterior****O PERFIL EXPORTADOR DE SANTA CATARINA PERANTE SUA RELAÇÃO COMERCIAL COM OS ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA****FREITAS, L. W., GONÇALVES, N. M.***luizawfreitas@hotmail.com, ngo@unesc.net***Instituição: UENSC - UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE**  
**Laboratório / Grupo de Pesquisa: NECON. Núcleo de Estudos Contábeis***Palavras-chave: Comércio internacional. Estados Unidos da América. Santa Catarina. Perfil exportador***Introdução**

Caracterizada pela sua diversidade industrial, Santa Catarina possui uma importante relação comercial com os Estados Unidos, o principal país de destino das exportações catarinenses e o quarto país dos principais importadores em 2013. O comércio internacional é um componente essencial da economia dos Estados Unidos, considerado mundialmente como o primeiro maior importador e segundo maior exportador em 2013. Com o objetivo de analisar a relação comercial entre Santa Catarina e os Estados Unidos da América entre 2000 a 2013, o presente artigo consiste em identificar o perfil exportador do Estado, bem como identificar posicionamento de Santa Catarina. O motivo que justifica a pesquisa é o interesse de conhecer o relacionamento comercial que Santa Catarina possui com uma das maiores economias mundiais, o Estados Unidos das Américas.

**Metodologia**

A presente pesquisa foi classificada de natureza descritiva e explicativa, e quanto aos meios de investigação foi caracterizada como bibliográfica e documental. Os dados coletados foram provenientes de dados secundários de fontes bibliográficas e documentais. Quanto a análise dos dados, a pesquisa foi desenvolvida com o enfoque qualitativo e quanti-qualitativo.

**Resultados e Discussão**

Em se tratando do comércio internacional catarinense com os Estados Unidos, os resultados apontados foram positivos, visto que as exportações de Santa Catarina com os Estados Unidos tem registrado evolução. Os Estados Unidos se destaca como o principal país de destino das exportações de Santa Catarina, representando 11,76% do total das exportações de 2013. Apesar da queda das exportações em 2008 e 2009 as exportações retomaram seu crescimento a partir de 2010.

Do perfil exportador do Estado, observou-se que, das exportações para os Estados Unidos por categoria de uso, pouco mais da metade das exportações em 2013 foram de bens intermediários. Os bens de capital ficou como o segundo maior setor das exportações. Em análise comparativa em relação as exportações do Brasil para os Estados Unidos, observa-se que as exportações do Brasil de bens de capital possui menor representação.

Em relação ao posicionamento de Santa Catarina, evidenciou-se a necessidade de implementar políticas para promover a inovação tecnológica, de promover o Estado como território das exportações industriais do país, de melhorar a logística de transporte, entre outros. Estas estratégias podem fortalecer o seu posicionamento frente ao comércio internacional. A participação de ambos na OMC ocasionou um estreitamento na relação multilateral e benefícios para o Brasil, como o tratamento da nação mais favorecida pelo Sistema Geral de Preferências.

A pesquisa também identificou o interesse do Brasil e dos Estados Unidos em buscar maior cooperação e expandir o comércio bilateral por meio de um acordo bilateral, o Tratado de Cooperação Econômica e Comercial (Agreement on Trade and Economic Cooperation—ATEC) assinado em 2011.

**Conclusão**

Por fim, concluiu-se que as relações comerciais da Santa Catarina com os Estados Unidos tem potencial de crescimento. Evidenciou-se que há uma alta demanda do mercado norte-americano sendo atendida pelo mercado externo. Os resultados trazem à consideração que as exportações catarinenses para os Estados Unidos estão em crescimento e que o futuro da relação irá depender das macroeconomias internas, geopolíticas futuras e do posicionamento de ambos frente ao comércio exterior. Sugere-se para as futuras pesquisas o estudo dos fatores que podem influenciar as exportações

catarinenses para os Estados Unidos, para melhor compreender as oportunidades e ameaças.

### **Referências Bibliográficas**

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. 2014. Disponível em: . Acesso em: 20 ago. 2014.

UNCTAD. United Nations. United Nations Conference on Trade and Development. 2013. Disponível em: . Acesso em: 22 ago. 2013

### **Fonte Financiadora**

Apoio científico: Núcleo de Estudos Contábeis (NECON).