



2 SOCIAIS APLICADAS



2.3 Comércio Exterior

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 1545

**ENTREPOSTO ADUANEIRO COMO FERRAMENTA ESTRATÉGICA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA:
ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE TRATORES DO SUL DE SANTA CATARINA**
Paula Cristina Mariot de Souza, Maria Helena Souza dos Santos
Administração de Empresas/Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)

Introdução:

Em um cenário cada vez mais dinâmico e competitivo surge a busca por estratégias de gestão administrativa que possam aumentar a competitividade da empresa. Sob esta perspectiva, o presente artigo, aborda a importância do planejamento financeiro e de estoque antes da tomada de decisão de importar. Bem como, apresenta o regime especial de entreposto aduaneiro como alternativa para minimizar impactos negativos decorrentes de um processo de importação mal planejado.

Metodologia:

O método utilizado no presente estudo trata-se de uma pesquisa descritiva e aplicada através de bibliografias e estudo de caso em uma empresa de tratores agrícolas do sul Catarinense.

Resultados e Discussão:

A presente pesquisa foi desenvolvida com análise de um processo de importação de uma empresa catarinense, o qual estava trancado por falta de recursos financeiros, acarretando em problemas de caixa e estoque. Assim, o estudo objetivou apresentar uma alternativa para minimizar os impactos negativos dessa operação e explicar sobre a importância do planejamento financeiro e de estoque anterior a tomada de decisão de importar.

O planejamento financeiro e de estoque visa maximizar o valor total de um negócio baseado em análises que permitam tomadas de decisões com um nível mínimo de risco, protegendo a empresa de sofrer com a falta de liquidez, seja por ter ativos maiores que passivos ou capitais imobilizados (GROPELLI, NIKBAKHT, 2010). Porém, é notória a dificuldade que as empresas enfrentam no que diz respeito à gestão administrativa.

Contudo, há alternativas previstas em lei que as organizações podem se apropriar de forma estratégica a fim de, reverter situações negativas derivadas da má gestão, como o regime especial de entreposto aduaneiro que - está amparado pela instrução normativa SRF Nº 241, de 06 de novembro de 2002, permite a armazenagem da mercadoria em recinto alfandegado com suspensão dos tributos, a nacionalização parcial das mercadorias e uma nova destinação a carga: consumo, exportação ou reexportação.

A aplicação do entreposto aduaneiro ao processo de importação, objeto de estudo, possibilitou que a empresa minimizasse os prejuízos e mantivesse sua credibilidade no mercado.

Conclusão:

Dado o exposto, é possível compreender a importância da administração financeira e administração de estoque, pois dessas áreas de gestão, que são obtidas informações cruciais para o bom andamento da organização e para que se atinjam novas metas. Entretanto, é notória a falta de conhecimento por parte das organizações sobre esses mecanismos e como utilizá-los ao seu favor. Desta forma, o presente estudo, buscou apresentar o regime especial de entreposto aduaneiro como alternativa para diminuir os impactos de uma importação realizada sem prévio planejamento, e ficou constatada a eficácia do regime especial possibilitando o aumento no prazo para desembaraço dos produtos, o que concedeu tempo à empresa para que trabalhasse seus recursos financeiros. Além desse benefício, houve ainda, a possibilidade de nacionalizar parcialmente as mercadorias, podendo trabalhar de forma estratégica o estoque também.



Referências:

Receita Federal do Brasil. Instrução Normativa SRF nº. 241, de 06 de novembro de 2002. Dispõe sobre o regime especial de entreposto aduaneiro na importação e na exportação. Brasília, 2002. Disponível em:<<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sij>

ut2consulta/link.action?visao=anotado&idAt
o=15117>. Acesso em 02 de mai. 2015.

GROPELLI, A. A. NIKBAKHT, EHSAN. Administração Financeira. Rio de Janeiro: Saraiva, 2010.

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 1530

A DINÂMICA DO AGRONEGÓCIO NA BALANÇA COMERCIAL DOS PORTOS PÚBLICOS DO BRASIL

José Bonotto, Adriana Carvalho Pinto Vieira, Julio César Zilli

Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Introdução

O agronegócio, devido a sua importância e com um crescimento ascendente nas últimas décadas na balança comercial tem como instrumento de desenvolvimento socioeconômico o comércio internacional. Sustenta o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2015) que o Brasil, a partir de sua expertise tecnológica no agronegócio, passou a ser um dos líderes mundiais na exportação e produção de produtos agropecuários. Em relação a tal aspecto, o que se denota é que as exportações de *commodities* agrícolas tem bastante destaque na economia brasileira. Na afirmação de Contini (2014), o agronegócio cria oportunidades de negócios, e isto se reflete na balança comercial, tendo em vista que o melhor desempenho das exportações é geralmente decorrente da movimentação do agronegócio. Este fato já foi percebido em 2007, quando o setor se destacou e posicionou o Brasil como líder mundial em exportações de carne vermelha, aves, açúcar, café e suco de laranja e segundo maior exportador de soja em grão, farelo e óleo de soja e terceiro exportador de milho (CONTINI, 2014). Neste sentido, o estudo bem por objetivo analisar o impacto do agronegócio na balança comercial dos portos públicos do Brasil.

Metodologia

Em relação à metodologia, se caracteriza como uma pesquisa descritiva quanto aos fins, e bibliográfica e documental, quanto aos meios de investigação. Os dados serão coletados no Sistema de Informações de Comércio Exterior via Web (ALICEWeb) do

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

Resultados Esperados

O estudo que está em fase inicial, pretende responder os seguintes objetivos específicos: a) Compreender o impacto do agronegócio na balança comercial brasileira no período 2000 a 2014) Destacar a representatividade do agronegócio nos portos públicos brasileiros no período de 2000 a 2014 com ênfase para US\$/FOB e volume KG; b) Identificar os produtos que impactam a balança comercial do agronegócio nos portos públicos brasileiros no período de 2000 a 2014 com ênfase em US\$/FOB e volume KG.

Conclusão

Por fim, acredita-se que o presente estudo possa contribuir para a compreensão da participação do agronegócio nos portos públicos do Brasil, a partir da análise de sua balança comercial, envolvendo a variável temporal de 2000 a 2014, com enfoque para a comercialização em US\$/FOB e volume KG.

Referências

BRASIL. Ministério da Agricultura. **Balança Comercial**. 2015. Disponível em:<<http://www.agricultura.gov.br/internacional/indicadores-e-estatisticas/balanca-comercial>>. Acesso em: 12 mar. 2015.
CONTINI, E. Exportações na dinâmica do agronegócio brasileiro: oportunidades econômicas e responsabilidade mundial. In: **O mundo rural o Brasil do século XXI: a formação de um novo padrão agrário e agrícola**. Antonio Marcio Buainain, Eliseu Alves, José Maria Ferreira da Silveira, Zander Navarro (editores técnicos). Brasília: EMBRAPA, 2014.p. 147-173.

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 1525

O BRASIL E O PROTECIONISMO JUNTO AO MERCADO INTERNACIONAL

Eduardo Maldaner, Adriana Carvalho Pinto Vieira, Julio Cesar Zilli

Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Introdução

O interesse por mercadorias estrangeiras resultou na abertura comercial de vários países, reduzindo as tarifas gerais de importação. A abertura comercial proposta por ambas as partes, resultou em melhorias gerais à população, porém ocasionou um nível de concorrência, muitas vezes incompatível. Assim, práticas de defesas comerciais são utilizadas por diversos países para proteger as suas indústrias nacionais da livre concorrência externa, a qual normalmente é mais competitiva. Diante desse contexto, o presente estudo visou analisar as medidas de defesa comercial em vigor e em curso aplicadas pelo governo brasileiro no primeiro semestre de 2015.

Metodologia

Em relação à metodologia, se caracterizou como uma pesquisa descritiva quanto aos fins, e bibliográfica e documental, quanto aos meios de investigação. A técnica de pesquisa utilizada foi qualitativa, baseado em dados secundários obtidos nos relatórios do Diário Oficial da União (DOU), dispostos no site do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), especificamente no Departamento de Defesa Comercial Brasileira (DECOM). A análise obteve caráter essencialmente qualitativo.

Resultados Esperados

Apesar da grande parte das barreiras comerciais impostas pelo Brasil estar direcionada a China, este protecionismo brasileiro está distribuído em todo o globo, e a quantidade de barreiras está em crescimento. Foi identificado que a forma de

proteção comercial utilizada pelo Brasil é essencialmente por medidas *antidumpings* e que estão destinadas a indústria de transformação ou então ao comércio. Dessa forma, compreende-se que a dificuldade do Brasil em concorrer com o mercado externo não está ligado à produção de *commodities*, mas sim aos produtos manufaturados. A maioria das medidas protecionistas impostas pelo país possui um prazo de vigência de cinco anos, sofreram algum tipo de revisão e a quantidade de medidas definitivas é expressivamente maior que as provisórias. Assim, o Brasil pode ser considerado um país altamente protecionista devido à grande quantidade de barreiras comerciais impostas ao mercado internacional.

Conclusão

O que se percebe, é que tanto as aberturas comerciais quanto o protecionismo devem estar equilibrados, de uma maneira que fomenta o desenvolvimento das indústrias nacionais sem prejudicar a população em geral, mas que leve ao ganho geral da mesma. Entende-se que o Estado deve encontrar um meio termo entre essas oposições, pois nos dois casos extremos o país estaria com problemas, portanto, mais importante que proteger, é necessário saber o que está sendo protegido, e o porquê dessa proteção.

Referências

BRASIL, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Condução da investigação**. Brasília, 2015.

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 2673

PERSPECTIVAS PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO DOS VALES DA UVA GOETHE: OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

Felipe Alves, Julio Cesar Zilli

Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Introdução

Um dos efeitos da globalização é a internacionalização dos meios de produção, serviços, informações e, sobretudo, da economia. Observando-se a importância de estar inserido no mercado globalizado, as organizações necessitam conhecer as suas fraquezas (identificar as possíveis ameaças que as possam afetar) e potencialidades (aproveitar os pontos fortes na busca de novas oportunidades). Segundo Informações da IBRAVIN (2015), existe um desequilíbrio entre as importações e exportações de vinhos, constatando-se atualmente uma entrada maciça de vinhos internacionais, fazendo com que os nacionais tenham que encontrar novos mercados e aumentar sua competitividade. Neste contexto, o estudo tem por objetivo analisar as oportunidades e ameaças que os produtores de vinhos dos Vales da Uva Goethe de Urussanga - SC terão para se internacionalizar.

Metodologia

Metodologicamente, quanto aos fins, se caracteriza como uma pesquisa descritiva e aplicada, e, quanto aos meios de investigação, se apresenta como uma pesquisa bibliográfica e um estudo multi caso. Para a coleta de dados, serão realizadas entrevistas em profundidade junto aos proprietários das vinícolas dos Vales da Uva Goethe. A análise das oportunidades e ameaças será feita por meio de um diagnóstico baseado em matriz SWOT,

elaborado a partir do comparativo entre os resultados encontrados nas entrevistas e em bibliografias consolidadas. Para a análise dos dados, será utilizada uma abordagem essencialmente qualitativa.

Resultados Esperados

Prospecta-se inicialmente caracterizar as principais atividades e a dinâmica da produção vitivinícola adotada nos Vales da Uva Goethe, posteriormente, verificar os possíveis desafios que serão encontrados em uma possível internacionalização, e por meio dos resultados obtidos na matriz SWOT, apresentar a atual configuração das possíveis oportunidades e ameaças em uma futura internacionalização. Baseado nestes resultados serão apresentadas ações que possam vir ao encontro da competitividade internacional dos Vales da Uva Goethe.

Conclusão

O estudo ainda está em fase inicial, por meio da elaboração do Projeto de Trabalho de Curso, contempla a determinação dos objetivos do estudo, a determinação da fundamentação teórica, bem como a prospecção dos procedimentos metodológicos que ampararam a pesquisa.

Referências

DUTRA, D. V. **A análise SWOT no brand DNA process**: um estudo da ferramenta para aplicação em trabalhos em branding. Dissertação (Mestrado) – UFSC, 2014, 243 p.
IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho.

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 2658

ALTERNATIVAS LOGÍSTICAS NAS RELAÇÕES COMERCIAIS DO BRASIL COM OS MERCADOS DO PACIFICO

**Kassia Souza Silveira, Maria Helena Souza dos Santos, Dra. Natália Martins Gonçalves
Administração de Empresas - Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)**

Introdução:

No âmbito internacional as relações de comércio estão se modificam incessantemente, gerando novas parcerias, novos desafios e, contudo, oportunidades. O Brasil já conquistou um lugar de destaque no comércio exterior mundial e está classificado entre os trinta maiores exportadores e importadores. Durante o século XXI a Ásia se tornou seu maior parceiro, nascendo a necessidade de planejamento logístico para que os insumos tanto importados como exportados, sejam distribuídos de uma forma lucrativa para o País. O Canal do Panamá é para o Brasil uma importante rota em aspecto de competitividade, mas para que esses produtos possam chegar a tempo menor para serem enviados em modais marítimos, algumas rotas alternativas podem ajudar internamente para fazer esta ligação, pois disponibilizam de caminhos mais curtos, para ligar o mar do Atlântico ao Pacífico, mostrando como rotas alternativas rodovias e ferrovias. Diante disso, o presente estudo teve como objetivo analisar a participação do canal do Panamá nas relações comerciais do Brasil com os mercados do Pacífico.

Metodologia:

A metodologia utilizada enquadra-se como uma pesquisa descritiva quanto aos fins de investigação e pesquisa bibliográfica e documental quanto aos meios de investigação. Para o desenvolvimento da pesquisa, os dados coletados foram provenientes de dados secundários. Quanto à análise dos dados, a pesquisa foi desenvolvida com o enfoque qualitativo.

Resultados e Discussão:

O Brasil possui um comércio forte com o Pacífico, o seu principal parceiro comercial nas exportações é os EUA que soma

60.671.986.938 sobre a corrente de comércio do Brasil. Porém, com a ampliação da economia asiática, a China junto ao Japão vêm crescendo significativamente dentro do comércio Brasileiro, que se mantêm como principais exportadores para o Brasil, somando só no ano de 2013 o total de US\$ 98.375.734.10 da corrente de comércio do Brasil (BRASIL.MDIC, 2015). O Canal do Panamá não possui a maior representatividade do na movimentação de cargas do comércio internacional brasileiro, tendo em vista, que as exportações Brasileiras utiliza mais o canal do que as importações. É imprescindível analisar que os países da Costa Oeste da América do Sul como o Chile, Colômbia, Equador, Peru, utilizam muito mais o canal do que os países da Ásia, conforme mostra a tabela. Com a utilização de rotas alternativas citadas no trabalho, os países da Costa Oeste da América do Sul poderiam utilizar de rodovias, e ferrovias, para fazerem suas distribuições, em alguns casos sem a necessidade até da via marítima. Verifica-se que alguns parceiros comerciais, não utilizam o canal do Panamá como rota de distribuição, sendo assim se torna interessante analisar como se dá a distribuição de todos os países com o comércio brasileiro.

Conclusão:

Os resultados apontados na pesquisa foram positivos, visto que o comércio entre o Brasil com a Ásia vem crescendo significativamente ao longo dos anos. Desta forma, verificou-se que a estratégia logística interna pode apresentar a possibilidade de expansão de negócios dos segmentos destaques. Diante das análises, evidenciou-se também a necessidade de promover a inovação e diversificação tecnológicas, investir em



melhorias no setor de infraestrutura, entre outros, para promover a produtividade e manter a vantagem competitiva do País.

Referências:

BRASIL. Ministério dos Transportes. **Plano Nacional de Logística e Transportes: relatório executivo**. 2007.

_____. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Comércio Exterior**. 2015.

Modalidade: Trabalho Completo-Pesquisa

2.3 2094

Empreendedorismo e Inovação como Elemento Competitivo no Processo de Internacionalização de Empresas Brasileiras

Daniel D'ávila Ferrari, Barbara Zanette Degasperi, Júlio Cesar Zilli, Thiago Henrique Almino Francisco, Gabriela de Souza de Mattia, Izabel Regina de Souza,

Resumo

A internacionalização das empresas brasileiras tem sido um tema relevante de investigação em estudos científicos, isto porque os resultados apontam um crescimento na inserção das empresas no mercado internacional. O presente estudo tem o objetivo de analisar como o empreendedorismo e a inovação podem tornar-se elementos competitivos no processo de internacionalização das empresas brasileiras. A abordagem de empreendedorismo internacional, inovação e internacionalização compôs a sustentação teórica da pesquisa, que se utilizou essencialmente da pesquisa bibliográfica. O emprego da pesquisa bibliográfica teve por objetivo buscar um melhor envolvimento dos pesquisadores com o tema em estudo, por meio de artigos científicos presentes no banco de dados da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD) e na Revista Eletrônica INTERNEXT, especializada em publicações sobre internacionalização de empresas, considerando o período de 2006 a 2014. Os resultados apontam que as empresas brasileiras se utilizam das competências empreendedoras e estratégias de inovação em todos os seus processos, principalmente quando verificam que há possibilidade de ingressar em um mercado externo. São competências e estratégias que facilitam relacionamentos, negócios e aumentam as chances de sucesso dos novos empreendimentos, envolvendo capacidade de planejando, ação, direção e controle.

Palavras-Chaves: Empreendedorismo. Inovação. Internacionalização

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 1916

COMÉRCIO INTERNACIONAL DE MÓVEIS: ANÁLISE DAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE SANTA CATARINA

**Suelym Feltrin, Natália Martins Gonçalves, Maria Helena Souza dos Santos
Administração de Empresas/Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)**

Introdução:

O Brasil é o 31º país no ranking dos maiores exportadores de móveis, o Estado de Santa Catarina possui destaque neste sentido, sendo o segundo maior exportador de móveis dentre os Estados brasileiros (APEX BRASIL, 2012). Nesta perspectiva, o presente estudo teve como objetivo a análise frente às empresas exportadoras de móveis de Santa Catarina.

Metodologia:

A metodologia utilizada enquadra-se como uma pesquisa descritiva quanto aos fins de investigação e pesquisa bibliográfica e de campo, quanto aos meios de investigação. A população alvo foi delimitada por empresas exportadoras de móveis de Santa Catarina, caracterizadas por 14 empresas que realizavam exportações, 8 na qual não atuam mais no segmento, e uma empresa exportadora específica do sul do Estado. O estudo caracterizou-se pela coleta de dados primários e secundários, e técnica de coleta de dados qualitativa. O instrumento de coleta de dados foi um questionário aplicado via Google Docs, e uma entrevista em profundidade realizada com o gestor de uma empresa exportadora de móveis da região Sul do Estado de Santa Catarina. A análise dos dados foi de forma qualitativa.

Resultados e Discussão:

Verificou-se que os perfis das empresas exportadoras são de maneira geral caracterizadas pelo direcionamento ao mercado interno, com experiência na atuação externa acima de 10 anos, produzindo altas quantidades e valores, a clientes específicos. Fabricam em maioria

móveis residenciais, com uma estrutura de produção tradicional, articulados de forma seriada e utilizando a madeira como principal matéria-prima. A Europa foi à região mundial para onde as empresas mais exportaram, em geral via agentes de exportações. A principal motivação para inserção no mercado internacional seriam os benefícios fiscais, as atratividades para permanência seria a existência de clientes que tornaria viável e, dentre as barreiras identificadas no âmbito prevaleceu o câmbio desfavorável. O aspecto a ser dominado para tal, seria o conhecimento sobre os fatores econômicos do país alvo e o foco das organizações seriam os mercados similares culturalmente. Por fim, ao comparar tais informações com a entrevista em profundidade realizada com a empresa no sul do Estado, percebe-se que os dados de maneira geral se completam e, esta empresa, apesar de possuir direcionamentos de produção, quadro de funcionários e opiniões divergentes com relação a suas motivações e barreiras encontradas para permanência do âmbito, possui aspectos e perfil condizentes com as demais empresas catarinenses.

Conclusão:

Perante as informações identificadas percebe-se a forte atuação que tais empresas exportadoras de móveis do Estado de Santa Catarina possuem, tanto nacional quanto internacionalmente, com experiência no comércio exterior, exportando altos valores, em especial para o continente europeu e norte americano. Sua produção, ainda é tradicional com relação à escolha da matéria-prima e forma de produção, sendo que o comércio internacional é propício apesar de



suas constantes oscilações. Conclui-se que o tema é bastante relevante tanto para as empresas exportadoras, pois com este estudo puderam conhecer as principais características existentes em seu segmento de atuação, bem como para as empresas que idealizam exportarem, pois podem assim adquirir conhecimento e inserir-se no mercado externo certo das etapas que poderão vir a enfrentar.

Referências:

APEXBRASIL. Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos. Perfil exportador do setor brasileiro de móveis 2012. Brasília: 2012. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/Content/imagens/581b6489-f158-45fd-afec-70173efadeec.pdf>>. Acesso em 30 de set. de 2014.

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 1543

ESTRATÉGIA E COMPETITIVIDADE: O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE UMA EMPRESA EXPORTADORA DE ARROZ DO EXTREMO SUL CATARINENSE

Amanda Dondossola, Julio Cesar Zilli

Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Introdução

Em um mercado altamente globalizado, grande parte das organizações se depara com a necessidade de inserção no mercado internacional. Tal ação é vista como um fator positivo, quando se trata de posicionamento perante o mercado doméstico e também, um modo de elevar a competitividade diante da concorrência. Este processo é considerado sinônimo de crescimento para qualquer organização que almeja se diferenciar das demais. Entretanto, uma inserção internacional deve estar atrelada a um processo de estratégia e competitividade, minimizando os riscos e a possibilitando um maior desempenho no mercado alvo. Com enfoque no arroz, o Brasil é referência em quantidade e o Estado de Santa Catarina destaque principalmente na produção. A cadeia agroindustrial do arroz impacta na economia, uma vez que gera empregos e um encadeamento das atividades no setor primário. Neste contexto, a pesquisa terá como objetivo buscar estratégias e fatores que alavanquem a competitividade de uma empresa exportadora de arroz do extremo Sul catarinense em seu processo de internacionalização.

Metodologia

Quanto aos fins, trata-se de uma pesquisa descritiva, e, quanto aos meios de investigação, se caracteriza como bibliográfica e um estudo de caso. Para a coleta de dados, projeta-se uma entrevista em profundidade junto ao sócio proprietário e o gerente comercial da empresa em estudo. A análise dos dados ocorrerá de forma qualitativa com análise de conteúdo.

Resultados Esperados

O estudo buscará analisar as etapas vinculadas à estratégia e competitividade na inserção internacional de uma empresa exportadora de arroz do extremo Sul catarinense. Com isso, será realizada uma pesquisa qualitativa, a fim de caracterizar a organização que é o objeto do estudo com ênfase em seus principais desafios. Além disso, apresentar as ações realizadas pela empresa relacionadas à sua inserção internacional, analisar as ações que são desenvolvidas pela empresa para a inserção no mercado externo e sugerir ações que promovam a competitividade e a permanência da empresa no mercado externo.

Conclusão

A pesquisa que está em fase inicial, por meio da elaboração do Projeto de Trabalho de Curso, contempla a determinação dos objetivos do estudo, a determinação da fundamentação teórica, bem como a prospecção dos procedimentos metodológicos que ampararam a pesquisa.

Referências

- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- DIAS, M. C. da C. F. **A internacionalização e os fatores de competitividade: o caso Adira**. Dissertação de mestrado em Ciências Empresariais- Especialização em Marketing. Universidade do Porto, 2007.
- LOPEZ, J. M. C.; GAMA, M. **Comércio exterior competitivo**. São Paulo: Aduaneiras, 2002.
- YIN, R. K. **Case Study Research: Design and Methods**. Sage Publications Inc., USA, 1989.

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 1542

ANÁLISE DA INOVAÇÃO NA AMÉRICA LATINA NO ÂMBITO DO EMPREENDEDORISMO

Millena Biff, Adriana Carvalho Pinto Vieira, Júlio Cesar Zilli

Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Introdução

Entre os anos de 2002 a 2012 o mercado das economias emergentes, incluindo vários países da América Latina (AL) e do Caribe, foi considerado por analistas e investidores como o novo motor do crescimento mundial. Arelado a este crescimento econômico, constatou-se um progresso social significativo e sem precedentes na região. Entretanto, nos últimos anos, foi possível notar uma desaceleração nessas economias e, por consequência, o entusiasmo que havia para com estes países diminuiu. Para que estas economias, em sua maioria exportadoras de *commodities*, voltem a crescer em um progresso contínuo, se faz necessário um maior investimento em inovação e produtividade, por meio de melhorias na infraestrutura, diminuição da economia informal e maior empenho para aderir novas tecnologias. Diante disso, o presente estudo teve como objetivo analisar a inovação na América Latina no âmbito do empreendedorismo.

Metodologia

O trabalho caracterizou-se como uma pesquisa descritiva quanto aos fins de investigação, e pesquisa bibliográfica e documental, quanto aos meios. O relatório do Banco Mundial "*Latin American Entrepreneurs: Many Firms but Little Innovation*" e publicações da Comissão para a América Latina e o Caribe (CEPAL), Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e o *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* foram utilizadas como fonte para a coleta dos dados, por meio de uma abordagem qualitativa. O universo da pesquisa envolveu

a inovação que a região latino-americana possui, com enfoque no meio empresarial.

Resultados e Discussão

Os resultados apontam que os empreendedores latino-americanos inserem novos produtos com menos frequência que outros países, além de a região ter poucos engenheiros e cientistas, o que pode ser explicado pelo enfoque dado às áreas de ciências sociais e agrícolas na região. Os gastos com Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) são modestos, sendo que o Brasil é o país latino-americano que mais despense destes recursos. O financiamento de P&D na região vem do governo e universidades, com pouco financiamento pelas empresas. Além disso, os países latino-americanos registraram menos patentes que países com nível de renda similar.

Conclusão

Tendo em vista os resultados obtidos, percebe-se que a região latino-americana possui deficiência em sua inovação e os empreendedores, que são peças-chave no crescimento econômico da região, poderiam estar contribuindo melhor para alavancar esse aspecto na região. Dessa forma, é importante que esses empreendedores entendam a importância da inovação no aumento da eficiência e lucratividade das empresas, bem como o registro de patentes para assegurar suas invenções e inovações.

Referências

LEDERMAN, D.; MESSINA, J; PIENKNAGURA, S; RIGOLINI, J. **Latin American Entrepreneurs: Many Firms but Little Innovation**. Washington: World Bank, 2014.

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 1527

O PERFIL DAS ZONAS DE PROCESSAMENTO DE EXPORTAÇÃO (ZPE) NO BRASIL

Felipe Alves, Adriana Carvalho Pinto Vieira, Julio Cesar Zilli

Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Introdução

A administração, fiscalização, controle e tributação das atividades relacionadas com o mercado internacional no Brasil estão regulamentadas por meio do Regulamento Aduaneiro (RA), de acordo com o Decreto 6.759 de 05 de fevereiro de 2009. Dentre os regimes aduaneiros vinculados ao RA, tem-se a Zona de Processamento de Exportação (ZPE), caracterizada como área de livre comércio com o exterior, destinada à instalação de empresas voltadas para a produção de bens a serem comercializados no exterior. Neste contexto, o estudo tem por objetivo apresentar o perfil das ZPE existentes no Brasil.

Metodologia

Quanto aos fins, a pesquisa se caracteriza como descritiva e, quanto aos meios de investigação, como bibliográfica e documental. Os dados de origem secundária foram coletados por meio de publicações do Conselho Nacional das Zonas de Processamento de Exportação (CZPE) disponíveis no *site* do Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

Resultados e Discussão

A região Sul conta com apenas uma ZPE, vinculada ao governo do Estado, não possuindo projetos industriais e com obras não concluídas. A região Sudeste conta com seis ZPE, vinculadas principalmente aos municípios, não possuindo projetos industriais e com obras não concluídas. A região Norte conta com quatro ZPE, vinculadas principalmente ao Estado. Destas,

somente uma encontra-se com obras concluídas e com três projetos industriais em andamento. A região Nordeste conta com oito ZPE, com vinculação direcionada aos Estados, com grande parte das obras não concluídas. Destacam-se dois projetos industriais em andamentos (farmoquímico e sucos prontos para beber) e três aprovados (siderurgia e produção de gases industriais). Nesta região, a ZPE de Pecém (Ceará) foi inaugurada em 2013 e encontra-se em operação. A região Centro-Oeste conta com três ZPE, vinculadas aos Estados e Municípios, com obras não concluídas e sem projetos industriais.

Conclusão

A partir dos dados da pesquisa, verificou-se que dentre as 22 ZPE existentes no Brasil, apenas uma encontra-se em operação e com projetos industriais aprovados. As demais ZPE encontram-se ainda em fase de implantação, em um processo lento de adequação as normas vigentes, muitas vezes em fase de reestruturação e avaliação de gestão da ZPE, comprometendo de forma significativa a geração de novos negócios, bem como o desenvolvimento regional, um dos princípios da idealização das ZPE no Brasil.

Referências

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior. MDIC. Conselho Nacional das Zonas de Processamento de Exportação. Secretaria Executiva. **Zonas de Processamento de Exportação**: Situação atual. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1412792231.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2015.

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 1526

PERSPECTIVAS PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS DO POLO INDUSTRIAL DE JAGUARUNA - SC

Wagner Bayer, Julio Cesar Zilli

Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Introdução

São vários os motivos que levam as organizações a desenvolverem o processo de internacionalização, na busca constante por obter uma série de vantagens em relação aos seus concorrentes. A entrada no comércio exterior faz com que essa atividade seja indispensável para seu crescimento, tanto em âmbito nacional quanto internacional (MINERVINI, 2001). Neste contexto, apresenta-se o município de Jaguaruna, com uma população de aproximadamente 18 mil habitantes, situado no litoral Sul de Santa Catarina, e pertencente à Associação dos Municípios da Região de Laguna (AMUREL). Com relação ao comércio exterior, o município de Jaguaruna fechou a balança comercial de 2011 com um saldo superavitário. Os principais destinos das exportações foram o Chile, República Dominicana e Porto Rico. O município possui um polo industrial localizado no bairro Retiro, possuindo aproximadamente dez empresas de diversos setores, com destaque para o setor cerâmico. Nenhuma destas empresas possui relações com o mercado externo. Neste sentido, o estudo tem por objetivo analisar as perspectivas para a internacionalização das empresas do polo industrial de Jaguaruna – SC.

Metodologia

Quanto aos fins, trata-se de uma pesquisa descritiva, e, quanto aos meios de investigação, se caracteriza como bibliográfica e um estudo multicaso, envolvendo as empresas do polo industrial de Jaguaruna - SC. Para a coleta dos dados,

projeta-se uma entrevista, com o apoio de um roteiro semiestruturado, junto aos gestores das empresas em estudo e gestores municipais.

Resultados Esperados

Com este estudo espera-se apresentar as forças e oportunidades que há no polo industrial de Jaguaruna, verificar a demanda em relação à inserção internacional e a percepção dos gestores municipais sobre a inserção internacional do polo industrial. Porém, a internacionalização não deve ser vista apenas como uma oportunidade ou uma saída desesperada com o objetivo de aumentar as vendas em um determinado período, pelo contrário, deve ser uma decisão madura e estratégica tomada pela empresa (NOSÉ JUNIOR, 2005). Portanto, no decorrer deste trabalho espera-se sugerir as empresas e ao poder público municipal ações para o fortalecimento e aprimoramento das atividades internacionais.

Conclusão

A pesquisa que está em fase inicial, por meio da elaboração do Projeto de Trabalho de Curso, contempla a determinação dos objetivos do estudo, bem como a determinação da fundamentação teórica e prospecção dos procedimentos metodológicos.

Referências

NOSÉ JUNIOR, A. **Marketing internacional:** uma estratégia empresarial. São Paulo: Thomson, 2005.
MINERVINI, N. **O Exportador:** Ferramentas para atuar com sucesso nos mercados internacionais. São Paulo: Makron Books.

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 1523

SISTEMA PORTUÁRIO CATARINENSE: MODELO DE GESTÃO PÚBLICA E PRIVADA

Barbara Zanette Degasperi, Julio Cesar Zilli

Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Introdução

A estrutura portuária de Santa Catarina é composta pelos portos públicos de Imbituba, Laguna, Itajaí e São Francisco do Sul, denominados Portos Organizados (PO), que se caracterizam pelo modelo de gestão pública. Nesta estrutura, também estão presentes nove Terminais de Uso Privado (TUP), com administração privada, com destaque para os Terminais de Navegantes e Itapoá. A partir desse contexto, verifica-se uma oportunidade analisar o desempenho portuário e quais os desafios encontrados nos dois modelos de gestão a serem estudados. Com isso, o estudo tem por objetivo analisar comparativamente os desafios da gestão pública e privada nos portos de Santa Catarina.

Metodologia

Quanto aos fins, trata-se de uma pesquisa descritiva, e, quanto aos meios de investigação, se caracteriza como bibliográfica e um estudo multicaso, envolvendo os portos de Imbituba, Itajaí e Itapoá. Para a coleta dos dados, projeta-se uma entrevista, com o apoio de um roteiro semiestruturado, junto aos gestores dos portos elencados. A análise dos dados ocorrerá de forma qualitativa, correlacionando a resposta dos entrevistados com a bibliografia estudada.

Resultados Esperados

O estudo envolverá três portos catarinenses, ambos com formas de gestão diferenciadas. No Sul do Estado de Santa Catarina, encontra-se o Porto de Imbituba, vinculado ao governo do Estado, via SCPAR Porto de Imbituba S.A. No Vale do Rio Itajaí Açu, encontra-se o Porto de Itajaí, vinculado a

prefeitura do município, com gestão municipalizada. No Norte do Estado, tem-se o Terminal Portuário de Itapoá, caracterizado como um Terminal de Uso Privado (TUP). Com isso, será realizada uma pesquisa qualitativa, a fim de compreender os modelos de gestão pública e privada adotada em Santa Catarina, e de que forma estes modelos contribuem para tornar toda a área portuária desenvolvida. Além disso, a pesquisa vai destacar as políticas de investimento dos portos, identificar as oportunidades e ameaças, apresentar os dados relativos ao comércio exterior e a movimentação dos portos do Estado, bem como a influência do porto para desenvolvimento da região. Busca-se ainda comparar as ações para promover a racionalização e a otimização do uso das instalações portuárias e realizar um diagnóstico da situação atual, identificando os desafios presentes nos dois modelos: público (estadual ou municipal) e privado (iniciativa privada).

Conclusão

A pesquisa que está sua fase de concepção, por meio da elaboração do Projeto de Trabalho de Conclusão de Curso, onde contempla a definição do estudo, além da justificativa do tema escolhido, a determinação da fundamentação teórica, e a prospecção dos procedimentos metodológicos que ampararam a pesquisa junto aos portos catarinenses.

Referências

SEP/PR. Secretaria Especial dos Portos da Presidência da República. **Sistema portuário nacional**. Brasília. 2015.

Modalidade: Resumo de Pesquisa

2.3 1522

REGIME TRIBUTÁRIO REPORTO: MODERNIZAÇÃO E AMPLIAÇÃO PORTUÁRIA

Barbara Zanette Degasperi, Adriana Carvalho Pinto Vieira, Julio Cesar Zilli

Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Introdução

O REPORTO é uma das medidas relacionadas à política industrial institucionalizada pelo governo federal, em agosto de 2004, e objetiva estimular a realização de investimentos na recuperação, modernização e ampliação dos portos brasileiros, reduzindo o surgimento de gargalos logísticos na infraestrutura portuária. Este regime está presente no Regulamento Aduaneiro, por meio do Decreto nº 6.759/2009 e na Instrução Normativa (IN) da Receita Federal do Brasil (RFB) nº 1.370/2013. O estudo vem contribuir para a divulgação desse importante facilitador no processo de modernização portuária. Nesse sentido, o estudo vai apresentar as principais características vinculadas ao regime aduaneiro especial REPORTO.

Metodologia

A pesquisa se caracteriza quanto aos fins, como descritiva e, quanto aos meios de investigação, como bibliográfica, documental e aborda o problema de forma qualitativa. Os dados de origem secundária foram coletados por meio de publicações do Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e RFB.

Resultados e Discussão

O Regime Tributário para Incentivo à Modernização e à Ampliação da Estrutura Portuária (REPORTO) permite ao setor adquirir no mercado interno ou importar, com suspensão de tributos, máquinas, equipamentos, peças de reposição e outros bens para execução de serviços de carga, descarga, armazenagem e movimentação de mercadorias e produto. Os bens os quais se aplicam o benefício fiscal incluem aparelhos e

instrumentos de pesagem, guindastes, pontes rolantes, pórtilhos de descarga ou de movimentação, entre outros. Para as aquisições no mercado interno ficam suspensos os pagamentos dos seguintes tributos: IPI, PIS/PASEP e COFINS. Para as importações ficam suspensos, somente a máquinas e equipamentos e outros bens que não possuam similar nacional, o IPI, PIS/PASEP e o COFINS vinculados à importação. Como beneficiários destacam-se o operador portuário, concessionário de porto autorizado, arrendatário de instalação portuária de uso público e pessoa jurídica autorizada a explorar instalação portuária. O pedido de habilitação ao REPORTO deverá ser apresentado à RFB por meio de formulário próprio.

Conclusão

A modernização das estruturas portuárias do Brasil é fator preponderante para a competitividade do país, seja no mercado interno, como externo. Tais políticas públicas vêm contribuir de forma significativa para um planejamento portuário nacional, proporcionando as estruturas portuárias uma adequação as necessidades de seus usuários, em termos de infraestrutura tecnológica e, sobretudo, um melhor desempenho no tempo de operações dos navios, resultando em menores custos portuários, e impactando diretamente na competitividade do país.

Referências

BRASIL. Ministério da Fazenda. Receita Federal do Brasil. **REPORTO**. 2015.

