

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM
COMÉRCIO EXTERIOR**

MARIA CAROLINA RÉUS INÁCIO

**A LOGÍSTICA DE AQUISIÇÃO E NACIONALIZAÇÃO DE MATÉRIA-PRIMA
IMPORTADA: UM ESTUDO COM ENFOQUE NOS ENTRAVES LOGÍSTICOS DE
UMA EMPRESA DO SETOR CERÂMICO DO SUL DE SANTA CATARINA**

CRICIÚMA

2014

MARIA CAROLINA RÉUS INÁCIO

**A LOGÍSTICA DE AQUISIÇÃO E NACIONALIZAÇÃO DE MATÉRIA-PRIMA
IMPORTADA: UM ESTUDO COM ENFOQUE NOS ENTRAVES LOGÍSTICOS DE
UMA EMPRESA DO SETOR CERÂMICO DO SUL DE SANTA CATARINA**

Monografia apresentada para obtenção do grau de Bacharel em Administração de Empresas, no curso de Administração com linha específica em Comércio Exterior, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador(a): Prof^a . Maria Helena de Souza

CRICIÚMA

2014

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho á todos os meus amigos e familiares que me deram força, para alcançar mais um sonho. Em especial, a minha mãe Rosane Silveira Réus Inácio e meu pai Ceneli Argeu Inácio por todo o apoio.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, por ter me ajudado, me dado força para que eu não desistisse desta caminhada, aos meus pais Rosane e Cenedi, que me apoiaram, me ajudaram financeiramente pagando minhas primeiras mensalidades, pois eu me encontrava desempregada, e mesmo assim, eles caminharam junto comigo nestes 4 anos, me ensinando desde o principio, o valor que temos que dar as pessoas e as coisas, que lutamos para conseguir, nunca faltando com educação, seja uma pessoa mais velha ou mais nova.

Deixo aqui o meu muito obrigado a todos os amigos e familiares que contribuíram de forma direta ou indireta na concretização deste meu sonho, obrigada pela paciência, incentivo e principalmente pelo apoio nos momentos difíceis. As minhas colegas Greyce, Mirella, Laura, Bianca, Aline e Fabiana, pelo incentivo e ajuda na busca desse objetivo.

E o mais que especial muito Obrigada é para a minha e melhor orientadora que alguém poderia ter, Maria Helena Souza dos Santos, a quem tenho tamanha admiração e respeito, por sua atenção, por ser tão prestativa em todos os momentos quando precisei, sempre me ensinando o que eu precisava.

EPIGRAFE

“A maior recompensa do nosso trabalho não é o que nos pagam por ele, mas aquilo em que ele nos transforma”.

(John Ruskin)

RESUMO

RÉUS, Maria Carolina Inácio. **A logística de aquisição e nacionalização de matéria-prima importada**: um estudo com enfoque nos entraves logísticos de uma empresa do setor cerâmico do sul de Santa Catarina. 2014. 50 p. Monografia do Curso de Administração com linha específica em Comércio Exterior, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

Este trabalho tem por finalidade analisar os entraves logísticos para a aquisição e nacionalização de matéria-prima importada no ramo cerâmico. O caso analisado foi em uma empresa localizada em Morro da Fumaça Santa Catarina. Este estudo nos mostra que cada vez mais as empresas estão entrando no mercado internacional, com o objetivo de se tornarem competitivas ao mercado global, pois todas precisam de um diferencial em seus serviços e produtos e ficar somente em território nacional, se privando de ir em frente por medo de gastos excessivo e burocracias que existem para quem uma empresa se internacionalize, ficando sempre aprisionado aos preços muitas vezes elevados ou a um produto que já não é tão procurado pelos consumidores. Os resultados adquiridos com a pesquisa, indica que na atualidade as empresas estão buscando pela internacionalização para poderem entrar no mercado global e serem lembradas por todos, juntamente com produtos com qualidade ou serviços diferenciados, proporcionando ao consumidor final mais conforto e praticidade. Um problema que as organizações enfrentam junto com seu consumidor final é a escolha dos modais, o escolher não é a dificuldade, pois cada organização irá optar pela que melhor se ajustar a sua necessidade, mais na demora em que ocorre desde a compra até o prazo final, os modais mais utilizados hoje, são os rodoviários e os marítimos, todos os outros são utilizados, mais pelo preço e pela tempo que levam, estão sempre em segunda opção, os dois no qual já citado, dependem das rodovias, no caso do marítimo, precisa deste segundo modal, para chegar até o porto de origem e sair do porto de destino até o comprador, para sofrer as modificações necessárias, e assim ser comercializado, mas com o aumento do numero de veículos nas estradas demorando cada vez mais as entregas, os furtos que acontecem no decorrer do percurso e as paralisações das alfândegas que vem ocorrendo frequentemente e este entraves, proporcionam ao comprador um desconforto grande, pois eles precisam cumprir com prazos, para satisfazerem seus clientes. No processo de nacionalização, dependendo para qual uso a mesma irá ser comercializada, ela precisará ou não ser nacionalizada, no caso de matéria prima, bens de produção, produtos intermediários entre outros tipos, estes precisam passar por este processo, no caso do carbonato de Bário que é uma matéria prima utilizada pelas cerâmicas, o mesmo precisa uma serie de cuidados, para depois poder concluir a nacionalização, depois da averiguar dos documentos, analisa-se a carga e a receita Federal dará as instruções necessárias, após isso, a carga é liberada, podendo ir com segurança e agora nacionalizada pára a fabrica em questão. Foi utilizada a pesquisa bibliográfica, para aprofundar mais os conhecimentos em meio a logística internacional e a pesquisa descritiva no qual analisa os fatos e identifica os fatores que determinam as dificuldades enfrentadas pelas empresas, em relação aos processos logísticos.

Palavras – chaves: Logística. Internacionalização. Modais logísticos. Nacionalização.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Evolução da Balança Comercial.	22
Figura 2 – Modelo da Plataforma Logística empresarial	31
Figura 3 – Escopo da logística empresarial	31

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Assuntos e autores de referência.....	40
Quadro 2 - Estruturação da População-Alvo	42
Quadro 3 - Síntese dos procedimentos metodológicos.....	43

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Classificação ONU dos Riscos dos Produtos Perigosos.	28
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA	13
1.2 TEMA	14
1.3 PROBLEMA	14
1.4 OBJETIVOS	14
1.4.1 Objetivo geral	14
1.4.2 Objetivos específicos	14
1.5 JUSTIFICATIVA	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1 GLOBALIZAÇÃO.....	17
2.1.1 Vantagens da Globalização	19
2.1.2 Desvantagens da Globalização	20
2.2 COMÉRCIO INTERNACIONAL.....	20
2.3 INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS.....	22
2.3.1 Entraves da internacionalização	25
2.4 NACIONALIZAÇÃO.....	26
2.4.1 IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS	27
2.4.1.1 Classificação de produtos perigosos	27
2.5 LOGÍSTICA	30
2.5.1 Logística internacional	33
2.5.2 Logística brasileira	34
2.5.3 Logística portuária	35
2.6 MODAIS DE TRANSPORTES	36
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	39
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	39
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO - ALVO	41
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS	41
3.4 PLANO DE COLETA DE DADOS	Ошибка! Зкладка не определена.
3.5 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS.....	42
3.6 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	43

4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA	44
5 CONCLUSÃO	46
REFERÊNCIAS.....	48

1 INTRODUÇÃO

Com o avanço do mercado global, algumas organizações passaram a contar cada vez mais com os serviços terceirizados referindo-se aos modais de transportes na qual a mesma, precisaria para enviar tão produto ao seu cliente, outras em questão, já contam com estes serviços prestados pela própria empresa, onde passa a não ter o desconforto em procurar um prestadora de serviço, com um preço acessível e confiável. Hoje contamos com todos os modais, para transportar bens vindos do exterior e do próprio país, comprados ou trocados, ligados entre variáveis distintas, como armazenagem, o tempo, a movimentação, a qualidade e principalmente o preço, saindo do ponto de origem até o destino final, seja ele em modal marítimo, rodoviário, ferroviário, aéreo, tais modais conhecidos como, *logística de transporte* (KEEDI, 2007).

Atualmente, as exportações e importações estão se destacando cada vez mais em nosso país, buscando a competitividade e o reconhecimento internacional, auxiliadas por pessoas qualificadas e contando com a ajuda de todos os modais existentes, o que são de extrema importância para viabilizar o comércio de mercadoria despachando a carga com qualidade, no tempo certo e com grande quantidade ao mercado consumidor, agradando cada vez mais o consumidor final. Com relação à Logística no Brasil há muita ineficiência e desperdícios, mas possui um crescimento potencial na área, que permitirá grandes economias para o país, mas para que isso aconteça, precisamos de grandes profissionais para tais fins, podemos ressaltar a importância destes, que saibam o que estão fazendo. Existem jogos de logística que são usados como ferramenta para treinar profissionais da área, mais que não são muito aplicado no Brasil (LIMA, 2004; AZEREDO; ORNELLAS; RAMOS, 2006).

A maioria dos jogos de empresas utilizados no Brasil são adaptados de jogos que já foram ou estão sendo aplicados em outros países, está má qualificação destes futuros profissionais, atrapalham sua ida ao mercado de trabalho, estas especializações precisam ser feitas com frequência, e cada vez buscar mais sobre tal assunto, para se tornar um diferencial perante outros candidatos, o profissional que deseja ser reconhecido precisa estar sempre atualizado para esta ferramenta, pois a mesma possui muitas informações e todas merecem ser resolvidas com

cuidado, por isso é fundamental estar sempre estudando e buscando saber mais sobre a ferramenta (LIMA, 2004; AZEREDO *et al.*, 2006.).

Este trabalho está estruturado em quatro capítulos, para se ter um melhor entendimento e concepção do assunto abordado, estão divididos em seções.

No primeiro capítulo, foram apresentados o tema, o problema, o objetivo geral e os objetivos específicos do trabalho, e em fim a justificativa para a realização do tema em questão.

No segundo capítulo, foram apresentadas as fundamentações teóricas sobre o trabalho exposto, embasadas em publicações já existentes sobre o tema. Assim, serão abordados assuntos sobre a internacionalização das empresas, como o mundo se globalizou rápido e quais os vantagens e desvantagens quanto a isso, alguns conceitos sobre a logística e onde a mesma se encontra, o processo de nacionalização com ênfase em uma matéria prima em especial, muito utilizada pelas cerâmicas do país, o Carbonato de Bário.

No terceiro capítulo, foram apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para a realização da pesquisa e a forma com que foi realizada, qual o tipo de pesquisa utilizado, a abordagem da pesquisa, a população, a amostra e o instrumento de coleta de dados.

No quarto capítulo, foram abordado a experiência da pesquisa, que é a apresentação dos resultados com a mesma e a análise geral destes resultados.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

A empresa tem sua unidade produtiva instalada no Brasil em 1991, sua sede fica localizada em Morro da Fumaça, Santa Catarina, sua fundação foi em 1978 em Villarreal (Castellón, Espanha). Foi criada para fabricar, fritas, esmaltes e corantes para a cerâmica, desde o início defendeu uma estratégia, para obter um negócio forte e inovador: oferecer um serviço de suporte técnico, garantia e projetos que ninguém forneciam. Em 1979 foi inaugurada outra sede na Itália seguindo um modelo de estabelecimento internacional, hoje ela é uma grande fornecedora das grandes cerâmicas da região.

Como toda empresa, a mesma teve suas vitórias, mais também teve seus momentos difíceis, segundo a revista mundo cerâmico de 2009, a empresa passou por uma crise extremamente violenta, isso se deu, pela grande queda do mercado

americano, foi preciso repensar alguns pontos, frear seu impulso, reduzir todos os custos possíveis, foi uma grande batalha, mais com todos os seus fiéis clientes e seus colaboradores, tudo se resolveu e conseguiram reverter a situação.

Diante desta situação, ponderando que esta empresa é uma grande potência no mercado e por passar por todas as dificuldades sem colocar sua qualidade e prestígio a riscos, tem-se a seguinte questão de pesquisa: **Quais os entraves logísticos para a aquisição e nacionalização de matéria-prima importada em uma empresa do setor cerâmico do sul de Santa Catarina?**

1.2 TEMA

Logística Internacional

1.3 SITUAÇÃO PROBLEMA

Quais os entraves logísticos para a aquisição e nacionalização de matéria-prima importada em uma empresa do setor cerâmico do sul de Santa Catarina?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo geral

Objetivo geral deste estudo é descrever os entraves logísticos para a aquisição e nacionalização de matéria-prima importada em uma empresa do setor cerâmico do sul de Santa Catarina.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Relatar as causas e efeitos que a globalização causou as organizações;
- b) Identificar a evolução das empresas que optaram pela internacionalização, e quais os pontos fortes e fracos deste processo;

- c) Avaliar o processo de nacionalização, relatando os procedimentos logísticos para nacionalizar a matéria prima o Carbonato de Bário;
- d) Relatar conceitualmente a logística em si, aprofundando em seguida para a logística internacional, a logística brasileira e por fim a logística portuária.
- e) Identificar os modais logísticos existentes e quais os ganhos que as empresas estão obtendo, utilizando destes serviços, e quais suas perdas ou dificuldades.

1.5 JUSTIFICATIVA

Esta pesquisa é oportuna, pois tem por objetivo conhecer todos os processos logísticos, e seus entraves para a nacionalização da matéria prima importada.

Torna-se importante esta pesquisa, tendo em vista que é uma empresa famosa no mercado, reconhecida internacionalmente como uma das pioneiras no desenvolvimento da empresa, seus produtos são esmaltes, pigmentos, tintas e aditivos cerâmicos, proporcionando a todos os clientes produtos com alta qualidade. Para a empresa a inovação, a qualidade e principalmente a satisfação dos clientes vem em primeiro lugar. Hoje ela está entre as três maiores empresas do mundo no setor cerâmico, pela qualidade, diversidade de materiais e maquinários com altas tecnologias.

Todos aceitam que hoje os negócios se desenvolvem dentro de uma economia globalizada, que permite e reconhece a formação de agrupamentos regionais. Por esse aspecto temos de admitir que estamos em um mundo economicamente globalizado (LARRAÑAGRA, 2003).

A fim de atender os clientes, e estarem sempre com produtos inovadores e de grande qualidade no mercado, as empresas buscam novas tecnologias fora no mercado nacional, e muitas vezes é muito mais barato trazer matéria prima do exterior, do que comprá-las no mercado interno. Mas quais são os problemas enfrentados neste processo? Quais são os principais entraves logísticos que uma empresa se Santa Catarina passa, para adquirir sua matéria prima e quando necessário nacionalizá-la? Por tanto torna-se um estudo oportuno, justamente para

conhecer mais esta área da logística de importação, onde para muitos é ainda uma área desconhecida ou pouco utilizada.

A logística global deve atender aqueles requerimentos domésticos aos quais deve acrescentar incertezas associadas com a distância, demanda, diversidade, documentação, assim como culturas, idiomas moedas e legislações diferentes. Os desafios operacionais mudam de região para região, cada país procede de maneira distintas um dos outros, então são logísticas aplicadas de formas diferentes, umas mais simples, e outras mais complexas, precisando assim de pessoas qualificadas e capacitadas para coordená-las até o fim do processo, para que isso não venha prejudicar depois se não for feito de forma correta (LARRAÑAGRA, 2003).

Desta forma, a acadêmica considera este estudo relevante, pois ajudara no seu desenvolvimento profissional, bem como servirá para a empresa estudada e demais empresas do mesmo ramo, que optem por importarem seus produtos e o nacionalizarem, ficarem por dentro de quais procedimentos seguir, e quais as barreiras que poderão surgir pelo caminho podendo basear-se neste estudo para obter uma melhor compreensão sobre o mercado internacional em questão de importação de matéria prima e todos os modais na qual podem ser utilizados e quais se tornam viáveis para sua necessidade.

Neste sentido, o presente trabalho torna-se viável, pois existem vários órgãos, que possuem informações atualizadas sobre o comercio mundial, e a pesquisadora terá acesso às informações necessárias para a realização do estudo, em livros, artigos, dados da própria empresa pesquisada, com a autorização da mesma, dados de órgãos governamentais entre outros.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica tem por objetivo buscar os conceitos necessários para a explicação do processo de internacionalização e nacionalização da matéria-prima importada pelas empresas, destacando uma empresa multinacional, do ramo de fritas, esmaltes e corantes para cerâmica, situada em Morro da fumaça SC, dando embasamento ao desenvolvimento da pesquisa que será realizada. São abordados temas como a internacionalização de empresas, globalização, a nacionalização de produtos, explicando cada modal, e por que são usados, a logística de todo o processo de internacionalização e nacionalização da matéria-prima importada.

2.1 GLOBALIZAÇÃO

A globalização é muito mais velha do que se pensávamos, pois desde o primeiro contato que um ser humano, teve ao se relacionar com outro, em forma de trocas de produtos ou serviços, eles literalmente já estavam se globalizando, criando elos em comum, para facilitar suas vidas cotidianas, e ela só foi amadurecendo conforme passavam se os tempos. O Ato de Globalizar "no conceito moderno de comércio internacional, significa estar presente na maioria dos países importantes do mundo, quer com plantas de produção quer com escritórios de comercialização". A globalização é fortemente ligada a logística, pois atualmente as empresas se instalam em países com a mão-de-obra barata ou a matéria-prima, para poder fabricar seu produtos, vender para o mundo a um preço competitivo conforme a demanda do mercado mundial, e ainda ganham seu lucro em cima disso tudo. Ela passou de a causar reflexos na economia, na cultura, finanças, comunicação, e tecnologias de todos os setores, seja empresarial como ou não (NOSÉ JUNIOR, 2005 p.26).

Conforme diz Cignacco (2009) a globalização se divide em três etapas, sendo elas:

- a) Era Mercantilista, foi neste período que a globalização é vista nas grandes navegações e descobertas realizadas pelos povos europeus entre 1450 a 1850:
- b) Era Industrial, a mesma se fez presente até 1950, onde houve alguns acontecimentos históricos;

- c) Globalização, começou em 1950, e está presente nos dias atuais, sendo caracterizada pelo crescimento da economia mundial.

A globalização pode ser analisada em diversos contextos, mais dentro das organizações, a mesma pode ser vista como um conjunto de sistemas que abrangem muitas áreas, como por exemplo, as atividades sócio-culturais, econômicas e políticas, que as organizações praticam, e que pode, assim, influenciar países, organizações e indivíduos nas mais diversas localidades, sendo do mercado interno e externo (MARTINELLI, 2004).

Para que as organizações se tornassem competitivas no mercado mundial, elas precisavam reduzir seus custos, obtiverem de produtos e serviços inovadores, e a chamada globalização nasceu para alcançar esta necessidade que as organizações se prendiam, onde era diminuir as distâncias de cliente para fornecedor e abaixar os custos que eram alto, em vista dos seus concorrentes, a globalização vem a cada dia mais conseguindo chegar a seu objetivo, agregando valor as organizações de todos os portes, e lançando-as ou modificando-as no mercado mundial tornando mais competitivas (SANTOS, 2001; SEGRE, 2007).

O ato de globalização na atualidade, trouxe novos contextos para as organizações, “É notório que o nosso planeta já pode ser considerado e chamado de pequeno planeta, em face da diminuição de distâncias e de sua integração”, nas décadas anteriores, tudo era mais fácil, comercializar produtos principalmente, pois os preços conseguiam ser competitivos em mercado nacional, já nos mercados internacionais eram só as grandes organizações que conseguiam fazer estas negociações, com a globalização, tudo mudou, o que era fácil, se tornou mais difícil, onde os pequenos e micro empresários, começaram a buscar incentivos com o governo, para conseguirem se manter ativos no mercado (KEEDI, 2004 p.49).

O processo de globalização está longe de chegar ao fim, e irá cada vez mais ajudar a economia mundial. A globalização também pode ser considerada uma das responsáveis pela formação de blocos econômicos. Esta formação de blocos econômicos é formada por uma junção de países e de áreas de livre comércio encarregadas a originar atividades mercantis entre os países membros. As economias mundiais adotam estas formações de blocos econômicos, com o intuito de conseguir uma relação econômica mais ativa, tendo certos benefícios, se comparando com os países que não são membros de tais blocos econômicos. (KEEDI, 2004).

Não somente os países subdesenvolvidos, mais também os desenvolvidos também estão sujeitos a confrontar-se com as oportunidades e limitações que surgem a caminho da globalização. Tanto as empresas quanto as pessoas se encontram muito apreensivas com todo esse ritmo da mudança, as gerações mais novas e as que estão por vir, já nascem se adaptando para estas mudanças repentinas, já são acostumadas a ser flexíveis nestes aspectos (BANCO MUNDIAL, 2007).

Para que uma empresa entre no mercado internacional, existem alguns entraves a serem diagnosticados para que não haja nenhum problema, ou risco de não ser aceita no país desejado/escolhido, sabendo-se que precisa ser competitiva frente a economia mundial, precisa ter estratégias de mercado, estar sempre atenta as mudanças da globalização. A globalização pode-se dizer que é uma continuação das tendências, onde o mundo é considerado um ambiente sem fronteiras, possibilitando, pessoas, mercadorias, serviços, saírem e entrarem em qualquer país desejado, algumas com mais dificuldades que os outros, trazendo então, tecnologias, inovações de produtos e serviços, se conectando assim, com o mundo. (CIGNACCO, 2009).

2.1.1 Vantagens da Globalização

Com toda essa mudança que a globalização causou a todos os países do mundo, ela pode mesmo ser vista por muitos, como uma melhoria para as organizações e para os indivíduos, mais em contra partida, para outros, a globalização teve sim, uma desvantagem para todos, sem pessoa física ou jurídica. As vantagens que a globalização causa é que a mesma instiga o crescimento das organizações como um todo e permite o aprimoramento da qualidade dos bens e serviços prestados pelas mesmas, os preços diminuíram, o mercado de trabalho teve um aumento significativo, a capacidade de produção acelerou em um ritmo, antes nunca visto e manteve a inflação controlada, que para a economia é uma grande vantagem. (NOSÉ JUNIOR 2005).

Com o avanço da globalização, pode ser citado outros benefícios que a mesma originou, como os acordos comerciais tarifários entre os países, para melhorar os preços comercializados, ampliação das empresas para o cenário mundial, tornando-as diferenciais em vista das outras, redução das tarifas de

importação e diminuição das barreiras tarifárias, para tornar os produtos e serviços com preços mais atrativos e automaticamente deixando-os mais competitivos no mercado mundial (MINADEO, 2001).

2.1.2 Desvantagens da Globalização

As desvantagens causadas pelos efeitos da globalização, refletem negativamente para os países que estão vinculados onde o mesmo se encontra em sua posição econômica, caso o país não esteja bem estruturado economicamente, o mesmo pode sofrer consequências que podem ser devastadoras. Conforme as desvantagens citadas, os indivíduos são os primeiros a sentirem os danos que a globalização causa, como o desemprego, carência na aplicação de capital e o aumento dos preços em certos setores. Este fenômeno é chamado de globalização reversa, tudo que a mesma ajudou a conquistar, pode se perder, caso não seja tomada as providencias corretas (NOSÉ JUNIOR, 2005).

2.2 COMÉRCIO INTERNACIONAL

O comércio internacional pode ser exemplificado de diversas maneiras, mais resumidamente ele é desenhado como as operações de compra e venda de mercadorias e serviços internacionais, feitos no mercado global, na qual são realizadas tais negociações, que resultam em operações de câmbio, e estas negociações firmadas e concluídas, fazem com que a economia do país de uma alavancada, melhorando seu desempenho perante outros países (SOARES, 2004).

O comércio exterior se tornou fundamental para o desenvolvimento dos países, e o que motivou as empresas a se introduzirem neste meio, são vários, exemplo, a competitividade, fortalecimento da marca seja ela empresa produto ou serviço, a empresa precisa passar por alguns procedimentos burocráticos para se tornar uma empresa apta a importar e exportar, ela precisa ter recursos para começar a sua atuação no mercado mundial, contando com os incentivos que o governo disponibiliza para as mesmas. (KEEDI, 2004).

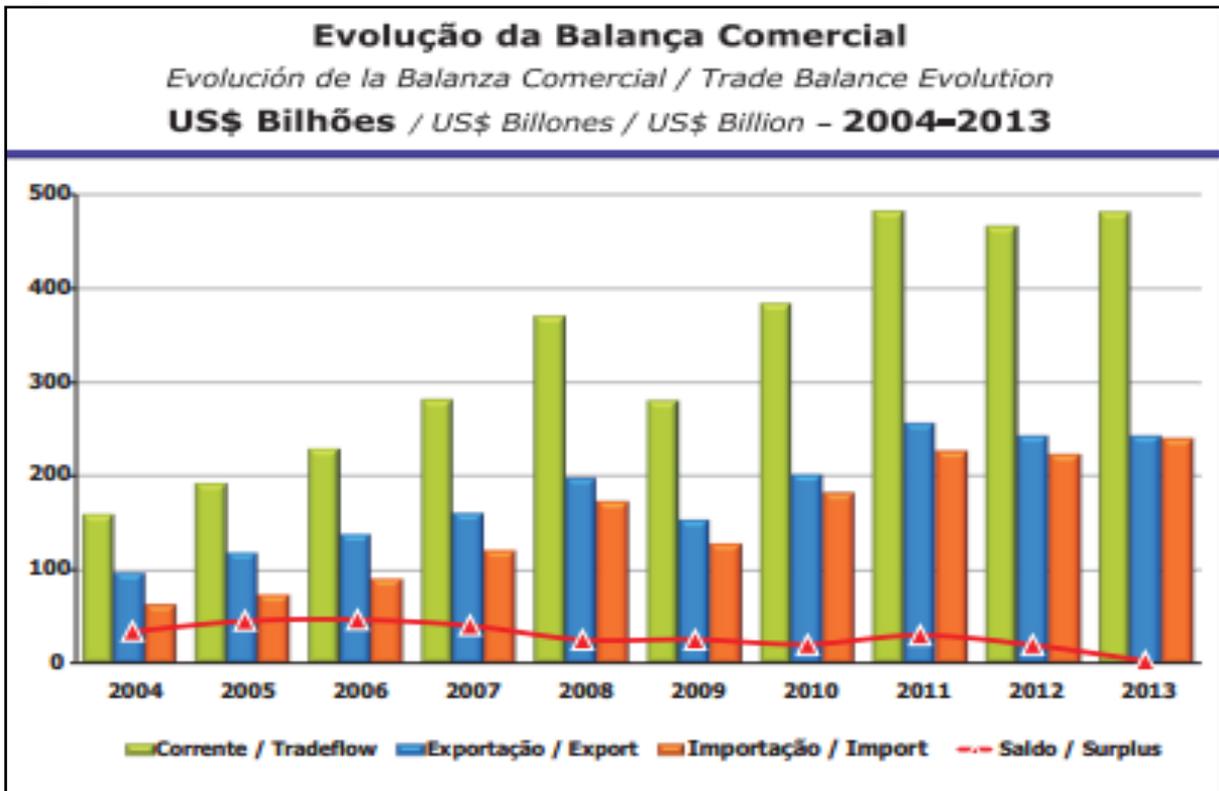
Gerado a partir do fenômeno da globalização, o comércio internacional é definido pelos acordos mercantis que são realizados entre diferentes nações, na qual as organizações trocam seus bens e serviços pelo meio de fronteiras

internacionais, com a intenção de venderem seus produtos ou serviços em grande quantidade para diversos lugares, conquistando assim, seu espaço no mercado mundial e conseqüentemente obtendo lucros, resultado de esforços prestados pela equipe e utilizando das diversas ferramentas que o mundo tecnológico disponibiliza, para que todos consigam fazer aquilo que se queira (KEEDI, 2004).

O comércio internacional, desde o início da economia, é visto como um gerador de lucros para que todos os países desfrutem no seu máximo seus produtos e serviços, e lançá-los no mercado mundial. Depois que os princípios mercantilistas foram substituídos para o liberalismo, as negociações feitas entre os países começaram a serem vistas como um estimulador para o crescimento econômico mundial. Dentre todos os benefícios que uma organização adquire, ao manter sua atuação no mercado externo, podemos citar os principais, como, contato com as mais diferenciadas tecnologias, progresso na produtividade e na qualidade das organizações, riscos diagnosticados com antecedência, possibilidade de redução de custos, para obter maior lucratividade (NOSÉ JUNIOR, 2005).

O comércio internacional está sempre em constante mudança, pois cada país faz seus acordos com políticas diferentes uns dos outros, as exportações brasileiras vem em uma crescente significativa, assim com as importações, conforme se pode verificar na Figura 1, referindo-se as exportações, importações e a corrente de comércio.

Figura 1 – Evolução da Balança Comercial



Fonte: SECEX/MDIC (2013)

Conforme figura 1 pode-se perceber que o ano de 2013 referindo-se as exportações, não foi superior aos dois últimos anos, ao contrário das importações que cresceram neste mesmo tempo, já a corrente de comércio teve uma queda em 2009, se recuperando nos próximos anos, ficando muito próxima aos resultados obtidos no ano de 2011.

2.3 INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

A organização quando resolve entrar no mercado internacional, elas acabam sofrendo algumas mudanças em seu comportamento, tanto administrativos quando organizacionais, pois a mesma se obriga a mudar de acordo com as normas ou costumes do país onde quer entrar. O aperfeiçoamento de suas habilidades e o know haw é constante, a todo o tempo precisa-se de uma melhoria e isso tem que acontecer continuamente, assim atrai novos consumidores, o produto ou serviço veem se transformando em itens de qualidade, ou com alguns pontos inovadores, diferenciando de seus concorrentes, mais para que isso aconteça, a empresa precisa saber onde está indo, se tem capacidade financeira e operacional para

tamanho investimento, buscar saber como é o país, como são seus costumes, suas crenças, leis, para que não ocorra nenhum desconforto pelo seu processo de internacionalização (CORTIÑAS, 2005).

Segundo dados do MDIC (2009), a internacionalização é uma grande opção para as empresas que querem crescer nacionalmente e internacionalmente. Ao optar por buscar tecnologias, serviços, matéria-prima de fora, a mesma proporciona ao novo ou clientes antigos, um produto ou serviço de alta qualidade, e tende sempre ter um retorno significativo quanto a isso.

Uma empresa que faz seus investimentos em países desenvolvidos obtém grandes vantagens com isso, seja na compra de empresas já existente, em habilidades e conhecimento tecnológico, seja montando uma nova fábrica, principalmente quando se opta por um local com grande concentração de empresas de alta tecnologia e grande porte ou de fornecedores qualificados (LOPEZ, 2002).

Quanto suas estratégias para essa entrada no mercado mundial, tornam-se claro suas prioridades e problemas, oportunidades e obstáculos, bem como a definição da atuação e da organização das ações relacionadas tanto do setor público quanto no privado, as marcas globais são um exemplo claro, pois se permitem sofrer algumas adaptações para entrarem em determinados países, por questões culturais, legais, econômicas, etc (CIGNACCO, 2009).

As transformações/mudanças ocorridas do decorrer dos anos, as eliminações das barreiras comerciais, por exemplo, onde antigamente os empresários, e diretores de grandes empresas, não tinham a necessidade de se preocupar com o que iria acontecer, e o que acontecia fora de suas fronteiras nacionais. Essas mudanças fizeram com que as empresas, seja ela de grande, médio ou pequeno porte, passassem a ampliar seus negócios para o mercado externo, levando-os a internacionalização de suas organizações (SINA, 2008).

A internacionalização de uma empresa, é sem dúvida alguma, um desenvolvimento de seu plano estratégico para a conquista e a conservação dos negócios com outras nações, sendo para a exportação, quanto para a importação. Algumas empresas que ainda, resistem a não se internacionalizar, por qualquer motivo que seja, sofrem muito com a concorrência externa, a abertura de empresas com produtos de origem internacional, e com preços mais atrativos, dificulta a sobrevivência/permanência da empresa no mercado, devido não só aos preços, mais a falta de visão do mercado econômico atual como um todo (SOARES, 2004).

Segundo Nosé Junior (2005), a internacionalização é um extremamente importante para as empresas e para o próprio país no mundo globalizado de hoje, em que não haja distâncias para a realização das comercializações, com isso gera-se mais empregos e melhor condição de vida da sociedade, tornando-se empresas mais competitivas e modernas, tanto no mercado interno, quanto no externo.

Sobre a internacionalização das empresas brasileiras, o secretário do MDIC (2014), Nelson Fujimoto argumenta que,

O processo de internacionalização das empresas brasileiras é fundamental para dar um salto de produtividade e inovação. A indústria brasileira tem olhado muito para o mercado interno, poucos são os que olham para o mercado externo. Quem atua no mercado externo é mais competitivo e inova mais.

Para a tomada de decisão, entre entrar ou não no mercado interno, antes precisa-se dar uma importância significativa para as vantagens desse grande avanço e todas as barreiras, que terão que ser derrubadas, para se tornar suficiente e aceito no mercado internacional, e o melhor modo de dar início nesta longa caminhada em terras/mercados, ainda desconhecidos, é participando de eventos, se inteirando sobre culturas, hábitos, crenças dos mercados externos, pois assim torna-se possível originar vínculos comerciais mais consolidados com o novo mercado (CIGNACCO, 2009).

Há diferentes fatores determinantes para que uma organização busque pela internacionalização, como por exemplo, buscando maiores lucros, ampliando seus mercados, inovando seus produtos, utilizando sua capacidade instalada com melhor perfeição, aprimorando sempre e buscando mais qualidade para seus produtos e serviços, incorporando em suas organizações, mais o uso de tecnologia avançadas, reduzindo os custos de produção, aperfeiçoando de experiências no mercado internacional e usando o Know-How internacional em suas estratégias de negociações, sendo nacional ou internacional, buscando sempre novas idéias e ajudando para o crescimento da organização. A organização que queira integrar-se ao mercado internacional, precisa ajustar-se ao novo meio, sendo ele, comportamental, cultural, ao idioma, entre outros aspectos. Algumas organizações devem aderir a modificações em seus processos de produção, buscando estratégias de atuação nesse novo meio de negócios, com o objetivo de ajustar-se à regulamentação do país, tornando seus produtos ou serviços, mais competitivos perante os outros (LOPEZ; GAMA 2002).

2.3.1 Entraves da internacionalização

Segundo estudo realizado pela UNCTAD - *Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento* (2005), o que restringe as empresas de se internacionalizar, são as políticas apresentadas pelos países em desenvolvimento, que levam empresas a mudarem seus rumos, ou até mesmo, ficarem onde estão. Algumas empresas buscam em primeiro momento exportar e depois implantar suas agências no país em que querem começar seus negócios, para assim saberem as barreiras que terão que enfrentar e depois disso, buscam auxílio dos órgãos competentes para investimentos futuros ou imediatos.

O estudo feito na UNCTAD (2005) aponta que as empresas pequenas que investem no exterior encontram muitas barreiras e elas existem dentro das próprias empresas, sendo na própria empresa de origem ou na qual tem o destino do investimento. Os obstáculos mais comuns dentro das empresas são a falta de experiência no mercado internacional e competência de gestão. A escassez de informação, de pessoas qualificadas, constitui problemas sérios para as pequenas, médias e grandes empresas, afetam principalmente as pequenas, comparando com as de grande porte.

Os principais entraves para a internacionalização são:

- a) Custo elevado para financiar as operações internacionais;
- b) Carga tributária elevada no país de origem;
- c) Oscilação cambial, que impossibilita o planejamento de médio e longo prazo;
- d) Acesso a financiamentos limitados;
- e) Tributação sobre ganhos decorrentes de variação cambial do valor dos ativos no exterior.

Segundo dados do BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (2010), o processo de internacionalização das empresas envolve dois interesses principais, que são eles:

- a) O atendimento de mercados externos via exportações;
- b) O investimento direto no exterior, seja para a instalação de representações comerciais, ou para a implantação de unidades produtivas.

As organizações enfrentam muitos desafios quando decidem se internacionalizar, como a escassez de recursos financeiros e obstáculos institucionais, além de outros fatores, como a qualidade da mercadoria se comparando com os concorrentes, a mão de obra escassa ou com custo elevado, tecnologia defasadas e a ausência de informações sobre determinados países, onde fica difícil concorrer com o mercado internacional (ROCHA, 2003)

O espaço físico entre a empresa que exporta as mercadorias e a importadora, também pode ser considerada um entrave, pois, a distância é superior a que a empresa costuma comercializar, onde, pode sofrer certos problemas no transporte e logística, as despesas tendem a aumentar também (KEEDI, 2004)

As organizações lidam com muitos riscos, quando optam pelo processo de internacionalização, como problemas de câmbio, exigências e burocracia governamentais, tarifas e barreiras comerciais, alto custo do produto, dentre outros fatores, que levam muitas empresas a desistirem deste "sonho", pois em certos casos, o valor que tem se a gastar é alto, e tais empresa não possuem porte para tais gastos, e é por este motivo que as mesmas buscam outros meios de expandirem seus negócios (KOTLER, 1998).

2.4 NACIONALIZAÇÃO

A nacionalização, sendo ela de produtos, serviços ou organizações, é definida como uma série de ações que são transferidas para a mercadoria, serviços ou organizações, e que ela passa de estrangeira para a economia nacional. Para melhor compreender as importações definidas, são documentos que provam a mudança da propriedade do bem importado e é, geralmente, o conhecimento de embarque, mais poderão ser pedidos outros tipos de documentos para a comprovação da referida transferência, como a fatura comercial, por exemplo (BARBOSA; BIZELLI, 2002).

Oswaldo (1997, p.1) argumenta um pouco mais sobre a nacionalização das mercadorias, oriundas de países distintos,

- (a) Se tratar da importação de uma mercadoria a título definitivo, o ato final de sua nacionalização será o seu embarque, vez que com este ocorre à tradição (no caso, indireta) da coisa adquirida, consubstanciada no conhecimento de transporte; (b) se tratar de importação temporária (admissão temporária ou entreposto aduaneiro) ulteriormente convertida, o

ato final da transferência da propriedade, em outras palavras, a sua tradição, vale dizer, a sua nacionalização ocorre em data de identificação imprecisa, posto não ser instrumentada em documento qualquer de efeito probante perante os órgãos oficiais.

As mercadorias ou serviços são considerados nacionais, em alguns casos a partir da verificação da regularidade fiscal, feito no despacho aduaneiro, mais pode acontecer casos em que a mercadoria já esteja quase dentro do país a título definitivo, já com o embarque transferido em nome do novo proprietário, onde ele já reside no mesmo país onde a mercadoria está entrando, neste caso a mercadoria já é considerada nacionalizada, "a nacionalização independe do despacho aduaneiro de importação para consumo" (LUZ, 2012 p.128).

2.4.1 IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS

Para Bizelli e Barbosa (2002), as importações são definidas em duas modalidades, sendo elas:

- a) Importação definida que ocorre quando o produto importado é nacionalizado, independentemente da existência da cobertura cambial, isto é, integrá-la a massa de riquezas do país com a transferência de propriedade do bem para qualquer pessoa aqui estabelecida.
- b) Importações não-definidas, que neste caso, não acontece a nacionalização do produto trazido do exterior.

Conforme Bizelli e Barbosa 2002, o despacho para consumo, é a série de atos que tem o objeto, depois de atendidas todas as exigências legais da economia estrangeira para a economia nacional, a disposição do adquirente estabelecido no país, para seu uso e consumo.

2.4.1.1 Classificação de produtos perigosos

Segundo classificação da Organização das Nações Unidas (ONU), a matéria prima Carbonato de Bário é classificado como Classe 6, que são Substâncias Tóxicas e Substâncias Infectantes, este produto por ser nocivo a saúde, precisa ser utilizado, e quando transportado com muito cuidado, pois o mesmo exige

muitos cuidados. Conforme Tabela 1, podemos perceber o grau que o mesmo se encontra.

Tabela 1 – Classificação ONU dos Riscos dos Produtos Perigosos

Classificação	Subclasse	Definições
Classe 1 Explosivos	1.1	Substância e artigos com risco de explosão em massa.
	1.2	Substância e artigos com risco de projeção, mas sem risco de explosão em massa.
	1.3	Substâncias e artigos com risco de fogo e com pequeno risco de explosão ou de projeção, ou ambos, mas sem risco de explosão em massa.
	1.4	Substância e artigos que não apresentam risco significativo.
	1.5	Substâncias muito insensíveis, com risco de explosão em massa;
	1.6	Artigos extremamente insensíveis, sem risco de explosão em massa.
Classe 2 Gases	2.1	Gases inflamáveis: são gases que a 20°C e à pressão normal são inflamáveis quando em mistura de 13% ou menos, em volume, com o ar ou que apresentem faixa de inflamabilidade com o ar de, no mínimo 12%, independente do limite inferior de inflamabilidade.
	2.2	Gases não-inflamáveis, não tóxicos: são gases asfixiantes, oxidantes ou que não se enquadrem em outra subclasse.
	2.3	Gases tóxicos: são gases, reconhecidamente ou supostamente, tóxicos e corrosivos que constituam risco à saúde das pessoas.
Classe 3 Líquidos Inflamáveis	-	Líquidos inflamáveis: são líquidos, misturas de líquidos ou líquidos que contenham sólidos em solução ou suspensão, que produzam vapor inflamável a temperaturas de até 60,5°C, em ensaio de vaso fechado, ou até 65,6°C, em ensaio de vaso aberto, ou ainda os explosivos líquidos insensibilizados dissolvidos ou suspensos em água ou outras substâncias líquidas.
Classe 4 Sólidos Inflamáveis; Substâncias sujeitas à combustão espontânea; substâncias que, em	4.1	Sólidos inflamáveis, substâncias auto-reagentes e explosivos sólidos insensibilizados: sólidos que, em condições de transporte, sejam facilmente combustíveis, ou que por atrito possam causar fogo ou contribuir para tal; substâncias auto-reagentes que

contato com água, emitem gases inflamáveis		possam sofrer reação fortemente exotérmica; explosivos sólidos insensibilizados que possam explodir se não estiverem suficientemente diluídos.
	4.2	Substâncias sujeitas à combustão espontânea: substâncias sujeitas a aquecimento espontâneo em condições normais de transporte, ou a aquecimento em contato com ar, podendo inflamar-se.
	4.3	Substâncias que, em contato com água, emitem gases inflamáveis: substâncias que, por interação com água, podem tornar-se espontaneamente inflamáveis ou liberar gases inflamáveis em quantidades perigosas.
Classe 5 Substâncias Oxidantes e Peróxidos Orgânicos	5.1	Substâncias oxidantes: são substâncias que podem, em geral pela liberação de oxigênio, causar a combustão de outros materiais ou contribuir para isso.
Classe 5 Substâncias Oxidantes e Peróxidos Orgânicos	5.2	Peróxidos orgânicos: são poderosos agentes oxidantes, considerados como derivados do peróxido de hidrogênio, termicamente instáveis que podem sofrer decomposição exotérmica auto-acelerável.
Classe 6 Substâncias Tóxicas e Substâncias Infectantes	6.1	Substâncias tóxicas: são substâncias capazes de provocar morte, lesões graves ou danos à saúde humana, se ingeridas ou inaladas, ou se entrarem em contato com a pele.
	6.2	Substâncias infectantes: são substâncias que contém ou possam conter patógenos capazes de provocar doenças infecciosas em seres humanos ou em animais.
Classe 7 Material radioativo	-	Qualquer material ou substância que contenha radionuclídeos, cuja concentração de atividade e atividade total na expedição (radiação), excedam os valores especificados.
Classe 8 Substâncias corrosivas	-	São substâncias que, por ação química, causam severos danos quando em contato com tecidos vivos ou, em caso de vazamento, danificam ou mesmo destroem outras cargas ou o próprio veículo.
Classe 9 Substâncias e Artigos Perigosos Diversos	-	São aqueles que apresentam, durante o transporte, um risco não abrangido por nenhuma das outras classes.

Fonte: Site Oficial Prefeitura de Maricá

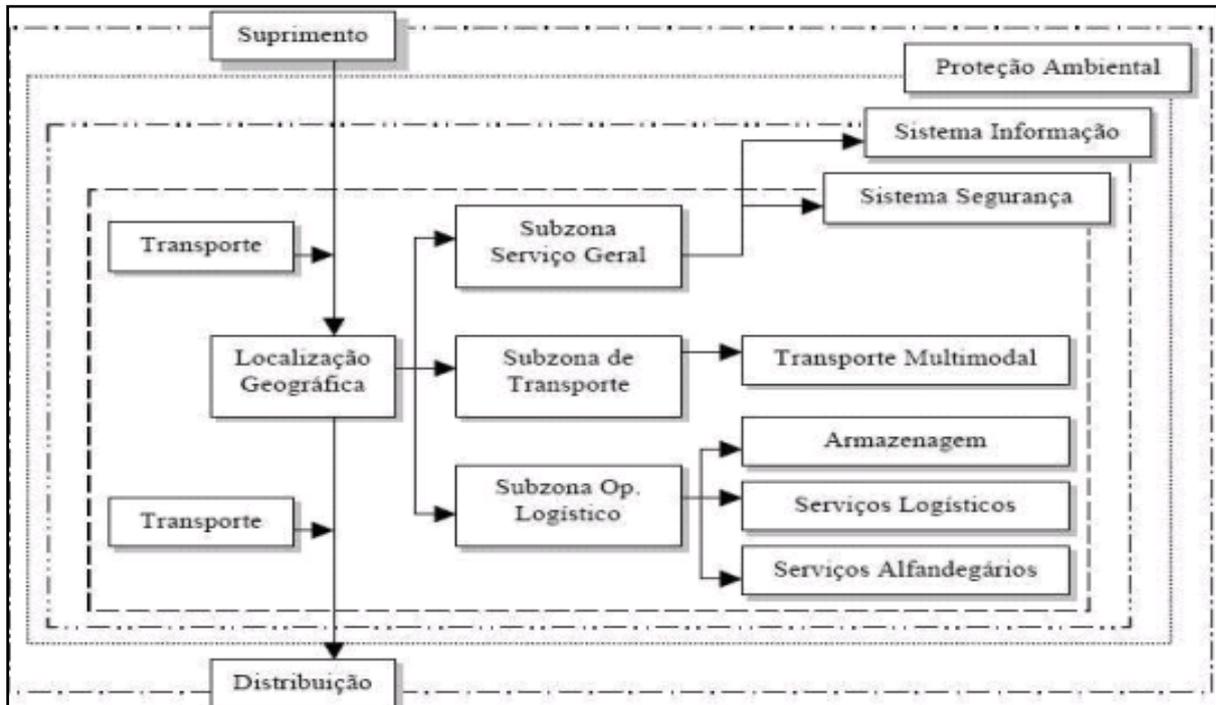
2.5 LOGÍSTICA

A logística, uma grande ferramenta da administração, que é vista como nova na nossa atualidade, mais que na verdade sempre existiu mais que nunca foi estudada, usada profundamente, hoje ela é uma grande arma nas empresas, podemos dizer que todas do mundo, pois é utilizando esta ferramenta, que o responsável pelo departamento de determinada empresa, consegue saber exatamente ou aproximadamente, quando a matéria prima sai do fornecedor, onde ela se encontra em todo seu trajeto até a chegada à fábrica, depois de produzida, e agora já um produto acabado ou semi-acabados, o colaborador responsável por tal função, consegue ainda saber quando vai chegar no consumidor final, este mesmo colaborador, analisa e verifica as possibilidades de negociações, com vários fornecedores, e opta por negociar com o melhor custo, garantia de qualidade e principalmente, garantia em ter a matéria prima em sua fábrica no dia marcado, para que não ocorra atrasos em pedidos futuros, que acarretaria em um desconforto, tanto para a organização quanto para o consumidor final, podendo até perder o mesmo para a concorrência.(CORTIÑAS, 2005).

Utilizando os termos logísticos, são usados alguns modelos para a plataforma empresarial, são construídos vários roteiros de atividades, para se ter uma melhor eficiência para as organizações logísticas, visando sempre a melhoria contínua dos produtos, seus valores e do tempo, tais modelos são criados, como estratégia para as organizações, para se manterem ativas no mercado com preços competitivos e seus produtos também (DUARTE, 2004).

A figura 2 simula as fases que compõem o modelo da Plataforma Logística empresarial.

Figura 2: Modelo da Plataforma Logística empresarial

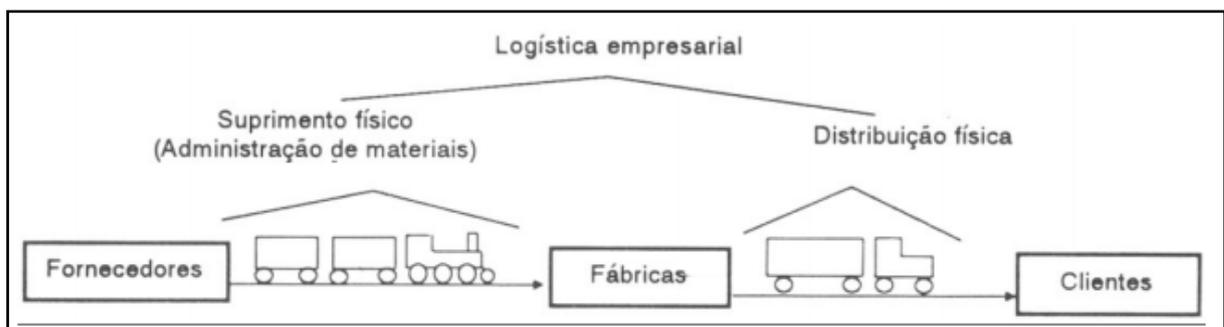


Fonte: (Duarte, 2004, p.37)

A logística é uma variável extremamente importante no contexto mundial, isso se deve a grande competitividade das empresas na atualidade, elas vêm sendo obrigadas a se mostrar, qualificadas no mercado, para que possam participar deste jogo internacional de comércio exterior, a busca por um espaço no mercado mundial vem sendo cada vez mais disputado entre pequenas e grandes empresas. (BALLOU, 2007).

Abaixo, na Figura 3 mostra Escopo da logística empresarial, de uma maneira simplificada, para melhor compreensão.

FIGURA 3 – Escopo da logística empresarial



Fonte: BALLOU, 2007

Cada individuo é cliente de seu fornecedor e vice e versa, é onde utiliza-se a gestão da cadeia logística, afim de estabelecer parcerias, que busquem objetivos em comuns perante os demais, chegando em fim a satisfação do consumidor final, que pode ser o consumidor do produto pronto ou o consumidor da matéria para beneficiamento, que futuramente se tornará um outro material para consumo. Dentro da cadeia de suprimentos logísticos, existe uma serie de controles, para que todos os elementos estejam de acordo ao modificarem seus processos e ao se adequarem a fim de atender as necessidades especificas (NOVAIS, 2004).

A logística apresentou suas primeira aplicações nas operações militares, isso a muitos anos atrás, com o deslocamento de munição, dos e equipamentos para os confrontos, o socorro médico para socorrer os soldados que já estavam em batalha, e todo o movimento do pessoal que iria para o campo de guerra e os que iriam apoiar-los, em uma época onde a logística não era reconhecida por ninguém, mais que ao mesmo tempo já era utilizada por todos, sem ao menos saberem, hoje esta mesma logística foi adaptada e utilizada nas grandes e pequenas empresas e reconhecida por todos da sociedade (LIMA, 2007).

As organizações começaram a gerenciar o processo logístico, onde percebeu-se um impacto forte para o alcance de vantagens competitivas duradouras, o objetivo da logística é a disponibilidade de produtos na data e no local necessário, não causando as empresas e pessoas um desconforto desnecessário, e trazendo comodidade a ambos (RAZZOLINI FILHO 2007).

A logística tem a função em primeiro momento de analisar e estudar como a administração pode ter um melhor nível de rentabilidade nos serviços de distribuição aos clientes e aos consumidores, se adequando há algumas normas e leis da sociedade e por meio de um bom planejamento, organização, controle efetivos das atividades e armazenagem que visem facilitar o fluxo de produtos e serviços, de maneira que todos saiam satisfeitos (BALLOU, 2007).

Bowersox e Closs (2010) argumentam um pouco mais sobre a logística, para ambos a logística abrange dentre tudo que já foi citado por outros autores, eles destacam a conexão das informações, ligadas ao transportes das mercadorias ou serviços, do local onde as mercadorias seriam estocadas e onde seriam armazenadas, o manuseio dos materiais e das embalagem e assim por diante. Esse conjunto de áreas que abrangem todo o trabalho logístico proporcionam um grande número de tarefas que se tornam estimulantes aos que as coordenam tornando o

gerenciamento da logística uma grande profissão, atraindo sempre bons olhares de quem está de fora e principalmente quem está em seu meio.

A logística empresarial, segundo Lima (2007) pode ser vista pelos diferentes aspectos:

- a) Supply Chain Management;
- b) Logística de suprimentos;
- c) Logística de serviços ao cliente;
- d) Logística de distribuição;e
- e) Logística interna;

2.5.1 Logística internacional

As atividades logísticas vêm fazendo a diferença para as empresas que estão atuando no mercado internacional, seja ela de grande porte ou não, tais atividades logísticas que elevam qualquer empresa, tornando-a organizada dentro e fora e responsável por seus negócios, os resultados que são consequência desta ferramenta serão os mesmos para qualquer empresa, ainda que tenham produtos e processos produtivos diferente ou até mesmo idênticos. Cada empresa usa de maneira diferente ao aplicar estes controles logísticos, mesmo sendo produtos iguais mais com formas de aplicação da logística diferente, o resultado alcançado é sempre agradável para todas (NOVAIS, 2004).

Em relação as questões portuárias, a lei 8.630 de modernização e privatização das operações nos portos, de 1993, veio para aperfeiçoar os processos e vem a cada dia se mostrando mais eficiente a medida que vai se afastando do poder público e desta atividade, contribuindo assim para uma melhoria significativa nas organizações e operacionalização executadas pelas empresas particulares (KEEDI 2004).

Atualmente, toda e qualquer mercadoria, seja ela tangível ou intangível, pode ser transportada e levada para qualquer lugar do mundo, o foco em questão é viabilizar o comércio de mercadoria despachando a carga com custo e qualidade, no tempo desejado, para assim, suprir as expectativas do consumidor e a empresa que fez esta negociação, seja lembrada pelo seu modo de trabalho, e procurada pelos demais (SILVA; MAIA PORTO, 2003).

A logística pode ser também definida como um gerenciador de dados compartilhado entre os fornecedores e clientes, uma espécie de intermediário, fica ligado a ambos, com informações complementares para os mesmos, um progresso logístico, resultado do uso de técnicas inovadoras, que vem para sofisticar e ajudar as pequenas, medias e grandes empresas, em todas a sua estrutura organizacional, incorporando ainda o gerenciamento financeiro do processo, dentro e fora da organização, obtendo lucros, e caracterizando os gargalos existentes na mesma (RODRIGUES, 2001).

2.5.2 Logística brasileira

A logística aplicada e utilizada no Brasil esta em uma etapa, onde muitas mudança, estão acontecendo, tudo para melhorar esta ferramenta, que veio para dar assistências aos empresários de todo o mundo, percebe-se, que os conceitos gerenciais da logística aplicada aqui no Brasil é apresentada por parte de alguns departamentos, mas, essa ferramenta infelizmente é ainda pouco utilizada. Citando um exemplo claro, de onde a logística foi aplicada e deu resultado, é as empresas automobilísticas, elas vêm utilizando um sistema da logística, onde pode-se perceber os gargalos da mesma, conhecida como *just in time*, este sistema, tem o objetivo de proporcionar mais eficiência, eficácia e sofisticar mais esta ferramenta, com isso, associando as atividades de compra com a de produção, distribuição e venda (ROCHA, 2003).

O Brasil como um todo, sofre pelo mau aproveitamento dos modais de transportes existentes, o sistema de transporte brasileiro vem apresentando uma forte dependência em alguns modais, citando o modal rodoviário, onde deveria ser mais utilizado, por todos os setores do Brasil, por não ter um custo tão alto, e por ser pratico para as organizações, mais a dificuldade são as rodovias que são precárias, resultando no aumento das tarifas cobradas pelas transportadoras que prestam estes tipos de serviços e levando um tempo maior para fazer as entregas no local indicado (ROCHA, 2003).

O comércio internacional cresceu em uma proporção significativa, na qual resultou em uma grande demanda na logística internacional, uma área que para muitos países era totalmente desconhecida, muitos dos países não tiveram tempo em se adequar a essa nova ferramenta, o Brasil foi um dos países, onde as

empresas sofreram para se adequar aos termos burocráticos, práticas empresariais e principalmente em sua infra-estrutura, sendo que alguns países ainda estão no processo de incorporação dessa ferramenta no âmbito empresarial (SEGRE, 2007).

Nesta circunstância, para que o Brasil se torne um país altamente competidor no mercado nacional e agora internacional, ele necessitará de pessoas qualificadas para aplicar adequadamente estes processos logísticos, ferramenta esta que deve ser bem explorada, em todas as suas possíveis formas, tendo em vista, o aproveitamento do grande potencial que o Brasil tem (KEEDI, 2004)

2.5.3 Logística portuária

A logística portuária se define por, portos que são pontos que se associam os modais tanto terrestre quanto o marítimo, que tem por papel diminuir o conflito do fluxo de cargas no sistema rodoviário, utilizando o sistema de armazenagem e da distribuição, para mante-lo em perfeita ordem, e não ocorrer nenhum tipo de desconforto para os que o utilizam. O escritor ainda fala que o porto ideal e que utiliza a ferramenta da logística devidamente certa, este mesmo porto é apropriado de receber navios de grande porte, oferecendo tecnologias avançadas, para que assim, eleve a produtividade do mesmo, com grau de estragos bem baixos, com toda a relação operacional e com comunicações eficientes e eficazes, com todos seus clientes e também com as autoridades aduaneiras (RODRIGUES, 2001).

O porto no qual não esta preparado, e com uma infra-estrutura baixa, apresenta uma serie de complicações, gargalos que aparecem e que só irão desaparecer, quando o mesmo utilizar os recursos adequados e de forma inteligente, e isso se dá pela logística, o segredo é saber usá-la a seu favor, caso contrário irá apresentar grande desorganização e uma burocracia exagerada, e isso traz como conseqüência as filas de caminhões, extensas esperas dos navios para a atracação, resultando com isso em atrasos nos prazos de entrega no exterior e automaticamente tendo um aumento do custo e uma indesejada redução na competitividade das mercadorias no exterior (SEGRE, 2007)

Para Segre (2007), os portos brasileiros ainda possuem grandes, podemos dizer, carências que são localizadas nos mesmos como:

- a) Falta de gestão portuária;

- b) Falta de dragagem;
- c) Questões ambientais preocupantes;
- d) Portos subutilizados;
- e) Acessos precários ou inexistentes rodoviário e ferroviários aos portos;
- f) Custos operacionais elevados em comparação a outros portos do mundo;
- g) Terminais inadequados apresentando equipamentos com baixa capacidade, entre outros.

2.6 MODAIS DE TRANSPORTES

Conforme Keedi (2007), os diversos transportes, dividem-se em três sistemas, sendo eles:

- a) Modal marítimo, que constitui também pelo fluvial e lacustre;
- b) Modal terrestre, que pode ser também ferroviário ou rodoviário; e
- c) Modal aéreo.

O modal marítimo é o mais utilizado, para importação e exportação, pois possibilita enviar uma quantidade grande para qualquer país e também qualquer tipo de mercadoria, sendo ela sólida, líquida, a granel, em pallets ou contêineres, ele é representado pelo modal que tem a maior capacidade para levar e trazer mercadorias, dentre os modais existentes (KEEDI, SAMIR 2007)

As vantagens do modal marítimo é a capacidade de carregar qualquer carga, em quantidade relativamente alta, sendo que nos outros modais, isso não é possível, em uma única vez, as tarifas cobradas também são mais competitivas em vista dos outros modais de transportes, é um modal flexível, podendo ser transportados, qualquer tipo de carga e não menos importante, é o menos suscetível as condições climáticas (BRASIL, MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES, 2004).

As desvantagens deste modal é a acessibilidade, pois os portos ficam longe das organizações exportadoras e importadoras, um grande entrave deste modal é a velocidade, sendo o modal mais lento dentre os existentes, podendo muitas vezes passar por congestionamento nos portos (BRASIL, MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES, 2004).

O modal Fluvial é realizado em rios, portanto navegações interiores, impossibilitando os navios de grande porte navegar, pois alguns rios não têm a profundidade adequada para que um barco grande navegue e com mercadorias, o modal fluvial, suporta navios pequenos, mais comuns as barcaças navegarem (KEEDI, SAMIR 2007).

As navegações que são realizadas em lagos, sendo também uma navegação interior como a dos rios, é utilizado no Modal Lacustre, onde as navegações são ligando países circunvizinhos, podendo ser nacional ou internacional, é basicamente uma cabotagem, sendo que dentro no território nacional, este modal é utilizados para ir de um local nacional até outro também nacional e se for no caso de países estrangeiros a mesma coisa, só pode navegar de um local para outro, mais em águas estrangeiras (KEEDI, SAMIR 2007).

O modal rodoviário é o utilizado em território nacional ou internacional, sendo feito em estradas de rodagem, ele é muito utilizado para levar as mercadorias, ou os próprios contêineres das empresas para os portos de embarque. O modal rodoviário utiliza veículos como: caminhão, carreta, tremi-nhão e bitrem, dentre outros veículos. Este modal é o único que tem a possibilidade de levar uma mercadoria da porta do vendedor até a porta do comprador, sem precisar do auxílio de outros modais (KEEDI, SAMIR 2007).

Podendo citar como vantagens do modal rodoviário a versatilidade, acessibilidade, prontidão e a embalagem, é um modal no qual exige menos embalagens, de fácil acesso e podendo carregar qualquer tipo de carga, para os lugares determinados (BRASIL, MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES, 2004).

Mas em contra partida existe as desvantagens deste modal, que é a capacidade, não consegue transportar uma quantidade muito grande em uma única vez, não pode fazer trajetos de longas distancias, pois é um modal que tem limitações, a regulamentação rodoviária, segurança e o controle interno, também podem ser citados (BRASIL, MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES, 2004).

O modal ferroviário não é um modal muito utilizado em negociações internacionais, mais não pode ser deixado de lado, pois é também utilizado em alguns negócios, se limita em linhas férreas, caracterizado pelas locomotivas e) vagões, podendo ser usados vagões aberto ou coberto, é muito utilizados para carregar carvão, minérios, fertilizantes e outros produtos. Mesmo não sendo muito

utilizados para o âmbito internacional, é um modal que pode ser comparado com o modal marítimo se tratando de capacidade de carga, pois possibilita juntar vários vagões em uma única viagem (KEEDI, 2007).

Tem como vantagem a capacidade de transportar um grande volume de cargas, flexibilidade combinada, no caso de subsistema água-ferrovia, a velocidade é um quesito forte neste modal e o custo também é atrativo. E tem como desvantagem o transbordo, por ser longe das empresas, inviabilizando a utilização em muitos casos, e o mais frustrante de todos os furtos que acontecem com este modal (BRASIL, MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES, 2004).

O Modal Aéreo é considerado a caçula de todos os modais existentes, pois surgiu no início do Séc. XX. Este modal é muito utilizado para transportar mercadorias valiosas, ou em pequena quantidade, pois sua capacidade é limitada (KEEDI, 2007).

Sua principal vantagem é a velocidade, é o modal mais veloz até o momento, segurança e cobertura de mercado é também um atrativo, pois pode levar as mercadorias para qualquer lugar do mundo. Mas como todo modal tem seus prós e contras, este não é diferente, pois tem como desvantagem a capacidade como já comentado, não pode ser transportada cargas a granel, e o custo, é o modal mais caro dentre os outros (BRASIL, MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES, 2004).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo tem como papel mostrar a metodologia usada para a realização da pesquisa. Utilizando a metodologia correta, ajuda e facilita a busca e organização dos dados encontrados com a pesquisa em questão.

Para Andrade (2005), a metodologia é um conjunto desses métodos que serão utilizados na busca pelo conhecimento, e aprimoramento das pesquisas e todos estão relacionados aos métodos fundamentais para a efetivação da pesquisa, fazendo com que o pesquisador diferencie os meios adotados no estudo, e assim, o mesmo seja executado com sucesso. Com isso, toda a análise da pesquisa será analisada e estudada, tudo se baseando em métodos científicos.

Neste presente capítulo será apresentado os procedimentos metodológicos aplicados neste estudo, citando o delineamento da pesquisa, a definição da população e amostra, plano de coleta de dados e por fim, a análise dos dados obtidos.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para Pinheiro (2010), as pesquisas bibliográficas são consideradas as fontes publicadas para acesso como livros, para interpretação ou apenas referências, artigos de periódicos como revistas e panfletos, dicionários ou enciclopédias e também por meios de comunicações como rádio, televisão, jornal e na internet.

Já para Vergara (2009), ela acredita que a pesquisa deve ser classificada em dois aspectos:

- a) Quantos aos fins: que pode ser descritiva ou aplicada;
- b) Quantos aos meios: que pode ser bibliográfica.

Segundo Cervo e Bervian (2002) o tipo de pesquisa descritiva é a que analisa, armazena e correlaciona fatos ou fenômenos sem alterá-los, é utilizada principalmente nas ciências humanas e sociais. A pesquisa descritiva tem a finalidade de identificar os fatores que determinam as dificuldades enfrentadas pelas empresas, em relação aos processos logísticos de toda a matéria prima trazidas do exterior e nacionalizando-as.

Mas, para Gil (2007), a abordagem da pesquisa descritiva tem por

finalidade analisar todos os dados que precisam ser estudados, com um pouco mais de atenção.

Para Santos (2000), a pesquisa descritiva é empregada na coleta de informações através da análise sistemática, ligadas aos fenômenos, as quais precisam ser esclarecidas.

A pesquisa aplicada, procura produzir conhecimento com a intenção de que todos os seus resultados possam ser utilizados na prática, resolvendo os problemas que podem vir a aparecer (BARROS; LEHFELD, 2000).

Segundo Mattar Neto (2003), referindo-se aos meios, encontra-se a pesquisa do tipo bibliográfica e um estudo de caso. A pesquisa bibliográfica é considerada uma forma para a obtenção de informações, com a análise de documentos, artigos, livros e outros tipos de conteúdo.

A vantagem para o tipo de pesquisa bibliográfica, é que "A pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente" com a possibilidade de ler diversos livros de diferentes escritores, cada um com seu ponto de vista de determinado assunto (GIL, 2007).

No quadro abaixo, encontra-se os principais autores estudados como referências ao longo de toda a pesquisa:

Quadro 1 – Assuntos e autores de referência.

Assunto	Autores	Tema Abordado
A gestão logística Global	LARRAÑAGA, Félix Alfredo	Logística, globalização
Metodologia científica	CERVO, Amado; BERVIAN, Luiz	Metodologia científica
Logística Empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física	BALLOU, R. H.	Logística Empresarial
Marketing internacional: uma estratégia empresarial	NOSÉ JUNIOR, Amadeu	Estratégia empresarial

ABC do comércio exterior e Logística de transporte internacional, veículo pratico de competitividade	KEEDI, Samir	Comércio exterior
--	--------------	-------------------

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

No presente estudo, utiliza-se a pesquisa de campo, onde é estudada a empresa, seus métodos de trabalho, como ela se porta perante as negociações e os métodos utilizados para que todo o processo de importação e nacionalização ocorra de forma correta.

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO - ALVO

A presente pesquisa foi realizada em uma empresa segmentada no setor cerâmico, com fritas esmaltes e corantes para a cerâmica e tem sua unidade produtiva instalada no Brasil desde 1991, sua sede fica localizada em Morro da Fumaça, Santa Catarina, sua fundação foi em 1978 em Villa real (Castellón, Espanha).

Para Appolinário (2006), a pesquisa científica pode ser considerada e aplicada, com pessoas que residem próximos à empresa ou trabalham na mesma, pois ambas partes conhecem e podem responder de forma segura, pois conhece e sabe como funciona dentro e fora da organização.

Quadro 2: Estruturação da População-Alvo

Objetivo	Período	Extensão	Unidade de amostragem	Elemento
Analisar os entraves logísticos para aquisição e nacionalização de matéria-prima importada	Junho de 2014	Criciúma	Empresa multinacional do ramo cerâmico, situada em Morro da Fumaça, SC	Logísticas dos processos

Fonte: Dados elaborados pelo pesquisador.

3.3 PLANO DE COLETA DOS DADOS

Para Mattar (2003), os dados primários são aqueles que ainda não foram coletados, já os dados secundários são às informações já coletadas, e tabuladas.

A coleta de dados constitui do bom emprego das técnicas para o alcance dos dados que se queira obter, isso acontece depois de já ter escolhido o tema, ter os objetivos já pré-definidos, assim surge a coleta dos dados, para dar mais embasamento a pesquisa realizada (CERVO; BERVIAN, 2002).

Esse estudo foi realizado por uma análise de dados de origem primária, sendo que a pesquisadora coletou todos os dados, por meio da pesquisa efetuada junto às organizações.

Segundo Pinheiro (2010), deve-se escolher um método de pesquisa, que ajude e possibilite a pesquisadora fazer uma análise em dados verídicos, e de forma que não haja erros na coleta dos dados.

O estudo foi feito e utilizado a técnica de coleta de dados qualitativa, onde a pesquisadora tem por finalidade analisar os entraves logísticos da importação.

Segundo Tantim (2004), a pesquisa qualitativa é a coleta dos dados, onde o pesquisador em questão, fará uma pesquisa confiável, e expondo assim, sua análise de modo interpretativo, com o intuito de obter os resultados onde sejam analisados por meio de conhecimentos já adquiridos.

Para Pinheiro (2010), é fundamental a aplicação adequada dos métodos de análise nos todos os resultados obtidos, pois se o presente estudo não estiver em uma metodologia adequada e ter uma interpretação adequada, a escolha do delineamento da pesquisa e a aplicação da coleta de dados tornam-se supérfluos.

3.5 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

Para Neves (1996) enquanto os estudos quantitativos geralmente buscam seguir com rigor um plano estabelecido, baseado em hipóteses claramente indicadas e variáveis que são objeto de definição operacional, a pesquisa qualitativa por sua vez, costuma ser direcionada ao longo do seu desenvolvimento.

A técnica de análise dos dados contou com uma abordagem qualitativa, onde no capítulo quatro, apresenta uma tabela constando de forma sintetizada e explicativa os incentivos fiscais existentes no Brasil, quem pode obter os incentivos e qual a legislação pertinente.

3.6 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quadro 3: Síntese dos procedimentos metodológicos

Objetivos Específicos	Tipo de pesquisa quanto aos fins	Meios de investigação	Técnica de coleta de dados	Procedimento de coleta de dados	Técnica de análise de dados
Relatar as causas e efeitos que a globalização causou as organizações	Exploratória a Descritiva	Pesquisa de campo e Bibliográfica	Entrevista em Profundidade	Roteiro Semi Estruturado. Entrevista pessoal	Qualitativa
Identificar a evolução das empresas que optaram pela internacionalização, e quais os pontos fortes e fracos deste processo					Quantitativa
Avaliar o processo de nacionalização, relatando os procedimentos logísticos para nacionalizar a matéria prima Carbonato de Bário					Qualitativa
Relatar conceitualmente a logística em si, aprofundando em seguida para a logística internacional, a logística brasileira e por fim a logística portuária					Qualitativa
Identificar os modais logísticos existentes e quais os ganhos que as empresas estão obtendo, utilizando destes serviços, e quais suas perdas ou dificuldades					Qualitativa

Fonte: Dados elaborados pelo pesquisador.

4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

Quanto ao questionamento sobre os entraves logísticos enfrentados pela empresa localizada no Morro da Fumaça Santa Catarina, se referindo a importação de Carbonato de Bário, sendo um produto químico considerado muito perigoso, o gestor da empresa comenta que alguns anos atrás existia uma empresa chamada Química geral do Nordeste, localizada na Bahia, onde as cerâmicas da região de Santa Catarina, compravam tais produtos químicos desta empresa, pois não tinham ou não sabiam de como importar este mesmo material químico e perigoso, mas devido alguns problemas, esta mesma empresa fechou, foi onde as cerâmicas entraram no comércio internacional, pois no entanto, elas se privavam, para não enfrentar gastos que naquele momento era desnecessário, mais devido as circunstâncias, se converteu em necessidade para estas empresas.

Uma matéria prima muito utilizada por estas empresas a matéria prima "Carbonato de Bário ", um produto perigoso, por ser tóxico, no qual exige cuidados especiais na importação, caso aconteça algum problema no navio, o container ou outra embalagem que comporta este material, deverá ser jogado fora "abandonado" e no caso das transportadoras, elas precisam instruir seus motoristas, pois em qualquer problema, eles precisam entrar em contato com a polícia, bombeiros e central de emergência.

A grande dificuldade das empresas hoje no Brasil, ponderando as importações, o Brasil é um dos países mais burocráticos que existem, não só nas importações, quanto maior a burocracia maior o custo no Brasil, liberar o processo com maior agilidade este é o objetivo a ser seguido, as tarifas/taxas tem um custo elevado, onde as empresas poderiam ser mais competitivas, com produtos e preços melhores, podendo se aperfeiçoar melhor em alguns setores, girando a economia do país e seguindo destes entraves, um outro que também não deixa de ser uma dificuldade para as empresas, é encontrar um fornecedor, no qual cumpra com as normas de segurança exigidas, tanto no modal marítimo, quando no rodoviário, entre outras dificuldades que ainda nos atrapalham no decorrer das negociações.

Em primeiro momento a empresa começou importando produtos de matriz que fica no exterior e revendendo no mercado local (Brasil), após algumas melhorias, e no aumento da demanda, a empresa de Santa Catarina, começou a produzir aqui e vender pro mercado nacional e internacional, mas como toda

empresa, está não foi diferente, a oscilação da moeda negociada é muito frequente, não possui uma instabilidade, no qual a empresa tem que se adequar a este ritmo.

Quanto a logística brasileira, ela vem em uma melhora constante, e esperasse uma melhora significativa, nestes próximos anos, isso por que depois da crise Européia os grandes fornecedores iniciaram as buscas por novos mercados, o que facilitou o processo de compras, atualmente o Brasil tem uma boa imagem no mercado internacional, desta forma a empresa consegue cotar com muitas empresas de diversos segmentos, buscando o melhor preço e com a melhor qualidade, ou um produto que atenda a sua necessidade, mais se a logística de transporte brasileira não ajudar, todos saem perdendo.

O primeiro contato com empresas de fora, foi por busca de equipamento e matérias-primas que o mercado nacional não possuía, ou que o preço não era atrativo, e hoje antes de fazer qualquer compra no mercado local, a empresa faz cotações com o mercado internacional, pois seu maior benefício e compromisso é tornar a empresa mais competitiva, com o que tem de melhor da tecnologia mundial, atraindo os olhares das grandes e pequenas empresas.

5 CONCLUSÃO

O cenário Mundial obteve um grande avanço, e está em constante mudança, As empresas vem buscando pela internacionalização desde seu primeiro contato com o mercado consumidor, o que isso antes não acontecia, pois estas empresas se bloqueavam, por medo de não serem aceitas pelo mercado consumidor e ser esmagadas pela concorrência, e com o processo de globalização tudo isso mudou, as empresas se tornaram mais ousadas, mais determinadas a lutarem e conquistarem seu espaço em meio as grandes empresas de todo o mundo. Está evolução das empresas, fez gerar a economia nacional e torná-las ainda mais competitivas perante o mercado global, com a ajuda de incentivos do governo para as importações e exportações .

Desta forma, a finalidade dessa pesquisa foi identificar os entraves logísticos, para que uma empresa do ramo cerâmico do Sul de Santa Catarina, importasse matéria prima e a nacionalizasse.

Foram encontrados vários entraves para a aquisição de mercadorias oriundas do exterior e quanto a sua logística até o mercado nacional e enfim sua nacionalização para ser utilizado em mercado interno. Começando a citar as dificuldades encontradas pelos empresários do mercado nacional, que buscam fornecedores fora, em primeiro momento seria encontrar um fornecedor, que tenha o que se precisa no momento, no qual supra também sua expectativa, quanto a qualidade da mercadoria e o preço da mesma, sem propagandas enganosas e produtos de baixa qualidade, seguido os entraves, também podemos citar pelos incentivos fiscais que o governo disponibiliza para alguns produtos, mas que infelizmente não são para todos, seguido os modais de transportes que possuem preços elevados, ou levam tempo superior ao negociado, as rodovias precárias, dificultando o trafego de cargas com peso elevado, o processo burocrático do Brasil para liberar e nacionalizar tais mercadorias e assim por diante, em cada processo existe um entrave no qual dificulta estas importações, e é por estes entraves que muitas empresas optam por ficarem somente em âmbito nacional.

Todas as empresas que optam por se internacionalizar, tendem a passar por estas dificuldades, mais tudo é resolvido, fazendo todo os procedimentos exigidos pelos órgãos responsáveis, de forma legal, toda empresa tem plenas condições de se internacionalizar, pra aprimorar seus produtos e conhecimentos,

basta procurar os contatos certos, se informar certo de tudo o que precisa e buscar incentivos do governo, caso precise.

Contudo, pode-se concluir que a logística de importação brasileira precisa se aperfeiçoar mais, para que as empresas que pretendem entrar neste meio, não tenham tantas dificuldades e não desistam de começo, as empresas evoluindo e se tornando competitivas, vai gerar empregos, a economia vai girar e todos os setores tendem a crescer cada vez mais, onde há a necessidade de que o governo melhore suas taxas de importação e exportação, e seja menos burocráticos neste quesito, pois o retorno vem para ambos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005. 174p.

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia das Ciências: filosofia e prática da pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

AZEREDO, S.; ORNELLAS, A.; RAMOS, R. **Jogos de empresas aplicados à logística empresarial: um panorama dos modelos disponíveis no país**. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO. Fortaleza: ABEPRO, 2006.

BALLOU, R. H. **Logística Empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**. São Paulo, Atlas 2007.

BARROS, A. J. S. e LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de Metodologia: Um Guia para a Iniciação Científica**. 2 Ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES. **O BNDES em um Brasil em transição, 2010**. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/livro_brasil_em_transicao/brasil_em_transicao_completo.pdf> Acesso em 16 de Setembro. 2014.

BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. **Logística Empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Atlas, 2010.

Brasil. Ministério das relações exteriores. **Exportação passo a passo**– Brasília: MRE, 2004.

BRASIL, Ministério do desenvolvimento da Indústria e Comércio Exterior – MDIC. **Balança Comercial Brasileira, dados consolidados, 2014**. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1394635352.pdf> Acesso em 24 de Junho 2014.

BRASIL, Ministério do desenvolvimento da Indústria e Comércio Exterior – MDIC, **Internacionalização das empresas brasileiras, 2009**. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1260377495.pdf> Acesso em 06 de Julho 2014.

BRASIL, Ministério do desenvolvimento da Indústria e Comércio Exterior – MDIC, **Secretário de Inovação do MDIC aposta na internacionalização de empresas para melhorar competitividade, 2014**. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/noticia.php?area=3¬icia=13238>> Acesso em 06 de Julho 2014.

BIZELLI, J; BARBOSA, R. **Noções básicas de importação**. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

CERVO, Amado; BERVIAN, Luiz. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2002.

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

CORTIÑAS LOPES, José Manuel; GAMA, Marilza. **Comércio Exterior Competitivo**. 2. ed. São Paulo: Lex Editora, 2005.

CUNHA, E.; LIMA, R. **O Jogo da Cadeia de Suprimentos**: uma proposta econômica e prática para a simulação de conceitos logísticos em sala de aula. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 24., 2004, Florianópolis. *Anais...* Florianópolis: ABEPRO, 2004.

DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em Ciências Sociais aplicadas**: métodos e técnicas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

DUARTE, Patrícia Costa. **Prioridades estratégicas competitivas para o desenvolvimento de uma plataforma logística**. In: RIRL2004 - Congresso Internacional de Pesquisa em Logística, 2004.

GARCIA, Luiz F. **O empreendedorismo e a globalização**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/noticias/o_empendedorismo_e_a_globalizacao/12558> Acesso em 25 de Junho de 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KEEDI, Samir. **ABC do comércio exterior**: abrindo as primeiras páginas. 2. ed São Paulo: Aduaneiras, 2004.

KEEDI, Samir. **Logística de transporte internacional**: veículo prático de competitividade. 2. ed São Paulo: Aduaneiras, 2007.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LARRAÑAGA, Félix Alfredo. **A Gestão Logística Global**. São Paulo: Aduaneiras, 2003.

LIMA, R. S. **Logística Empresarial**. Disponível em: <<http://www.rslima.unifei.edu.br/download1/Introducao%20%5BModo%20de%20Compatibilidade%5D.pdf>>. Acesso em: 18 de Junho de 2014.

LIMA, Maurício Pimenta. **Custos Logísticos na Economia Brasileira**. Disponível em: <<http://www.centrodeestudosemlogistica.com.br/new/fs-public.htm>>. Acesso em: 18 Junho de 2014.

LIMA, R. F. C.; **Práticas da gestão do transporte rodoviário de cargas as empresas**. Parte I. Coppead - UFRJ, 2007. 11p.

LOPEZ, José Manoel Cortiñas; GAMA, Marilza. **Comércio Exterior Competitivo**. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

LUZ, Rodrigo. **Comercio internacional e legislação aduaneira**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

____ LUZ, Rodrigo. **Comercio internacional e legislação aduaneira**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012, p.129.

MAIA PORTO, M.; SILVA, C.F. **Transportes, Seguros e a Distribuição Física Internacional de Mercadorias**. 2 ed. São Paulo, Aduaneiras, 2003.

MÁTTAR NETO, João Augusto. **Metodologia científica na era da informática**. São Paulo: Saraiva 2003. 261 p.

MELHORANÇA, Ângelo Oswaldo. **Boletim Eletrônico LUX 12**. São Paulo: Editora LUX, 1997.

MARTINELLI, Dante P.; VENTURA, Carla Aparecida Arena; MACHADO, Juliano R. **Negociação internacional**. São Paulo: Atlas, 2004. 240 p.

MINADEO, Roberto. **Marketing internacional: conceitos e casos**. Rio de Janeiro: Thex Ed., 2001.

NEVES, J. L. **Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades**. Cadernos de Pesquisas em Administração, v. 1, n.3, 2º sem., 1996.

NOSÉ JUNIOR, Amadeu. **Marketing internacional: uma estratégia empresarial**. São Paulo: Thomson, 2005

NOVAES, Antonio Galvão, **Logística e Gerenciamento da Cadeia de distribuição: Estratégia, operação e avaliação**. 2. Ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica: Projetos de Pesquisas, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses**. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2002

PINHEIRO, José Maurício dos Santos. **Da iniciação científica ao TCC: uma abordagem para os cursos de tecnologia**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010. 161 p.

PREFEITURA DE MARICÁ. **Produtos Perigosos**. Disponível em: <<http://www.marica.rj.gov.br/defesa/produtos.php>> Acesso em: 20 de Outubro 2014.

RAZZOLINI, E. **Logística Empresarial no Brasil: tópicos especiais**. Curitiba: IBPEX, 2007.

Revista Mundo Cerâmico. **Premio Mundo Cerâmico - Personalidade, Indústria e Fornecedores**. Disponível em: <<http://www.mundoceramico.com.br/mc141-142web.pdf>> Acesso em: 02 de Outubro de 2014.

ROCHA, Paulo Cesar Alves. **Logística e Aduana**. São Paulo: Aduaneiras, 2003

RODRIGUES, Paulo Roberto Ambrosio. **Introdução aos sistemas de transporte no Brasil e à logística Internacional**: veículo prático de competitividade. 2 ed., São Paulo, Aduaneiras, 2001

SANTOS, Antônio Raimundo dos. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 3. ed. Rio de Janeiro: DPeA editora, 2000. 139 p.

SANTOS, B. Processos de globalização. In: SANTOS, B. S. (org.) **A Sociedade portuguesa perante os desafios da globalização**: modernização económica, social e cultural. Porto: Afrontamento, 2001. p.31-106.

SEGRE, German. **Manual prático de comércio exterior**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SILVA, José U. **Gestão das Relações Econômicas Internacionais e Comércio Exterior**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SINA, Amalia. **Marketing Global**: soluções estratégicas para o mercado brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2008.

SINAY, M. C. F.; LIMA, R. F. C. “**Indicadores de desempenho operacional para centros de distribuição**” In: XIX CONGRESSO DE PESQUISA E ENSINO EM TRANSPORTESE, 2005, Recife. Anais. Recife: Anpet, 2005. 1713-1723.

SOARES, Cláudio César. **Introdução ao comércio exterior**: fundamentos teóricos do comércio internacional. São Paulo: Atlas, 2004.

UNCTAD. **Handbook on Foreign Direct Investment by Small and Medium-Sized Enterprises**: Lessons from Asia. Geneva: United Nations, 1998.

VERGARA, S. C. **Métodos de coleta de dados no campo**. São Paulo: Atlas, 2009.
WORLD BANK. Uma Globalização inclusiva e sustentável. Disponível em:
<<http://search.worldbank.org/all?qterm=globaliza%C3%A7%C3%A3o&op=>>
Acesso em 24 de Junho de 2014.

APÉNDICE

Sou Maria Carolina Réus Inácio, acadêmica do curso de Administração com Habilitação em Comércio Exterior da UNESC. Estou realizando uma pesquisa sobre os entraves logísticos enfrentados por uma empresa do ramo cerâmico, localizada em Morro da Fumaça Santa Catarina.

As informações deste questionário são sigilosas. Você e sua empresa não serão identificados.

1. Desde o primeiro momento que você começou a trabalhar neste departamento, quais as mudanças ocorreram na logística de importação, referindo se a matéria prima Carbonato de Bário?
2. Quais os maiores entraves que a sua empresa encontra ao comprar a matéria prima, trazer para o Brasil e nacionalizá-la?
3. Como você avalia a logística Brasileira atualmente?
4. Em relação ao setor de compras com os fornecedores internacionais, como funcionava o processo de cotação com eles, qual o entrave maior?
5. Quais indicadores relevantes para a internacionalização e os benefícios que isso traz a empresa?
6. De que forma o governo poderia estar melhorando ou mudando em questão da logística brasileira, para que as empresas daqui conseguissem maior chance no mercado.