

# UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE O COMÉRCIO EXTERIOR DA REGIÃO DA AMOSC E O ESTADO DE SANTA CATARINA

*Fernando Sergio Mazon*

Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI), Erechim, RS, Brasil.  
E-mail: <fernando@uri.com.br>.

*Suélen Fernanda Pansera*

Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI), Erechim, RS, Brasil.  
E-mail: <suelenpansera.sfp@hotmail.com>.

## RESUMO

O comércio exterior representa uma forma das empresas, regiões e países crescerem alcançando melhores níveis de desenvolvimento. Este estudo busca descrever como está caracterizado o comércio exterior da região da AMOSC (estado de Santa Catarina) em termos de empresas atuantes, como evoluiu e qual a sua contribuição no comércio exterior estadual. Para a concretização do trabalho, utilizou-se pesquisa bibliográfica e exploratória, por meio de estatística descritiva, contemplando gráficos e tabelas, juntamente com dados secundários referentes às exportações e importações da região e do estado no período de 2001 a 2014. Constatou-se que ao longo do período estudado, a região da AMOSC apresentou desempenho similar ao estado de Santa Catarina quanto ao número de empresas atuantes, porém, com crescimento significativamente inferior nos valores exportados e importados. As operações estão concentradas em poucos municípios e, aproximadamente metade deles não possui nenhuma empresa importadora ou exportadora.

**Palavras-chave:** Comércio Exterior, Exportação, Importação.

## 1 INTRODUÇÃO

A economia mundial deixou de ser um agregado de economias nacionais para converter-se gradual e progressivamente em um sistema econômico mundial, contemplando uma rede de interrelações financeiras, industriais, comerciais e tecnológicas que ocorrem entre as empresas, países e regiões (Bortoto *et al.*, 2012). É preciso reconhecer que o crescimento da economia mundial tem estreita ligação com o fluxo de comércio entre as nações, visto que a corrente mundial de comércio (exportações e importações) oferece aos países a oportunidade de comercializar seus produtos, fruto da disponibilidade de excedentes e/ou da especialização, além de suprir demandas

nos processos produtivos e possibilitar a aquisição de bens necessários para o consumo.

As organizações adotam estratégias de integração e expansão de suas atividades internacionais, de maneira a globalizar o seu negócio (Ludovico, 2009). Entre os anos de 2001 e 2014 o fluxo de comércio (soma das exportações e importações) do Brasil passou de US\$ 113,88 bilhões FOB (*Free on Board* – Livre a Bordo) para US\$ 454,16 bilhões, resultando num crescimento de 298,78%. Mesmo com essa evolução, o Brasil representou neste mesmo período em média, pouco superior a 1% do comércio mundial, oscilando entre o 20º e o 30º lugar no ranking dos países importadores e exportadores, de acordo com o *International Trade Centre* [ITC] (2015).

O desenvolvimento comercial do país influencia em maior ou menor grau o comércio exterior das unidades da federação (estados) e de suas regiões, dependendo de vários fatores, tais como: setores em expansão, vocação econômica, proximidade e acesso a diversos mercados, acordos econômicos, empreendedorismo local, entre outros. Conhecer o histórico do comércio exterior de uma região pode servir de subsídio para a tomada de ações futuras, com o intuito de consolidar ou impulsionar seu crescimento, que se converte em ganhos para as empresas, população e para a região como um todo.

Desta maneira, este estudo objetiva apresentar informações acerca da evolução do comércio exterior da região da Associação dos Municípios do Oeste de Santa Catarina [AMOSC] e de Santa Catarina no período entre 2001 e 2014, analisando algumas das informações obtidas no contexto estadual, em termos de participação percentual no número de empresas atuantes no comércio exterior do estado, taxas de crescimento e um comparativo entre a participação no Produto Interno Bruto [PIB] e no comércio exterior estadual.

Nas seções que compõem o trabalho, o referencial teórico apresenta conceitos sobre as principais formas de internacionalização dos empreendimentos, bem como as principais características, os benefícios da atuação por meio da exportação e importação e as modalidades predominantes nas empresas da região em estudo. A metodologia apresenta os tipos de pesquisa utilizados e a forma de análise dos dados; a seção de apresentação elenca algumas informações básicas da região em estudo e das características do seu comércio exterior, já as considerações trazem a essência das constatações para os objetivos propostos neste trabalho, bem como a oportunidade para a continuidade e aprofundamento das discussões.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

A internacionalização é descrita por Welch e Luostarinen (1988) como um processo no qual uma empresa se envolve em operações internacionais, seja para dentro ou para fora do país, representada inicialmente pela importação ou exportação.

Já as contribuições proporcionadas por Barreto e Rocha (2003) apontam que a internacionalização é um processo de envolvimento da empresa com o exterior, tanto para dentro (*inward*) pela

importação, licenças de fabricação, contratos de franquia ou tecnologia, como para fora (*outward*) pela exportação, contratos de franquias ou tecnologia, licenças de fabricação ou ainda, investimento direto no exterior. Czinkota e Ronkainen (2004) e Ludovico (2009) advogam que a internacionalização das empresas consiste em sua participação ativa nos mercados externos, traçando um caminho natural para se tornarem competitivas.

Cateora e Graham (2001) entendem que o envolvimento pode ocorrer por diversas formas de operação, incluindo importação e exportação, licenciamento, franquia, *joint-venture* e investimento estrangeiro direto. Os autores discorrem que uma empresa que decide internacionalizar-se precisa escolher uma estratégia de entrada em mercados internacionais compatível com o potencial de mercado, com as suas habilidades, grau de envolvimento com o marketing, bem como garantir o seu comprometimento. Ao decidir sobre qual vai ser a maneira de entrada no mercado internacional, estão entrelaçadas também as escolhas sobre o grau de risco, envolvimento e controle sobre as operações, incluindo o investimento necessário para o estabelecimento e sustentação da relação (Kotabe & Helsen, 2000).

Os primeiros estudos sobre internacionalização indicavam que ela aconteceria por meio de um “processo incremental” de envolvimento (e de aprendizado) com o mercado externo, representado pela exportação para países próximos geográfica e culturalmente o início desta trajetória. Essas pesquisas iniciaram com a Escola Nórdica (Uppsala) e tiveram como principais (e primeiros) pesquisadores Johanson e Wiedersheim-Paul (1975) e Johanson e Vahlne (1977).

Tais teorias evoluíram e outros estudos foram elaborados ao longo do tempo, abordando, por exemplo, o surgimento de organizações que estabelecem rápido e significativo envolvimento com o mercado externo, logo após o início de suas atividades. Uma das primeiras pesquisas que investigaram o fenômeno das empresas que já nascem voltadas para o exterior foi a de McDougall (1989). Ganitsky (1989) também abordou o tema em seu trabalho sobre exportadores israelenses, as empresas “estabelecidas expressamente desde sua criação para atender mercados estrangeiros”.

Knight e Cavusgil (1995) contribuem observando que nem todas as empresas que seguem o modelo incremental de internacionalização apresentam um novo tipo de empresa internacional:

a empresa nascida global, “*born global firm*”. Em contrapartida, a existência destas empresas representa um desafio às teorias tradicionais de internacionalização, como a da Escola Nórdica que analisa o empreendimento gradualmente envolvido nos negócios internacionais, passando no final a investir diretamente em instalações e processos no exterior.

Contudo, o caminho da internacionalização oferece múltiplas opções e cada empreendimento deve optar pelo modelo adequado à sua realidade ou condizente com a sua estratégia. No caso brasileiro, os primeiros estudos sobre o tema foram realizados a partir dos anos 2000 e apontaram o baixo grau de internacionalização das empresas brasileiras (Rocha, 2001). Segundo a autora, além do fator cultural, também os fatores geográficos, ambientais e motivacionais influenciam ou dificultam o processo de internacionalização dos empreendimentos. Tais fatores podem ser aplicados na análise do potencial e comprometimento das empresas com a internacionalização.

A propósito, Mariotto (2007) considera que a internacionalização é sim, um processo de envolvimento crescente da empresa em operações internacionais, onde o primeiro contato vivenciado por uma empresa com o mercado estrangeiro ocorre por meio de uma importação ou exportação, estágios de menor envolvimento e comprometimento.

A exportação consiste no envio de remessa de artigos para outro país, uma atividade que pode proporcionar ganhos em competitividade e estímulos para melhoria na eficiência da empresa (Segre, 2007). Este envio pode ter finalidades comerciais (venda, amostra, participação em feiras e eventos) ou não comerciais (presentes, reparos, devoluções).

Sendo assim, um dos principais benefícios obtidos por meio da comercialização internacional (exportação) pode ser o aumento das receitas operacionais. Adicionalmente, outros ganhos são o marketing e o status que ela gera, tanto para a empresa que exporta quanto para o país exportador, a qualidade e operacionalidade, a redução da instabilidade e diluição de risco, a ampliação de mercado e economia de escala e a importação de tecnologia oculta (Castro, 2013). Um plano de exportação aliado ao desenvolvimento da estratégia para que a empresa defina seus objetivos em atuar com outros mercados, é a base para que o sucesso ocorra (Ludovico, 2009).

Se a exportação é o envio de artigos (produtos ou serviços) para o exterior, a importação é o

processo inverso. O ato de importar significa a entrada de mercadorias provenientes do exterior em um determinado país (Maluf, 2000). Ao referir-se a tal assunto, Bortoto *et al.* (2012) apontam que a importação permite suprir falhas na estrutura econômica, colaborando na complementação dos produtos disponíveis à população de um país, ou de bens de capital necessários às organizações. Exemplos disso podem ser as amostras sem valor comercial, os produtos para feiras e eventos para comercialização, a utilização em processos produtivos e também produtos para pesquisa científica e tecnológica (Maluf, 2000).

Bizelli (2011) afirma que existem interesses específicos de órgãos governamentais nessas negociações, que ultrapassam os de compra e venda do mercado interno. Os governos se utilizam de alguns mecanismos para o controle do ingresso de produtos e serviços estrangeiros com o intuito de obter arrecadação tributária, prevenir a evasão de divisas, manter o equilíbrio da balança comercial e impedir a concorrência desleal do produto importado frente ao nacional.

Para Keedi (2004) a importação torna-se importante, pois praticá-la possibilita a diversificação de mercadorias e os países importadores deixam de atuar apenas no mercado interno em suas compras, aumentando assim o número de seus fornecedores e ao mesmo tempo reduzindo alguns riscos como o aumento de preços no país (inflação). Por outro lado, a importação pode gerar dificuldades em virtude da baixa competitividade do país, tendo como consequências negativas as crises em setores específicos da economia, baixos salários e até mesmo aumento nos índices de desemprego.

Várias são as maneiras de montar estratégias internacionais, razão pela qual se devem sempre rever os conceitos iniciais e ter a certeza de que melhorar o desempenho fará parte dos caminhos que a empresa deseja seguir (Ludovico, 2009). Tanto na exportação (venda/envio) quanto na importação (compra/recebimento), existe a opção de realizar as operações diretamente (por conta própria) ou indiretamente (com o auxílio de terceiros/intermediários).

Minervini (2013) aponta que as principais barreiras encontradas por parte do exportador são a falta de cultura exportadora dentro da empresa e a ausência de profissionais para gerenciar a internacionalização. Para o país exportador as principais dificuldades são a baixa competitividade

de, a falta de reconhecimento no mercado mundial, o excesso de regulamentações, as políticas cambiais e os elevados custos financeiros. Exportar é um processo que demanda conhecimentos de cultura, religião, política e hábitos de consumo de outros países, visto que existem diferenças e o conhecimento é essencial para uma negociação.

As barreiras encontradas no país importador, por outro lado, são: diferenças culturais, falta de infraestrutura para o transporte do produto, presença de concorrentes locais e a forte pressão por parte dos sindicatos que exigem o uso do produto local. Citam-se ainda a demora na verificação dos documentos necessários à importação, as normas e as barreiras técnicas, além da necessidade de adaptação do produto para que ele se torne exportável. Algumas das mudanças podem ser feitas na qualidade, no preço, no produto, ou de acordo com normas, usos e dimensões (Minervini, 2013).

### 3 METODOLOGIA

Este artigo foi elaborado com a utilização de pesquisas descritiva, bibliográfica e exploratória para especificar os detalhes das informações coletadas e estruturar o estudo. A primeira pesquisa descreve as características de determinada população ou fenômeno ou então, estabelece relações entre variáveis (Gil, 2006). De acordo com Vergara (2009) tal tipologia não objetiva explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para a explicação. De acordo com Malhotra (2012) a pesquisa descritiva fornece as características de grupos relevantes, como consumidores, vendedores, organizações ou áreas de mercado, neste sentido ela foi utilizada para a caracterização da região compreendida por meio do estudo dos membros da AMOSC e a evolução do seu comércio exterior.

A pesquisa bibliográfica serviu de base para o desenvolvimento da fundamentação teórica do artigo e foi desenvolvida com base em material já elaborado, constituída principalmente de livros e artigos. A pesquisa exploratória também foi utilizada neste estudo e proporcionou maior familiaridade com o problema, com objetivo de torná-lo explícito ou a constituí-lo com hipóteses (Gil, 2006).

Os dados utilizados são de origem secundária, provenientes de fontes oficiais e as coletas ocorreram entre os meses de fevereiro e abril de

2015, período em que foram divulgadas as estatísticas de comércio do ano de 2014. As principais fontes de consulta foram os sites do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior [MDIC], Secretaria de Estado da Fazenda de Santa Catarina [SEF], Federação Catarinense de Municípios [FECAM], da Associação dos Municípios do Oeste de Santa Catarina [AMOSOC], do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE] e do *International Trade Centre* [ITC]. O conjunto das informações providas serviu de base para a elaboração de tabelas e gráficos que permitiram a análise e comparação do esboço, no intuito de poder chegar a algumas constatações sobre as características do comércio exterior da região em estudo.

Primeiramente, buscou-se conhecer a organização do estado de Santa Catarina por regiões, para então delimitar o espaço de realização do estudo. Por proximidade geográfica optou-se pela região da AMOSC, composta por 21 municípios localizados no oeste do estado de Santa Catarina. Na sequência, foram coletadas informações do estado e da referida região (municípios, membros, população e PIB) e posteriormente, pesquisou-se acerca do comércio exterior estadual e regional.

O estado de Santa Catarina é formado por 295 cidades (IBGE, 2015) que estão organizadas em 20 associações regionais de municípios (FECAM, 2015). A AMOSC foi fundada em fevereiro de 1968 compreendendo na oportunidade, 34 municípios que compunham a microrregião do oeste catarinense (AMOSOC, 2015).

Com o passar do tempo, outras associações de municípios foram criadas e atualmente a AMOSC compreende 21 municípios que são: Águas de Chapecó, Águas Frias, Arvoredo, Caxambu do Sul, Chapecó, Cordilheira Alta, Coronel Freitas, Formosa do Sul, Guatambu, Irati, Jardinópolis, Nova Erechim, Nova Itaberaba, Pinalzinho, Planalto Alegre, Quilombo, São Carlos, Santiago do Sul, Serra Alta, Sul Brasil e União do Oeste (AMOSOC, 2015).

A estatística descritiva foi utilizada para a análise, além dos dados terem sido relacionados em gráficos e textos explicativos que permitiram entender o comércio exterior da região e sua evolução. O período relacionado na pesquisa compreende a série histórica entre os anos de 2001 e 2014 das estatísticas de comércio exterior, disponibilizadas pelo MDIC em sua página na internet distribuídos por municípios e unidades da federação.

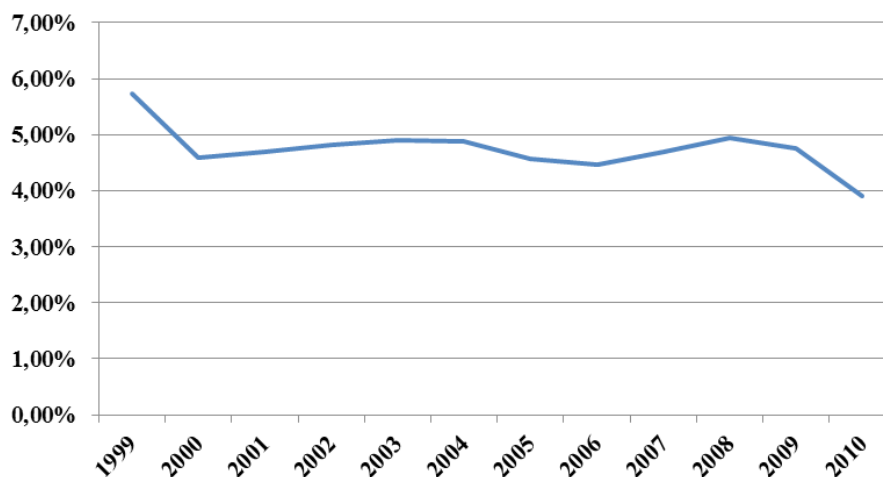


## 4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

No ano de 2010, conforme a Figura 1, os municípios da região da AMOSC representavam 3,57% da população e 3,91% do PIB do estado de Santa Catarina (SEF, 2015).

Figura 1: Participação Região da AMOSC no PIB de Santa Catarina

### Participação Região da AMOSC no PIB de Santa Catarina



Fonte: Secretaria de Estado de Fazenda, 2015.

Em 1999, a participação da região no PIB estadual era de 5,74%, reduzindo-se para 4,59% em 2000, mantendo-se com oscilações até o ano de 2008 (4,94%) e encolhendo 1,03% nos dois anos seguintes.

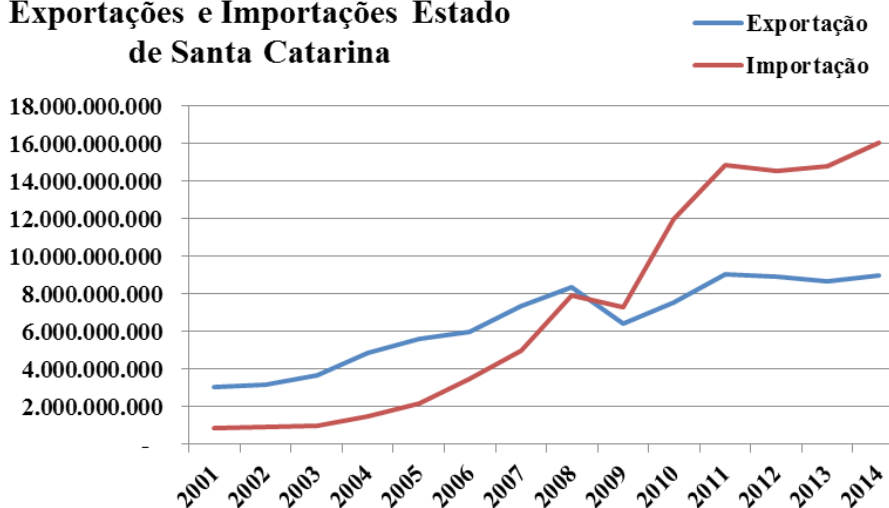
### 4.1 AS EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES POR VALOR (US\$)

O estado de Santa Catarina apresenta a predominância das importações sobre as exporta-

ções, conforme apresentado na Figura 2. As importações catarinenses evoluíram de US\$ 860.394 mil em 2001 para cerca de US\$ 16.019 milhões em 2014, um crescimento de 1.761% (MDIC, 2015). No mesmo período, as exportações cresceram de US\$ 3.031 milhões FOB em 2001 para US\$ 8.987 milhões FOB em 2014, uma expansão de 196%, muito menos expressiva que as importações.

Figura 2: Exportações e Importações do Estado de Santa Catarina

### Exportações e Importações Estado de Santa Catarina



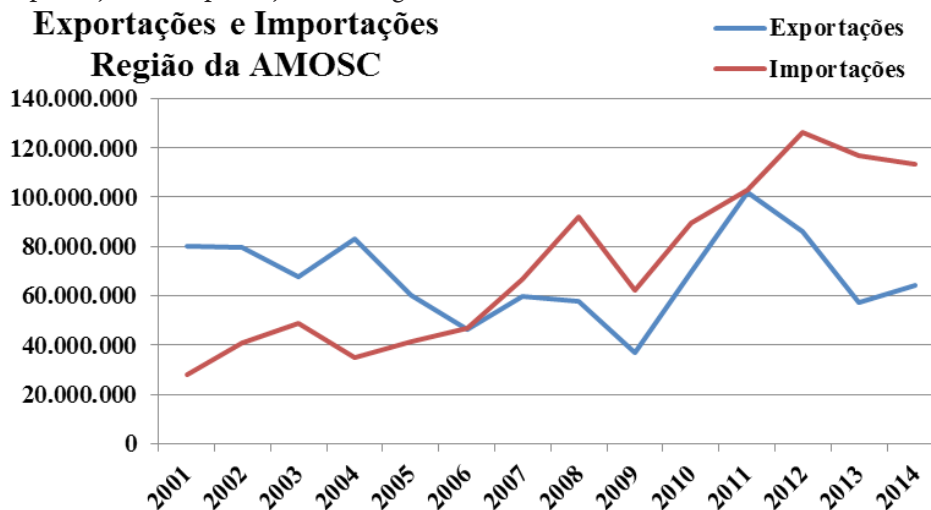
Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2015.

Tanto as exportações quanto as importações apresentaram uma trajetória crescente, exceto nos anos de 2008 e 2009, que constituíram uma retração no comércio internacional. Apesar disso, as exportações se mantiveram praticamente estáveis no período entre 2011 e 2014, ao contrário das importações que mantiveram fluxo ascendente (MDIC, 2015).

A região da AMOSC também registrou importações superiores às exportações no final

da série. Em 2001 a região exportou aproximadamente US\$ 80 milhões, registrando o seu menor valor em 2009: US\$ 36,6 milhões. A região alcançou o auge nas exportações em 2011, quando registrou US\$ 102,8 milhões em negociações, entretanto, nos anos seguintes este montante decresceu, registrando US\$ 64,3 milhões em exportações em 2014, um volume inferior ao que foi alcançado em 2001 (MDIC, 2015).

**Figura 3:** Exportações e Importações da Região da AMOSC



Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2015.

As importações regionais em 2001 foram de US\$ 27,9 milhões, representando crescimento ao longo da série, apesar de registrar algumas oscilações. O maior nível registrado aconteceu no ano de 2012, quando foram importados US\$ 126,2 milhões com recuo para US\$ 113,2 milhões em 2014. Verifica-se que as importações tiveram crescimento expressivo no período 2001-2014 e que os valores praticamente quadruplicaram (MDIC, 2015). Segundo Bortoto *et al.* (2012) as trocas entre os países ocorrem, entre outras razões, para garantir divisas, como as que pagam os serviços da dívida externa, e para adquirir bens e serviços, os quais não se têm, produz-se pouco ou mal, em razão de qualidade, preço, tempo, tecnologia, etc.

Os municípios com maior participação nas exportações da AMOSC em 2014 foram Chapecó (57,47%), Nova Erechim (7,18%) e Pinhalzinho (27,79%). Com maior número de estabelecimentos atuantes no comércio exterior (tanto na exportação quanto na importação), Chapecó também foi responsável por 89% das importações da região em 2014 (MDIC, 2015).

Os valores importados pela região da AMOSC correspondiam em 2001 a 3,24% dos va-

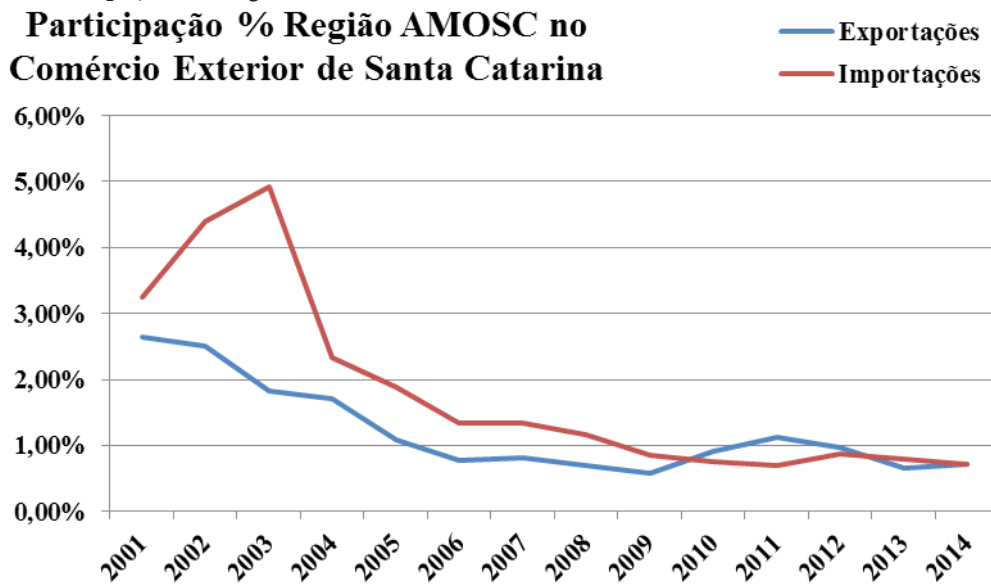
lores totais importados pelo estado de Santa Catarina. A região obteve a maior participação nas importações do estado no ano de 2003, quando alcançou 4,92%. Nos anos seguintes ocorreram repetidas reduções, chegando a 0,71% em 2014, além de registrar sua menor participação em 2011 com 0,69%.

A região foi responsável por 2,64% das exportações de Santa Catarina em 2001, decrescendo seu envolvimento nos anos seguintes. Por meio das informações apresentadas na Figura 4, é possível identificar que a menor participação aconteceu em 2009 (0,57%), aumentando em 2010 e 2011 para cerca de 1%, fechando a série em 2014 com 0,72% (MDIC, 2015).

#### 4.2 ESTABELECEMENTOS ATUANTES NO COMÉRCIO EXTERIOR

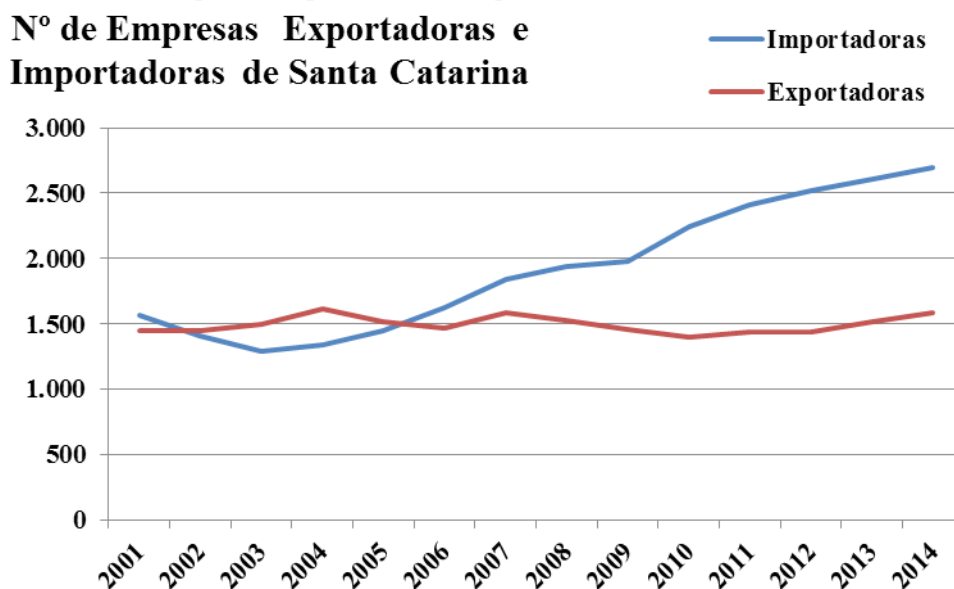
Os dados da Figura 5 revelam que no estado de Santa Catarina o número de estabelecimentos exportadores e importadores era quase o mesmo em 2001, quando registrava 1.447 empresas exportadoras e 1.567 importadoras. O número de exportadoras manteve-se praticamente constan-

Figura 4: Participação da Região da AMOSC no Comércio Exterior de Santa Catarina



Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2015.

Figura 5: Número de Empresas Exportadoras e Importadoras de Santa Catarina



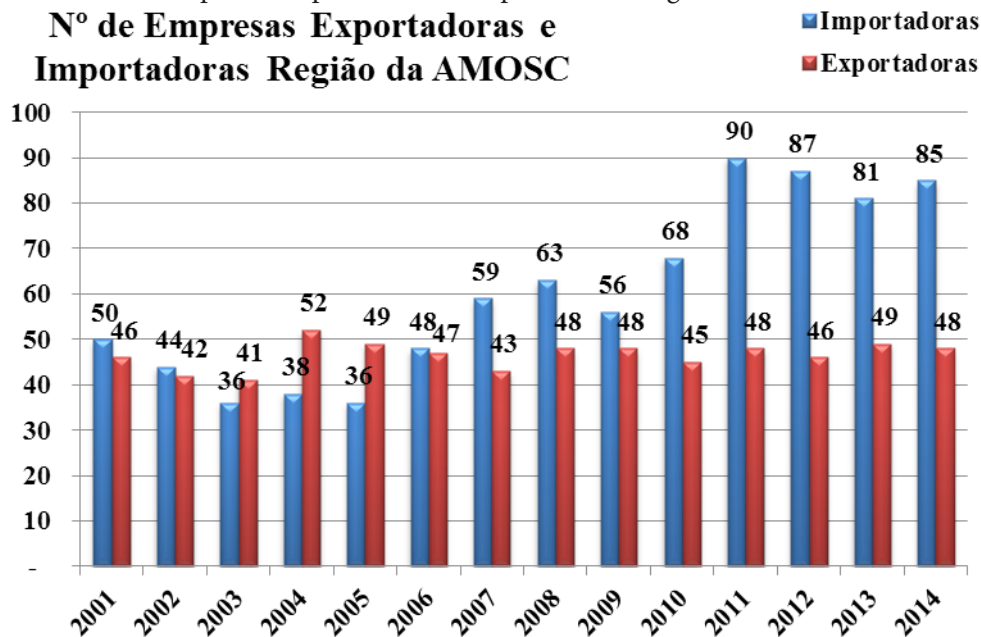
Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2015.

te e encerrou 2014 com 1.586 estabelecimentos. Já as importadoras apresentaram crescimento contínuo a partir de 2003, alcançando 2.696 estabelecimentos em 2014, o que representa quase o dobro do número de empresas exportadoras (MDIC, 2014).

Em 2001 existiam 50 empresas importadoras e 46 exportadoras sediadas na região da AMOSC. O ano de 2003 foi o que registrou o menor número de empresas atuantes no comércio exterior e em 2011 obteve-se o auge no número de empresas importadoras, uma vez que 90 empreendimentos realizaram importações. Conforme aponta a Figura 6, o número de organizações exportadoras

manteve-se relativamente constante na região, alcançando o auge em 2013 de 49 empresas que comercializaram para o exterior (MDIC, 2015).

Figura 6: Número de Empresas Exportadoras e Importadoras Região da AMOSC

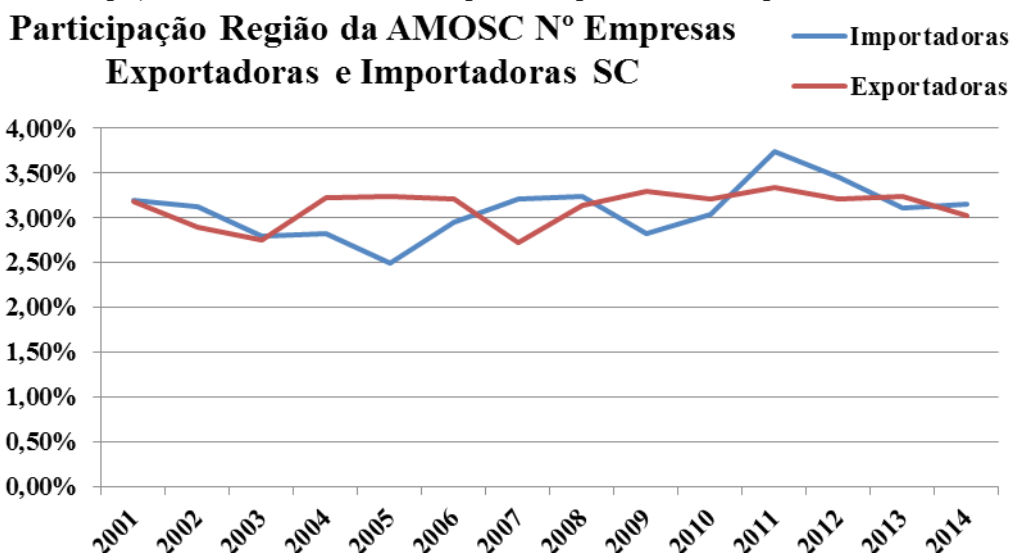


Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2015.

As empresas que operam com exportação estão cocentradas na cidade de Chapecó, sede de 29 das 48 exportadoras da região em 2014. Ao todo dos 21 municípios da AMOSC, 12 tiveram atividade exportadora entre 2001 e 2014, a maioria de forma esporádica. Apenas Chapecó, Coronel Freitas, Nova Erechim e Pinhalzinho apresentaram atividade em todos os anos da série (MDIC, 2015).

Relacionado às importações, Chapecó concentrou 75% dos estabelecimentos atuantes, que juntamente com Cordilheira Alta, Coronel Freitas, Nova Itaberaba e Pinhalzinho foram os municípios que tiveram importações em todos os anos do período pesquisado. Outros oito municípios registraram importações em alguns anos do período de 2001 a 2014.

Figura 7: Participação da AMOSC no nº de Empresas Exportadoras e Importadoras de Santa Catarina



Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2015.

A participação da região da AMOSC no número de estabelecimentos exportadores e importadores de Santa Catarina manteve-se praticamente estável entre 2001 e 2014. As empresas

exportadoras e importadoras da região representaram, respectivamente, 3,19% e 3,18% em 2001. Conforme apresentado na Figura 7, a maior participação da região aconteceu no ano de 2011



(3,73% das importadoras e 3,34% das exportadoras), porém, em 2014 o panorama era similar ao início da série em 2001 (MDIC, 2015).

O MDIC passou a disponibilizar, a partir do ano de 2012, estatísticas da quantidade de empresas exportadoras por porte localizadas em cada

município da federação e os valores por elas exportados. Para isto, as empresas são classificadas de acordo com o faturamento e o número de empregados. Para o setor industrial, os critérios de enquadramento estão apresentados na Figura 8.

**Figura 8:** Classificação MDIC porte de empresa industrial

Porte	Nº de Empregados	Faturamento Anual
<b>Micro Empresa</b>	Até 10	Até US\$ 400 mil
<b>Pequena Empresa</b>	De 11 a 40	Até US\$ 3,5 milhões
<b>Média Empresa</b>	De 41 a 200	Até US\$ 20 milhões
<b>Grande Empresa</b>	Acima de 200	Acima de US\$ 20 milhões
<b>Pessoa Física</b>	-	-

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2015.

Os municípios de Chapecó e Pinhalzinho foram os que apresentaram maior número de empresas exportadoras na região em 2013, respectivamente 28 e 8 empresas. O mesmo ocorreu com as importadoras, Chapecó mostrou 60 e Pinhalzinho 8 empresas importadoras em 2013 (MDIC, 2015).

De acordo com o MDIC (2015), a AMOSC apresentou 49 empresas exportadoras, que enviaram para o exterior valores superiores a US\$ 57 milhões FOB em 2013, último ano em que este

dado está disponível com as informações por porte de empresa.

Conforme é possível verificar na Figura 9, na região da AMOSC, as pequenas e médias empresas tiveram uma participação importante no número de estabelecimentos exportadores e também nos valores exportados. Somadas, as pequenas e médias empresas representavam 73,5% dos estabelecimentos exportadores da região em 2013 e quase 45% dos valores exportados naquele ano.

**Figura 9:** Empresas Exportadoras Região da AMOSC - 2013

Empresas Por Porte AMOSC	Nº de Empresas	% Total	Valor Exportado	% Total
<b>Micro</b>	4	8,1	356.102	0,62
<b>Pequena</b>	10	20,4	2.550.547	4,46
<b>Média</b>	26	53,1	23.104.543	40,42
<b>Grande</b>	9	18,4	31.149.852	54,5
<b>Total</b>	49	100	57.161.044	100

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2015.

As microempresas representam 8,1% do total e 0,62% dos valores exportados. As empresas de grande porte, tradicionalmente, apresentam baixo número e respondem por grande parte dos valores exportados. Estas empresas representaram 18,4% do total de estabelecimentos e foram responsáveis por 54,3% do total exportado pela região para o ano de 2013 (MDIC, 2015).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio deste estudo, identificou-se que a região em questão desenvolve operações internacionais para dentro e para fora (importação e

exportação), conforme descrevem Welch e Luostarinen (1988), Barreto e Rocha (2003), Cateora e Graham (2001) e Kotabe e Helsen (2000). Estas estratégias de atuação, especialmente utilizadas por empresas iniciantes (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson & Vahlne, 1977, 2009; Czinkota & Ronkainen, 2004) são caracterizadas por menor grau de envolvimento e influência, porém, implicam em menor investimento e risco. No início do período pesquisado, o estado de Santa Catarina e a região da AMOSC apresentavam superávit na balança comercial, contudo, a situação se inverteu e a região passou a apresentar déficit no ano de 2007 e o estado a partir de 2009.

Em termos gerais, a AMOSC perdeu participação na economia e no comércio exterior catari-

nense, uma vez que o PIB regional correspondia no ano de 2001 a 4,69% do PIB estadual, a mesma foi mantendo oscilações ao longo do período e no ano de 2010 teve sua participação reduzida para 3,91%. Além disso, as importações e exportações regionais constituíam em torno de 3% das transações externas do estado de Santa Catarina em 2001. Já em 2014, esta participação apresentou-se inferior a 1%, representando praticamente um terço do que concebia no início do período em estudo.

As exportações da região apresentaram oscilações em valores ao longo do período em estudo e em 2014 os valores exportados foram 19,1% inferiores aos registrados em 2001. Por outro lado, as importações apresentaram significativo desenvolvimento, porém, com índices inferiores ao crescimento verificado a nível estadual.

O número de estabelecimentos exportadores na região da AMOSC e em Santa Catarina praticamente não se alterou entre 2001 e 2014, resultando num pequeno incremento a nível regional de 9,61%, ao longo do período em estudo até o ano de 2014, fato este que permitiu à região manter o percentual de participação no número de empreendimentos exportadores do estado, que apresentou um pequeno acréscimo de 4,35%.

Por outro lado, a quantidade de empresas importadoras aumentou a nível regional e estadual, evidenciando um crescimento significativo de 72,05% no estado entre 2001 e 2014. Tal aumento foi quase sete vezes maior que o relacionado ao número de empresas exportadoras no mesmo período. No que se refere à região, verificou-se um incremento significativo de 84,8%, visto que em 2001 eram 50 empresas importadoras, passando para 85 empreendimentos em 2014.

Outro resultado positivo identificado pela pesquisa refere-se à significativa participação das pequenas e médias empresas nas exportações regionais. No ano de 2013, a totalidade destes estabelecimentos representaram 73,5% do número de empreendimentos exportadores e 44,88% de participação dos valores exportados.

Tomando-se como base a internacionalização por meio da exportação e importação e que suas atividades não são isentas de dificuldades, uma vez que o mercado externo é formado por países de diferentes idiomas, hábitos, culturas e leis (Ludovico, 2009), observa-se que as empresas da região da AMOSC apresentaram menor evolução no envolvimento com o mercado externo em comparação com o estado de Santa Catarina. O

número de empresas atuantes e os valores negociados alcançaram menores taxas de crescimento na região ou até decréscimo, como foi o caso das exportações (MDIC, 2015).

Contudo, a exportação pode proporcionar ganhos em competitividade e estímulos para melhoria na eficiência das empresas (Segre, 2007), estimulando-as a buscarem lucros maiores e melhorarem sua gestão, qualidade e produtividade. Além disso, proporciona às empresas gerar mais empregos e as estimula a adquirir novas e modernas tecnologias para se manter no mercado globalizado (Bortoto *et al.*, 2012).

Levando em consideração que a importação é um importante instrumento para a sobrevivência das firmas no próprio mercado, e que melhoraram os níveis tecnológicos pela aquisição de equipamentos, bem como a qualidade dos insumos utilizados no processo produtivo (Keedi, 2004), o aumento do número de empresas importadoras e o volume de importações permitem o seu desenvolvimento, e consequentemente da região que estão inseridas.

As importações de bens e serviços são benéficas para os consumidores que, pelo aumento da concorrência, podem contar com novas opções de produtos e, em muitos casos, com melhores preços. Entretanto, o descontrole neste tipo de operação pode gerar dependência do mercado externo, elevar os déficits da balança de pagamentos do país e prejudicar as empresas locais, assim como transferir empregos e renda para o exterior, tornando a economia local vulnerável no médio e longo prazo.

A presente pesquisa evidenciou a significativa redução na participação da região no PIB e no comércio exterior de Santa Catarina. Desta forma, visando à continuidade e aprofundamento do estudo, sugere-se uma investigação para identificar as razões que provocaram este fato, se, por exemplo, tenha sido ocasionada pelo crescimento acelerado por parte das demais regiões do estado, ou se pela redução no ritmo de crescimento regional.

Ressalta-se que para melhorar o desempenho da economia regional e do seu comércio exterior, é indispensável a consolidação das empresas internacionalizadas por meio da exportação e/ou importação, tanto pelo benefício do desempenho das que já se internacionalizaram quanto pela inserção de outras empresas no comércio internacional.

As informações apresentadas neste estudo visaram demonstrar a evolução e o panorama

atual do comércio exterior na região da AMOSC e em Santa Catarina, baseando-se principalmente nas estatísticas disponibilizadas pelo MDIC no período de 2001 a 2014. Não constituiu o objetivo desta pesquisa, a identificação das dificuldades ou dos motivos pelos quais algumas empresas não melhoram seu desempenho exportador/importador, ao mesmo tempo em que não há a inserção de outras empresas no comércio internacional.

Por fim, se solidifica a importância de aprofundar as pesquisas para identificar as razões pelas quais as empresas da região apresentaram baixo grau de internacionalização (Rocha, 2001), quer seja por fatores internos (cultura da empresa, produtos inadequados, baixa competitividade) ou externos (tamanho do mercado nacional, questões logísticas, legais) (Minervini, 2013). A identificação destes elementos poderá auxiliar gestores, empreendimentos e entidades locais (Bizelli, 2011) a tomarem decisões, com o objetivo de estimularem as empresas a atuarem de forma efetiva no comércio internacional, proporcionando ganhos para as organizações e para a região como um todo.

## REFERÊNCIAS

Associação dos Municípios do Oeste de Santa Catarina – AMOSC (2015). Disponível em: <<http://www.amosc.org.br>>. Acesso em: 12 de mar. de 2015.

BARRETTO, A., & ROCHA, A. (2003). A expansão das fronteiras: brasileiros no exterior. In: A. ROCHA (Orgs.). *As novas fronteiras: a multinacionalização das empresas brasileiras*. Rio de Janeiro: Mauad.

BIZELLI, J. S. (2011). *Importação: sistemáticas administrativa, cambial e fiscal*. São Paulo: Aduaneiras.

BORTOTO, A. C., REBONO, M., CASSAR, M., & RAMOS, R. S. (2012). *Comércio exterior: teoria e gestão* (3a ed). São Paulo: Atlas.

CASTRO, J. A. (2013). *Exportação: aspectos práticos e operacionais* (8a ed). São Paulo: Aduaneiras.

CATEORA, P., & GRAHAM, J. (2001). *Marketing internacional*. Rio de Janeiro: LTC.

CZINKOTA, M. R., & RONKAINEN, I. A. (2004). *International Marketing* (7a ed). Estados Unidos: Thompson.

Federação Catarinense de Municípios – FECAM (2015). Disponível em: <<http://www.fecam.org.br>>. Acesso em: 11 de mar. de 2015.

GANITSKY, J. (1989). Strategies for innate and adoptive exporters: lessons from Israel's case. *International Marketing Review*, 6(5), 50-65.

GIL, A. (2006). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4a ed). São Paulo: Atlas.

GUIDOLIN, B. (1991). *Economia e comércio internacional ao alcance de todos*. São Paulo: Atlas.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2015). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 10 de mar. de 2015.

International Trade Centre – ITC (2015). Disponível em: <<http://www.intracen.org>>. Acesso em: 16 de fev. de 2015.

JOHANSON, J.; & VAHLNE, J. E. (1977). The internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32.

JOHANSON, J.; & VAHLNE, J. E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsider-ship. *Journal of International Business Studies*, 40(9), 1411-1431.

JOHANSON, J.; & WIEDERSHEIM-PAUL, F. (1975). The internationalization of the firm: four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305-322.

KEEDI, S. (2004). *ABC do comércio exterior: abrindo as primeiras páginas* (2a ed). São Paulo: Aduaneiras.

KNIGHT, G., & CAVUSGIL, S. (1995). The Born global firm: a challenge to traditional internationalization theory. In: *Proceedings of the third symposium of the consortium for international marketing research*. Odense, Denmark, Odense University.

KOTABE, M., & HELSEN, K. (2000). *Administração de marketing global*. São Paulo: Atlas.

LUDOVICO, N. (2009). *Como preparar uma empresa para o comércio exterior*. São Paulo: Saraiva.

MALHOTRA, N. K. (2012). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada* (6a ed). Porto Alegre: Bookman.

MALHOTRA, N. K., ROCHA, I., LAUDISIO, M. C., ALTHEMAN, É., & BORGES, F. M. (2005). *Introdução à pesquisa de marketing*. São Paulo: Prentice Hall.

MALUF, S. (2000). *Administrando o comércio exterior do Brasil*. São Paulo: Aduaneiras.

MARIOTTO, F. (2007). *Estratégia internacional da empresa*. Thompson.

McDOUGALL, P. (1989). International versus domestic entrepreneurship: new venture strategic behavior and industry structure. *Journal of Business Venturing*, 4(6), 387-400.

MINERVINI, N. (2013). *O exportador: ferramentas para atuar com sucesso nos mercados internacionais* (6a ed). São Paulo: Pearson Education.

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC (2015). *Estatísticas de comércio*

exterior. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br>>. Acesso em: 21 de fev. de 2015.

ROCHA, A. (2001). *Por que as empresas brasileiras não se internacionalizam?* Rio de Janeiro: NUPIN/COPPEAD/UFRJ.

Secretaria de Estado da Fazenda de Santa Catarina – SEF (2015). Disponível em: <<http://www.sef.sc.gov.br>>. Acesso em: 15 de mar. de 2015.

SEGRE, G. (2007). *Manual prático de comércio exterior* (2a ed). São Paulo: Atlas.

VERGARA, S. (2009). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração* (11a ed). São Paulo: Atlas.

WELCH, L., & LUOSTARINEN, R. (1988). Internationalization: Evolution of a Concept. *Journal of General Management*, 14(2), 34-55.

## *A Comparative Study Between the Foreign Trade of the Region of AMOSC and the Santa Catarina State*

### **ABSTRACT**

Foreign trade is a way for companies, regions and countries grow and achieve better development levels. This research seeks to describe how foreign trade is characterized in the region of AMOSC (Santa Catarina state) in terms of companies' performance, its evolution and contribution to the state's foreign trade. Secondary data on exports and imports from 2001 to 2014 are used. To achieve these goals, bibliographic and exploratory research are used, with the presentation of data by using descriptive statistics, including graphs and tables. It was found that, over the researched period, the region of AMOSC had performance similar to the Santa Catarina state in terms of number of active establishments, however, with significantly lower growth in terms of export and import values. The operations are concentrated in a few cities and approximately half of them do not have any import or export company.

**Keywords:** Foreign Trade. Export. Import.

### **Endereço para contato:**

Suélen Fernanda Pansera  
Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI)  
Avenida Sete de Setembro, 1621  
CEP 99709-910 – Erechim, RS, Brasil.

Recebido em 11/08/2015

Aprovado em 13/12/2015

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

Editor-chefe: Claudionor Guedes Laimer