

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO A PARTIR DE FONTES DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS: UM ESTUDO COM EMPRESAS DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO PARA EXPORTAÇÃO

Leonardo Flach

PHD em Contabilidade e Finanças pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT/EUA)

Professor da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Programa de Pós-graduação em Contabilidade

E-mail: leonardo.flach@gmail.com

Alvaro José de Souto

Mestre em Administração - UFSC

Professor da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul)

Curso de Relações Internacionais

E-mail: alvarosouto@hotmail.com

Ana Letícia Souza

Bacharel em Relações Internacionais

E-mail: souza.anale@gmail.com

RESUMO

Este artigo tem por objetivo identificar e avaliar as principais fontes de informação para a análise de mercados internacionais e o uso destas fontes por parte das empresas que fazem parte do Programa de Qualificação para Exportação. Neste sentido, o problema de pesquisa é: Quais são as principais fontes de informação para a análise de mercados internacionais e de que maneira estas fontes são utilizadas por parte das empresas que fazem parte do Programa de Qualificação para Exportação? Partindo da base teórica sobre planejamento estratégico, utilizou-se como método de pesquisa a realização de entrevistas com especialistas na área de comércio internacional, e entrevistas realizadas com quatorze empresas que fazem parte do Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), do Núcleo Operacional do Vale do Itajaí. Os resultados desta pesquisa permitem traçar um mapeamento das principais bases de dados e fontes de informação para fins de gestão e planejamento nos mercados internacionais.

Palavras-chave: Planejamento estratégico; Mercados Internacionais, Fontes de Informação, Internacionalização de Empresas.

ABSTRACT

This article aims to identify and evaluate the main sources of information for the analysis of international markets and the use of these sources by companies that are part of the Export Qualification Program. In this sense, the research problem is: What are the main sources of information for the analysis of international markets and how are these sources used by companies that are part of the Export Qualification Program? Based on the theoretical basis of strategic planning, interviews were conducted with specialists in the international trade area, and interviews were conducted with fourteen companies that are part of the Export Qualification Program (PEIEX), the Operational Nucleus Valley of Itajaí. The results of this research allow mapping of the main databases and sources of information for management and planning purposes in international markets.

Keywords: Strategic planning; International Markets, Sources of Information, Internationalization of Companies.

RESUMEN

Este artículo tiene por objetivo identificar y evaluar las principales fuentes de información para el análisis de mercados internacionales y el uso de estas fuentes por parte de las empresas que forman parte del Programa de Calificación para la Exportación. En este sentido, el problema de investigación es: ¿Cuáles son las principales fuentes de información para el análisis de mercados internacionales y de qué manera estas fuentes son utilizadas por las empresas que forman parte del Programa de Calificación para la Exportación? A partir de la base teórica sobre planificación estratégica, se utilizó como método de investigación la realización de entrevistas con especialistas en el área de comercio internacional, y entrevistas realizadas con catorce empresas que forman parte del Programa de Calificación para Exportación (PEIEX), del Núcleo Operativo del, En el valle de Itajaí. Los resultados de esta investigación permiten trazar un mapeo de las principales bases de datos y fuentes de información para fines de gestión y planificación en los mercados internacionales.

Palabras clave: Planificación estratégica; Mercados Internacionales, Fuentes de Información, Internacionalización de Empresas.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo se propõe a discorrer sobre as principais fontes de informação utilizadas para a realização de análises de mercados internacionais. Estas fontes se apresentam como ferramentas necessárias a fim de se obter informações e dados para a pesquisa mercadológica. No que se refere aos objetivos específicos, estabeleceu-se a apresentação das principais fontes disponíveis, assim como visualização do cenário da utilização de tais fontes por empresas do Vale do Itajaí, participantes do Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX). O PEIEX é um programa da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), para auxiliar a

base exportadora do Brasil por meio de qualificação das empresas, de forma a torna-las mais preparadas e competitivas no cenário internacional.

O tema abordado pelo artigo, o qual consiste nas fontes de informação disponíveis, é relevante para o campo das Relações Internacionais posto que para que o processo de internacionalização ocorra, requer-se dos analistas de mercado e do empresariado, que tenham domínio sobre as principais ferramentas a serem utilizadas nas etapas da pesquisa de mercados internacionais.

2 REVISÃO DA LITERATURA

O estudo de administração estratégica teve sua forma definida pela primeira vez após a Fundação Ford e a Carnegie Corporation patrocinarem nos anos 50, uma pesquisa no currículo das escolas de negócios. Essa pesquisa recomendou que o ensino de negócios tivesse uma natureza mais ampla e incluísse um curso de capacitação em uma área chamada de política de negócios. Com o passar do tempo o curso de política de negócios passou a fazer parte de muitas escolas e foi se desenvolvendo. Nesse contexto de desenvolvimento, responsabilidade social e ética, o impacto de fatores ambientais políticos, legislativos e econômicos sobre o êxito na operação de uma organização, tornaram-se assunto de interesse. Essa ênfase mais ampla induziu os líderes da área a mudarem o nome do curso de política de negócios para administração estratégica. (GORDON e HOWELL, 1959; LEONTIADES, 1982).

Segundo Ansoff e McDonnell (1993), a administração estratégica vem sendo utilizada em muitas organizações e mesmo com a perceptível falta de consenso sobre o que precisamente significa o termo, tem evoluído e trazido significativos benefícios.

Para Certo e Peter (1993), a administração estratégica pode ser definida como um processo contínuo e interativo que visa manter uma organização como um conjunto apropriadamente integrado a seu ambiente. Ainda segundo os autores, a definição de administração estratégica necessita que os administradores se dediquem a uma série de etapas: realização de análise de ambiente, estabelecimento de diretrizes da organização, formulação e implementação da estratégia organizacional, bem como contínuo controle estratégico.

Os ambientes organizacionais mudam rapidamente e forma constante. E as organizações precisam se transformar de forma adequada para assegurar que as metas organizacionais sejam alcançadas (CERTO; PETER, 1993).

Uma organização pode obter diversos benefícios praticando corretamente a administração estratégica, entre eles a tendência de obtenção de maiores lucros. Com a ênfase da administração estratégica em avaliar o ambiente da organização, diminui a probabilidade que a organização seja surpreendida por movimentos de mercado. A administração estratégica começa com a análise do ambiente, isto é, com o processo de monitorar o ambiente organizacional para identificar os riscos e as oportunidades presentes e futuras (CERTO; PETER, 1993).

Os sinais e dados sobre as tendências e possibilidades futuras no ambiente são trazidos a empresa por meio de monitoramento, da previsão e da análise do ambiente. Para que se obtenha um reflexo fiel da realidade ambiental, é necessário usar uma técnica que capte os elementos essenciais dessa realidade (ANSOFF; MCDONNELL, 1993).

Os dados que chegam a empresa não se tornam automaticamente parte das informações nas quais as decisões são baseadas. Filtros como de modelo mental utilizado por analistas e de poder, que pode ser entendido como filtros da alta administração, ajudam na qualificação dos dados que são transformados em informações que serão consideradas na tomada de decisões (ANSOFF; MCDONNELL, 1993).

3 MÉTODO DE PESQUISA

No que diz respeito a metodologia, utiliza-se de pesquisa bibliográfica para abordar as etapas da análise de mercados internacionais. Foram entrevistados professores com experiência na área de comércio internacional, entidades e empresas de análise de mercados, além do estudo bibliográfico, para elencar as principais fontes de análise de mercados disponíveis. Foi elaborado um questionário com todas as fontes listadas e enviado para 60 empresas participantes do PEIEX do Núcleo Operacional do Vale do Itajaí, das quais 14 responderam e, a partir destas respostas, foram realizadas análises a respeito do conhecimento das fontes de informação pelas empresas entrevistadas.

Partindo da base teórica sobre planejamento estratégico, utilizou-se como método de pesquisa a realização de entrevistas com especialistas na área de comércio internacional, e entrevistas realizadas com quatorze empresas que fazem parte do Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), do Núcleo Operacional do Vale do Itajaí.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir, apresenta-se qualificadas fontes de informações disponíveis a gestores, interessados em fundamentada análise de ambiente para administração estratégica. Para facilitar a classificação, as fontes foram divididas em domésticas e internacionais.

O foco desta seção é elencar as fontes de informação específicas, porém cabe ressaltar a existência de outros meios para obtenção de informações, através de fontes mais gerais. Exemplos: As câmaras de comércio de países estrangeiros sediadas no Brasil, já que estas oferecem dados comerciais do país que representam. As entidades setoriais, que são divididas por segmento de produto ou serviço e exercem o papel de ajuda para as empresas de cada ramo. As Embaixadas brasileiras localizadas em países estrangeiros que possuem setores específicos para a promoção comercial do Brasil no exterior, conhecidos como SECOMs, assim como as embaixadas estrangeiras no Brasil, que disponibilizam informações de diversas áreas sobre o seu país, além de esclarecerem dúvidas. Os sites governamentais, pois compreendem áreas específicas de interesse e, podem ser de municípios, estados ou do país de interesse. Também os sites dos blocos regionais o entendimento de possíveis barreiras para seu produto ou serviço ou até mesmo a redução de tarifas que a empresa pode encontrar devido ao seu país de origem.

As fontes de informação abordadas nessa Seção representam as principais fontes no período estabelecido pelo presente trabalho. Podem ser classificadas em domésticas ou internacionais, pagas ou gratuitas, gerais ou específicas. A escolha e a utilização de cada uma delas varia com a necessidade e objetivo de cada análise de mercado.

4.1. FONTES DOMÉSTICAS

4.1.1. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (www.mdic.gov.br/)

O Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC) é um órgão federal que disponibiliza informações gratuitas a respeito do comércio exterior brasileiro, como notícias e dados. Na plataforma virtual do MDIC, ao acessar o item Comércio Exterior, encontraram-se estatísticas de comércio exterior, as quais são disponibilizadas em forma de relatórios sumarizados no formato Excel e fazem referência à balança comercial brasileira semanal, mensal, por país e bloco, por UF do

produto, por municípios da empresa, por *trading companies* e por cooperativas, além de lista com as empresas exportadoras e importadoras brasileiras. Os dados brutos das séries históricas e da base de dados, desde o ano de 1997 até 2018, também são oferecidos para consulta. Outras informações apresentadas por meio da plataforma virtual do MDIC são os acordos internacionais dos quais o Brasil faz parte, para que se possa compreender a funcionalidade de cada um deles, explicações sobre a Tarifa Externa Comum, sobre regime de origem, sobre importação e exportação, sobre *drawback*, sobre defesa comercial, sobre o PNCE, entre outros. O MDIC também disponibiliza outras fontes de informação, que são as ferramentas criadas e oferecidas pelo órgão para a análise de mercados internacionais (MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS, 2018).

4.1.1.1. Alice Web 2 (www.aliceweb.mdic.gov.br/)

O Alice Web é uma ferramenta que divulga estatísticas das exportações e importações brasileiras e permite a extração de relatórios sobre o comércio exterior brasileiro. Na plataforma é possível encontrar dados de 1989 até o ano atual, com atualizações mensais. As informações aparecem em dólares americanos, no formato de INCOTERM FOB (*Free on Board*) e, as variáveis disponíveis para consulta são: mercadoria, país, bloco econômico, estado, município, porto, meio de transporte. Todas as funções desta fonte são gratuitas (ALICE WEB 2, 2018).

4.1.1.2. Alice Web Mercosul (www.alicewebmercotel.mdic.gov.br/)

O Alice Web Mercosul consiste em uma ferramenta criada no ano de 2009 com o mesmo propósito do Alice Web, porém prioriza as estatísticas dos países que integram o Mercosul. As variáveis disponíveis para consulta são: mercadoria, país e bloco econômico, sendo que, assim como o Alice Web 2, as informações aparecem em dólares americanos, no formato de INCOTERM FOB (*Free on Board*). O acesso ao AliceWeb Mercosul também é gratuito. (ALICE WEB MERCOSUL, 2018).

4.1.1.3. CAPTA (www./capta.mdic.gov.br/index)

O Sistema de Consultas sobre Tarifas, Regras de Origem e Serviços dos Acordos Comerciais Brasileiros, conhecido como CAPTA, é uma ferramenta sistema que possui como função divulgar os acordos comerciais brasileiros, com o objetivo de facilitar o acesso à essas informações. A plataforma do CAPTA é atualizada semestralmente e se estrutura em quatro módulos, que são: as preferências tarifárias negociadas entre o Brasil e seus parceiros comerciais ou que são concedidas unilateralmente para o Brasil, tarifas aplicadas às exportações do Brasil pelos parceiros e pelo Brasil na tarifa aplicada das suas importações, regras de origem vigentes nos acordos e sistemas em que o Brasil faz parte e a lista de compromissos em relação ao setor de serviços em que os Membros da Organização Mundial do Comércio se comprometem. A utilização do CAPTA é totalmente gratuita. (CAPTA, 2018).

4.1.1.4. ComexVis (www.mdic.gov.br/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior/comex-vis)

O ComexVis é um projeto pensado para disponibilizar os dados do comércio exterior brasileiro de uma forma mais interativa, clara e transparente. Com esta ferramenta é possível extrair de modo gratuito os dados sobre a importação e exportação do Brasil, dos blocos e continentes, dos países parceiros, dos estados brasileiros, dos municípios brasileiros, dos principais produtos exportados pelo Brasil, dos principais produtos importados pelo Brasil e dos setores da indústria por intensidade tecnológica. Os dados são disponibilizados em forma de representações gráficas. (MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS, 2018).

4.1.1.5. Portal Único do Comércio Exterior - Siscomex (www.portalsiscomex.gov.br/)

O Portal Único do Comércio Exterior é um programa pensado para reestruturar os processos de trânsito aduaneiro, importação e exportação. Todavia, o Siscomex também é uma fonte de informação, pois o portal oferece informações diversificadas para a análise de mercado. Neste é possível encontrar manuais sobre processos do comércio exterior, como para elaboração da DU-E ou para despacho de exportação e importação, informações sobre a Tarifa Externa Comum, lista de bens sujeitos a tratamento administrativo, legislações relacionadas a atividades de comércio exterior editadas por entidades brasileiras como a Receita Federal, a Anvisa, o Ibama, entre outros. O portal

também disponibiliza notícias de comércio internacional, assim como serviços de simulação, promoção comercial e estatísticas. (PORTAL ÚNICO DO COMÉRCIO EXTERIOR, 2018).

4.1.1.6. Comex Responde (www.comexresponde.comexbrasil.gov.br/)

O Comex Responde consiste em uma ferramenta para solução de dúvidas sobre temas pertinentes ao comércio exterior, entre eles: legislação, exigências, documentos, e procedimentos operacionais e técnicos relativos às operações de importação e exportação, acordos internacionais, nomenclaturas, logística, estatísticas, tributos, crédito, financiamento e apoio à exportação, promoção comercial e oportunidades de negócios. O serviço é gratuito e realizado por meio do preenchimento de um formulário (COMEX RESPONDE, 2018).

4.1.2. Ministério das Relações Exteriores (www.itamaraty.gov.br/pt-BR/)

O Ministério das Relações Exteriores, também conhecido como Itamaraty, é o órgão responsável pela política externa brasileira. Exerce o papel de fonte de informação para a análise de mercados internacionais, dado que, em sua plataforma virtual, o ministério disponibiliza informações sobre as relações bilaterais do Brasil, as quais são divididas por país, de forma a conter a história da relação entre os países, as representações brasileiras no país estrangeiro e as representações do país estrangeiro no Brasil, assim como dados sobre as relações comerciais dos mesmos. Além disto, a plataforma disponibiliza noções sobre as organizações de integração regional que o Brasil faz parte, explicações sobre mecanismos inter-regionais, além de abordar agendas de comércio internacional, de organizações econômicas internacionais, financeira e tributária internacional e de negociações externas. (MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES, 2018).

4.1.3. Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (www.apexbrasil.com.br/)

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX-Brasil) é um serviço social autônomo vinculado ao Ministérios das Relações Exteriores. A APEX-Brasil possui três eixos de atuação, a promoção de exportações, a atração de investimento e a internacionalização

de empresas. A agência divulga estudos sobre produtos e regiões específicas, além de viabilizar projetos com entidades setoriais que proporcionam aos empresários mais informações para uma entrada segura no comércio internacional. A APEX-Brasil conta com doze escritórios no Brasil e no exterior para oferecer suporte as empresas brasileiras já inseridas ou que buscam inserção no mercado internacional. Os escritórios estão localizados nas seguintes cidades: Brasília, Recife, São Paulo, Moscou, Bruxelas, Pequim, Bogotá, Miami, São Francisco, Havana, Luanda e Dubai (APEX BRASIL, 2018).

4.1.3.1. Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais Para As Exportações Brasileiras da APEX-Brasil (www.geo.apexbrasil.com.br/)

O mapa estratégico consiste em uma ferramenta gratuita criada pela APEX-Brasil com o intuito de ajudar as empresas brasileiras nos seus processos de exportação e internacionalização. A plataforma permite visualizar os mercados em manutenção, consolidação, recuperação e abertura de acordo com o produto ou serviço da empresa, além de proporcionar os dados econômicos destes mercados. A busca pode ser realizada por país ou por produto ou serviço e permite que o analista possa gerar um relatório da sua pesquisa (MAPA ESTRATÉGICO, 2018).

4.1.4. *Invest and Export* (www.investexportbrasil.gov.br/)

O *Invest and Export* Brasil é uma plataforma multifuncional gratuita que oferece informações sobre os passos para realizar o processo de exportação e importação. Quanto ao estudo de mercados, é possível acessar documentos da série “Como Exportar”, os quais contêm informações sobre países específicos de interesse para os exportadores brasileiros. As informações são apresentadas nos seguintes tópicos: perfil sociopolítico, comércio exterior, economia e finanças, canais de distribuição, legislação, acesso a mercado e recomendações a empresas brasileiras. Ainda referente ao estudo de mercados, a plataforma também disponibiliza diversas pesquisas de mercado e informações sobre acordos comerciais que podem ser necessários ao empresariado brasileiro (INVEST AND EXPORT, 2018).

4.1.5. Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (www.inmetro.gov.br/barreirastecnicas)

O Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia, também conhecido como INMETRO, também funciona como uma fonte de análise de mercados internacionais, dado que possui uma seção em sua plataforma online nomeada articulação internacional, que se destina a ajudar os exportadores brasileiros a superar as barreiras técnicas ao comércio, por meio de informações e soluções. O INMETRO prove serviços como: Alerta Exportador!, o qual permite que a empresa selecione os países e produtos de seu interesse e passe a receber um aviso por e-mail qualquer nova exigência técnica informada à Organização Mundial do Comércio, assim como estudos de barreiras técnicas por país, exigências técnicas por país e produto, entre outros estudos especializados (INMETRO, 2018).

4.2. INTERNACIONAIS

4.2.1. Banco Mundial (www.data.worldbank.org/)

O Banco Mundial possui uma plataforma gratuita, na qual são ofertadas diferentes ferramentas que possuem um objetivo em comum, facilitar a disponibilização de dados. A ferramenta nomeada Dados de Livre Acesso do Banco Mundial, permite que se encontre dados por país, são eles: PIB em dólares, população, escolaridade, emissões de CO₂, taxa de pobreza, expectativa de vida, renda nacional bruta, capacidade do sistema de nacional de estatísticas, projeções financeiras, informações sobre finanças, mudanças climáticas e pesquisas. Outra ferramenta de análise e visualização oferecida pelo Banco Mundial e o *DataBank*, o qual permite que o analista encontre informações detalhadas, dado que a busca consiste na seleção da base de dados de interesse, do(s) país(es), das series e do ano. Além das ferramentas comentadas, a plataforma oferece índices de dados do Banco Mundial, dados microeconômicos, indicadores do desenvolvimento mundial, dados financeiros do Banco Mundial, projetos e operações e base de dados do consumo mundial (BANCO MUNDIAL, 2018).

4.2.2. Fundo Monetário Internacional (www.imf.org/en/Data)

O Fundo Monetário Internacional (FMI) serve como uma fonte de informação para a análise de mercados em razão dos estudos e trabalhos que desenvolve em prol dos seus objetivos, de forma a gerar bases de dado sobre diversos países. No tocante a disponibilização de dados, o FMI possui em sua plataforma uma ferramenta chamada de *IMF Data*, a qual prove dados e estatísticas de maneira gratuita, são eles: finanças do FMI como dados financeiros por país, taxas de câmbio, taxa de juros, entre outros, fontes de dados adicionais, bancos de dados do *World Economic Outlook*, dados da biblioteca eletrônica do FMI, estatísticas financeiras internacionais, principais indicadores globais, estatísticas de dívida do setor público banco de dados centralizado online, composição monetária das reservas oficiais de câmbio, pesquisa sobre acesso financeiro. Além disso produz diferentes materiais sobre estatísticas, como manuais e guias (FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL, 2018).

4.2.3. Fórum Econômico Mundial (www.weforum.org/)

O Fórum Econômico Mundial também serve como fonte de informação em virtude de elaborar e publicar relatórios sobre temas como questões energéticas, crescimento de novos mercados consumidores, previsões sobre hábitos de consumo futuros, competitividade de países em determinados mercados, entre outros assuntos. Vale ressaltar que as informações encontradas na plataforma do Fórum Econômico Mundial não possuem o enfoque em estatísticas e sim em relatórios e estudos, todavia tais informações são necessárias quando se pensa em analisar um mercado internacional, pois permite uma melhor compreensão do país alvo ou mesmo do contexto internacional em que este se encontra (FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL, 2018).

4.2.4 Organização Mundial do Comércio (www.wto.org/index.htm)

Além de prover notícias sobre o comércio mundial, a Organização Mundial do Comércio (OMC) possui na sua plataforma online uma área específica para dispor informações, nomeada de documentos, dados e fontes, que permite acessar de forma gratuita os documentos online sobre o trabalho da OMC, estatísticas comerciais, análises econômicas realizadas pela organização, publicações sobre assuntos relacionados ao comércio, vídeos e áudios, mapas com os fluxos

internacionais do comércio, biblioteca com coleções nacionais de estatísticas de Estados Membros e Não-Membros, além de um glossário com explicações de termos técnicos. (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 2018).

4.2.5. Organização das Nações Unidas (www.un.org/en/index.html)

A Organização das Nações Unidas (ONU) é uma fonte de informação que deve ser considerada quando se realiza a análise de mercados internacionais. A ONU divulga notícias e relatórios de acontecimentos internacionais, além de disponibilizar os seguintes dados e estatísticas: Base de Dados Estatística da Comissão Econômica para a Europa, Indicadores sociais, Indicadores de Metas de Desenvolvimento do Milênio, Banco de dados de estatísticas do comércio de commodities da ONU (Comtrade), UNdata e Rede de Informação da População das Nações Unidas (POPIN). Destacam-se aqui, duas destas ferramentas oferecidas pela ONU:

4.2.5.1. COMTRADE da Organização das Nações Unidas (www.comtrade.un.org/)

O sistema divulga dados comerciais gratuitos de diversos países do mundo. Possui publicações sobre comércio, tabelas analíticas sobre perfil dos países, exportações mundiais por classes de proveniência, destino e mercadoria, tabelas mensais e anuais sobre importação e exportação, dados sobre produtos manufaturados, entre outros. (COMTRADE, 2018).

4.2.5.2 UNdata (www.data.un.org/)

Por meio do UNdata é possível encontrar informações dos países de acordo com o tema ou pelo nome do país ou região. Os temas na base de dados são: crime, educação, energia, meio ambiente, finanças, alimentos e agricultura, gênero, saúde, desenvolvimento humano, indústria, base de dados de indicadores, tecnologia da informação e comunicação, trabalho, contas nacionais, população, aids, refugiados, turismo, comércio. Quanto à pesquisa por país ou região, encontram-se os seguintes tópicos: informações gerais, indicadores econômicos, principais parceiros comerciais, indicadores sociais, indicadores ambientais e de infraestrutura. (UNDATA, 2018).

4.2.6. Centro de Comércio Internacional (www.intracen.org/)

O Centro de Comércio Internacional (CCI) conta com uma seção de Informações de Mercado e Ferramentas desenvolvido pelo CCI, onde constam estudos de mercados específicos, estatísticas de comércio, tarifas e requerimentos de mercados, dados de investimento estrangeiro direto, programas de capacitação para análise de mercado, instruções sobre medidas não tarifárias, mapa de tratados de comércio, biblioteca, cursos online, entre outros itens. Além disso, o CCI desenvolveu um conjunto de ferramentas gratuitas para aqueles que almejam a exportação, são eles: *Trade Map*, *Market Access Map*, *Investment Map*, *Export Potential Map*, *Sustainability Map*, *Procurement Map* e *Trade Competitiveness Map*. (CENTRO DE COMÉRCIO INTERNACIONAL, 2018).

4.2.6.1. *Trade Map* ([/www.trademap.org/Index.aspx](http://www.trademap.org/Index.aspx))

O *Trade Map* fornece gratuitamente um banco de dados sobre o comércio internacional e contem indicadores de exportações, demanda internacional, mercados e concorrentes, assim como empresas de exportação e importação. Todas as informações são providas em forma de mapas gráficos e tabelas e divulgadas mensalmente, trimestralmente e anualmente (CENTRO DE COMÉRCIO INTERNACIONAL, 2018).

4.2.6.2 *Market Access Map* (www.macmap.org/)

O *Market Access Map* é uma ferramenta gratuita que foi criada para ajudar os setores da sociedade dos países em desenvolvimento. Por meio do *Market Access Map* os importadores e exportadores ao redor do mundo conseguem entender as condições para entrada no mercado internacional. A ferramenta é estruturada em seis módulos que ajudam o usuário a identificar barreiras tarifárias, barreiras não tarifárias e outros requisitos para acessar o país escolhido de acordo com o produto (CENTRO DE COMÉRCIO INTERNACIONAL, 2018).

4.2.6.3. *Investment Map* (www.investmentmap.org/)

O *Investment Map* permite checar os dados sobre estatísticas de comércio internacional e ajuda a identificar setores prioritários e países concorrentes para os investimentos estrangeiros direto. A análise realizada na plataforma é gratuita e pode ser feita em relação ao país, parceiro comercial ou setor (CENTRO DE COMÉRCIO INTERNACIONAL, 2018).

4.2.6.4. *Export Potential Map* (www.exportpotential.intracen.org/)

O *Export Potential Map* foi criado para identificar mercados ou produtos potenciais para exportação. É uma ferramenta gratuita e demonstra oportunidades de exportação de acordo com os dados de cada país e da comercialização de seus produtos. A pesquisa pode ser realizada a partir do produto, do mercado em interesse ou por país exportador. Por meio de imagens visuais, a ferramenta permite que dados complexos sejam compreendidos de maneira mais fácil (CENTRO DE COMÉRCIO INTERNACIONAL, 2018).

4.2.7. *Euromonitor Internacional* (www.euromonitor.com/)

A Euromonitor é uma fonte provedora de pesquisas de mercado internacionais presente em muitos países do mundo. O serviço oferecido pela fonte é baseado na pesquisa e análise de produtos e serviços, desta forma, conseguem identificar as tendências e necessidades em relação ao mercado consumidor. Alguns dos serviços prestados pela Euromonitor se destacam: o *Euromonitor Consulting*, o *passport*, o *market research reports* e o *research monitor*. O *Euromonitor Consulting* oferece estudos exclusivos, de acordo com a necessidade de cada específica de cada empresa, para que decisões mais confiantes possam ser tomadas. O *passport* consiste em um banco de dados de inteligências mercadológicas, de forma a oferecer uma visão ampla do mercado que a empresa pretende entrar. Já o *Market Research Reports*, serve para gerar relatórios sobre mercados e segmentos, com base nos dados coletados e armazenados no *Passport*. Por fim, o *Research Monitor* é um sistema online que permite a identificação de empresas líderes e tendências, estatísticas e análises internacionais. A Euromonitor consiste em uma fonte paga, mas que possui opções de demonstrações gratuitas para as empresas que estejam interessadas em seu serviço. Possuem times

de consultoria, base de dados e pesquisa e desenvolvimento de estudos específicos (EUROMONITOR, 2018).

4.2.8. Nielsen (www.nielsen.com/br/pt/solutions.html)

A Nielsen é uma empresa especializada na pesquisa de mercado e consiste em uma ferramenta com funções gratuitas e pagas, de acordo com o que a empresa busca. Proporciona gratuitamente breves visões e percepções sobre setores e produtos específicos, assim como destaques sobre o mercado e as preferências dos consumidores. As visões são divididas em categorias, sendo elas: consumo, dados demográficos, digital, entretenimento, varejo, tendências globais e geral. Já as soluções oferecidas mediante pagamento são divididas em quatro grupos principais, são eles: *consumerization*, *innovation*, *marketing effectiveness* e *sales effectiveness*. O *Consumerization* serve para ajudar as empresas a entenderem seus consumidores de forma customizada e visualizarem novas oportunidades diante desta situação. O *Innovation* proporciona que as empresas busquem a inovação em seus processos e campanhas. O *Marketing Effectiveness* mede de que forma as ações de marketing da empresa estão alcançando os objetivos estabelecidos. Por fim, o *Sales Effectiveness* oferece soluções para analisar as vendas da empresa (NIELSEN, 2018).

4.2.9. Global Data (www.globaldata.com/)

A *Global Data* é uma fonte provedora de relatórios, dados, consultoria e soluções com o objetivo de entender as tendências do futuro e assim ajudar no caminho dos seus clientes diante das incertezas que estes encontram. Os serviços consistem em inteligência de mercado, previsões de mercado, inteligência competitiva, percepções do consumidor, inovação e desenvolvimento de novos produtos, planejamento estratégico e marketing, além de gestão de canais e vendas. Cobrem cinco indústrias, que são: o consumidor, o varejo, a tecnologia, a saúde e os serviços financeiros. Esta é uma ferramenta paga, mas oferece demonstração de graça para as empresas interessadas (GLOBAL DATA, 2018).

4.2.10. *Data Monitor* (www.opendatamonitor.eu/)

Data Monitor tem como objetivo oferecer informações para os mais diversos setores da sociedade, como políticos, administração pública, ativistas, consultores, universidade, entre outros. Os dados que a ferramenta prove são gratuitos e abordam as seguintes categorias: negócios, meio ambiente, assuntos sociais, política interna, arte e cultura, transporte, agricultura e outros, sendo que cada categoria possui subcategorias específicas. A plataforma coleta dados de diferentes fontes e proporciona a visualização da disponibilidade de dados sobre os países europeus. Com o *Data Monitor* é possível comparar órgãos públicos, a qualidade dos metadados, divergir entre os dados disponíveis pelos membros da União Europeia e encontrar oportunidades de negócio (DATA MONITOR, 2018).

4.2.11. *Mintel* (www.brasil.mintel.com/)

A *Mintel* é uma agência fornecedora de inteligência que desenvolve estudos, análises de dados e pesquisas de mercado pagas para as empresas que buscam expandir o seu grupo de consumidores. As especialidades da *Mintel* são: pesquisa de consumo, inovação de produtos, análise competitiva e análise de mercado. Por meio de seus serviços a empresa oferece uma ferramenta paga, nomeada *GNPD* ou *Global New Product Database*, que é uma ferramenta de inovação que monitora o lançamento de novos produtos em mais de 60 países. Nele é possível encontrar relatórios anuais prontos realizados por analistas, gráficos, relatórios sobre ingredientes, embalagens, produtos inovadores, visualizar resultados com informações e gráficos mostrando as novidades e lançamentos por países, assim como realizar pesquisas avançadas e criar alertas para produtos específicos (MINTEL, 2018).

4.2.12. *Statista* (www.statista.com/)

O *Statista* é uma fonte que fornece dados e estatísticas pagas e também gratuitas. É possível realizar pesquisas por país, no qual para a obtenção das estatísticas básicas e do download de gráficos não se cobra pagamento. Já as estatísticas premium e download em formato PDF ou planilha de Excel são serviços pagos. As estatísticas por país que podem ser encontradas na plataforma são divididas em

grupos principais, que são: população, economia, finanças nacionais e comparação internacional. Além da busca específica quanto ao país, pode-se encontrar estudos sobre setores da indústria, relatórios de países, entre outros estudos (STATISTA, 2018).

4.2.13. *ConnectAmericas* (www.connectamericas.com/pt)

A *Connect Americas* foi criada pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento, com o apoio do Google, DHL, Alibaba e Visa, para promover o comércio exterior e os investimentos internacionais na América Latina e no Caribe. A fonte é gratuita e permite que se acesse informações sobre os países latino americanos e caribenhos. Visa ajudar as pequenas e médias empresas a consolidar seus negócios no cenário internacional. A *ConnectAmericas* proporciona o aprendizado de negócios internacionais, normas, dicas práticas, recursos de apoio aos empresários, oportunidades de financiamento e o conhecimento de eventos por setor em todo o continente. Além disso, apresenta tendências e oportunidades, casos de sucesso, guias e artigos (CONNECT AMERICAS, 2018).

4.2.14. *The Observatory of Economic Complexity* (www.atlas.media.mit.edu/)

Conhecido como OEC, o *Observatory of Economic Complexity* é uma ferramenta gratuita que permite a pesquisa por país, na qual constam as exportações, importações, balança comercial, destinos, origens, espaço do produto, complexidade e desigualdade de renda, ranking de complexidade econômica, de forma a obter uma análise rápida e visual dos países e seus produtos. A pesquisa também pode ser realizada por produto, além de disponibilizar listas de complexidade por país ou produto (THE OBSERVATORY OF ECONOMIC COMPLEXITY, 2018).

4.2.15. Organização Internacional do Trabalho (www.ilo.org/)

A Organização Internacional do Trabalho também serve como fonte de informação para analistas de mercado já que possui estatísticas e banco de dados sobre tópicos relacionados com o trabalho por país como situação de trabalho quanto ao gênero, renda, segurança, horas de serviço, assim como legislações sobre o tema. Além dos dados disponibilizados pela organização, também

divulga notícias envolvendo diferentes atores do cenário internacional. A fonte é gratuita (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2018).

4.2.16. Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (www.oecd.org/)

Por meio de uma plataforma gratuita os analistas podem encontrar no site da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) pesquisas sobre a economia de cada país e dados por país divididos nos seguintes tópicos: agricultura, desenvolvimento, economia, educação, energia, meio ambiente, finanças, governo, saúde, inovação e tecnologia, emprego e sociedade. Além disso, o site da organização ainda publica notícias que envolvem os países e suas práticas no cenário internacional (ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, 2018).

4.2.17. SisCoex ALADI (<http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/home.seam>)

O SisCoex é um sistema de informação de comércio exterior da Associação Latino-Americana de Integração (ALADI). O acesso ao SisCoex permite realizar consultas integradas, na qual se obtém informações sobre tarifas, preferências, normas reguladoras e comércio exterior por item. Também oferece estatísticas do comércio exterior como totais de comércio exterior por país ou região, principais parceiros comerciais de um país, principais produtos de comércio de um país, comércio por grupo de itens de um país, comércio por item de um país e participações no mercado. Outra opção disponibilizada são as tarifas vigentes, na qual aparecem informações resumidas, tarifas por país e por item e a Tarifa Externa Comum do MERCOSUL. A opção de acordos e preferências, permite visualizar os acordos da ALADI com preferências negociadas, preferências por item, informações consolidadas sobre as preferências e as nomenclaturas para acordos ALADI nas operações aduaneiras. Além de que, prove as normas regulatórias vigentes do comércio exterior por país, as correlações e nomenclaturas e os dados do comércio exterior na região da América Latina. A utilização da plataforma é gratuita (SISCOEX, 2018).

4.2.18. Data Library Asian Development Bank (<https://data.adb.org/>)

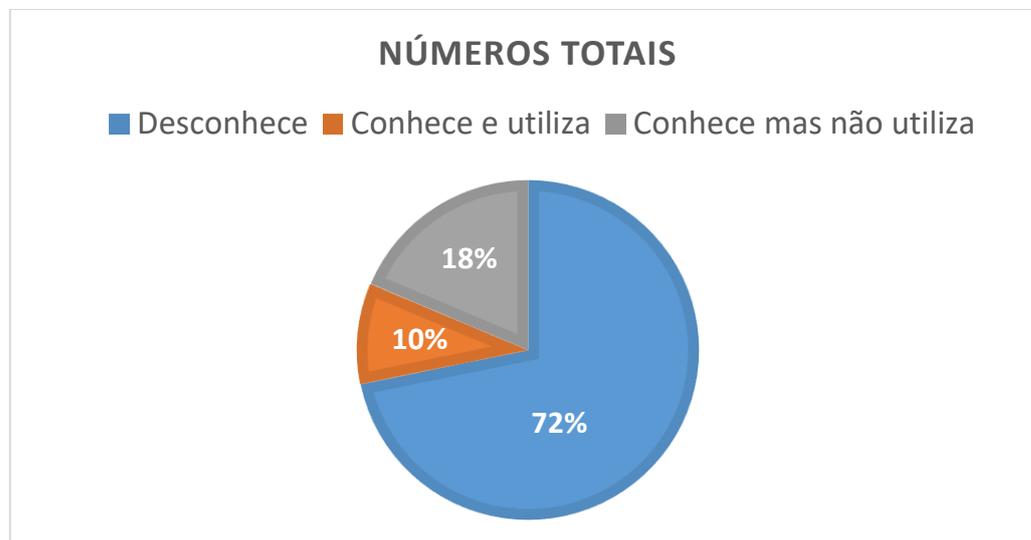
O *Data Library* é uma plataforma do Banco de Desenvolvimento Asiático pensado para facilitar a busca de dados e informações sobre os países asiáticos. Os dados cobrem as novas economias industrializadas, a região da Ásia em desenvolvimento, a Ásia Central, leste, sul e sudoeste e, o pacífico. Consiste em uma ferramenta que pretende facilitar a pesquisa e que disponibiliza conjuntos de dados como os macroeconômicos e sociais, financeiros e corporativos, painéis e históricos de dados. Alguns tópicos que podem ser utilizados para realizar a pesquisa são economia, pessoas, pobreza, indústria e comércio, setor financeiro, agricultura e recursos naturais (DATA LIBRARY ASIAN DEVELOPMENT BANK, 2018).

4.3. AS FONTES DE INFORMAÇÃO PARA OS EMPRESÁRIOS DO VALE DO ITAJAÍ

A terceira Seção visa medir o conhecimento de empresas participantes do PEIEX do Núcleo Operacional do Vale do Itajaí, sobre as fontes de informação para análise de mercados internacionais, assim como se estas são utilizadas ou não por esse grupo. Para tanto, foram enviados questionários para 60 empresas, das quais 14 responderam. As empresas entrevistadas se caracterizam pelo pequeno e médio porte, assim como por serem iniciantes nas ações de exportação e/ou internacionalização. No questionário, os entrevistados informaram quais fontes desconhecem, quais que conhecem e utilizam e, quais que conhecem, mas não utilizam. Pediu-se que, caso a última opção fosse a resposta, o motivo pela não utilização da fonte fosse justificado.

O gráfico a seguir revela os números totais obtidos com o questionário realizado com as empresas. As respostas tiveram como base as 35 fontes de informação para análise de mercados elencadas na seção dois deste trabalho.

Gráfico 01. Números totais sobre o uso das fontes de informação



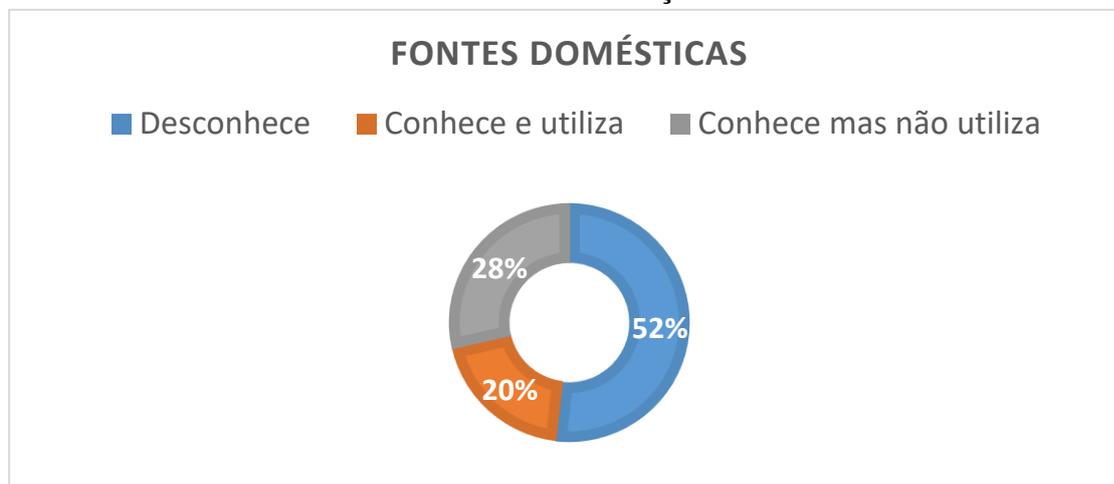
Fonte: Elaboração própria.

Diante dos dados exibidos acima, percebe-se a desproporção em relação a porcentagem de fontes desconhecidas pelos empresários quando comparado a quantidade de fontes conhecidas pelos mesmos, independentemente de serem utilizadas ou não. O número de fontes desconhecidas equivale a 72%, enquanto as fontes conhecidas somam 29% do total. É válido também evidenciar a diferença entre os dados das fontes de informação já conhecidas, já que apenas 10% do total são utilizadas, na medida em que 19% não são aplicadas nas análises de mercado internacional.

Os motivos para a não utilização das fontes de informação já conhecidas pelos empresários varia de acordo com cada uma delas. Entre os principais motivos estão o desconhecimento sobre as funções da fonte para a área do comércio internacional, informações desatualizadas, a falta de incentivo para utilização, o preço das fontes pagas e o fato de muitas das empresas ainda serem iniciantes no que diz respeito à inserção internacional, assim entendem certas fontes de informação como não necessárias até o momento.

Quando separados e contrapostos, a porcentagem sobre as fontes domésticas em relação a porcentagem sobre as fontes internacionais também demonstra desigualdade. Quanto as fontes domésticas, os números que representam as fontes desconhecidas atingem 52%, já as conhecidas e utilizadas são 20% e as conhecidas, porém não utilizadas são 29% do total, como pode ser visto no gráfico a seguir.

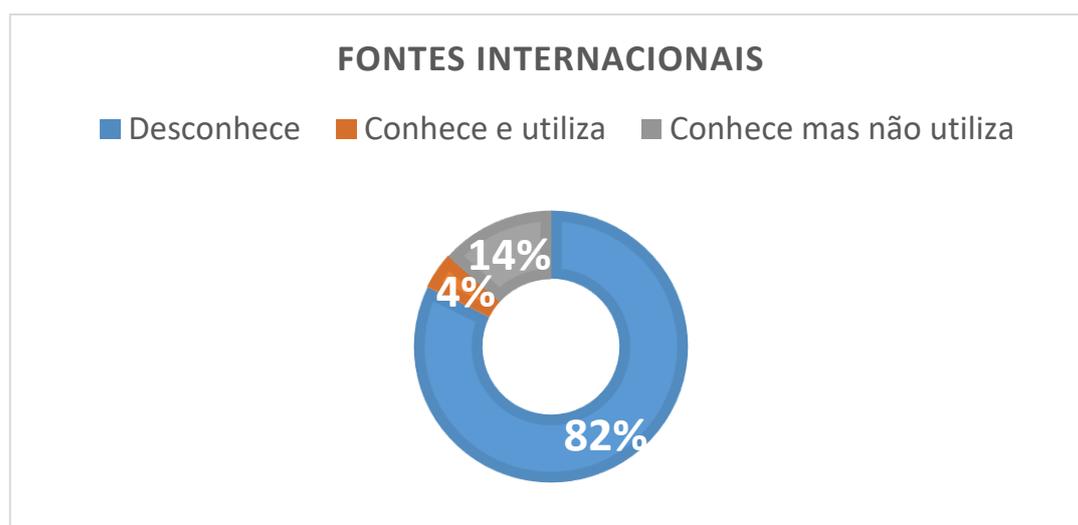
Gráfico 02. Números sobre as fontes de informação domésticas



Fonte: Elaboração própria.

Diante do gráfico acima, revela-se que a diferença entre a porcentagem de fontes domésticas conhecidas e desconhecidas pelos empresários entrevistados é aproximada, de forma a praticamente dividir pela metade o valor total. No entanto, quando analisado os números a respeito das fontes internacionais, a diferença se mostra maior, como é possível analisar no gráfico abaixo.

Gráfico 03. Números sobre as fontes de informação internacionais



Fonte: Elaboração própria.

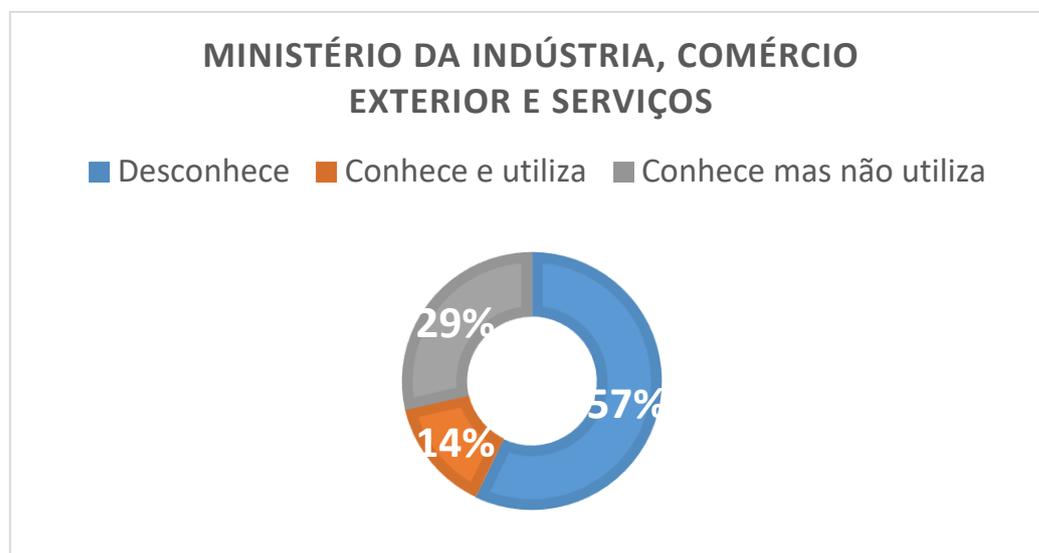
Percebe-se que no caso das fontes internacionais o desconhecimento por parte dos empresários é muito maior do que no cenário anterior. Os números de fontes desconhecidas alcançam 82% do

total. Já as conhecidas pelos empresários apresentam os seguintes percentuais: 13% do total é conhecida pelo grupo entrevistado, porém não é usada enquanto apenas 4% é conhecida e também utilizada no processo de análise de mercados internacionais.

Devido a extensão do questionário, que contém 35 perguntas, tornou-se inviável para a autora expor todos os dados no presente trabalho. Dessa maneira, elegeram-se algumas fontes, as quais seus números se destacaram em relação aos outros.

O gráfico a seguir mostra as respostas dos entrevistados sobre o Ministério da Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) e chama a atenção em razão do grande percentual de desconhecimento por parte dos empresários sobre a funcionalidade do MDIC como fonte de informação, dado que o órgão em questão, além de proporcionar diversas estatísticas em sua plataforma, também possui informações e notícias sobre o cenário internacional que devem ser de conhecimento da empresa que busca a inserção internacional.

Gráfico 04. Números sobre o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços

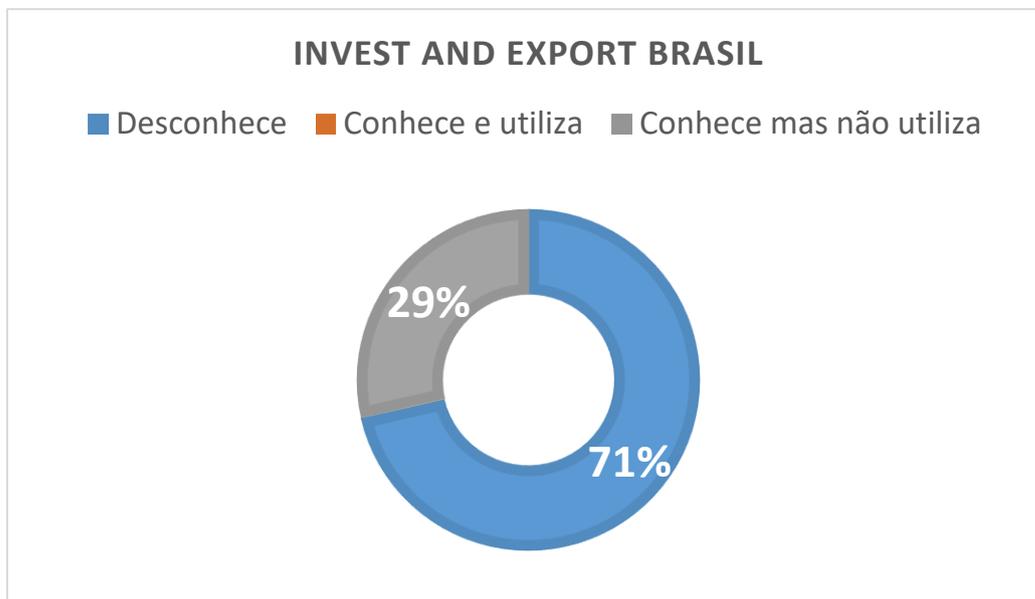


Fonte: Elaboração própria.

Como visto acima, enquanto 57% não conhece o MDIC, apenas 14% o utiliza e, 29% conhece, mas não utiliza, sendo que os motivos mais apontados nesse caso foram o desconhecimento da aplicabilidade da fonte.

Outra fonte que obteve destaque foi o Invest and Export Brasil, que consiste em uma plataforma multifuncional gratuita que oferece o passo a passo para os exportadores brasileiros se

inserir no mercado internacional. Todavia, mesmo com todas suas utilidades, a pesquisa realizada



mostrou que ainda representa uma fonte pouca conhecida.

Gráfico 05. Números sobre o Invest and Export Brasil

Fonte: Elaboração própria.

Como é possível observar, 71% do total de empresários entrevistados desconhece o Invest and Export Brasil, fato que comprova a afirmação de que esta é uma fonte não muito difundida entre o empresariado do Vale do Itajaí. Apenas 29% responderam que conhecem, todavia não a utilizam. Um fator que se destaca sobre esta fonte é que nenhum dos empresários que responderam ao questionário informou que utiliza a fonte.

Entre as respostas recebidas sobre as 35 fontes, 11 delas obtiveram 100% de desconhecimento por parte dos empresários, são elas: *ComexVis*, *UNData*, *Comtrade*, *Market Access Map*, *Investment Map*, *Export Potential Map*, *Data Monitor*, *Mintel*, *Statista*, *The Observatory of Economic Complexity* e, Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico.

As 14 empresas que responderam ao questionário para o presente trabalho demonstram, em termos gerais, de que forma as empresas participantes do PEIEX da região do Vale do Itajaí interagem e se beneficiam com as principais fontes de informação disponíveis para a análise de mercados internacionais. Assim, compreende-se que o nível de desconhecimento sobre as fontes de informação

disponíveis ainda é alto. Também é possível inferir que mesmo as fontes já conhecidas, não são tão exploradas ou utilizadas pelo empresariado entrevistado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa proporcionou a acadêmica um aprofundamento sobre o tema da análise de mercados internacionais, assim como a oportunidade de conhecer as funcionalidades das principais fontes de informação disponíveis no primeiro semestre do ano de 2018. Na Seção Um, o trabalho aborda as etapas necessárias para se realizar o processo de análises de mercados internacionais. As etapas consistem na análise de macroambiente, logo, a análise estrutural da indústria e por último a pesquisa de mercado internacional. Nesta seção, compreendeu-se que todas as etapas requerem a obtenção de dados variados para serem elaboradas. Sabendo que tais dados são extraídos das fontes de informação, isto torna a escolha das fontes um processo significativo para se obter uma análise correta e, assim, um bom resultado futuro.

Na Seção Dois do artigo, elencou-se as principais fontes de informação aplicadas para analisar mercados internacionais no ano de 2018. Com o intuito de conhecer e prover as principais fontes disponíveis, a acadêmica contatou órgãos federais e estaduais, provedoras privadas de inteligência de mercado, professores com experiência na área de comércio internacional e empresa júnior de comércio exterior. Contudo, encontrou-se nesta etapa, uma limitação para o desenvolvimento do trabalho, já que o índice de respostas obtidas foi baixo. Assim, as fontes foram elencadas a partir das respostas obtidas, assim como, por estudo bibliográfico. Além das fontes específicas elencadas, abordou-se de forma breve as fontes genéricas, mas que também são necessárias para a análise de mercados internacionais.

Na Seção Três, o foco se deu em torno das respostas obtidas por 14 empresas, da região do Vale do Itajaí participantes do PEIEX, sobre as fontes de informação para análise de mercados internacionais. A pesquisa mostrou, em números totais, que o grupo entrevistado desconhece mais 70% das fontes elencadas. A desproporção é ainda maior quando analisado apenas as fontes de informação internacionais, no qual a porcentagem de desconhecimento atinge 82%, em contraponto das fontes domésticas, que obtiveram praticamente 50% de conhecimento. Mesmo assim, a pesquisa permitiu visualizar em números reais a falta de conhecimento sobre as fontes de informação por parte deste grupo de empresas da região. Também destacou a necessidade de maiores incentivos e

publicidade que visem mostrar às empresas a utilidade de cada fonte para fins de comércio internacional, dado que um número significativo informou não conhecer a aplicação de certas fontes para tal fim.

Diante dos resultados obtidos, põe-se como proposta que a universidade, por meio do Escritório de Relações Internacionais, possa pensar em meios para assessorar as empresas e fazer com que os empresários da região adquiram maior conhecimento e domínio sobre as fontes de informação, o que pode se dar por meio de palestras, elaboração e distribuição de documentos com a utilidade de cada uma das fontes. Também, a autora buscará publicar o artigo para que este se torne mais acessível e contribua com essa carência.

Este trabalho encontrou limitações quanto a sua elaboração e aprofundamento do tema. O tempo consistiu em uma das limitações, dado que se a autora possuísse mais tempo para a produção do artigo, um número maior de empresas respondentes poderia ter participado da entrevista, além de poderem responder de forma mais completa e dar outras informações, como as possíveis fontes que estes utilizam e não estavam presentes no questionário. Também, a dificuldade em investigar se as fontes de informação criticadas pelos empresários consistiam realmente em desatualizadas. Além disso, encontrou-se como limitação a dificuldade para ampliar a pesquisa para outras empresas do Vale do Itajaí, além das empresas participantes do PEIEX.

Como observações para próximos trabalhos, destaca-se a possibilidade de estudar as fontes de informação oferecidas e que foram descritas por certas empresas como defasadas. Além disso, poderia ampliar o estudo para averiguar a razão da alta porcentagem de desconhecimento e como isto pode ser melhorado.

Este trabalho possibilitou conhecer as principais fontes de informação para análise de mercados internacionais e entender o perfil de empresas do Vale de Itajaí, em processo de internacionalização. Poderá servir como base de dados para futuros trabalhos que busquem fontes confiáveis para elaborarem suas pesquisas ou análises de mercados internacionais.

REFERÊNCIAS

ANSOFF, H. Igor; McDONNELL, Edward J. **Implantando a Administração Estratégica**. São Paulo: Atlas, 1993.

Alice Web 2. **Alice Web 2**. Disponível em: < <http://www.aliceweb.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

Alice Web Mercosul. Disponível em: <<http://www.alicewebmercopol.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

APEX Brasil. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

Banco Mundial. Disponível em: <<https://www.data.worldbank.org/>>. Acesso em: 9 abr. 2018.

CAPTA. Disponível em: <<http://www.capta.mdic.gov.br/index>>. Acesso em: 19 abr. 2018.

CARNIER, Luiz Roberto. **Marketing internacional para brasileiros**. 4a.ed. São Paulo: Aduaneiras: 2004.

Centro de Comércio Internacional. Disponível em: <<http://www.intracen.org/>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

CERTO, Samuel C.; PETER, J. Paul. **Administração Estratégica**. São Paulo: MAKRON Books, 1993.

Comex Responde. Disponível em: <<http://www.comexresponde.comexbrasil.gov.br/>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

COMTRADE da Organização das Nações Unidas. Disponível em: <<https://comtrade.un.org/>>. Acesso em: 9 abr. 2018.

ConnectAmericas. Disponível em: <<https://connectamericas.com/pt>>. Acesso em: 23 abr. 2018.

Data Library Asian Development Bank. Disponível em: <<https://www.data.adb.org/>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

Data Monitor. Disponível em: <<https://www.opendatamonitor.eu/>>. Acesso em: 13 abr. 2018.

Euromonitor Internacional. Disponível em: <<http://www.euromonitor.com/>>. Acesso em: 12 abr. 2018.

Fórum Econômico Mundial. Disponível em: <<https://www.weforum.org/>>. Acesso em: 9 abr. 2018.

Fundo Monetário Internacional. Disponível em: <<http://www.imf.org/en/Data>>. Acesso em: 9 abr. 2018.

GORDON, R.A.; HOWEL, J. E. **Higher Education for Business**. New York: Columbia University Press, 1959. Acesso em 07/05/2019. Disponível em <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08832323.1959.10116245?journalCode=vjeb19>>

Global Data. Disponível em: <<https://www.globaldata.com/>>. Acesso em: 13 abr. 2018.

Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/barreirastecnicas>>. Acesso em: 23 abr. 2018.

Invest and Export. Disponível em: <<http://www.investexportbrasil.gov.br/>>. Acesso em: 23 abr. 2018.

LEONTIADES, M. The Confusing Words of Business Policy. **Academy of Management Review**, 1982. Acesso em 07/05/2019. Disponível em <<https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1982.4285442?journalCode=amr>>.

Mapa Estratégico de Mercados e Oportunidades Comerciais para as Exportações Brasileiras da APEX-Brasil. Disponível em: <<http://www.geo.apexbrasil.com.br/>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/>>. Acesso em: 18 abril 2018.

Ministério das Relações Exteriores. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/>>. Acesso em 18 abr. 2018.

Mintel. Disponível em: <<http://www.brasil.mintel.com/>>. Acesso em: 13 abr. 2018.

Nielsen. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/solutions.html>>. Acesso em: 12 abr. 2018.

Organização Internacional do Trabalho. Disponível em: <<http://www.ilo.org/>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

Organização Mundial do Comércio. Disponível em: <<https://www.wto.org/index.htm>>. Acesso em: 9 abr. 2018.

Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico. Disponível em: <<http://www.oecd.org/>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

Portal Único do Comércio Exterior. Disponível em: <<http://www.portalsiscomex.gov.br/>>. Acesso em: 19 abr. 2018.

PORTER, Michael. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrências**. 2a.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SixCoex. Disponível em: <<http://www.consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/home.seam>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

Statista. Disponível em: <<https://www.statista.com/>>. Acesso em: 13 abr. 2018.

The Observatory of Economic Complexity. Disponível em: <<https://www.atlas.media.mit.edu/>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

UNdata. Disponível em: <<http://www.data.un.org/>>. Acesso em: 10 abr. 2018.