

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

76853

**PERCEPÇÃO DOS ACADÊMICOS INGRESSANTES E CONCLUINTE DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM
COMÉRCIO EXTERIOR E DAS EMPRESAS IMPORTADORAS E
EXPORTADORAS DA CIDADE DE CRICIÚMA –SC, SOBRE AS COMPETÊNCIAS
E HABILIDADES NECESSÁRIAS AO PROFISSIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR**

CRICIÚMA

2017

76853

**PERCEPÇÃO DOS ACADÊMICOS INGRESSANTES E CONCLUINTES DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM
COMÉRCIO EXTERIOR E DAS EMPRESAS IMPORTADORAS E
EXPORTADORAS DA CIDADE DE CRICIÚMA –SC, SOBRE AS COMPETÊNCIAS
E HABILIDADES NECESSÁRIAS AO PROFISSIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR**

Monografia, apresentada para obtenção do grau de Bacharel em Administração com Linha de Formação Específica em Comércio Exterior no Curso de Administração da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientadora: Prof^a. Maria Helena Souza dos Santos.

CRICIÚMA

2017

76853

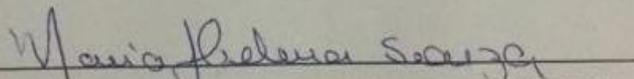
**PERCEPÇÃO DOS ACADÊMICOS INGRESSANTES E CONCLUINTES DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM
COMÉRCIO EXTERIOR E DAS EMPRESAS IMPORTADORAS E
EXPORTADORAS DA CIDADE DE CRICIÚMA –SC, SOBRE AS COMPETÊNCIAS
E HABILIDADES NECESSÁRIAS AO PROFISSIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR**

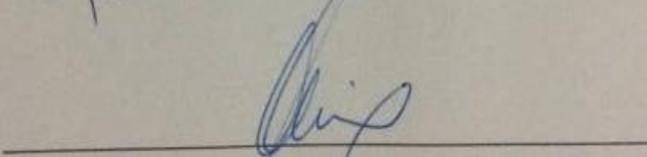
Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração Linha de Formação Específica em Comércio Exterior da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

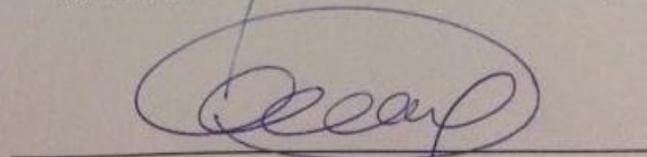
Orientador: Prof. Maria Helena Souza dos Santos

Criciúma, 06 de 07 de 2017.

BANCA EXAMINADORA


Prof. Esp. Maria Helena Souza dos Santos (UNESC)


Prof. Dr. Adriana Carvalho Pinto Vieira (UNESC)


Prof. Esp. Cristiane Dias (UNESC)

CRICIÚMA

2017

DEDICATÓRIA

Aos meus queridos pais, que sempre me incentivaram a buscar meus objetivos e a todos aqueles que, de forma direta e indireta contribuíram para realização deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por sempre estar comigo dando forças para alcançar meus objetivos ao longo de minha trajetória acadêmica e profissional.

Aos meus pais, em especial ao meu pai Dirnei, que infelizmente já não está entre nós, e não poderá acompanhar a concretização de meu sonho, mas que tenho certeza que ficaria muito feliz em saber que consegui chegar até aqui.

Agradeço aos meus irmãos, pois eles foram minha base de exemplo para me tornar quem eu sou hoje.

Aos meus amigos, Suzana, Fernanda e Juliano, que ao decorrer de minha vida acadêmica sempre estiveram me apoiando, e a todos os colegas que sempre me compreenderam e compartilharam seus conhecimentos.

Enfim a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para realização deste trabalho.

RESUMO

ALBECHE, Rafael. **Percepção dos acadêmicos ingressantes e concluintes do curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior e das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma – SC, sobre as competências e habilidades necessárias ao profissional de comércio exterior.** 2017. 65 páginas. Monografia do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Com o crescimento das transações internacionais do Brasil com o resto do mundo a demanda por profissionais qualificados vem aumentando. Neste sentido, as organizações têm buscado contratar profissionais aptos a atuarem em um ambiente globalizado que está em constante transformação. Diante disso, o presente estudo tem como objetivo apresentar a percepção dos acadêmicos ingressantes e concluinte do curso de Administração-Comércio Exterior da UNESC e das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma – SC, sobre as competências e habilidades necessárias ao profissional de comércio exterior. A pesquisa caracterizou-se como descritiva, bibliográfica e de campo. A população-alvo foi delimitada por acadêmicos ingressantes e concluintes e empresas importadoras e exportadoras de Criciúma. O estudo caracterizou-se por coleta de dados primários e técnica qualitativa. O instrumento utilizado foi um questionário aplicado presencialmente junto aos acadêmicos ingressantes e concluintes e via *Google Docs* com as empresas importadoras e exportadoras, por meio de uma análise qualitativa. Constatou-se que a maioria dos acadêmicos optou por se graduar no curso devido ao amplo mercado de trabalho. Dentre as competências e habilidades que os acadêmicos e empresas acreditam ser necessárias ao profissional de comércio exterior, destacam-se os conhecimentos em legislação aduaneira e a capacidade de liderar, aonde ambos consideram importante para o desempenho da profissão. Desta forma, concluiu-se que acadêmicos e empresas possuem percepções parecidas em relação às competências e habilidades necessárias ao profissional de comércio exterior.

Palavras-chave: Habilidades. Competências. Acadêmicos. Comércio Exterior.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1: Balança Comercial Brasileira de 2010 a 2015	18
Gráfico 2: Top 10 Destinos das Exportações Brasileiras em 2016.....	19
Gráfico 3: Importações brasileiras (US\$ bilhões)	21
Gráfico 4: Balança Comercial Santa Catarina (US\$ bilhões)	23
Gráfico 5: Balança Comercial do Município de Criciúma (US\$ milhões)	24
Gráfico 6: Quem paga a faculdade.....	45
Gráfico 7: Exerce atividade profissional em	46
Gráfico 8: Área de atuação.....	47
Gráfico 9 - Setor de atuação das empresas pesquisadas	51
Gráfico 10: Quantidade de funcionários que atuam na área de comércio exterior	52
Gráfico 11: Nível de escolaridade exigido para atuação na área de comércio exterior	53
Gráfico 12: Formação em Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior é um pré-requisito.....	54

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Os dez produtos mais exportados pelo Brasil em 2015	20
Quadro 2: Principais produtos importados pelo Brasil ano de 2015 e 2016	22
Quadro 3: Competências e Habilidades do egresso	33
Quadro 4: Apresentação da estrutura da População - Alvo	37
Quadro 5: Fórmula para o cálculo do tamanho mínimo da amostra.....	38
Quadro 6: Gênero	42
Quadro 7: Faixa Etária	43
Quadro 8: Cidade de residência.....	43
Quadro 9: Idiomas Falados	44
Quadro 10: Nível dos idiomas falados.....	44
Quadro 11: Renda mensal	47
Quadro 12: Atua na área de comércio exterior.....	48
Quadro 13: Pretende atuar na área de comércio exterior	48
Quadro 14: Motivos que levaram os acadêmicos a optarem pelo curso	49
Quadro 15: Percepção dos acadêmicos sobre as competências e habilidades do profissional de comércio exterior.....	50
Quadro 16: Idiomas que o profissional de comércio exterior deve dominar	54
Quadro 17: Percepção das empresas sobre as competências e habilidade ao profissional de comércio exterior.....	55
Quadro 18: Conhecimentos e Habilidades	56

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA.....	12
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 Objetivo Geral	13
1.2.2 Objetivos Específicos	13
1.3 JUSTIFICATIVA	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 A GLOBALIZAÇÃO E O COMÉRCIO EXTERIOR	16
2.2 O BRASIL E O COMÉRCIO EXTERIOR	17
2.3 MERCADO DE TRABALHO/ DEMANDA PROFISSIONAL	24
2.4 COMPETÊNCIAS E HABILIDADES NECESSÁRIAS AO PROFISSIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR	26
2.5 ENSINO DE ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL.....	28
2.6 FORMAÇÃO ACADÊMICA	31
2.6.1 FORMAÇÃO ACADÊMICA EM ADMINISTRAÇÃO - LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM COMÉRCIO EXTERIOR - UNESC.....	32
2.6.2 PERFIL DO EGRESSO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM COMÉRCIO EXTERIOR – UNESC CONFORME O PPP	33
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	35
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	35
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO-ALVO.....	36
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS.....	39
3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS.....	40
4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA	42
4.1 PERFIL DOS ACADÊMICOS	42
4.1.1 Gênero	42
4.1.2 Idade	43
4.1.3 Cidade de residência	43
4.1.4 Idiomas falados	44
4.1.4 Pagamento da Universidade	45
4.1.5 Exerce atividade profissional	46
4.1.6 Renda mensal	46
4.1.7 Área de atuação	47

4.1.7 Atua na área de comércio exterior	48
4.1.8 Pretendem atuar na área de comércio exterior	48
4.1.8 O que levou o acadêmico a optar pelo curso	49
4.1.9 Percepção dos acadêmicos sobre as competências e habilidades ao profissional de comércio exterior	50
4.2 PERFIL DAS EMPRESAS PESQUISADAS DE CRICIÚMA.....	51
4.2.1 Ramo de atuação da empresa.....	51
4.2.1 Quantidade de funcionários que atuam na área de comércio exterior	52
4.2.2 Nível de escolaridade exigido para atuação na área de comércio exterior	52
4.2.3 A formação em Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior é um pré-requisito para atuação na área de comércio exterior	53
4.2.4 idiomas que o profissional de comércio exterior deve dominar	54
4.2.5 Percepção das empresas sobre as competências e habilidades ao profissional de comércio exterior	55
4.3 COMPARATIVO ENTRE A PERCEPÇÃO DOS ACADÊMICOS E EMPRESAS EM RELAÇÃO ÀS COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DO PROFISSIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR.....	56
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
REFERÊNCIAS.....	61
APÊNDICES	65

1 INTRODUÇÃO

Segundo Keedi (2004) a participação cada vez maior de um país no comércio mundial, significa um aumento nas oportunidades de desenvolvimento e crescimento da sua economia.

O Brasil nos últimos anos mudou de forma significativa seu comércio exterior, até os anos de 1960 o país tinha suas exportações restritas a produtos primários, como por exemplo, o café, que representava cerca de 70% de toda exportação do país. Posteriormente outros produtos foram ganhando destaque nas exportações, cacau, algodão, fumo, açúcar dentre outros. (MDIC, 2016)

Hoje a economia é mais complexa e diversificada, apresenta exportação de produtos industrializados, processados (semimanufaturados) e até mesmo de serviços.

A partir do ano 2000 o comércio exterior brasileiro aumentou seu ritmo de forma veloz atingindo sucessivos recordes. Conforme dados do MDIC (2016), a balança comercial brasileira no ano de 2011 registrou um superavit de US\$ 29,79 bilhões, em 2012 e 2013 a balança comercial fechou com saldo positivo. No ano de 2014 foi registrado um deficit aonde as importações foram maiores que as exportações. No ano de 2015 a balança comercial registrou saldo positivo no valor de US\$ 19,69 bilhões, o segundo maior saldo na balança comercial após o ano de 2011. Este forte crescimento, e a diversificação de países mantendo relações comerciais com o Brasil, geram um aumento na demanda no mercado de trabalho brasileiro. Com o mercado de trabalho cada vez mais competitivo, exigindo profissionais com competências e habilidades a fim de atender as necessidades das organizações, ter uma boa formação acadêmica se torna um diferencial na hora de pleitear uma vaga de emprego.

No Brasil segundo o Censo de Educação Superior realizado no ano 2015 mais de 64 % das instituições de ensino superiores brasileiras oferecem o curso de Administração, formando mais de 30% do total de egressos na educação superior Brasileira, ou seja, é um dos cursos de graduação que mais forma profissional no Brasil. (INEP/MEC, 2015).

Para atender a crescente demanda da procura pelo curso de Administração, a Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, localizada na cidade de Criciúma – SC, oferece aos interessados a atuarem na área de comércio

exterior o Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior, que segundo seu Projeto Pedagógico (2014), tem como objetivo formar Bacharéis em Administração com competências para atuarem em um mercado cada vez mais globalizado e dinâmico, aptos a lidarem com situações complexas que lhes são impostas por um mercado que está em constante transformação.

Neste sentido, este trabalho busca apresentar a percepção dos acadêmicos ingressantes e concluintes do curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior do ano de 2017 da UNESC, e das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma – SC, sobre as habilidades e competências necessárias ao profissional de comércio exterior.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

De acordo com Seitenfus (2004) o comércio entre as nações têm se intensificado a cada ano. Silva (2001), desde a época dos mercantilistas surgiu à necessidade de estudar o comércio internacional, pois os países reconheceram que a troca de mercadoria entre outras nações era indispensável para vitalidade dos mercados, devido alguns possuírem maior vantagem de custo ou qualidade.

Silva (2001) complementa ainda que como consequência, o comércio internacional também possibilita um incremento da renda real de cada país, fazendo assim com que a população tenha melhores condições de vida.

Nos últimos anos a economia brasileira vem se destacado pelo crescimento das transações internacionais. Segundo o Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior - MDIC (2016) no ano de 2015 o saldo das transações comerciais do Brasil com o resto do mundo somou US\$ 19,69 bilhões, apresentando o maior superavit na balança comercial desde o ano de 2011. Conforme o Portal Brasil (2016) a área de comércio exterior é promissora e estimasse que o setor gere cerca de 50 mil novos postos de trabalhos a cada um bilhão de produtos exportados.

O crescimento constante das transações comerciais internacionais reflete diretamente no mercado de trabalho, pois quanto maior o volume de produtos importados e exportados, maior vai ser a demanda por profissionais capacitados para atuarem na área de comércio exterior.

Em um ambiente extremamente competitivo, a busca pelo conhecimento e aprimoramento constante se torna um diferencial para se inserir no mercado de trabalho. No Brasil conforme (INEP/MEC, 2015), diversas instituições oferecem cursos de graduação, a Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC localizada na cidade de Criciúma oferece o Curso Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior para aqueles que desejam uma formação específica voltada para atuação na área internacional.

Entretanto em um mercado de trabalho competitivo aonde as empresas buscam por profissionais capazes de atender suas necessidades com assertividade, surgem dúvidas sobre quais as competências e habilidades que as empresas desejam encontrar no profissional de comércio exterior. Neste sentido, surge a problemática deste estudo; **qual a percepção dos acadêmicos ingressantes e concluintes do primeiro semestre de 2017 do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior da UNESC, e das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma – SC, sobre as habilidades e competências necessárias ao profissional de comércio exterior?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Apresentar a percepção dos acadêmicos ingressantes e concluintes do primeiro semestre de 2017 do curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior da UNESC, e das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma – SC, sobre as habilidades e competências necessárias ao profissional de comércio exterior.

1.2.2 Objetivos Específicos

- A) Identificar e Comparar o perfil socioeconômico dos ingressantes e concluintes de 2017;
- B) Destacar as habilidades e competências para atuação profissional sob a percepção dos ingressantes e concluintes de 2017;

C) Apresentar as habilidades e competências para atuação profissional sob a percepção das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma – SC;

D) Comparar as Habilidades e Competências para atuação profissional a partir dos ingressantes, concluintes e empresas exportadoras e importadoras de Criciúma – SC;

1.3 JUSTIFICATIVA

O presente estudo tem como objetivo geral apresentar a percepção dos acadêmicos ingressantes e concluintes do primeiro semestre de 2017 do curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior da UNESC, e das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma – SC, sobre as habilidades e competências necessárias ao profissional de comércio exterior.

Desde o início da década de 90, o Brasil implementou a abertura comercial com tarifas de importações reduzida e incentivo nas exportações. Os fluxos comerciais se intensificaram tomando uma maior proporção a partir do ano 2000 passando atingir sucessivos recordes nas importações e exportações. (MDIC, 2016). Ainda Segundo o MDIC (2016) o Brasil possui cerca de 70 mil empresas exportadoras e importadoras, e estimasse que no ano de 2015 a movimentação total de produtos nos portos brasileiros foi de 746 milhões de toneladas. A área de comércio exterior se demonstra favorável para aqueles que procuram uma colocação no mercado de trabalho, conforme o Portal Brasil (2016) quanto mais demanda por produtos e serviços provenientes do comércio exterior, maiores serão os números de postos de trabalho criados nessa área.

Com o mercado de trabalho cada vez mais competitivo e se demonstrando atrativo, ter uma boa formação se torna um diferencial na hora de pleitear um cargo em uma empresa. As empresas por sua vez, em busca de redução de custo e maior assertividade, procuram profissionais altamente qualificados para desempenhar as atividades propostas alcançando seus objetivos.

Diante deste contexto o presente estudo se torna relevante, pois ele vai apresentar quais competências e habilidades necessárias ao profissional de comércio exterior sobre a percepção dos acadêmicos ingressantes e concluintes do

curso, e das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma – SC, se tornando fonte de dados de consulta para futuros acadêmicos.

O presente estudo também poderá contribuir como fonte de informações que possibilitam detectar os motivos pelos quais os acadêmicos optaram pelo curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior.

A realização deste estudo caracterizou-se como viável, pois o pesquisador teve acesso a todas as informações necessárias para a elaboração da pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este tópico tem como objetivo, apresentar as principais definições envolvendo o tema abordado, contemplados por meio de pesquisas em publicações na área de comércio exterior, assim como, em sites oficiais como o MDIC, especializado na área de comércio exterior. Destacam-se as informações a seguir; A Globalização e o Comércio Exterior, o Brasil e o Comércio Exterior, Mercado de Trabalho / Demanda Profissional, Competências e Habilidades Necessárias ao Profissional de Comércio Exterior, Ensino da Administração no Brasil, Formação Acadêmica, Formação Acadêmica em Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior – UNESC e Perfil do Egresso do Curso Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior – UNESC Conforme o PPP.

2.1 A GLOBALIZAÇÃO E O COMÉRCIO EXTERIOR

De acordo com Cignacco (2009), a globalização pode ser dividida em três fases. A mercantilista, que foi marcada no continente europeu pela expansão marítima e descobertas, e pela colonização do continente americano e africano que compreendeu os anos de 1450 a 1850. A segunda relata a revolução industrial onde ocorreu a troca da mão de obra artesanal pela máquina que permitiu o aumento da produção, que iniciou no século XIX e terminou no século XX. E a última, que teve início em 1950 e que permanece até hoje, onde houve a diminuição das fronteiras, grande desenvolvimento econômico e muitos problemas sociais como pobreza e fome.

Keedi (2004) relata a percepção do processo de globalização cada vez maior, e afirma que aquilo que vinha andando em um processo lento, tomou impulso e veloz desenvolvimento nas últimas décadas, assumindo proporções gigantescas a partir da década de 1990.

Para Bortotto (2007) o conceito de globalização se transformou nos últimos anos, sendo utilizado em diversos contextos, o acontecimento que destaca teve início no século XVI com a expansão europeia para os continentes americano,

asiático e africano. Hoje a globalização constantemente é empregada evidenciando a interdependência da economia entre países.

Mariotto (2007) reforça que a globalização apresenta as transformações que o mundo vem passando, sejam elas políticas, econômicas ou culturais.

O mercado mundial exige uma nova ordem, com características básicas de quantidade e volume, e agilidade na movimentação de capitais, assim como, na criação de infraestruturas com integrações de produtos de bens e serviços. As transformações causadas pela influência da globalização no mercado internacional levarão os países mais desenvolvidos e industrializados a um crescimento econômico, aumento da produtividade, e a criação de novos empregos (OLIVEIRA, 1999).

Keedi (2004) afirma que quando se tem a troca de capitais entre países, é possível notar o processo de conjunção de esforços para algo, e este processo nada mais é que globalizar. Torres (2000) atribuiu à globalização como à falta de capacidade de intenção e regulação econômica entre estados nacionais, tornando-os interdependentes, entre regiões e países.

Keedi (2004) afirma que os países que praticam o comércio exterior estão vendendo não somente produtos ou serviços, e sim partes do mundo, suas culturas e tecnologias. O mesmo se dá no processo de importação, pois quando se compra produtos produzidos fora do país, está sendo incorporados neste país todos os costumes e processos estrangeiros.

Torres (2000) destaca a importância ou indispensabilidade de participar do comércio exterior, visto que o comércio mundial tem crescido e se tornado um aliado ao desenvolvimento econômico. Faro (2012), Afirma que o processo de globalização econômica ocorrido nos últimos anos acelerou o ritmo do comércio mundial, levando à inserção cada vez maior do Brasil no cenário internacional, com ganhos de qualidade, produtividade e competitividade.

2.2 O BRASIL E O COMÉRCIO EXTERIOR

Maluf (2000) relata que o comércio exterior é a relação de troca de bens ou serviços entre países e blocos. Já Keedi (2004), destaca que o comércio exterior

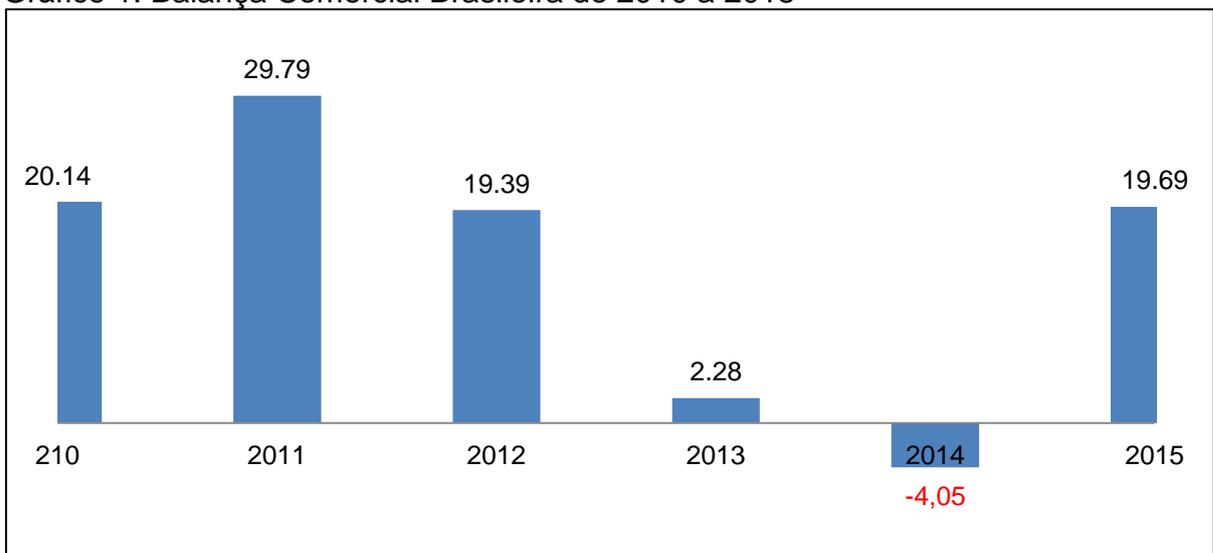
pode não estar só relacionado com organizações, mas também pode estar relacionado com a escassez de produto de um país.

Baumann (2004), afirma que o envolvimento da economia brasileira a partir dos anos 90 com o mercado internacional aumentou sua industrialização devida suas políticas comerciais externas e ativas e variadas proporcionando aumento tanto nas exportações como nas importações.

Keedi (2004) relata que os recursos que um país tem em abundância ou escassez é um dos maiores motivos de tanto ocorrer uma exportação como importação. Marques (1999) destaca a importância da participação do governo federal na realização de estratégias, com base na regulamentação do comércio exterior do Brasil.

Segundo o MDIC (2016), no ano de 2015, o saldo das transações comerciais do Brasil com o resto do mundo somou US\$ 19,69 bilhões. Foi o maior valor para um ano fechado desde 2011, quando o superavit comercial somou US\$ 29,79 bilhões. Em 2012 e 2013, houve um saldo positivo de respectivamente, US\$ 19,39 bilhões e de US\$ 2,28 bilhões. O gráfico 1, a seguir, demonstra a evolução do saldo da balança comercial brasileira em bilhões de dólares do ano de 2010 ao ano de 2015, onde fica evidente que em 2014, foi contabilizado um deficit aonde as importações foram maiores do que as exportações.

Gráfico 1: Balança Comercial Brasileira de 2010 a 2015



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do MDIC (2016)

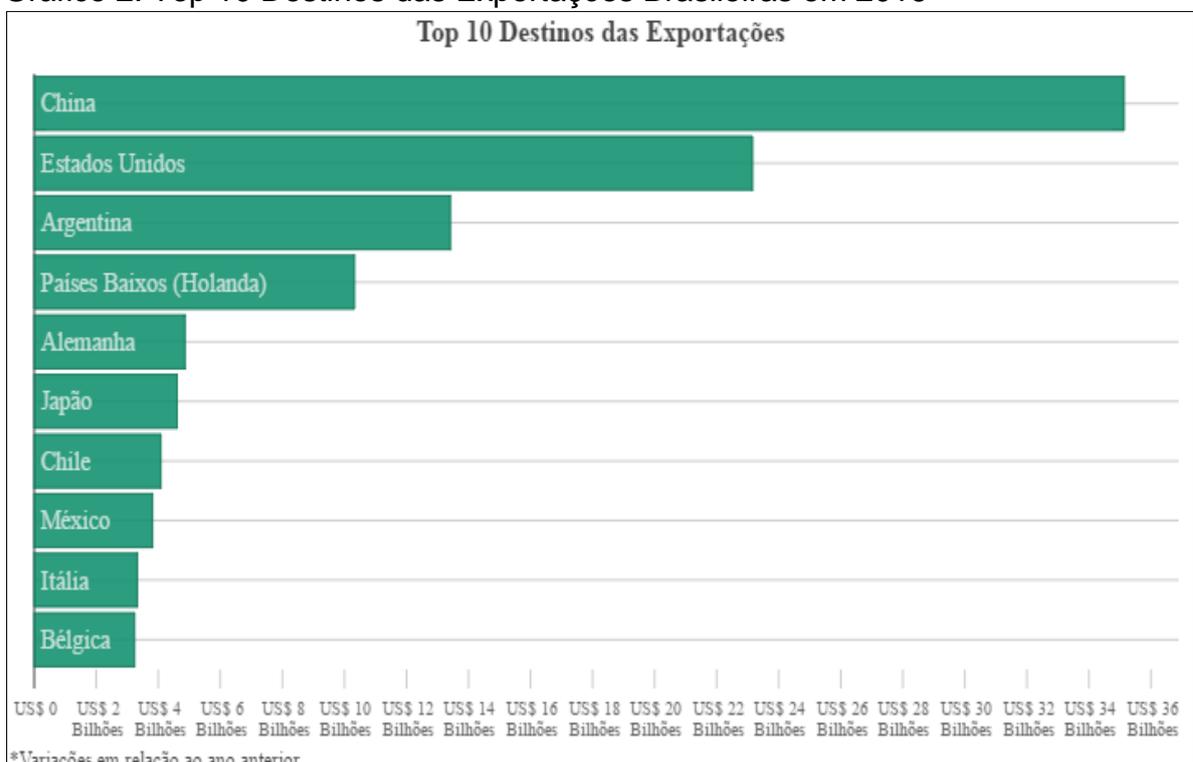
Já ano de 2016 conforme o portal MDIC (2017), o Brasil registrou uma queda de 3% nas exportações comparadas ao de 2015. As exportações alcançaram

uma ordem total de US\$ 185.235 milhões e as importações US\$ 137.552 milhões, registrando um superavit de US\$ 47.683,4 milhões, o maior valor registrado desde 1980.

Apesar da queda no valor acumulado das exportações brasileiras, em 2016, as importações registraram uma queda ainda maior de 19,8% em relação ao ano anterior, o que contribuiu ainda mais para o resultado recorde na balança comercial brasileira no ano de 2016.

No Gráfico 2, abaixo, é possível acompanhar os principais destinos das exportações brasileiras. A China um dos principais países parceiro do Brasil se destacou ocupando o primeiro lugar no ranking dos principais destinos das exportações brasileiras com participação de 19% sobre o total das exportações. Na sequência em 2º e 3º lugar, Estados Unidos e Argentina com respectivamente 12,5% e 7,24% de participação, ambos os países têm grande participação na compra de produtos brasileiros e somaram um total de US\$ 71 bilhões de produtos comprados.

Gráfico 2: Top 10 Destinos das Exportações Brasileiras em 2016



Fonte: MDIC (2017)

No ranking dos estados brasileiros que mais exportaram, São Paulo liderou a lista com uma participação de 24,9% sobre as exportações acumulando um valor de US\$ 46,21 bilhões, seguido de Minas Gerais US\$ 21,92 bilhões e Rio de Janeiro

US\$ 17,19 bilhões. O estado de Santa Catarina que na composição de suas exportações tem como principal item os produtos manufaturados e produtos básicos ficou em 8º lugar com o valor acumulado total de US\$ 7,59 bilhões e participação de 4,09% nas exportações. Em relação aos produtos exportados, no Quadro 1, abaixo, são apresentados os dez produtos mais exportados pelo Brasil no ano de 2015 e 2016.

Quadro 1: Os dez produtos mais exportados pelo Brasil em 2015

2015		2016	
Item	US\$	Item	US\$
Soja, mesmo triturada para sementeira	20.981.829.291	Soja, mesmo triturada para sementeira	19.327.390.501
Óleos brutos de petróleo	11.781.308.300	Minérios de ferro e seus concentrados não aglomerados	11.575.969.901
Minérios de ferro e seus concentrados não aglomerados	10.378.928.216	Óleos brutos de petróleo	10.073.797.268
Outros açúcares de cana	5.899.281.601	Outros açúcares de cana	8.279.525.308
Café não torrado, não descafeinado, em grão	5.555.373.845	Pastas químicas de madeira, à soda ou ao sulfato, de não coníferas	5.128.887.287
Pastas químicas de madeira, à soda ou ao sulfato, de não coníferas	5.342.874.857	Café não torrado, não descafeinado, em grão	4.842.976.634
Bagaços e outros resíduos sólidos da extração do óleo de soja	5.003.245.433	Bagaços e outros resíduos sólidos da extração do óleo de soja	4.331.444.427
Milho em grão, exceto para sementeira	4.932.413.460	Pedaços e miudezas, comestíveis de galos/galinhas congelados	3.952.487.378
Pedaços e miudezas, comestíveis de galos/galinhas congelados	3.958.788.803	Milho em grão, exceto para sementeira	3.651.440.897
Carnes desossadas de bovino, congeladas	3.953.397.095	Barcos - faróis/guindastes/docas/diques flutuantes, etc.	3.644.586.81

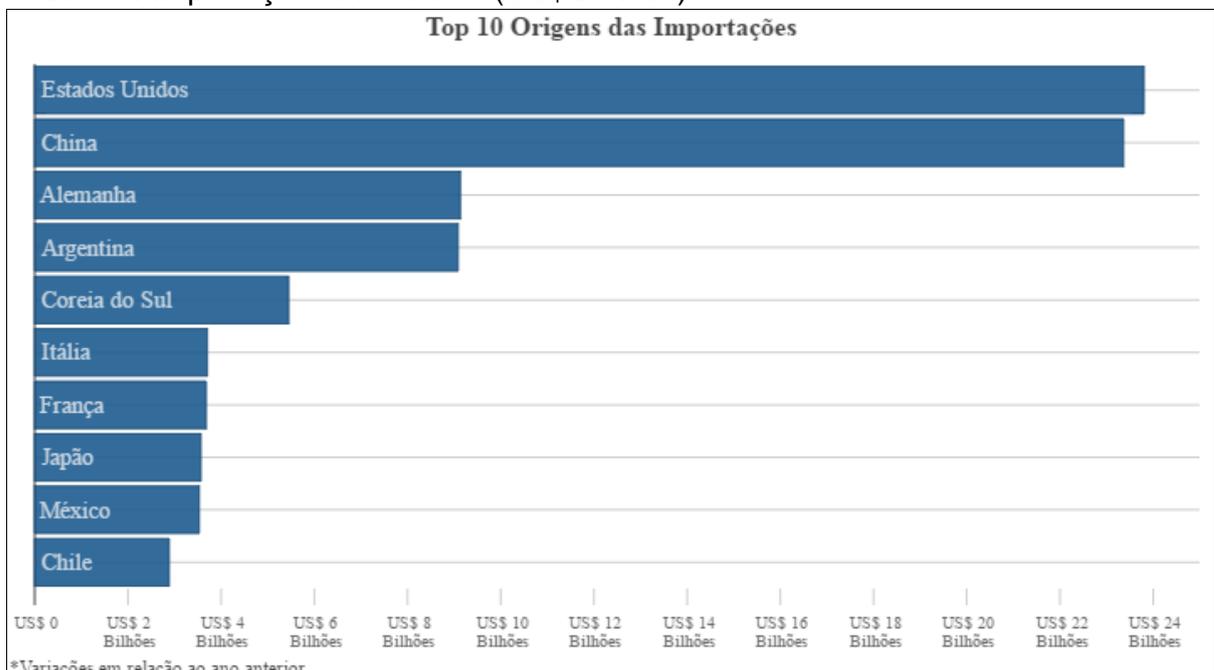
Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do MDIC (2017)

Apesar da redução de 3% nas exportações de 2016 em comparação a 2015, a soja se manteve no primeiro lugar como o produto mais exportado pelo Brasil enquanto o item Óleos brutos de petróleo caiu para o terceiro posto com redução de 14%. Minérios de ferro e seus concentrados não aglomerados que no

ano de 2015 ocupavam o terceiro lugar no ranking tiveram um aumento de 12% passando a ocupar o 2º lugar no ranking.

Em relação às importações, no ano de 2016 o Brasil importou dos Estados Unidos US\$ 6,48 bilhões, cerca 18% do total dos produtos importados o que garantiu a primeira posição no ranking dos países origens de importações brasileiras. A China e Alemanha ficaram respectivamente em 2º e 3º lugar sendo responsáveis por uma fatia total de 23,58% das importações brasileiras com um valor acumulado total de US\$ 8,47 bilhões. No Gráfico 3, a seguir, é possível verificar de quais países o Brasil importou produtos no ano de 2016.

Gráfico 3: Importações brasileiras (US\$ bilhões)



Fonte: MDIC (2017)

Dentre os estados brasileiros que mais compraram produtos do exterior, São Paulo se destacou com participação de 37,6% das importações. Em 2016 o estado comprou do exterior o total de US\$ 51,76 bilhões de produtos o que lhe garantiu o primeiro lugar no ranking brasileiro dos estados que mais importaram.

O estado de Santa Catarina localizado na região Sul do país, garantiu o 4º lugar no ranking das importações. Em relação aos produtos importados, no Quadro 2, abaixo, é apresentado o ranking dos 10 produtos mais importados pelo Brasil no ano de 2015 e 2016.

Quadro 2: Principais produtos importados pelo Brasil ano de 2015 e 2016

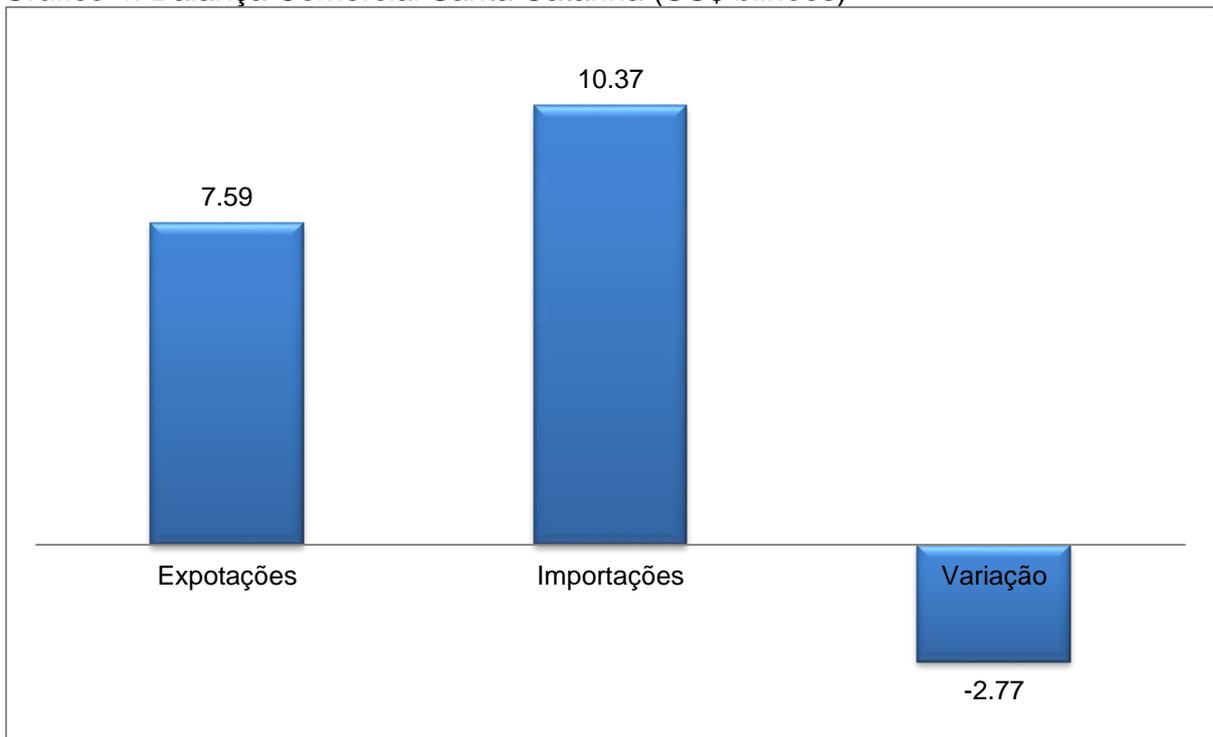
2015		2016	
Item	US\$	Item	US\$
Óleos brutos de petróleo	7.380.844.260	Óleos brutos de petróleo	2.898.855.786
Gasóleo (óleo diesel)	3.415.147.205	Gasóleo (óleo diesel)	2.896.816.213
Automóveis com motor explosão, 1500 < cm3 <= 3000, até 6 passageiros	2.989.011.185	Naftas para petroquímica	2.405.835.596
Gás natural liquefeito	2.754.400.514	Partes de turborreatores ou de turbopropulsores	2.109.061.580
Naftas para petroquímica	2.580.277.933	Outros cloretos de potássio	1.988.653.031
Gás natural no estado gasoso	2.568.330.664	Outras partes para aparelhos de telefonia/telegrafia	1.904.043.770
Outros cloretos de potássio	2.510.027.781	Automóveis com motor explosão, 1500 < cm3 <= 3000, até 6 passageiros	1.517.340.448
Outras partes para aparelhos de telefonia/telegrafia	2.276.549.389	Hulha betuminosa, não aglomerada	1.517.340.448
Outras partes para aparelhos receptores de radiodifusão, televisão, etc	1.997.249.394	Outros veículos automóveis com motor diesel, para carga <= 5 toneladas	1.353.504.312
Partes de turborreatores ou de turbopropulsores	1.947.389.433	Outros trigos e misturas de trigo com centeio, exceto para semeadura	1.335.366.025

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do MDIC (2017)

Apesar da grande redução de 61% das importações de óleos brutos de petróleo em comparação com o ano anterior, ele ainda permaneceu como um dos principais produtos importados pelo Brasil, se mantendo em primeiro lugar no ranking. Também destaca-se a redução nas importações de automóveis com uma redução de 49% nas importações em relação ao ano anterior.

No Gráfico 4, abaixo, é possível acompanhar a balança comercial do estado de Santa Catarina referente ao ano de 2016.

Gráfico 4: Balança Comercial Santa Catarina (US\$ bilhões)

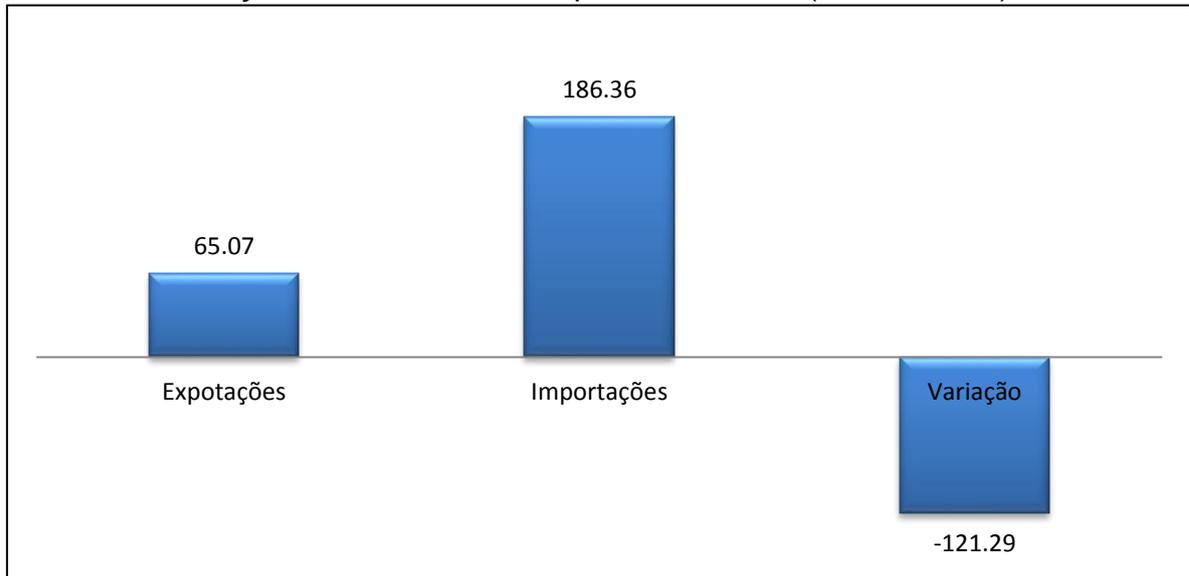


Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do MDIC (2017)

No ano de 2016 o estado importou mais mercadorias do que exportou, registrando saldo negativo de US\$ 2,77 bilhões na balança comercial. Conforme o MDIC (2017), o estado ocupou 8º lugar entre os estados que mais exportaram e o 4º lugar entre os estados brasileiros que mais importaram mercadorias do exterior, mostrando o forte crescimento do comércio internacional de Santa Catarina com o resto do mundo. Ainda segundo o MDIC (2017), os principais países de destino das exportações do estado de Santa Catarina, são, Estados Unidos (17%), China (11%) e Argentina (6%). Em relação às importações o estado tem como o principal parceiro comercial a China, representado 31% das importações de mercadorias vindas do exterior para o Estado.

Em relação à cidade de Criciúma que fica localizada ao sul do estado de Santa Catarina, no Gráfico 6, a seguir, é possível verificar a balança comercial da cidade referente ao ano de 2016.

Gráfico 5: Balança Comercial do Município de Criciúma (US\$ milhões)



Fonte: Elaborado pelo autor com base nos dados do MDIC (2016)

Conforme dados do MDIC (2017), a cidade de Criciúma no ano de 2016 exportou uma ordem total de US\$ 65,07 milhões e importou uma ordem de US\$ 186,36 milhões, registrando o saldo negativo na balança comercial de US\$ 121,29 milhões. No que se refere aos produtos exportados no ano de 2016, 63% dos produtos exportados são provenientes do setor cerâmico e 9,1% dos produtos importados são originados de indústrias químicas. (MDIC, 2017). Ainda segundo o MDIC (2017), os principais destinos das mercadorias exportadas da cidade de Criciúma, são, Estados Unidos, Alemanha e Argentina.

2.3 MERCADO DE TRABALHO/ DEMANDA PROFISSIONAL

Segundo a pesquisa nacional realizada pelo Conselho Federal De Administração, CFA/CRAS (2016) a renda média mensal do administrador é de 9,7 salários-mínimos, sendo que 28% encontram-se em uma faixa de 3,1 a 10 salários-mínimos nacional. Ainda segundo a pesquisa as grandes áreas funcionais de atuação do graduado em Administração são; Administração Geral (inlui

planejamento estratégico), Financeira, Recursos Humanos, Vendas, Operacional (produção), Gestão de processos, Contábil, Logística, Gestão de projetos, Tecnologia da Informação, Marketing, Sistemas da informação dentre outras.

As grandes áreas funcionais (administração geral, financeira, vendas e recursos humanos) representam 58,82% do total respondentes da pesquisa realizada em 2016 pelo CFA/CRAS, podendo ser destacadas como áreas com maior demanda por profissionais.

Segundo o CFA/CRAS (2016), os cargos ocupados por graduados em Administração representam predominância em cargos gerências (21,84%), analista (19,10%) e coordenação com 9,46%. Também destacam-se como áreas promissoras para contratação de Administradores as áreas de consultoria empresarial, sendo um reflexo do aumento de micro e pequenos empreendedores e o setor de serviços, tais como hotelaria, saúde e instituições financeiras.

No âmbito internacional segundo Keedi (2004) uma das principais atividades exercidas pelo profissional de comércio exterior é a de *trader*, podendo ser de exportação ou de importação, esse profissional é responsável pelas vendas e compras de mercadorias internacionais, ele deve ter diversos conhecimentos sobre idiomas, culturas, assim como, saber identificar boas oportunidades para empresa a qual está atuando.

Keedi (2004) destaca também outras áreas de atuação, como, área de produção, onde o profissional deve ter amplos conhecimentos sobre produção e produto, bem como ter conhecimentos sobre o mercado para o qual está exportando. O profissional de comércio exterior pode atuar na área de transporte e logística, fazendo contratações de fretes e acompanhando a entrega de mercadorias. Ainda na área de logística e transporte, Keedi (2004) destaca a importância do envolvimento dessas duas áreas para redução de custos para empresa, porém, para essas áreas a falta de mão de obra qualificada é apontada como um problema devido sua escassez.

É possível atuar como despachante, se tornando responsável por todos os trâmites legais envolvidos para importação ou exportação das mercadorias, ou pode atuar com atividade documental, emitindo notas fiscais, declarações de embarque, fatura comercial, entre outros documentos necessários para importação e exportação. Keedi (2004) destaca ainda que seja possível atuar dando assessoria para empresas na área de comércio exterior. Outra função que pode ser exercida

em consonância com a área, seria a de professor de comércio exterior, formando profissionais que atuarão na área.

2.4 COMPETÊNCIAS E HABILIDADES NECESSÁRIAS AO PROFISSIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR

A palavra competência é originada do latim *competentia*. Compreende-se por competência, a capacidade em desenvolver determinada atividade, o quanto o indivíduo é apto em solucionar situações que lhe demande certa habilidade (FERREIRA, 1995, p.353).

Para Hamel e Prahalad (1990, p.57), “*core competence*”, ou seja, competência essencial é a unificação de diversos fatores que propiciam às organizações a vantagem de identificar e assim atender a necessidades de cada cliente. Prevaler-se das tecnologias e capacidades específicas pode garantir grande vantagem perante a concorrência no mercado.

Durand apud Wood Jr. (2002, p.58), baseou o conceito de competência em três pilares, conhecimento, habilidade e atitude. Dentro desses aspectos é ressaltada não somente as habilidades diretamente voltadas ao trabalho, mas também os aspectos técnicos e científicos da operação.

Segundo Mascarenhas (2008, p.184), a singularidade é um fator importante ao determinar características de um suposto exercício. Analisar as necessidades exigidas pelo trabalho em questão, princípios utilizados, condições, entre outros fatores que determinarão o grau de dificuldade e sucesso ao exercer tal atividade é de suma importância. Pode-se afirmar então, que os três fatores que formam a competência são:

- a) **Conhecimento:** é a ciência ao desempenhar atividades específicas conhecimento esse, que deve ser continuamente aprimorado.
- b) **Habilidade:** é a capacidade de execução por meio do conhecimento para solucionar situações impostas, tal como criar soluções em casos inusitados.
- c) **Atitude:** ação, busca por resultados satisfatórios por meio do conhecimento e habilidades adquiridos.

Fleury e Fleury (2004, p.53), afirma que os indivíduos vivem em uma constante busca pelo conhecimento e habilidades, os quais possibilitam satisfação tanto pessoal quanto profissional. A competência obtida e responsabilidade ao agir, são características que agregam valor a empresa perante o mercado e valor social para o próprio indivíduo. É necessário antecipar situações, atuando no momento adequado e utilizando todos os recursos disponibilizados pelas organizações, os quais podem ser, financeiros, humanos, tecnológicos, entre outros.

Para Echeveste et al (1999), as constantes mudanças que ocorrem no mercado, exigem uma dedicação e aprofundamento constante dos profissionais, onde as organizações devem incentivar e trabalhar esse desenvolvimento juntamente com o colaborador. Os profissionais almejados pelo mercado precisam se destacar em diversos fatores, tais como, liderança, conhecimento em operações, visão estratégica, aptidão em coordenar equipes, foco em resultados, entre outras habilidades, capazes de atender as necessidades da empresa e conseqüentemente suprir as necessidades dos clientes.

Para Keedi (2004) o profissional de comércio exterior deve entender profundamente todas as questões administrativas, fiscais, cambiais e logísticas relacionadas aos processos de importações e exportações. Conhecer diversos idiomas estrangeiros, conhecer os hábitos, gosto, costumes, símbolos, religiões, leis, de acordo com o país que se está negociando, exercendo de melhor maneira possível seu trabalho.

Na opinião de Echeveste (1999), a competência do profissional de comércio exterior pode ser entendida como um processo social-econômico de caráter transnacional que requer uma nova postura do perfil dos executivos a fim de manter vantagens competitivas exigidas pelas mudanças em um cenário dinâmico de constantes transformações.

O mercado internacional segue um fluxo para atender a demanda que o consumidor global exige, e quer adquirir, conforme Mainardes, Deschamps e Lima (2007), o profissional que atua na área de comércio exterior deve estar em constante desenvolvimento de suas qualificações para se manter em um mercado onde não se podem cometer erros.

Mirandes, Deschampes e Lima (2007) relatam a importância de uma boa formação, de como o profissional deverá estar apto a lidar com diversas culturas,

questões políticas, econômicas, sobretudo pela diversidade de linguagens que o profissional encontrará no diálogo em uma negociação internacional.

Mainardes, Deschmapes e Lima (2007) observam ainda que o novo cenário econômico exige profissionais com uma visão generalista e ampla, com conhecimentos práticos que o ambiente de negociações exige. Ressaltam ainda que cada vez mais o mercado de trabalho demanda de profissionais com raciocínio lógico com criatividade, de fácil adaptação e senso crítico elevado com uma visão global e estratégica, além da capacidade de absorver as diversas informações, de diversos segmentos de mercado.

Ataíde (1997) fala sobre a questão do aprimoramento contínuo do conhecimento, independente da função exercida, pois o mercado requer profissionais altamente qualificados e com bom relacionamento interpessoal. Ataíde (1997) ressalta ainda que somente os profissionais bem preparados, capazes de transformar dados e informações em conhecimento, e com ética e profissionalismo estarão aptos a enfrentar as adversidades que lhes são impostas em um mercado altamente competitivo.

2.5 ENSINO DE ADMINISTRAÇÃO NO BRASIL

A criação e evolução dos Cursos de Administração no Brasil têm uma relação muito próxima com as transformações ocorridas a partir da década de 30 na área da produção econômica. Neste período começaram a surgir as preocupações com assuntos econômicos, principalmente assuntos relacionados à depressão de 1929 e, posteriormente, relacionados à responsabilidade do Estado no processo de industrialização do país (MARTINS, 1989). Isso evidencia que tais cursos têm uma relação direta com o processo de industrialização do país, levando à conclusão de que a sua implantação tem como objetivo principal, a qualificação da mão de obra para atender as demandas provenientes do processo industrial.

Couvre (1990) reforça esse pensamento, afirmando que a evolução de tais cursos demonstra a influência do desenvolvimento de uma cultura voltada para modernização. Neste sentido, a mudança e desenvolvimento da formação social, devem servir como fatores motivacionais para a criação desses cursos. Ainda segundo a autora, tais motivações estão ligadas ao caráter de especialização e

utilização da técnica, tornando indispensáveis profissionais capazes de exercer as funções de controlar, analisar e planejar as atividades dentro de uma organização.

Segundo Martins (1989), o contexto que levou a formação do administrador no Brasil passou ter maior evidência na década de 40. Neste período, teve aumento na demanda por mão de obra qualificada e por consequência aumento na demanda por profissionalização através do ensino de Administração. Segundo essa visão, tratava-se de formar um Administrador profissional a partir do sistema de escolar, capaz de atender as necessidades desenvolvidas pelo processo de industrialização.

Ainda para Martins (1989), a preocupação com assuntos econômicos têm como ponto de partida o ano de 1943, quando realizou-se no Rio de Janeiro, o primeiro Congresso Brasileiro de Economia, onde se demonstrou grande interesse pela industrialização do país, solicitando ao estado iniciativas concretas para o incentivo das pesquisas em assuntos econômicos, porém essas pesquisas até então eram realizadas basicamente nos cursos de Direito na disciplina de economia que era vista como de “formação geral”.

Somente no ano de 1945, surgiram os primeiros resultados relacionados à implantação desse ensino, neste ano, o então Ministro da Saúde e Educação Gustavo Capanema, encaminhou a Presidência da República um documento propondo a criação de dois cursos universitários, o de Ciências Contábeis e o de Ciências Econômicas. O documento afirmava que as atividades de direção e orientação haviam atingido níveis de complexidade elevados, exigindo conhecimento especializado de seus administradores. Isso possibilitou que os cursos de economia ganhassem um caráter de especialização e não mais genérico. A criação desses cursos se torna relevante por ampliar a organização escolar do país, que até então, constituía-se apenas de médicos, engenheiros e advogados (CFA, 2016).

Para Martins (1989), o surgimento da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e a criação da Faculdade de Economia e Administração de São Paulo (USP), foram marcos no ensino e na pesquisa de temas econômicos e administrativos no Brasil, ajudando no processo de desenvolvimento econômico do país. Essas instituições eram dominantes no campo das instituições de ensino de administração, e serviram como referência para o desenvolvimento desses cursos.

Em 1952 é criada pela FGV com apoio da ONU e da UNESCO, a Escola Brasileira de Administração Pública (EBAP). Martins (1989) afirma que com a

criação da EBAP no Rio de Janeiro, a FGV passa a se preocupar com a criação de uma escola direcionada a preparação de administradores de empresas, com o objetivo de formar profissionais especialistas em técnicas modernas de administração.

Esta situação favoreceu em 1954 a criação da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP), é importante observar que a FVG optou pela cidade São Paulo por ser considerada a capital econômica do país, com o intuito de atender as expectativas do empresariado. Para tal implantação da Escola, a FGV buscou a apoio da iniciativa privada e do governo federal do estado de São Paulo.

Segundo Schuch (1978), após a criação da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP), surgiram os primeiros currículos com especialização em administração, que de alguma forma influenciaram posteriormente nos movimentos das instituições de ensino.

Segundo Martins (1989), a partir da década de 60, a Fundação Getúlio Vargas começou a oferecer cursos de pós-graduação na área de Economia, Administração Pública e de Empresas. Em meados dessa década passou a ofertar também cursos de mestrado, passando a ser o centro de formação de professores para outras instituições de ensino. Por volta da metade da década de 60 a instituição passa a ministrar um programa de doutorado nessa área.

No final dos anos 60, a evolução dos cursos de administração já não estava mais vinculada somente às instituições universitárias, mas também as faculdades isoladas que surgiam de um processo de expansão privatizada. Esta expansão, segundo Martins (1989), é relacionada às transformações no plano econômico.

Com todas as mudanças econômicas, um novo acontecimento viria intensificar a tendência a profissionalização do administrador, seria a regulamentação dessa atividade que ocorreu na metade da década de 60, pela Lei nº 4.769 de 09 de setembro de 1965. Conforme apresenta em seu Artigo 3º afirma que o exercício da profissão de Técnico em Administração é privativo dos bacharéis em Administração Pública ou Empresas, diplomados no Brasil, em cursos regulares de ensino superior cujo currículo seja fixado pelo Conselho Federal de Educação, conforme os termos da Lei nº 4.024 de dezembro de 1961, que define as Diretrizes e Bases da Educação no Brasil (CFA, 2016).

O estilo de desenvolvimento beneficiou as grandes unidades produtivas na economia do país, proporcionando o crescimento de grandes empresas, estrangeiras e estatais, assim ocasionando a crescente utilização da técnica. Isso ocasionou o surgimento de demanda por profissionais com conhecimentos específicos para atuarem em diferentes funções dentro das organizações.

Segundo Schuch (1976), no ano seguinte a regulamentação da profissão, o Conselho Federal de Educação fixou o currículo mínimo para o curso de Administração Pública e de Empresas através do parecer nº 307/66, aprovado em 08 de julho de 1966. A partir dessa regulamentação foram criados os Conselhos Regionais com o objetivo de controlar o exercício da profissão. Segundo Martins (1989), a função destes organismos era fiscalizar o exercício e desempenho da profissão, assim como expedir carreiras profissionais. Somente os profissionais registrados no Conselho Regional de Administração – CRA poderiam exercer a profissão.

2.6 FORMAÇÃO ACADÊMICA

Para Sguissard (1997), a formação acadêmica visa produzir conhecimento e informações para tomada de decisões, seja por meio de sistema educacional tendo como base uma grade curricular ou de um programa de ensino, sempre em constante atualização e avaliação.

Diante disso, Nicolini (2004) diz que a formação acadêmica deve ultrapassar as barreiras dos métodos tradicionais de ensino, procurando adquirir conhecimento suficiente ao exercício profissional, acompanhando assim, as constantes mudanças no mercado.

Santomé (1998) destaca que, com uma grade curricular globalizada e interdisciplinar, as universidades proporcionam aos acadêmicos uma variedade de práticas educacionais em sala de aula, ajudando assim no processo ensino e aprendizagem.

Sobrinho (2000) destaca que a educação deve ter como compromisso fundamental o desenvolvimento da sociedade como um todo, e não somente de uma minoria, pois devem ser levados em consideração os interesses públicos não importando qual natureza jurídica a instituição pertence. Esclarece ainda que, o maior desafio está em educar uma sociedade que não existe. Por isso, se torna tão

importante a capacidade de aprender e construir novos conhecimentos em um ambiente que constantemente é renovado.

Por outro lado, em um ambiente que exige constante atualização, a universidade tem como objetivo também o crescimento e a formação de seus docentes pesquisadores, assim como, melhorias no processo de formação profissional, a fim de formar profissionais aptos e capazes a exercerem as atividades que lhes serão propostas.

2.6.1 FORMAÇÃO ACADÊMICA EM ADMINISTRAÇÃO - LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM COMÉRCIO EXTERIOR - UNESC

O Curso de Administração da UNESC foi instituído no ano de 1975 através do Decreto do CFE n. 76.131, em 14 de Agosto de 1975, reconhecido em 15 de Agosto de 1979, pelo Decreto n. 83857, e em 03 de Março de 1980 pela Portaria n. 198, e deu origem para o curso de Administração - linha de formação específica em Comércio Exterior que se constituiu a partir de um marco normativo institucional que tinha como objetivo abordar as questões sociais, técnicas, estratégicas e humanistas que envolvem as demandas organizacionais do extremo sul do estado de Santa Catarina. (PPP, 2014).

O Projeto Político Pedagógico (2014, p.58) descreve que o motivo do surgimento do curso deus em:

da necessidade constante de responder às demandas locais, regionais, estaduais, nacionais e, até mesmo em função da complexidade do ambiente sul catarinense, as nacionais, tendo em vista o caráter multiprofissional que envolve o contexto, com destaque para as atividades de: mineração, cerâmica, metal mecânico, o empreendedorismo, o vestuário e outros setores de menor representatividade econômica, porém importante para o desenvolvimento regional e local.

Desta forma, o objetivo do curso é formar futuros profissionais com competências e habilidades, aptos a atuarem em organizações de diversos setores. (PPP, 2014)

Deste modo, o PPP (2014, p. 81), sustenta que o Curso tem como objetivo.

Formar Bacharéis em Administração com competências para atuar em um ambiente internacionalizado, globalizado, dinâmico e complexo e apto à

promoção de transformações inovadoras em organizações que mantêm relações comerciais internacionalizadas e multiculturais.

Dentre os objetivos específicos que do Curso, estão: formar profissionais com senso críticos capazes de analisar e acompanhar as tendências de mercado, formar profissionais que busquem o aprimoramento das práticas gerências no ambiente internacional, e estimular o empreendedorismo gerando novos postos de trabalho. (PPP, 2014).

2.6.2 PERFIL DO EGRESSO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM COMÉRCIO EXTERIOR – UNESC CONFORME O PPP

O perfil do egresso do Curso de Administração – linha de formação específica em comércio exterior está alinhado com base nas Diretrizes Nacionais (Resolução Nº 4 de 13.06.2005 - Art.4º) e nos objetivos específicos do Curso.

Neste sentido o Quadro 3, a seguir, apresenta as competências e habilidades do egresso, alinhadas aos objetivos específicos do curso e as diretrizes nacionais.

Quadro 3: Competências e Habilidades do egresso

Objetivos Específicos do Curso	Competências e Habilidades do Egresso (Perfil)	Diretrizes Nacionais - Resolução Nº 4 de 13.06.2005 (Art.4º)
a) Estimular a prática empreendedora, a autonomia, a proatividade e o senso crítico;	a) Exercer a prática empreendedora, com iniciativa, criatividade, determinação, flexível às mudanças, de forma ética e consciente; b) Agir de forma estratégica com visão sistêmica, equacionando problemas para aprimorar os processos de negociação e de tomada de decisão;	V) Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional; I) Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão; III) Refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção (nacional e internacional) compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;

b) Incentivar a investigação da ciência da Administração, desenvolvendo o raciocínio lógico, analítico e a dinâmica dos negócios internacionais	c) Estar comprometido com a investigação da ciência da Administração e de suas relações comerciais internacionais, desenvolvendo raciocínio lógico, crítico e analítico, diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;	IV) Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos, nacionais e internacionais, de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;
c) Ensinar e compartilhar as melhores práticas gerenciais;	Ter capacidade de exercer as melhores práticas gerenciais por meio da elaboração e implementação de projetos e da realização de consultoria;	VIII) Desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais, em organizações que desenvolvem suas atividades em nível nacional e internacional
d) Promover a interdisciplinaridade por meio de práticas didático-pedagógicas;	d) Integrar conhecimentos práticos e teóricos no exercício pessoal e profissional, em âmbito nacional e internacional.	VI) Desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e das experiências cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável, sobretudo em contextos internacionais e multiculturais.
g) Articular e fortalecer a integração entre ensino, pesquisa e extensão com a participação de docentes, discentes; na comunidade externa, na comunidade internacional e multicultural.	e) Desenvolver as habilidades de comunicação e expressão compatíveis com o exercício profissional;	II) Desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
e) Conscientizar o acadêmico para a importância do exercício da profissão na sociedade.	f) Ter formação humanística e visão global que o habilite a compreender o meio socioambiental político, econômico e cultural.	VII) Desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações.

Fonte: PPP Curso de Administração – formação específica em comércio exterior (2014)

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Andrade (2005) relata que a metodologia é um conjunto de métodos ou percursos que são trilhados na busca do conhecimento. São pesquisas técnicas com embasamento científico que tem como objetivo abordar ideias por meio de linhas de raciocínios interligados.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Pesquisa pode ser compreendida como o processo de elaboração do conhecimento, assim como, procedimento de aprendizagem como parte integrante do processo de recriação do conhecimento (DEMO, 2000).

A elaboração de uma pesquisa está relacionada ao problema a ser estudado, da sua natureza, situação ou período em que se encontra, e também do nível de conhecimento do pesquisador (KÖCHE, 2001).

Delimitar a pesquisa é definir os limites da investigação, seja através do assunto, extensão e a diversos fatores como, econômicos, humanos ou prazos (LAKATOS; MARCONI, 2007).

Quanto aos fins de investigação, a pesquisa caracterizou-se como descritiva. Pesquisa descritiva é aquela em que o pesquisador observa os fatos, registrando-os e os descrevendo sem interferir neles. Tem como objetivo descrever as características de uma população ou fenômenos, ou estabelecer a relação entre variáveis. Possui o uso de técnicas de coleta de dados padronizadas: questionários e observação, assumindo a forma em geral de levantamento (PRODANOV; FREITAS, 2013). Sendo assim, o estudo se enquadrou como uma pesquisa descritiva em relação aos fins de investigação, pois tem como objetivo descrever a percepção dos acadêmicos ingressantes e concluintes do curso de Comércio Exterior da UNESC e das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma, sobre as habilidades e competências necessárias ao profissional de comércio exterior.

Em relação aos meios de investigação a pesquisa classificou-se como bibliográfica e de campo. A pesquisa bibliográfica tem como objetivo dar sustentação científica através de tudo o que já foi dito, escrito ou filmado referente a determinado assunto e proporcionar a investigação de um tema com uma nova abordagem ou enfoque (LAKATOS; MARCONI, 2007). Os materiais publicados como: livros,

dicionários, artigos periódicos de jornais, revistas ou materiais disponíveis na internet, são utilizados como fonte bibliográfica para este tipo de pesquisa (PINHEIRO, 2010). Sendo assim, o estudo pode ser considerado como bibliográfico, pois foi elaborado através de pesquisas em livros, artigos, teses, acompanhado de informações de sites como MDIC especializado na área de comércio exterior dando assim embasamento teórico para o estudo.

No que se refere à pesquisa de campo, ela é utilizada para a coleta de informações ou conhecimento em relação a um problema para o qual procuramos uma resposta, ou de uma suposição que queremos comprovar, ou, descobrir novos fenômenos ou encontrar a relação entre eles. Consiste na observação de fatos e fenômenos, exige administração e objetivos predeterminados (LAKATOS; MARCONI, 2007). Nesse tipo de pesquisa podem ser utilizados meios como a entrevista, aplicando questionário ou observação (VERGARA, 2009).

O estudo de campo tende a utilização das técnicas de observação ao invés das técnicas de interrogação, e se aprofundam das questões propostas do que a classificação das características da população em relação a determinadas variáveis (Gil, 2008). Para este tipo de pesquisa é determinado o campo no qual será executada a pesquisa, e os métodos de acesso a este campo, podendo assim determinar as formas de coletas e análise dos dados, após a análise dos dados obtidos é possível chegar a uma conclusão diante ao tema proposto (MATTAR NETO, 2003). Antes da coleta de dados é necessário definir as técnicas de registro desses dados, assim como, as técnicas de análise (LAKATOS; MARCONI, 2007).

Compreendendo assim que o estudo se classifica como pesquisa de campo, pois o método utilizado para a coleta de dados se deu por meio de questionário com aplicação presencialmente e via correio eletrônico.

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO-ALVO

Para Lakotos e Marconi (2001) definir população-alvo é a delimitar pessoas, empresas, fenômenos dos quais serão pesquisados por características básicas. Vianna (2010) esclarece que a pesquisa pode englobar todos os colaboradores de uma empresa, ou somente de um determinado setor, mas quando o projeto de pesquisa envolve uma população da qual se pretende extrair algum aspecto, deverá ser definido um plano de amostragem.

Segundo o Censo de Educação Superior de 2015 o estado de Santa Catarina possui 94 instituições de ensino superior ofertando diversos cursos de graduação, dessas 94 instituições 88 oferecem o curso de Administração.

A UNESC - Universidade do Extremo Sul Catarinense localizada na cidade de Criciúma oferece a graduação em Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior. O curso já formou mais de 700 alunos e atualmente possui 221 matriculados.

Nesse sentido, o Quadro 4, apresenta uma síntese da estruturação da população-alvo de acordo com o objetivo geral deste estudo.

Quadro 4: Apresentação da estrutura da População - Alvo

OBJETIVOS	PERÍODO	EXTENSÃO	UNIDADE DE AMOSTRAGEM	ELEMENTO
Verificar as perspectivas e expectativas dos acadêmicos em relação ao mercado de trabalho.	Primeiro semestre de 2017	Unesc	Curso de Administração com Habilitação em Comércio Exterior da Unesc	Acadêmicos ingressantes e concluintes no primeiro semestre de 2017
Identificar as habilidades e competências que as empresas localizadas na cidade de Criciúma procuram nos profissionais de comércio exterior.	Primeiro semestre de 2017	Criciúma	Empresas que Importaram e Exportaram no ano de 2016	Responsáveis pelo setor de RH.

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Para a delimitação da pesquisa realizada com os acadêmicos utilizou-se dados fornecidos pela coordenação do curso de Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior.

Conforme os dados fornecidos atualmente o curso possui 221 alunos matriculados sendo que 24 alunos são ingressantes e 31 são concluintes no primeiro semestre de 2017. A partir desses dados definiu-se que a população-alvo da pesquisa seriam os 24 acadêmicos ingressantes e 31 concluintes totalizando 55 acadêmicos. Já para a pesquisa aplicada com as empresas que importaram e

exportaram produtos no ano de 2016 localizadas na cidade de Criciúma – SC, utilizou-se a lista de empresas disponível no site do Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC). Foi gerado um relatório de empresas que exportaram e importaram produtos no ano de 2016, posteriormente foi feito um filtro somente com a cidade de Criciúma obtendo-se o resultado de 91 empresas importadoras e exportadoras.

Após esse primeiro filtro foram retiradas da lista as empresas que possuem filias chegando ao resultado final de 86 empresas.

Segundo Lakatos e Marconi (2001), coletar informações de um grande grupo no todo é quase impossível, por isso é necessário definir uma amostra para que represente o conjunto. Com os dados sobre os acadêmicos ingressantes e concluintes do primeiro semestre de 2017 do curso de Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior, foi aplicada a pesquisa presencialmente no dia 26 de abril de 2017 aonde 19 alunos ingressantes responderam e 21 alunos concluintes responderam, sendo assim, o total de alunos que responderam foi de 40 alunos. Já com os dados obtidos sobre as empresas que importaram e exportaram no ano de 2016 a pesquisa foi enviada no dia 26 de abril de 2017 via *Google Docs* tendo 31 questionários respondidos.

Barbetta (2001) esclarece que no plano de amostragem aleatória simples o pesquisador precisa ter a relação completa com todos os participantes da população-alvo em questão. Como o tamanho da população é conhecido, considera-se a fórmula abaixo para o cálculo do tamanho mínimo da população finita:

Quadro 5: Fórmula para o cálculo do tamanho mínimo da amostra.

População Infinita	População Finita
$n_0 = \frac{1}{E_0^2}$	$n = \frac{N.n_0}{N + n_0}$
<p>N = tamanho da população n = tamanho da amostra n_0 = uma primeira aproximação para o tamanho da amostra E_0 = erro amostral tolerável</p>	

Fonte: Adaptado de Barbetta (2001, p. 60).

Desta forma, utilizando-se o número total de 24 acadêmicos ingressantes e 31 acadêmicos concluintes que se encaixavam na pesquisa e com 19 acadêmicos

ingressantes respondentes e 21 acadêmicos concluintes respondentes, o erro amostral constatado para esta pesquisa realizada com os acadêmicos ingressantes foi de 10,47% e para os alunos concluintes foi de 12,39%. Já com as 87 empresas que se encaixavam na pesquisa e com 31 empresas respondentes, o erro amostral constatado para pesquisa realizada com as empresas foi de 14,41% conforme o cálculo de erro amostral definido por Barbetta (2001) para população finita.

3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Para a coleta de dados é importante estabelecer um plano para execução, assim como ter um bom planejamento na elaboração de coletas de dados (ANDRADE, 2005). Os dados utilizados em uma pesquisa podem ser classificados como primários ou secundários (MATTAR, 1996).

Dados primários são os dados que ainda não foram analisados ou interpretados e compõem informações das pesquisas documentais. Já os dados secundários não são escritos pelo autor, o pesquisador utiliza de dados primários para executar as pesquisas de teor bibliográfico (ANDRADE, 2005).

Sendo assim, os levantamentos de dados são de origem primária, pois foram coletados diretamente da fonte, através da aplicação de um questionário junto aos acadêmicos e empresas.

Segundo Oliveira (1999), os procedimentos de coleta de dados quantitativos e qualitativos são dois métodos distintos pela sua sistemática e pela forma de abordagem do problema objeto do estudo, sendo assim exige a necessidade de adequação ao tipo de pesquisa que se pretende desenvolver, sendo a natureza ou nível de aprofundamento determinante para a escolha do método.

O pesquisador qualitativo vai até o local onde está o participante da pesquisa, permitindo ao pesquisar um maior detalhamento sobre a pessoa ou sobre o local, podendo se envolver nas experiências reais dos participantes. A coleta de dados qualitativos possui quatro tipos de procedimentos, a de observação, de entrevista, de documentos e matérias audiovisuais (CRESWELL, 2007).

A técnica quantitativa é normalmente utilizada para descobrir e classificar a relação entre variáveis, também é utilizada em pesquisas de contexto social, econômico, mercadológicas, de opinião e administração. Diferente do método qualitativo que não tem o objetivo de numerar ou medir unidade e categorias

semelhantes, o método quantitativo utiliza dados estatísticos como base do processo de análise de um problema (OLIVEIRA, 1999).

São diversos procedimentos para a coleta de dados, podendo variar de acordo com as circunstâncias ou com o tipo de investigação. As técnicas utilizadas para as pesquisas podem ser de entrevistas, questionários, formulários, coleta documental, observação, dentre outros (CRESWELL, 2007), sendo que a entrevista é um dos instrumentos mais utilizados em pesquisas, principalmente em pesquisas com um grande número de amostragem, como as que objetivam levantar a opinião da população em relação à política ou a preferência do consumidor. Os questionários podem ser elaborados com questões abertas e/ou fechadas (ROESCH, 2009).

Conforme o embasamento apresentado, para a realização da pesquisa foram utilizadas técnicas qualitativas, utilizando como coleta de dados uma entrevista com uso de questionário com perguntas fechadas e abertas sendo aplicado presencialmente e via correio eletrônico.

3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS

Após a obtenção dos dados, os resultados devem ser analisados e interpretados. Na análise dos dados o pesquisador tem maior detalhamento, buscando respostas as suas indagações. É importante que na interpretação dos dados, os mesmos sejam colocados de uma forma clara e de fácil compreensão (LAKATOS; MARCONI, 1995). Conforme o objetivo da pesquisa a abordagem a ser utilizada pode ser quantitativa e/ou qualitativa, diferenciando se entre si por suas sistemáticas. Sendo que o melhor método a ser utilizado está relacionado à formulação do problema e sua profundidade em relação à pesquisa (CRESWELL, 2007).

O método quantitativo tem como objetivo quantificar opiniões e dados, assim como também a utilização de recursos e técnicas estatísticas desde as mais simples, como porcentagem e média, até as mais complexas utilizando coeficiente de relação ou análise de regressão. Este método é bastante utilizado nas pesquisas descritivas, procurando descobrir e classificar a ligação entre as variáveis, assim como investigar a relação casual entre fenômenos de causa e efeito (OLIVEIRA,

1999). Este método tem como objetivo transformar em números todas as informações e opiniões coletadas (PINHEIRO, 2010).

Através da pesquisa qualitativa é possível descrever a complexidade de determinada hipótese ou problema, analisar, compreender e classificar métodos utilizados por grupos sociais. Esse método caracteriza-se pela busca da compreensão detalhada do pesquisador em relação aos dados obtidos, e pela exposição da opinião em relação aos fatos apresentados pelos entrevistados, tendo o objetivo de possibilitar ou apresentar melhorias ao problema apresentado em pesquisa (OLIVEIRA, 1999).

O método utilizado na pesquisa foi o qualitativo o que possibilitou uma melhor compreensão da percepção dos acadêmicos ingressantes e concluintes e das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma.

4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

Este capítulo apresenta os resultados obtidos por meio da coleta de dados junto à amostra de empresas importadoras e exportadoras de Criciúma e dos acadêmicos ingressantes e concluintes do curso de Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior da Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC.

4.1 PERFIL DOS ACADÊMICOS

O Curso de Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior da UNESC possui 221 acadêmicos matriculados no primeiro semestre de 2017. Destes, 24 cursam a 1º fase e 31 são concluintes. O questionário foi aplicado presencialmente obtendo-se 19 respostas dos ingressantes e 21 dos concluintes, o que corresponde a 73% da população.

4.1.1 Gênero

Conforme dados obtidos por meio da pesquisa de campo no, quadro 6 fica evidenciado o gênero dos acadêmicos.

Quadro 6: Gênero

Gênero	Ingressantes	Concluintes
Masculino	47%	57%
Feminino	53%	43%
Total	100%	100%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Desta forma verifica-se que dos 19 alunos ingressantes pesquisados, 47% são homens e 53 % são mulheres. Também é possível verificar a predominância de pessoas do gênero feminino que cursam Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior.

4.1.2 Idade

No Quadro 7, a seguir, caracterizam-se as faixas etárias dos acadêmicos pesquisados.

Quadro 7: Faixa Etária

Faixa Etária	Ingressantes	Concluintes
De 17 anos a 24 anos	95%	52%
25 anos a 29 anos	5%	29%
30 anos a 35 anos	-	19%
Total	100%	100%

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Pode-se verificar que 95% dos acadêmicos ingressantes estão na faixa etária de 17 a 24 anos, esse número expressivo se dá devido à transição do ensino médio para o ingresso na universidade.

Em relação aos alunos concluintes é possível verificar uma diversificação grande da faixa etária, onde 52 % estão na faixa etária de 17 a 24 anos, 29 % estão na faixa etária de 25 a 29 anos, e 19% estão na faixa etária de 30 a 35 anos.

4.1.3 Cidade de residência

No Quadro 8, a abaixo, são apresentadas as cidades em que os acadêmicos pesquisados residem.

Quadro 8: Cidade de residência

Cidade	Ingressantes	Concluintes
Araranguá	11%	5%
Cocal do Sul	5%	5%
Criciúma	53%	71%
Forquilha	5%	-
Içara	5%	14%
Jaguaruna	-	5%
Meleiro	5%	-
São Ludgero	5%	-
Sombrio	5%	-
Urussanga	5%	-
Total	100%	100%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Constata-se que a maior concentração de alunos reside em Criciúma, 53 % dos ingressantes e 71% dos concluintes. 11% dos alunos residem em Araranguá, seguidos de Içara e Meleiro com representatividade de 5% cada uma. Já os acadêmicos concluintes, constata-se que 14% residem em Içara, 5% em Araranguá. Cocal do Sul e Jaguaruna, ambos os municípios foram citados por 5% dos acadêmicos como cidade de residência.

4.1.4 Idiomas falados

No Quadro 9, a seguir, são apresentados os idiomas falados pelos acadêmicos do curso de Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior.

Quadro 9: Idiomas Falados

Idioma	Ingressantes		Concluintes	
	Sim	Não	Sim	Não
Inglês	79%	21%	86%	14%
Espanhol	37%	63%	48%	52%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Pode-se verificar no quadro 11, que 79% dos alunos ingressantes e 86% dos alunos concluintes falam inglês, e 63% dos alunos ingressantes e 52% dos concluintes não falam espanhol. Em relação ao nível de domínio do idioma, fica evidenciado no Quadro 10, o nível de fluência dos acadêmicos sobre os idiomas.

Quadro 10: Nível dos idiomas falados

Idioma	Ingressantes			Concluintes		
	Básico	Intermediário	Fluente	Básico	Intermediário	Fluente
Inglês	33%	60%	7%	33%	44%	22%
Espanhol	86%	14%	-	44%	44%	11%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

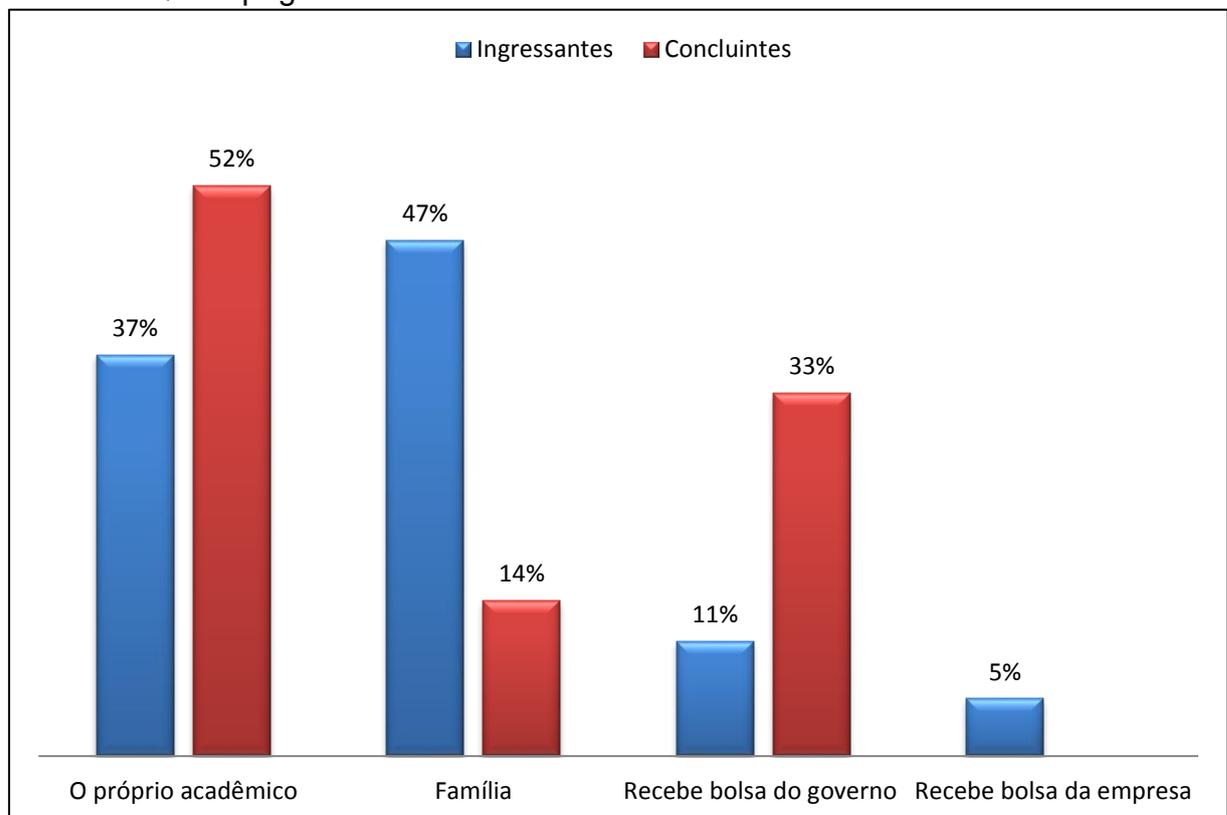
Constata-se que apenas 7% dos alunos ingressantes e 22% dos alunos concluintes possuem fluência no idioma inglês, 60% dos alunos ingressantes consideram que estão no nível intermediário de inglês.

Em relação ao idioma espanhol, somente 11% dos alunos concluintes consideram ter fluência no idioma, 86% dos ingressantes consideraram ter comunicação básica em espanhol.

4.1.4 Pagamento da Universidade

Para saber quem era o responsável pelo pagamento da mensalidade do curso, perguntou-se aos acadêmicos, quem paga a mensalidade da universidade.

Gráfico 6: Quem paga a faculdade



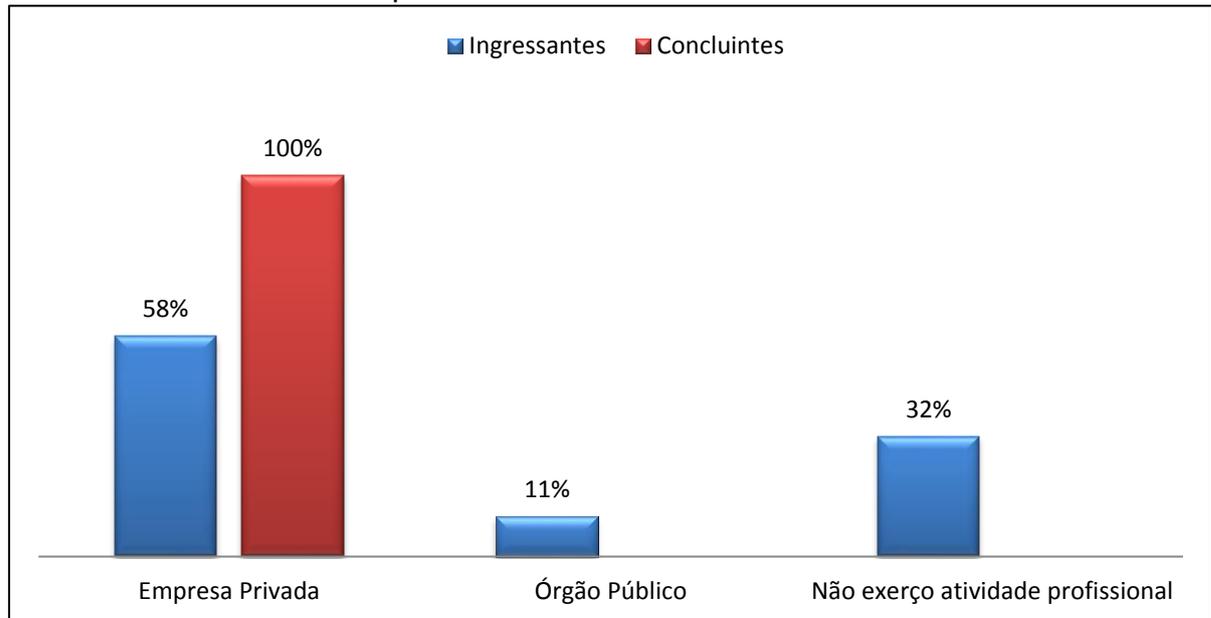
Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Pode-se verificar que a maioria dos alunos concluintes, 52% são responsáveis pelo pagamento da mensalidade do curso. Já os alunos ingressantes, 47% dos responsáveis pelo pagamento da mensalidade são a família, esse número alto pode ser ocasionado devido ao acadêmico estar ingressando na universidade e por terem pouca experiência profissional. Apenas 4% dos alunos ingressantes e concluintes recebem bolsa do governo, um valor muito baixo que talvez possa ser reflexo da burocracia imposta pelo governo aos bolsistas.

4.1.5 Exerce atividade profissional

No Gráfico 7, abaixo, é possível verificar se os acadêmicos exercem atividades profissionais e qual o tipo de empresa, pública ou privada.

Gráfico 7: Exerce atividade profissional em



Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Pode-se verificar que 100% dos alunos respondentes concluintes exercem atividade profissional em empresa privada, esse resultado extremamente expressivo pode ser reflexo da experiência profissional e conhecimentos teóricos que o acadêmico vai adquirindo ao decorrer da vida acadêmica, o que causa uma maior empregabilidade. Os alunos ingressantes, 58% exercem atividade profissional em empresa privada, 32% não exercem atividade profissional e 11% tem vínculo empregatício em órgãos públicos.

4.1.6 Renda mensal

No Quadro 11, a seguir, é apresentada a renda mensal dos acadêmicos ingressantes e concluinte do curso.

Quadro 11: Renda mensal

Renda	Ingressantes	Concluintes
Sem renda	32%	-
Até R\$ 1.000,00	42%	-
R\$ 1.000,01 à R\$ 1.800,00	21%	38%
R\$ 1.800,01 à R\$ 2.500,00	5%	29%
Superior a R\$ 2.500,00	-	33%
Total	100%	100%

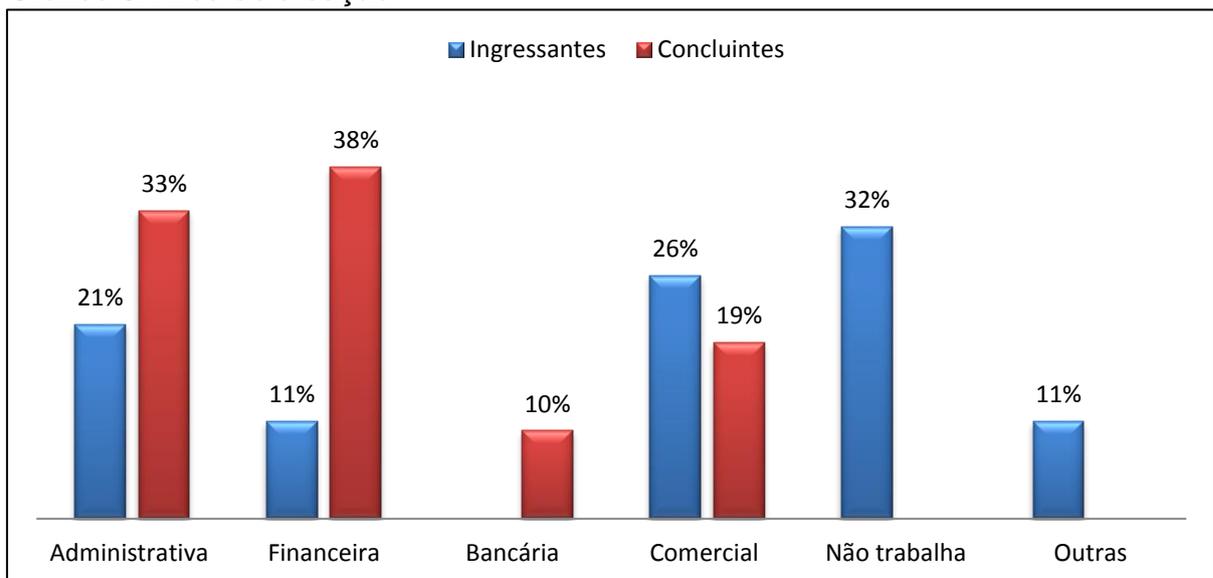
Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Pode-se verificar que os alunos concluintes apresentam renda superior aos alunos ingressantes, notando-se ainda que exista uma ascensão financeira ao decorrer da vida acadêmica e profissional. Um número relevante entre os acadêmicos ingressantes é de que 32% não possuem renda, enquanto 100% dos acadêmicos concluintes possuem renda. Destaca-se também que entre os acadêmicos concluintes 38% possuem renda de R\$ 1.000,01 a R\$ 1.800,00 e 33% possuem renda superior a R\$ 2.500,00.

4.1.7 Área de atuação

No gráfico 8, a seguir, são apresentadas as áreas de atuações dos acadêmicos pesquisados.

Gráfico 8: Área de atuação



Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Pode-se verificar que 38% dos acadêmicos concluintes atuam na área financeira, e 33% na área administrativa. Já os alunos ingressantes 26% atuam na área comercial e 21% na área administrativa. Também fica visível no gráfico acima a diversificação da atuação dos acadêmicos do curso de Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior.

4.1.7 Atua na área de comércio exterior

No Quadro 12, abaixo, é possível verificar se os acadêmicos atuam na área de comércio exterior.

Quadro 12: Atua na área de comércio exterior

	Ingressantes	Concluintes
Sim	-	14%
Não	100%	86%
Total	100%	100%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Constata-se que dos acadêmicos ingressantes, nenhum atuam na área de comércio exterior, dos concluintes apenas 14% estão atuando na área de comércio exterior. Embora os alunos cursarem Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior pode-se verificar que são poucos os que atuam na área de comércio.

4.1.8 Pretendem atuar na área de comércio exterior

No Quadro 13, a seguir, é possível verificar se os acadêmicos que estão cursando Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior pretendem atuar na área de comércio exterior.

Quadro 13: Pretende atuar na área de comércio exterior

	Ingressantes	Concluintes
Sim	79%	62%
Não	21%	38%
Total	100%	100%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Pode-se verificar que 79% dos acadêmicos ingressantes e 62% dos acadêmicos concluintes pretendem atuar na área de comércio exterior.

Verifica-se também que 21% dos acadêmicos ingressantes e 38% dos acadêmicos concluintes não pretendem atuar na área de comércio exterior, esses números expressivos de acadêmicos que não pretendem atuar na área de comércio exterior pode ser reflexo da formação generalista que o curso de Administração oferece possibilitando aos acadêmicos atuarem em diversas áreas.

4.1.8 O que levou o acadêmico a optar pelo curso

No Quadro 14, abaixo, são apresentados os motivos que levaram os acadêmicos optarem pelo Curso de Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior.

Quadro 14: Motivos que levaram os acadêmicos a optarem pelo curso

Motivos	Ingressantes	Concluintes
Influência familiar e amigos	21%	19%
Estabilidade na profissão	8%	5%
Mercado de trabalho promissor	21%	19%
Oportunidades salariais	-	24%
Por vocação	4%	5%
Amplo mercado de trabalho	33%	29%
Por falta de opção	13%	-
Total	100%	100%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Ao analisar o Quadro 14, pode-se verificar que o maior fator decisório na escolha pelo curso de Administração com Habilitação em Comércio Exterior foi o amplo mercado de trabalho, sendo citado por 33% dos acadêmicos ingressantes e 29% dos acadêmicos concluintes. Outro fator com grande representatividade na escolha foi o mercado de trabalho promissor, sendo citado por 21% dos ingressantes e 19% concluintes. Destaca-se ainda, que 24% dos acadêmicos concluintes optaram pelo curso devido a oportunidades salariais, e apenas 4% dos ingressantes e 5% dos concluintes optaram pelo curso por vocação.

4.1.9 Percepção dos acadêmicos sobre as competências e habilidades ao profissional de comércio exterior

No Quadro 15, a seguir, são apresentadas as percepções dos acadêmicos sobre as competências e habilidades necessários ao profissional de comércio exterior.

Quadro 15: Percepção dos acadêmicos sobre as competências e habilidades do profissional de comércio exterior

Competências e Habilidades	INGRESSANTES			CONCLUINTES		
	Baixo	Médio	Alto	Baixo	Médio	Alto
Conhecimento em técnicas de negociação	7%	10%	83%	4%	29%	67%
Conhecimentos em legislação aduaneira	8%	17%	75%	-	33%	67%
Conhecimentos nas modalidades de pagamentos	4%	50%	46%	-	24%	76%
Conhecimentos sobre Incoterms	4%	42%	54%	5%	29%	67%
Conhecimentos fiscais (tratamento tributário, impostos e taxas)	8%	13%	79%	-	43%	57%
Conhecimento dos sistemas e documentos envolvidos em uma importação e exportação	8%	-	92%	-	24%	76%
Conhecimentos sobre questões políticas e econômicas	8%	13%	79%	5%	38%	57%
Conhecimentos sobre logística	8%	29%	63%	-	33%	67%
Capacidade raciocínio lógico	-	46%	54%	5%	29%	67%
Capacidade de análise crítica	13%	25%	63%	5%	33%	62%
Capacidade de Liderança	8%	21%	71%	-	43%	57%
Capacidade de Resolução de problemas	4%	13%	83%	-	24%	76%
Bom relacionamento interpessoal	-	17%	83%	-	38%	62%
Ser flexível e adaptável	-	21%	79%	10%	19%	71%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Pode-se verificar que 83% dos alunos ingressantes e 67% dos concluintes consideram que o profissional de comércio exterior deve ter alto nível de conhecimentos em negociação. Dos acadêmicos ingressantes, 92% consideram que o profissional deve ter alto nível de conhecimento sobre sistemas e documentos envolvidos nas importações e exportações. Também é possível verificar que no geral, acadêmicos ingressantes e concluintes tem percepções parecidas em relação às habilidades e conhecimentos necessárias ao profissional de comércio exterior.

4.2 PERFIL DAS EMPRESAS PESQUISADAS DE CRICIÚMA

A seguir serão apresentados os dados referentes à pesquisa aplicada com as empresas de Criciúma que importaram e exportaram no ano de 2016.

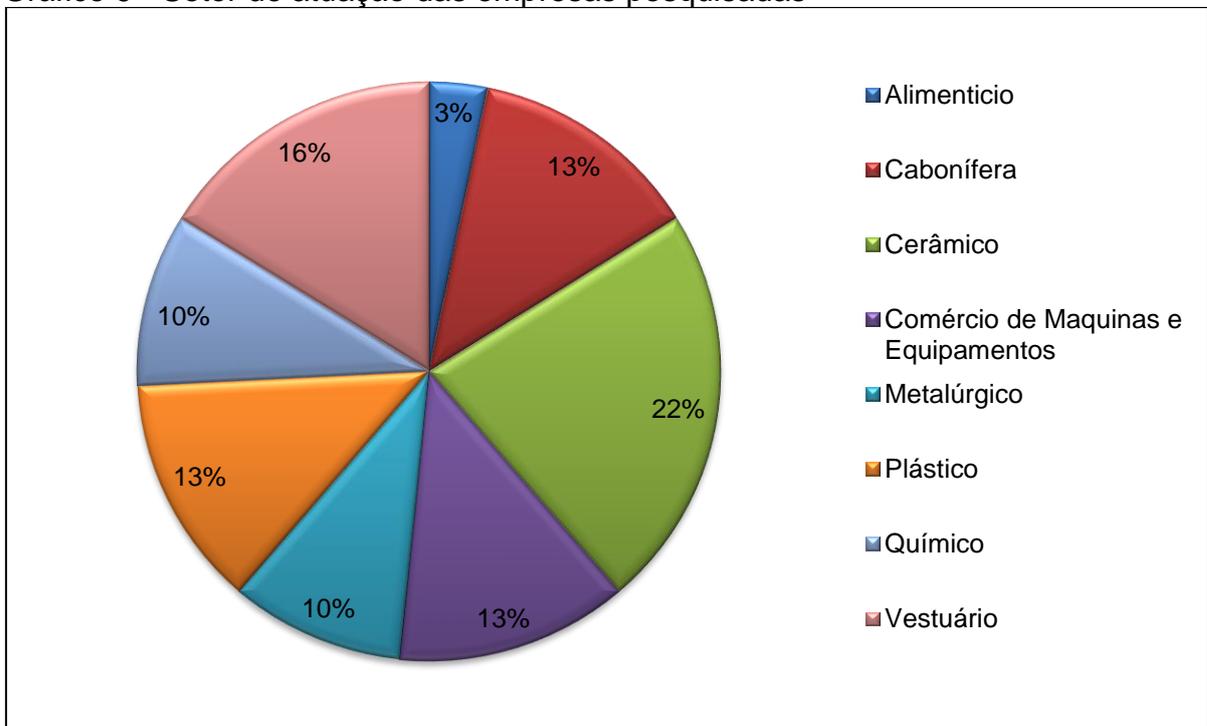
A pesquisa foi aplicada via *Google Docs* com as 87 empresas que se enquadraram no perfil, tendo 31 questionários respondidos, o que representou 36% do público-alvo pesquisado.

4.2.1 Ramo de atuação da empresa

O primeiro ponto identificado nas empresas pesquisadas foi o setor em qual ela atua, sendo assim, o Gráfico 9, a seguir apresenta os dados obtidos.

Pode-se verificar que os setores identificados foram, alimentício, carbonífero, cerâmico, comércio de máquinas e equipamentos, metalúrgico, plástico, químico e vestuário.

Gráfico 9 - Setor de atuação das empresas pesquisadas



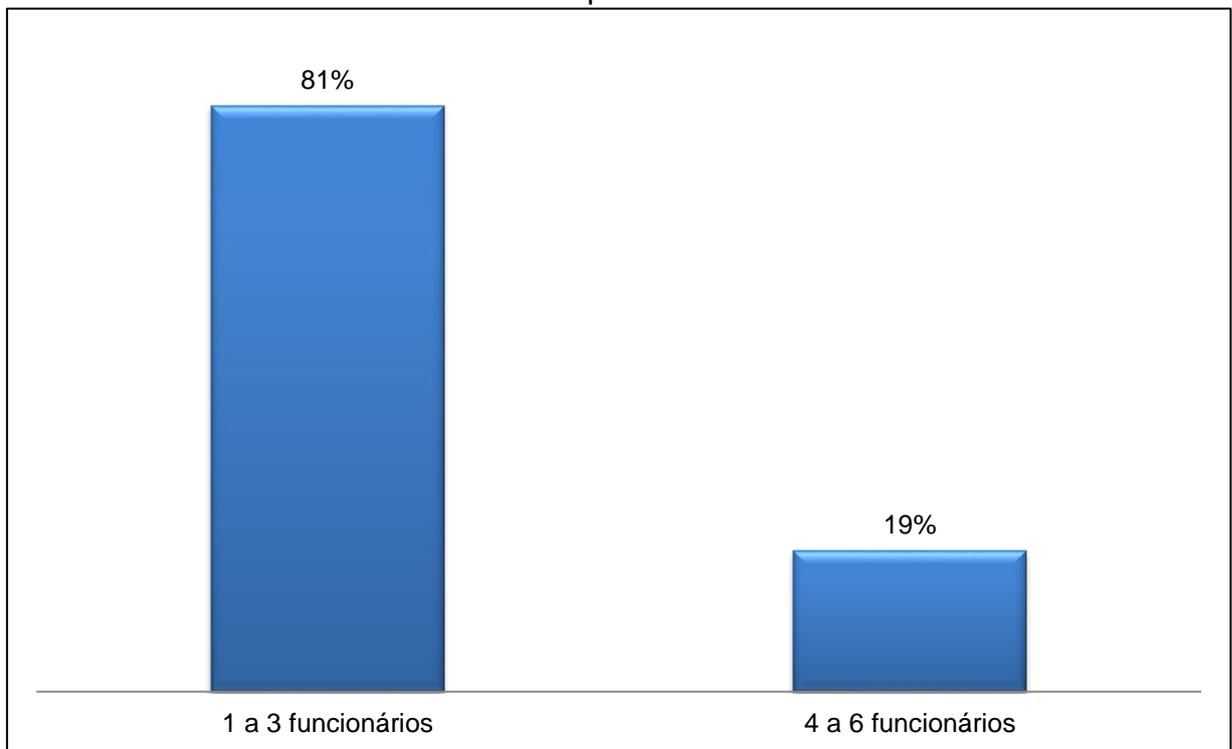
Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Constata-se que 22% das empresas pesquisadas são do seguimento cerâmico, um dos setores com maior número de empresas que exportaram e importaram produtos no ano de 2016 segundo o MDIC (2017).

4.2.1 Quantidade de funcionários que atuam na área de comércio exterior

No Gráfico10, a seguir, é apresentada a quantidade de funcionários que atuam na área de comércio exterior nas empresas pesquisadas.

Gráfico 10: Quantidade de funcionários que atuam na área de comércio exterior



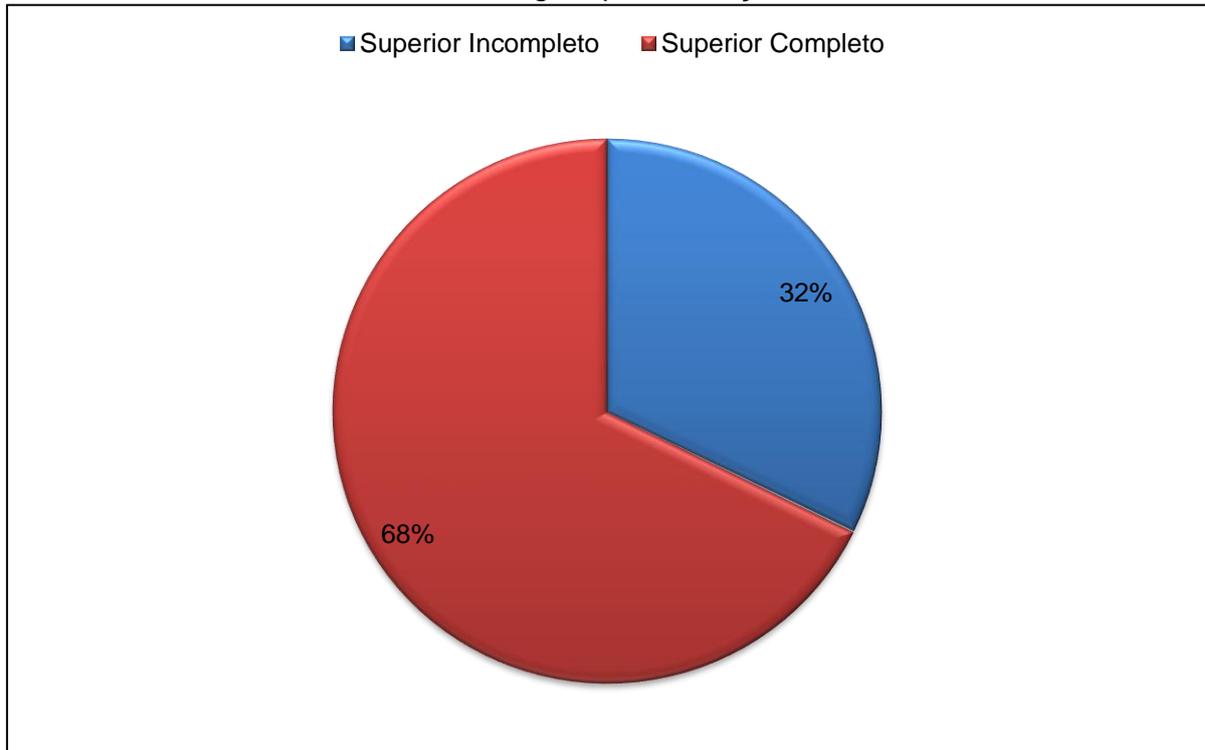
Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Pode-se verificar que 81% das empresas respondentes possuem de 1 a 3 funcionários atuando na área de comércio, 19% das empresas possuem de 4 a 6 funcionários atuando na área de comércio exterior.

4.2.2 Nível de escolaridade exigido para atuação na área de comércio exterior

No Gráfico11, a seguir, é apresentado o nível de escolaridade que as empresas exigem do profissional de comércio exterior.

Gráfico 11: Nível de escolaridade exigido para atuação na área de comércio exterior



Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

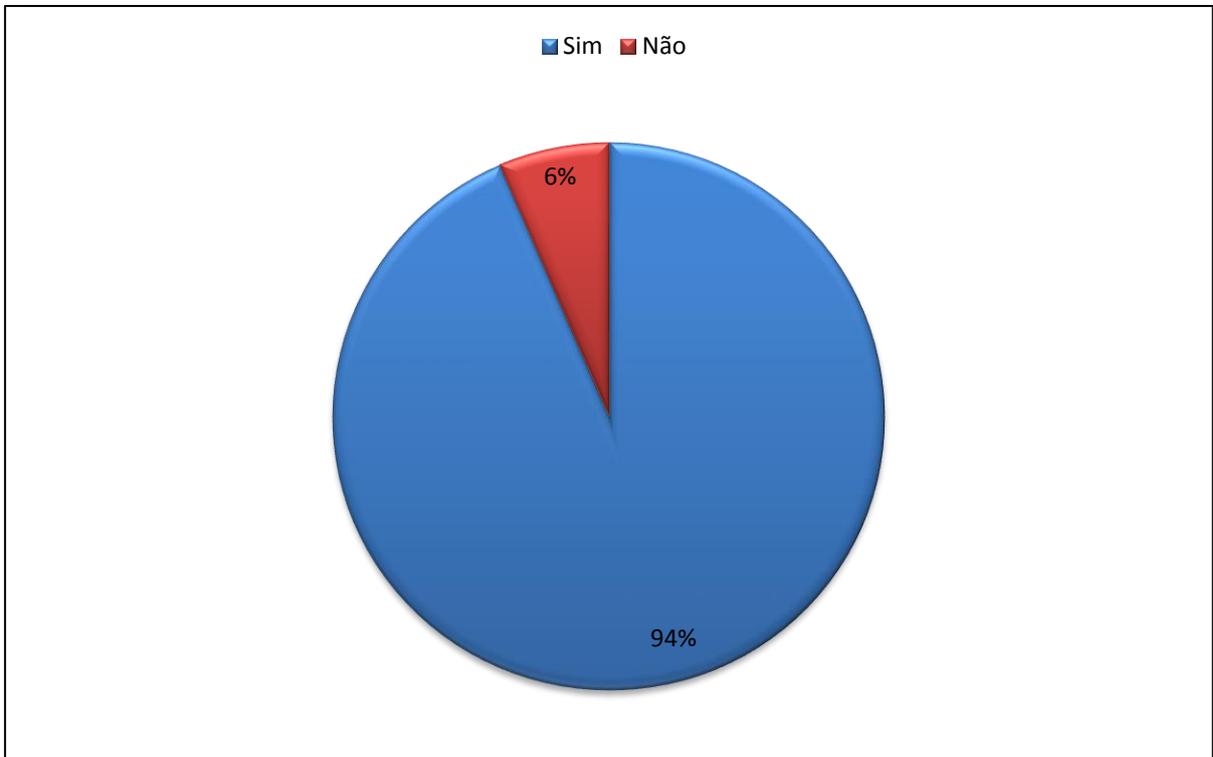
Pode-se verificar que 68% das empresas respondentes exigem que o profissional que atua ou atuará na área de comércio exterior possua ensino superior completo para atuação, 32% solicitam que os profissionais possuam ensino superior incompleto.

4.2.3 A formação em Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior é um pré-requisito para atuação na área de comércio exterior

No Gráfico12, a seguir, fica evidenciado se a formação em Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior é um pré-requisito para atuação na área de comércio exterior.

Contata-se que 94% das empresas respondentes exigem que o profissional que atua na área de comércio exterior possua graduação em Administração com formação específica em comércio exterior. Apenas 6% responderam que não é um pré-requisito para atuação na área.

Gráfico 12: Formação em Administração – Linha de formação específica em Comércio Exterior é um pré-requisito



Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

4.2.4 idiomas que o profissional de comércio exterior deve dominar

No Quadro 16, abaixo, são apresentados os idiomas que as empresas consideram essenciais para o profissional de comércio exterior.

Quadro 16: Idiomas que o profissional de comércio exterior deve dominar

Idioma	Sim	Não	Total
Inglês	100%	-	100%
Espanhol	87%	13%	100%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Pode-se verificar que 100% das empresas respondentes exigem que o profissional tenha fluência do idioma inglês, o resultado expressivo pode ser devido ao idioma ser um dos mais falados no mundo. Também constata-se que 87% das empresas exigem que o profissional tenha fluência do idioma espanhol e 13% não exigem fluência no idioma.

4.2.5 Percepção das empresas sobre as competências e habilidades ao profissional de comércio exterior

No Quadro 17, abaixo, são apresentados os níveis (baixo, médio, alto) dos conhecimentos e habilidades que as empresas buscam no profissional de comércio exterior.

Quadro 17: Percepção das empresas sobre as competências e habilidade ao profissional de comércio exterior

Competências e Habilidades	Baixo	Médio	Alto
Conhecimento em técnicas de negociação	-	23%	77%
Conhecimentos em legislação aduaneira	-	-	100%
Conhecimentos nas modalidades de pagamentos	-	29%	71%
Conhecimentos sobre <i>Incoterms</i>	-	16%	84%
Conhecimentos fiscais (tratamento tributário, impostos e taxas)	-	-	100%
Conhecimento dos sistemas e documentos envolvidos em uma importação e exportação	-	-	100%
Conhecimentos sobre questões políticas e econômicas	-	35%	65%
Conhecimentos sobre logística	-	-	100%
Capacidade raciocínio lógico	-	-	100%
Capacidade de análise crítica	-	-	100%
Capacidade de Liderança	-	26%	74%
Capacidade de Resolução de problemas	-	-	100%
Bom relacionamento interpessoal	-	-	100%
Ser flexível e adaptável	-	-	100%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Pode-se verificar que as empresas buscam profissionais altamente qualificados, em boa parte das competências e habilidades apresentadas no quadro acima, as empresas consideraram que os níveis de conhecimentos e habilidades devem ser altos. O alto nível de competências e habilidades exigidas pelas empresas pode ser reflexo de um mercado extremamente competitivo, aonde as organizações procuram profissionais qualificados a fim de atender suas demandas com assertividade.

4.3 COMPARATIVO ENTRE A PERCEPÇÃO DOS ACADÊMICOS E EMPRESAS EM RELAÇÃO ÀS COMPETÊNCIAS E HABILIDADES DO PROFISSIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR

No quadro 18, a seguir, é realizado o comparativo entre as habilidades e conhecimentos que o profissional de comércio exterior deve ter do ponto de vista das empresas e dos acadêmicos ingressantes e concluintes.

Quadro 18: Conhecimentos e Habilidades

Conhecimento e Habilidades	INGRESSANTES			CONCLUINTES			EMPRESAS		
	Baixo	Médio	Alto	Baixo	Médio	Alto	Baixo	Médio	Alto
Conhecimento em técnicas de negociação	7%	10%	83%	4%	29%	67%	-	23%	77%
Conhecimentos em legislação aduaneira	8%	17%	75%	-	33%	67%	-	-	100%
Conhecimentos nas modalidades de pagamentos	4%	50%	46%	-	24%	76%	-	29%	71%
Conhecimentos sobre <i>Incoterms</i>	4%	42%	54%	5%	29%	67%	-	16%	84%
Conhecimentos fiscais (tratamento tributário, impostos e taxas)	8%	13%	79%	-	43%	57%	-	-	100%
Conhecimento dos sistemas e documentos envolvidos em uma Impo/Expo	8%	-	92%	-	24%	76%	-	-	100%
Conhecimentos sobre questões políticas e econômicas	8%	13%	79%	5%	38%	57%	-	35%	65%
Conhecimentos sobre logística	8%	29%	63%	-	33%	67%	-	-	100%
Capacidade raciocínio lógico	-	46%	54%	5%	29%	67%	-	-	100%
Capacidade de análise crítica	13%	25%	63%	5%	33%	62%	-	-	100%
Capacidade de Liderança	8%	21%	71%	-	43%	57%	-	26%	74%
Capacidade de Resolução de problemas	4%	13%	83%	-	24%	76%	-	-	100%
Bom relacionamento interpessoal	-	17%	83%	-	38%	62%	-	-	100%
Ser flexível e adaptável	-	21%	79%	10%	19%	71%	-	-	100%

Fonte: Elaborado pelo Autor (2017)

Segundo Echeveste (1999) o profissional de comércio exterior deve dominar as técnicas e os métodos de compra e venda de produtos e serviços entre empresas e governos de diferentes países. Sobre os conhecimentos em técnicas de negociação, 77% das empresas respondentes consideraram que os profissionais da área de comércio exterior devem ter alto nível de conhecimento em técnicas de negociação, em contra partida 83% dos alunos ingressantes que foram entrevistados responderam que o nível de conhecimento em técnicas de negociação deve ser alto.

Keedi (2004) afirma que o profissional de Comércio Exterior deve entender profundamente todas as questões administrativas, fiscais, cambiais e logísticas que estão envolvidas no processo de importação e exportação. No que desrespeita as questões fiscais, 57% dos alunos concluintes responderam que o profissional de comércio exterior deve ter alto nível de conhecimento sobre questões fiscais, já os ingressantes, 79% dos alunos responderam que o profissional de comércio exterior deve ter alto nível de conhecimento sobre as questões fiscais. Em contra partida, todas as empresas responderam que o profissional de comércio exterior deve ter alto nível de conhecimento que envolve as questões fiscais.

Sobre as questões administrativas que envolvem o conhecimento sobre documentos e sistemas, alunos e empresas ficaram com respostas bem próximas, 92% dos alunos ingressantes e 100 % das empresas consideraram que o profissional deve ter alto nível de conhecimento sobre documentos e sistemas de importação e exportação.

Já para a questão sobre conhecimentos em logística que segundo Keedi (2004) é uma das áreas com maior escassez de mão de obra qualificada, todas as empresas entrevistadas responderam que o profissional de comércio exterior deve ter alto nível de conhecimento sobre logística, os alunos ingressantes e concluintes tiveram suas respostas semelhantes, 63 % dos alunos ingressantes e 67% dos alunos concluintes consideram que o profissional deve ter alto nível de conhecimento sobre logística. Também destaca-se que na percepção de acadêmicos e empresas, o profissional de comércio exterior deve ter bom relacionamento interpessoal, ser flexível e ser capaz de resolver problemas decorrentes no dia a dia.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de globalização ocorrido nos últimos anos acelerou o comércio mundial. Empresas de diversos países negociam e trocam informações em busca melhor produtividade e competitividade. Neste sentido, as organizações buscam por profissionais com competências e habilidades a fim de suprirem suas necessidades gerando resultados positivos.

O profissional de comércio exterior pode atuar em diversas áreas, como a de logística, produção, administrativa, ou vendas. Pode atuar também como despachante aduaneiro ou até mesmo como consultor.

Por ser um profissional que desenvolve diversas atividades, é essencial que busque adquirir habilidades para exercer suas atividades laborais com competência. Estas habilidades são adquiridas por meio de conhecimentos em cursos, experiências práticas e pesquisas que envolvem sua área de atuação.

Desta forma o presente trabalho foi desenvolvido com o objetivo de apresentar a percepção dos acadêmicos ingressantes e concluintes do primeiro semestre de 2017 do curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior da UNESC, e das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma – SC, sobre as habilidades e competências necessárias ao profissional de comércio exterior.

Na primeira parte, procurando identificar o perfil dos entrevistados, constatou-se por meio da pesquisa de campo, que 47% dos entrevistados são do gênero masculino e 53% do gênero feminino, indicando que o curso tem como predominância mulheres, futuras administradoras. Entre as faixas etárias, 95% dos acadêmicos ingressantes e 52% dos concluintes estão com idade de 17 a 25 anos, indicando a predominância de jovens no curso, 5% dos ingressantes e 29% estão na faixa de 26 a 35 anos e 19% dos acadêmicos concluintes estão acima dos 36 anos.

Por meio da pesquisa constatou-se que 79% dos acadêmicos ingressantes e 88% dos concluintes dizem falar o idioma inglês, sendo que apenas 7% dos ingressantes e 22% dos concluintes possuem fluência no idioma. A respeito do pagamento da mensalidade do curso, 47% dos alunos ingressantes têm suas

mensalidades custeadas pela família e 52 % dos concluintes são responsáveis pelo pagamento da mensalidade. O número alto de acadêmicos ingressantes que tem suas mensalidades custadas pela família pode ser pela falta de vínculo empregatício, aonde foi constatado por meio da pesquisa aplicada que 32% não trabalham.

Dos acadêmicos ingressantes 21% estão atuando na área administrativa e 38% dos concluintes na área financeira, quando questionados sobre a renda mensal, 21% dos ingressantes e 38% dos concluintes encontram-se na faixa de renda de R\$ 1.000,01 à R\$ 1.800,01 e 33% dos acadêmicos concluintes possuem renda superior a R\$ 2.500,00 demonstrando a ascensão financeira ao decorrer da vida acadêmica e profissional.

Quando questionados se atuam na área de comércio exterior, apenas 14% dos concluintes estão atuando na área, dos ingressantes, nenhum atua na área de comércio exterior, porém quando questionado se pretendem atuar na área de comércio exterior, 79% dos ingressantes e 62% dos concluintes pretendem atuar na área.

Em relação aos principais fatores que motivaram os acadêmicos a ingressarem no curso, em primeiro lugar, o amplo mercado de trabalho atingiu o percentual de 33% entre os acadêmicos ingressantes e 29% entre os concluintes, 21% dos acadêmicos ingressantes e 19% dos concluintes optaram pelo curso por considerarem que o mercado de trabalho é promissor.

Quanto à pesquisa aplicada com as empresas importadoras e exportadoras de Criciúma, 22% atuam no setor cerâmico, 16% no setor de vestuário sendo que 81% das empresas empregam de 1 a 3 funcionários na área de comércio exterior e 19% possuem de 4 a 6 funcionários atuando na área de comércio exterior.

Para atuar na área de comércio exterior, 68% das empresas respondentes exigem que o profissional possua nível superior completo e 32 % incompleto, 94% das empresas responderam que o curso de Administração – Linha de formação específica em comércio exterior é um pré-requisito para atuação na área, apenas 6% responderam que não é um pré-requisito.

Em relação aos idiomas que o profissional deve possuir fluência, todas as empresas responderam que o profissional deve ser fluente no idioma inglês, e 87% consideram que o profissional deve ser fluente em espanhol.

Das competências e habilidades necessárias ao profissional de comércio exterior, 83% dos acadêmicos ingressantes e 67% dos concluintes consideram que o profissional de comércio exterior deve ter alto nível de conhecimento sobre técnicas de negociação. Dos acadêmicos ingressantes, 79% consideram que o profissional de comércio exterior deve ter alto nível de conhecimentos sobre questões políticas e econômicas. O profissional de comércio exterior deve ser capaz de liderar, nesse sentido, todas as empresas concordaram que o profissional deve ter alto nível na capacidade de liderar.

Dentre as competências necessárias ao profissional de comércio exterior, o domínio sobre legislação, questões fiscais e logísticas, todas as empresas consideraram que o nível de conhecimento deve ser alto.

Portanto, os objetivos propostos no trabalho foram alcançados, através da pesquisa, evidenciou-se o perfil socioeconômico dos acadêmicos, foram destacadas as habilidades e competências necessárias ao profissional de comércio exterior sobre a percepção dos acadêmicos de das empresas importadoras e exportadoras de Criciúma.

Como proposta, sugere-se que, universidade e organizações fiquem mais próximas, a fim de gerar maior compreensão de quais habilidades e competências são exigidas aos profissionais de comércio exterior. Também sugere-se parcerias entre universidade e empresas para uma maior inclusão dos acadêmicos no mercado de trabalho.

A pesquisa limitou-se as empresas importadoras e exportadoras de Criciúma e alunos ingressantes e concluintes do curso de Administração – Linha de formação específica em comércio exterior da UNESC. Desta forma como proposta de estudos futuros a partir deste tema recomenda-se uma pesquisa com acadêmicos de outras instituições e empresas de outras cidades.

Conclui-se assim, que o tema é de bastante relevância para os acadêmicos do curso de Administração – Linha de formação específica em comércio exterior, assim como, para futuros acadêmicos.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Maria Margarida de, **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- ATAÍDE, M. E. M. **O lado perverso da globalização na sociedade da informação**. Ciência da Informação, Brasília, v.26, n.3, 1997.
- BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às ciências sociais**. 4. ed. rev. e amp. Florianópolis: Ed. UFSC, 2001. 338 p.
- BAUMANN, Renato, **Economia Internacional: Teoria e Experiência Brasileira**, Editora Campos (2004).
- BORTOTTO, Artur César et al. **Comércio exterior: teoria e gestão**. 3. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, MDIC. **Balança Comercial: dados consolidados: panorama do comércio exterior brasileiro**. 2015. Disponível em <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/index.php?area=5>>. Acessado em: 10 de outubro de 2016.
- _____. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, MDIC. **Balança Comercial: dados consolidados: panorama do comércio exterior brasileiro**. 2015. Disponível em <<http://www.mdic.gov.br/comercio-externo/estatisticas-de-comercio-externo/comex-vis/frame-uf-produto?uf=sc>>. Acesso em: 25/04/2017
- CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO. Pesquisa Perfil. 2016. Disponível em: <http://www.cfa.org.br/servicos/publicacoes/Pesquisaperfil2016_v3_web.pdf > Acesso em: 20/04/2017
- CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO, CFA. História da Profissão. 2016. Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/administracao/historia-da-profissao>> Acesso em: 20/04/2017
- CIGNACCO, Bruno Roque. **Fundamentos de comércio internacional para pequenas e médias empresas**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- COUVRE, Maria de Lurdes Manzini. **A Formação e a ideologia do administrador de empresas**, Canoas, 1990 (n.p). Mimeografado
- CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. 248 p.
- DEMO, P. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo: Atlas, 2000.

ECHEVESTES, S.; VIEIRA, B.; VIANA, D.; TREZ, G.; PANOSSO, C. **Perfil do executivo no mercado globalizado.**

_____, Simone et al. Perfil do executivo no mercado globalizado. RAC, v.3, n.2, mai./ago. 1999. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S141565551999000200009&script=sci_arttext&lng=en> Acesso em: 31 ago. 2016.

FARO, Fátima; FARO, Ricardo. Curso de comércio exterior: visão e experiência brasileira. São Paulo: Atlas, 2010.

FERREIRA, A.B.H. Novo Dicionário Aurélio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995. 353p.

FLEURY, Afonso; Fleury, Maria Teresa Leme. Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra cabeça caleidoscópico da indústria brasileira. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

Gil, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAMEL, Gary; PRAHALAD, C. K. Competindo pelo futuro: estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã. Rio de Janeiro: Campus, 1995.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. Sinopse Estatística da Educação Superior 2015. Brasília: Inep, 2016. Disponível em: <[HTTP://portal.inep.gov.br/basica-censo-ecolar-sinopse-sinopse](http://portal.inep.gov.br/basica-censo-ecolar-sinopse-sinopse)>. Acesso em: 20/09/2016

Keedi, Samir, **ABC do Comércio exterior: abrindo as primeiras páginas.** São Paulo: (2004)

KÖCHE, Jose Carlos. **Fundamentos de Metodologia Científica: teoria da ciência e prática da pesquisa.** 17. ed. Porto Alegre: ed. Vozes, 2001. 180 p.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992. 214 p.

_____, E. M. e MARCONI, M. A. **Metodologia Científica. 2ª Edição.** São Paulo: Atlas, 1995.

_____, E. M.; MARCONI, M. de A. - **Fundamentos de metodologia científica.** 4.ed., São Paulo, Atlas, 2001. 288p. "

_____, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 6. ed. 5. reimp. São Paulo: Atlas, 2007

MAINARDES, E. W.; DESCHAMPS, M.; OLIVEIRA, E. L. **A condição do profissional de comércio exterior frente aos desafios da internacionalização.** Revista Administração FEAD, v.5, 2008.

MALUF, Sônia Nagib. **Administrando o comércio exterior do Brasil. São Paulo: Aduaneiras, 2000.**

MARIOTTO, Fabio L. **Estratégia internacional da empresa. São Paulo: Thomson Learning, 2007.**

MARTINS, Carlos B. **Surgimento e expansão dos cursos de administração no Brasil (1952-1983).** Ciência e Cultura. São Paulo, v.41, n.7, p.663-676, jul. 1989.

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

MASCARENHAS, André Ofenhejm. **Gestão estratégica de pessoas: Evolução, teoria e crítica. São Paulo: Cengage Learning, 2008.**

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: edição compacta. São Paulo: Atlas, 1996.**

NICOLINI, Alexandre. Educação: **os novos desafios da universidade.** Revista de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, p. 130-131, jan./ mar 2004.

OLIVEIRA, Carlos Tavares de, **Comércio internacional: China, EUA e portos.** Editora Aduaneiras (1999).

OLIVEIRA, S. L. de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses.** 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1999. 320 p.

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

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013. 276 p.

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - Linha de Formação Específica em Comércio Exterior - UNESC.2014.Disponível em:<
http://www.unesc.net/portal/resources/files/47/PPC_Comex%20-%20v-final.pdf>Acessado em 14/10/2016

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo; BECKER, Grace Vieira; MELLO, Maria Ivone de. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, 48 trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso.** 3. ed São Paulo: Atlas, 2009.

SANTOMÉ, Jurjo Torres. **Globalização e Interdisciplinaridade: o currículo integrado.** Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul, 1998.

SCHUCH, JUNIOR, Vitor F. **Formação de administradores e mercado de trabalho. Um estudo dos egressos do curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria.** Porto Alegre, UFRGS, PPGA, 1978.

SEITENFUS, Ricardo Antônio Silva. **Relações internacionais.** Barueri: Manole, 2004.

SGUISSARDI, Valdemar (Org.). **Avaliação Universitária em questão: reformas do estado e da educação superior.** São Paulo: Editora Autores Associados, 1997.

SILVA, Mozart Foschete. **Relações econômicas internacionais.** São Paulo: Aduaneiras, 2001. 248 p.

SOBRINHO, José Dias. **Avaliação da educação superior. Petrópolis: Vozes,** 2000.

TORRES, Igor G. **Comércio internacional no século XXI.** São Paulo: Aduaneiras, 2000.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 12. Ed. São Paulo: Atlas, 2009. 94 p.

VIANNA, Ilca Oliveira de A. **Metodologia do Trabalho Científico: um enfoque didático da produção científica.** 1. Ed. São Paulo: E.P.U, 2001. 288 p.

WOOD JÚNIOR, Thomaz. **Gestão empresarial: o fator humano.** São Paulo: Atlas, 2002.

APÊNDICES

Questionário desenvolvido para o estudo de caso no trabalho de conclusão com o tema:
**PERSPECTIVAS E EXPECTATIVAS DOS ACADÊMICOS
 INGRESSANTES E CONCLUINTEs DO CURSO DE COMÉRCIO EXTERIOR EM
 RELAÇÃO AO MERCADO DE TRABALHO**

Acadêmico responsável: Rafael Munhoz Albeche

Professor orientador: Maria Helena

**QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ACADÊMICOS INGRESSANTES E CONCLUINTEs DO
 CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM COMÉRCIO
 EXTERIOR.**

1. Sexo:

- Feminino Masculino

2. Idade

- até 24 anos
 25 anos à 29 anos
 30 anos à 35 anos
 superior a 35 anos

3. Você reside em qual cidade:

- Criciúma
 Araranguá
 Içara

Outra. Qual? _____.

5. Fala outro idioma?

- Inglês** Nível: Básico Médio
 intermediário Fluente
 Espanhol Nível: Básico
 Médio intermediário Fluente
 Outros idiomas e níveis falados,
 _____.

6. Quem paga a sua faculdade?

- Você
 Sua família
 Recebe bolsa do governo
 Recebe bolsa da empresa

7. Você exerce atividade profissional em:

- Empresa Privada
 Órgão Público
 Não exerce atividade profissional
 Outra.

Qual? _____

8. Sua renda mensal é de:

- sem renda
 até R\$ 1.000,00
 R\$ 1.000,01 à R\$ 1.800,00

9. Em qual área você está atuando?

- Administrativa
 Pública
 Financeira
 Bancária
 Comercial / industrial
 Não trabalha
 Outra, qual? _____.

10. Atua na área de comércio exterior?

- Sim
 Não

**11. Você pretende atuar na área de
 comércio exterior?**

- Sim
 Não

**12. O que levou você a optar pelo
 curso de Administração Habilitação
 em Comércio Exterior?**

- Influência familiar e amigos
 Estabilidade na profissão
 Mercado de trabalho promissor
 Oportunidades salariais
 Por vocação
 Amplo mercado de trabalho
 Por falta de opção
 Outro, qual? _____.

- () R\$ 1.800,01 à R\$ 2.500,00
 () Superior a R\$ 2.500,00

13. Elenque abaixo o nível (baixo, médio, alto) que o profissional de comercio exterior deve dominar em cada assunto relacionado na tabela.

Item	Baixo	Médio	Alto
Conhecimento em técnicas de negociação			
Conhecimentos em legislação aduaneira			
Conhecimentos nas modalidades de pagamentos			
Conhecimentos sobre Incoterms			
Conhecimentos fiscais (tratamento tributário, impostos e taxas)			
Conhecimento dos sistemas e documentos envolvidos em uma Impo/Expo			
Conhecimentos sobre questões políticas e econômicas			
Conhecimentos sobre logística			
Capacidade raciocínio lógico			
Capacidade de análise crítica			
Capacidade de Liderança			
Capacidade de Resolução de problemas			
Bom relacionamento interpessoal			
Ser flexível e adaptável			

Questionário desenvolvido para o estudo de caso no trabalho de conclusão com o tema:
**PERSPECTIVAS E EXPECTATIVAS DOS ACADÊMICOS
 INGRESSANTES E CONCLUINTEs DO CURSO DE COMÉRCIO EXTERIOR EM
 RELAÇÃO AO MERCADO DE TRABALHO**

Acadêmico responsável: Rafael Munhoz Albeche

Professor orientador: Maria Helena

QUESTIONÁRIO APLICADO COM AS EMPRESAS

1. Ramo de atuação da empresa.

- Alimentício
 Carbonífero
 Cerâmico
 Comércio de máquinas e equipamentos
 metalúrgico, plástico, químico e vestuário.

2. Quantidade de funcionários que atuam na área de comércio exterior.

- 1 a 3 funcionários
 4 a 6 funcionários
 Superior a 7 funcionários

3. Nível de escolaridade exigido para atuação na área de comércio exterior

- Médio
 Superior Completo
 Superior Incompleto
 Outros. Qual? _____

4. A formação em Administração Com Habilitação em Comércio Exterior é um pré-requisito para atuação na área de comércio exterior

- Sim
 Não

5. idiomas que o profissional de comércio exterior deve dominar

- Inglês Nível: Básico Médio
 intermediário Fluente
 Espanhol Nível: Básico
 Médio intermediário Fluente
 Outros idiomas e níveis falados, Qual? _____

13. Elenque abaixo o nível (baixo, médio, alto) que o profissional de comércio exterior deve dominar em cada assunto relacionado na tabela.

Competências e Habilidades	Baixo	Médio	Alto
Conhecimento em técnicas de negociação			
Conhecimentos em legislação aduaneira			
Conhecimentos nas modalidades de pagamentos			
Conhecimentos sobre Incoterms			
Conhecimentos fiscais (tratamento tributário, impostos e taxas)			
Conhecimento dos sistemas e documentos envolvidos em uma Impo/Expo			
Conhecimentos sobre questões políticas e econômicas			
Conhecimentos sobre logística			
Capacidade raciocínio lógico			
Capacidade de análise crítica			
Capacidade de Liderança			
Capacidade de Resolução de problemas			
Bom relacionamento interpessoal			
Ser flexível e adaptável			