



ST6 – INOVAÇÃO, GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES E DINÂMICAS DE MERCADOS

PERCEPÇÕES ACERCA DA ATIVIDADE EXPORTADORA: O CASO DAS EMPRESAS DO APL DE UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS EM ALUMÍNIO DO SUDOESTE DO PARANÁ

PERCEPTIONS ABOUT EXPORT ACTIVITY: THE *CLUSTER* CASE OF THE COMPANIES OF HOUSEHOLD UTENSILS IN ALUMINUM FROM THE SOUTHWEST OF PARANÁ

Edson Santos MELO¹, Tatiane BELUZZO², Marcos Junior MARINI³

Resumo:

O Arranjo Produtivo Local de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná é um dos mais tradicionais e importantes arranjos produtivos do Paraná. Desse modo, o presente estudo objetivou compreender, na visão dos empresários do referido APL, quais os desafios enfrentados para a inserção no comércio exterior, considerando o ano de 2019 como período de análise. Como procedimento metodológico, adotou-se uma análise descritiva, associada a um levantamento de dados primários, sendo esse realizado por meio de um formulário estruturado, o qual foi aplicado em 24 empresas associadas ao referido APL. Os resultados demonstraram que 87,5% das empresas nunca exportaram. Mesmo entre as empresas que exportam, os resultados indicaram haver um desconhecimento dos benefícios advindos com tal atividade. Entretanto, a maioria dos participantes possuíam percepção positiva com relação à exportação e, também, das vantagens advindas por participarem do APL.

Palavras-chaves: Exportação. Utensílios domésticos em alumínio. APL. Sudoeste do Paraná.

Abstract:

The local productive arrangement of household utensils in aluminum in the Southwest of Paraná is one of the most traditional and important *clusters* in Paraná. Thus, the present study aimed to understand, in the view of the entrepreneurs of that *cluster*, what are the challenges faced for insertion in foreign trade, considering the year 2019 as period of analysis. As methodological procedure, a descriptive analysis was adopted, associated with a survey of primary data, which was carried out through a structured form, which was applied in 24 companies associated with the referred arrangement. The results showed that 87.5% of the companies never exported. Even among companies that export, the results indicated that there is a lack of knowledge of the benefits arising from such activity. However, most of the participants had a positive perception concerning exports and, also, of the advantages arising from participating in the *cluster*.

1 Doutorando em Desenvolvimento Regional pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Campus Pato Branco e docente da Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Campus Francisco Beltrão; e-mail: edson.melo@unioeste.br

2 Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Campus Francisco Beltrão; e-mail: tati.fundicaojb@hotmail.com

3 GProfessor do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR), Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Campus Pato Branco; e-mail: marini@utfpr.edu.br



II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

Keywords: Export. Aluminum household items. *Cluster*. Southwest Paraná

INTRODUÇÃO

Toda discussão acerca do desenvolvimento econômico local se tornou um campo de estudo sistêmico, multifacetado e multidimensional. Dentre as muitas variáveis que podem contribuir para o crescimento e o desenvolvimento econômico de uma região, destacam-se o nível de atividade industrial e de serviços, não ficando os mesmos restritos somente à localidade que estão instalados ou presentes. Neste aspecto, para Willers (2016), o êxito de qualquer estratégia de desenvolvimento econômico local depende, fortemente, da sintonia gerada entre as potencialidades locais combinada com a competitividade em mercados globais. Portanto, não se pode negligenciar os impactos da globalização sobre a economia e as comunidades locais.

De acordo com Alves (2016), a exportação muitas vezes é o ponto de partida necessário e universal no desenvolvimento das regiões. Ademais, ainda conforme o referido autor, o setor exportador é capaz de gerar efeitos multiplicadores, os quais podem provocar impactos positivos nas demais atividades econômicas, contribuindo, assim, para a internalização da renda gerada pelo setor exportador.

Conforme dados do Ministério da Economia (2020), no ano de 2019, somando a participação de todos os produtos, o estado do Paraná obteve uma receita superior a 16 bilhões de dólares com exportações, sendo que 73,3% desse valor foi proveniente da indústria de transformação. Contudo, apesar dessa porcentagem estadual parecer elevada, estatísticas da Confederação Nacional das Indústrias (2019) demonstram que a participação nacional da indústria de transformação na exportação mundial representa apenas 0,90%.

Nesse contexto, ressalta-se a importância da articulação de agentes territoriais visando à realização de ações conjuntas, tornando-se, assim um importante mecanismo de concentração espacial de empresas e culminando na promoção do desenvolvimento. Dessa forma, encontrados na forma de aglomerações empresariais e institucionais, os Arranjos Produtivos Locais (APLs) possuem como característica essencial a capacidade de gerar externalidades, as quais contribuem para o incremento da competitividade das empresas, e, em consequência, do sistema ou arranjo local como um todo. Muito disso advém da maior facilidade de acesso à matéria-prima, mão de obra qualificada e de ações conjuntas, as quais acabam aumentando a competitividade das empresas locais. Além disso, pode-se até verificar a criação de consórcios direcionados à exportação. Em que pese as vantagens acima, observa-se no APL uma materialização de eficiência coletiva, em comparação com empresas que atuam isoladamente no mercado. Por tudo isso, uma organização



OBSERVADR





II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

industrial no formato de um APLs acaba se tornando uma proposta interessante (SUZIGAN *et al.*, 2004; SUZIGAN, 2006; VIGNANDI, CAMPOS e PARRÉ, 2013; MARINI e SILVA, 2014; MATTEI, MORAES e BEZERRA, 2017).

Para fins de conceitualização teórica sobre APL, adotar-se-á nesse estudo o conceito proposto por Marini *et al.* (2012), ou seja, APL é uma aglomeração territorial de pequenas e médias empresas do mesmo setor ou correlatas, as quais buscam vantagens competitivas e eficiência coletiva por meio das externalidades e ações conjuntas desenvolvidas com os agentes econômicos, sociais e políticas que estão presentes nesse território. Neste sentido, a Federação das Indústrias do Paraná (FIEP, 2019) ratifica que o cenário formado por um APL é extremamente positivo às empresas, e reforça a importância do mesmo, inclusive para a inserção dos participantes em novos mercados, incluindo aqui o mercado externo.

Diante do exposto, coloca-se como problema a ser investigado: qual a percepção das empresas pertencentes ao APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná com relação ao mercado externo? Portanto, direciona-se como objetivo principal compreender, na visão dos empresários do APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná, os desafios de se inserirem no comércio exterior, considerando o ano de 2019 como período de estudo.

Deve-se ponderar que a primeira empresa do ramo de fabricação de utensílio doméstico em alumínio se instalou na região Sudoeste do Paraná ainda na década de 1980. Todavia, o referido APL somente iniciou suas atividades conjuntas algumas décadas depois, no ano de 2008. Além disso, desde o ano de 2014, conforme o Plano de Desenvolvimento Regional Integrado (2015), o setor de artigos metálicos de uso doméstico foi mapeado como uma entre as oito principais cadeias produtivas propulsivas locais, sendo, portanto, um setor estratégico. Por fim, atualmente, considera-se que exista na região a maior concentração de indústrias de alumínio do estado do Paraná e, também, o segundo maior pólo deste setor no país (GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ, 2015; PEGORARO, 2019).

METODOLOGIA

Para que o objetivo proposto fosse atingido, a pesquisa seguiu um procedimento metodológico descritivo, o qual foi combinado com um levantamento de dados primários, sendo esse realizado por meio de um formulário estruturado.

Especificamente sobre o formulário aplicado nessa pesquisa, cabe destacar que o mesmo foi embasado em dois estudos. O primeiro, conduzido por Carneiro, Bianchi e Gomes (2016), os pesquisadores analisaram 209 empresas brasileiras do setor manufatureiro, exportadoras ou não, e



OBSERVADR





II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

buscaram avaliar as percepções dos gestores sobre os benefícios e as barreiras relacionados à exportação. Além disso, os autores citados também investigaram sobre as capacidades que habilitavam as empresas pesquisadas a competirem no mercado externo. Já outro estudo, desenvolvido por Pereira *et al.* (2018), reuniu uma amostra com 14 empresas exportadoras localizadas no estado de Santa Catarina, com o intuito de verificar os fatores que influenciavam no ingresso das respectivas empresas no mercado internacional.

Dessa forma, para a presente pesquisa, o formulário foi organizado em três partes. Na primeira, buscou-se direcionar perguntas pertinentes à caracterização do perfil das empresas, dentre elas: localização, número de funcionários, tempo de atuação na atividade, se a empresa exportava, entre outras. Para as empresas que respondiam que exportavam, foram feitas outras sete perguntas, procurando descobrir a quanto tempo a empresa exportava, para quais locais destinavam seus produtos, quanto a exportação representava no faturamento da empresa, se havia departamento exclusivo constituído para tal finalidade, se algum gestor ou funcionário havia participado de alguma capacitação direcionada à exportação e se a empresa recebia incentivos fiscais por exportar. Por outro lado, caso a empresa respondesse que não exportava, eram feitas algumas perguntas para verificar se ela já havia considerado tal possibilidade, se havia buscado informação e capacitação e, se nessa busca encontrou dificuldades, além de investigar se já obteve alguma assistência de entidades de apoio para auxiliar e informar sobre o processo de exportação.

A última etapa do formulário foi composta por questões nas quais os entrevistados deveriam avaliar as alternativas em uma escala *Likert* variando de 1 a 5, sendo 1, caso discordassem totalmente, e 5 caso concordassem totalmente. Nessa etapa, todas as questões almejavam averiguar a percepção das empresas com relação aos benefícios advindos com a exportação e com as dificuldades relacionadas a tal processo, como barreiras internas, externas, custos ocorridos de tal processo e, por último, os aspectos benéficos por participarem de um APL. Optou-se, também, visando ampliar a análise, desagregar as médias das respostas dessa etapa conforme a situação das empresas com relação à atividade exportadora (não exportadora, exporta esporadicamente e exportadora habitual), conforme já indicado na primeira etapa do formulário. Ressalta-se que todas as perguntas foram estruturadas de forma fechada.

Por fim, observa-se que o APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná conta atualmente com 31 empresas filiadas e ativas. Dessas, foram pesquisadas 24 empresas¹, sendo a amostra estratificada da seguinte forma: 13 empresas localizadas no município de Francisco Beltrão, 5 empresas em Marmeleiro, 2 empresas em Bom Sucesso do Sul, 2 empresas em Pato Branco, e 1 empresa nos municípios de Coronel Vivida e Nova Prata do Iguaçu, respectivamente. A pesquisa foi conduzida no período de setembro a novembro de 2019.



OBSERVADR





RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esse tópico concentrará a apresentação dos resultados, a fim de atender plenamente o objetivo proposto. Para tanto, o tópico encontra-se dividido em três seções, a saber: primeiramente será apresentado uma caracterização das empresas pesquisadas, além de já direcionar alguns apontamentos sobre as empresas exportadoras do APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná. Na sequência, tem-se um tópico que versará unicamente sobre as empresas não exportadoras. Na terceira e última seção, será demonstrada a percepção de todas as empresas do aglomerado, exportadoras ou não, sobre dimensões relativas à atividade exportadora e ao próprio APL.

Caracterização do perfil das empresas participantes do APL e identificação de fatores ligados à exportação

Iniciando o esboço do panorama geral sobre o perfil relativo da amostra de empresas desse estudo, encontra-se na Tabela 1, dados relativos ao período de fundação das empresas relacionados aos seus respectivos portes. Para estabelecer uma padronização quanto ao porte, questionou-se quanto ao número de colaboradores que havia no quadro da empresa no momento da entrevista. Tal critério seguiu o padrão sugerido pelo SEBRAE (2018), a saber: indústria com até 19 colaboradores é considerada microempresa; de 20 a 99 colaboradores, considera-se empresa de pequeno porte; de 100 a 499 colaboradores é considerada como empresa de porte médio; e, acima de 500 colaboradores, empresa de grande porte.

Tabela 1 – Ano de fundação e o respectivo porte das empresas entrevistadas do APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná - 2019

Ano de fundação da empresa		Porte da empresa (em %)	
Período	(em %)	Microempresa	Pequeno
1990 a 1995	12,50	0,00	100,00
1996 a 2001	25,00	33,33	66,67
2002 a 2007	33,33	87,50	12,50
2008 a 2013	25,00	83,33	16,67
2014 até 2019	4,17	100,00	0,00
Total	100,00	62,50	37,50

Fonte: Elaborada pelos autores.



Assim, conforme a Tabela 1, verifica-se que das empresas pesquisadas no APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná, 62,5% são microempresas e 37,5% enquadram-se como empresas de pequeno porte. Além disso, observa-se que as empresas mais antigas já apresentam porte de pequena empresa, ao passo que as empresas mais recentes no mercado ainda ostentam um porte de microempresa. Segundo o critério adotado, nenhuma empresa participante da pesquisa foi classificada como de porte médio ou grande. Contudo, isso reforça a caracterização estrutural já indicada por Marini *et al.* (2012) na constituição de um APL, isto é, que o APL é uma aglomeração setorial formada, basicamente, por pequenas e médias empresas.

A seguir, buscou-se identificar quantas empresas participantes do APL estavam exportando, com o objetivo também de segmentar a pesquisa, possibilitando, assim, direcionar as perguntas adequadas às empresas exportadoras e não exportadoras. O resultado pode ser observado na Tabela 2.

Tabela 2 – Atuação no mercado externo, conforme o porte das empresas entrevistadas do APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná - 2019

Sua empresa exporta?	Porte da empresa (em %)		Total (em %)
	Microempresa	Pequeno	
Não	100,00	66,67	87,50
Não, mas já exportou	0,00	11,11	4,17
Sim	0,00	22,22	8,33

Fonte: Elaborada pelos autores.

De acordo com o resultado da Tabela 2, constata-se que 8,33% empresas exportam, 4,17% não exportam, mas já exportaram em algum momento, e 87,5% não exportam. Além disso, destaca-se o fato de que, das empresas que responderam exportar ou já ter exportado em algum momento, nenhuma é microempresa. De posse desse resultado, direcionou-se algumas perguntas somente às empresas exportadoras, as quais serão descritas a seguir.

Com o propósito de identificar a demanda proveniente do exterior pelos produtos das empresas que exportam ou já exportaram, perguntou-se quais produtos eram comercializados nas exportações, obtendo-se como as principais respostas: jogos de assadeiras, formas de assar pão, caçarolas, panelas de pressão, conjuntos de panelas em geral e pipoqueiras. Observa-se que, embora sejam itens diferentes, todos são produzidos a partir do alumínio e têm a mesma finalidade, que é a utilização para preparação de alimentos. Além disso, os produtos saem do Brasil na sua forma acabada, ou seja, sem a necessidade de novos processos ou finalização ao chegar ao destino.



II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

Também foi questionado o tempo de atuação no mercado internacional. As respostas indicam que a prática de comercialização com outros países não é tão recente nas empresas do aglomerado, sendo que 33,33% têm experiência com exportação entre 4 a 6 anos, 33,33% de 7 a 9 anos, e 33,33% já exportam há cerca de 10 anos ou mais.

Na sequência, procurou-se saber para quais países eram destinadas as exportações. O resultado foi que o Paraguai é o principal demandante dos produtos fabricados no APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná, pois todas as empresas exportadoras destinam parte de sua produção para esse país. Outras duas empresas responderam também exportar para o Uruguai e, uma única empresa, além de exportar para os destinos supracitados, indicou que também exporta para os Estados Unidos.

Outro ponto indagado foi o quanto que as exportações representavam no total do faturamento anual das empresas. O resultado foi semelhante para todas as empresas exportadoras: de 1% a 15% do total faturado. Porém, cabe lembrar que tal faturamento está concentrado somente nas empresas de pequeno porte. Em continuidade, foi questionado se a empresa tem ou tinha departamento próprio para exportações, ou se possui algum funcionário que desempenhasse função correlata, ou ainda, se já participou de alguma capacitação na área de exportação.

Tabela 3 – Recursos humanos destinados à atividade exportadora nas empresas entrevistadas do APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná - 2019

Empresa exportadora	Respostas (em %)	
	Sim	33,33
Possui departamento ou pessoa responsável pelas exportações?	Não	66,67
	Terceirizado	0,00
	Sim	33,33
O proprietário da empresa ou algum funcionário já participou de alguma capacitação sobre exportação?	Não	66,67

Fonte: Elaborada pelos autores.

A partir dos resultados apresentados na Tabela 3, verifica-se que 66,67% das empresas que exportam não possuem departamento próprio ou pessoa responsável para essa atividade. Tal perfil também se confirmou quando questionados se o proprietário da empresa ou colaboradores já havia realizado alguma capacitação sobre exportação. Ou seja, para os respondentes, ter um departamento ou pessoa responsável para a atividade de exportação não foi um diferencial para inseri-los no mercado internacional.



OBSERVADR





II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

Completando a primeira etapa da pesquisa, questionou-se aos participantes se a empresa recebia algum incentivo financeiro para exportar seus produtos, sejam tais benefícios, nacional ou mesmo internacional. Todas as empresas exportadoras afirmaram que não recebiam nenhum incentivo. Neste ponto, cabe destacar que há vigente no país um regime tributário com tratamento diferenciado voltado exclusivamente para fomentar as exportações pelas empresas nacionais. Conforme o Ministério da Economia (2019), impostos como IPI, PIS/PASEP, COFINS e ICMS não incidem sobre o faturamento das exportações. Há ainda o Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras (Reintegra), cuja finalidade é retornar de forma integral ou parcial o resíduo tributário remanescente na cadeia de produção de produtos exportados (BRASIL, 2015). Além disso, existe ainda o regime de *drawback*, o qual permite que ocorra importação de insumos para produção de bens com destinação para exportação sem o pagamento de tributos, “[...] desde que haja, após beneficiamento e posterior agregação de valor, exportação”. (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2019, p.1).

Quanto às microempresas e empresas de pequeno porte, o que é o caso das empresas pesquisadas no APL, além dos benefícios já apresentados, elas podem, se optantes, enquadrar-se no regime tributário do Simples Nacional, o qual permite uma receita adicional decorrente da atividade exportadora no valor de até R\$ 4.800.000,002. Portanto, primeiramente, observa-se que existem benefícios concedidos às empresas que buscam o mercado exterior. Porém, em um segundo momento, nota-se que tais informações não tem chegado de forma adequada aos participantes do APL.

Empresas não exportadoras participantes do APL

O tópico anterior apresentou o perfil das empresas do APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná, no qual se verificou quais empresas estão inseridas na atividade exportadora, totalizando 12,50% das empresas que já atuaram ou atuam no mercado externo. Em continuidade, o objetivo desta seção é compreender as variáveis que acometem as demais empresas, ou seja, 87,50% das empresas que não exportam seus produtos.

Portanto, inicialmente, perguntou-se se elas já haviam considerado a possibilidade de exportar. Foi possível identificar, então, que 54,55% das empresas que não exportam já consideraram essa hipótese em algum momento, enquanto 45,45% não avaliam a possibilidade de exportar. Entre as empresas que consideram a exportação uma alternativa viável, encontra-se as empresas de pequeno porte, além de 33,33% das microempresas. Sobre o último grupo referido, destaca-se, assim, que a maioria das microempresas ainda não conseguiu compreender e incluir em seus planos a possibilidade de usufruir dos benefícios advindos do mercado externo. Na Tabela 4, é possível visualizar outras informações complementares.



OBSERVADR





Tabela 4 – Respostas sobre busca de informações e apoio à atividade exportadora, de acordo com o porte, das empresas não exportadoras entrevistadas no APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná - 2019

Empresas que não exportam	Alternativas	Porte da empresa (em %)		Total (em %)
		Microempresa	Pequeno	
Buscou informação/orientação para exportar?	Não	73,33	28,57	59,09
	Sim	26,67	71,43	40,91
Encontrou dificuldades ao realizar a buscar de informações?	Não	80,00	42,86	68,18
	Sim	20,00	57,14	31,82
Já teve apoio de entidades para que conseguisse exportar?	Não	100,00	100,00	100,00
	Sim	0,00	0,00	0,00

Fonte: Elaborada pelos autores.

Verifica-se, na Tabela 4, que enquanto 71,43% das empresas de pequeno porte foram atrás de informações e orientações acerca do processo de exportação, 73,33% das microempresas não o fizeram. Entre as que buscaram informações, 68,18% responderam não ter encontrado dificuldades. No entanto, neste ponto, desperta atenção o fato de que 57,14% das empresas de pequeno porte ter respondido que obtiveram alguma dificuldade nessa etapa. Ademais, para melhor compreender as dificuldades de inserção no comércio internacional, também foi questionado se as empresas já tiveram algum apoio de entidades de fomento, instituições governamentais ou outras do gênero, que de forma direta ou indireta, contribuíssem para que a empresa pudesse exportar. O intuito é entender se os fatores que influenciam essas empresas a não exportarem são internos, externos ou ambos. Destacou-se o fato de que todas as empresas não exportadoras pertencentes ao APL responderam que em nenhum momento conseguiram suporte de entidades apoio sobre a referida temática.

Com base nessas informações, buscou-se um indício quanto à existência de demanda externa pelo produto dessas empresas, como, por exemplo, a ocorrência, mesmo que esporádica, de compras informais realizadas por países vizinhos, por exemplo, Argentina ou Paraguai. Desta forma, inquiriu-se às empresas entrevistadas se elas já possuíam clientes oriundos de tais localidades e que compravam informalmente seus produtos. O resultado mostrou que aproximadamente 36% das empresas que não exportam acabam comercializando de forma informal com clientes de outros países, sendo que, neste caso, são os clientes que chegam até a empresa para adquirir o produto. Com isso, há um indício forte que existe um potencial de exportação que não está sendo devidamente explorado por essas empresas.



Percepção das empresas participantes do APL sobre as exportações

Prosseguindo-se a investigação sobre os desafios das empresas do APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná de se inserirem no comércio exterior, fundamentado em Carneiro, Bianchi e Gomes (2016), questionou-se às empresas entrevistadas, exportadoras ou não, sobre quatro aspectos relativos à percepção das mesmas sobre as exportações. O resultado, apresentado na Tabela 5 a seguir, está ordenado conforme a média total calculada de cada opção apresentada para apreciação dos entrevistados, cujas alternativas, os participantes deveriam responder na escala entre 1 até 5, conforme já mencionado nos procedimentos metodológicos.

Tabela 5 – Percepção das empresas entrevistadas no APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná com relação à exportação - 2019

<i>Percepção dos benefícios com a exportação</i>	Exporta?			MT
	M1	M2	M3	
Diversificar mercados	4,71	5,00	5,00	4,75
Reagir à recessão da economia brasileira	4,57	5,00	5,00	4,63
Aumentar lucratividade	4,57	4,00	5,00	4,38
Explorar economias de escala (aumentar a produção diminuindo custo)	4,29	5,00	4,50	4,33
Utilizar capacidade ociosa de produção	4,29	5,00	4,50	4,33
Consagração da marca no mercado externo, reflete-se no mercado interno	3,86	2,00	4,00	4,29
Contornar limitações de mercado doméstico restrito	4,05	4,00	4,50	4,08
<i>Percepção das barreiras internas à exportação</i>	M1	M2	M3	MT
Falta de conhecimento/experiência nessa atividade	4,52	3,00	4,00	4,42
Foco apenas no mercado interno	4,10	2,00	2,00	3,83
Mão de obra qualificada	3,52	1,00	4,00	3,46
Falta de recursos financeiros	3,48	4,00	1,50	3,33
Estoque de produtos insuficiente para expansão	3,33	1,00	2,00	3,13
<i>Percepção das barreiras externas à exportação</i>	M1	M2	M3	MT
Falta de familiaridade com práticas de negócio no exterior	4,33	2,00	4,50	4,25
Necessidades de preços muito baixos p/ conquistar mercado	4,19	3,00	4,50	4,17
Dificuldades em encontrar distribuidor confiável no	3,76	2,00	5,00	3,79



II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

exterior				
Falta de apoio governamental no estímulo às exportações	3,86	4,00	2,00	3,71
Instabilidade da taxa de câmbio	3,57	4,00	5,00	3,71
O Impacto da crise financeira global	3,76	2,00	3,50	3,67
Falta de entendimento dos aspectos culturais estrangeiros	3,81	2,00	3,00	3,63
Barreiras legais e regulatórias no mercado de exportação	3,75	5,00	2,50	3,54
Informações de mercado incorretas/insuficientes	3,50	1,00	5,00	3,38
Dificuldades em receber pagamento por produtos exportados	3,14	5,00	2,50	3,38
Barreiras com outro idioma	3,05	1,00	4,00	3,04
Falta de demanda no exterior para os produtos	2,86	1,00	2,00	2,71
<i>Percepção das dificuldades advindas dos custos com exportação</i>	M1	M2	M3	MT
Impostos e taxas governamentais brasileiras	4,24	5,00	2,50	4,13
Documentos e procedimentos legais	4,24	4,00	2,50	4,08
Exigências regulatórias (embalagem, rotulagem, etc)	3,95	3,00	5,00	4,00
Frete Internacional (aéreo, terrestre ou marítimo)	3,95	3,00	3,50	3,88
Mão de obra no Brasil	3,86	4,00	3,00	3,79
Impostos e taxas dos países importadores	3,76	4,00	3,50	3,75
Financiamento para expansão da capacidade produtiva	3,67	5,00	3,00	3,67
Seguros de exportação	3,71	3,00	3,50	3,67
Matérias-primas	3,33	3,00	2,50	3,25

Nota: M1: Não exportador; M2: Não exporta, mas já exportou; M3: Exportador; MT: Média total

Fonte: Elaborado pelos autores.

O primeiro ponto abordado mensurou a percepção sobre os benefícios com a exportação. Nota-se uma concordância de todos os entrevistados sobre a existência de tais benefícios, pois a pontuação média geral das condições elencadas foi de 4,40, ou seja, os entrevistados concordam parcialmente ou totalmente sobre os benefícios provenientes das exportações. Como as três principais condições percebidas, foram listadas a diversificação de mercados, a reação à recessão interna da economia e o aumento da lucratividade. No entanto, deve-se recordar que foi verificado entre os participantes que as exportações estavam concentradas em apenas três países, sendo que tal volume não impactava no máximo 15% do faturamento de algumas empresas.



OBSERVADR





II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

No segundo ponto, o principal elemento investigado foi quanto à percepção das barreiras internas à exportação. Com as respostas, pode-se observar que a opção que se apresenta como maior barreira nesse quesito foi à falta de conhecimento ou experiência na atividade de exportação. Entretanto, retomando a Tabela 4, verificou-se que 59% dos respondentes sequer haviam buscado informação sobre o assunto. Em seguida, destaca-se o apontamento que revela a decisão em manter o foco apenas no mercado interno, sendo que neste quesito houve uma maior incidência das microempresas. E como terceiro ponto, tem-se a falta de mão de obra qualificada para auxiliar na atividade exportadora, porém, sendo esse mais percebido pelas empresas exportadoras. Sobre esse último ponto, Schlemper, Marini e Bernartt (2016), analisando outros três APLs na mesma região, também identificaram a falta de profissionais qualificados como um ponto negativo para o desenvolvimento dos APLs pesquisados. Por fim, na média, as empresas não classificam pontos relacionados à produção e estoque como limitantes, o que talvez possa ser um indicativo de que algumas dessas empresas estejam operando abaixo da capacidade produtiva.

Perguntou-se, ainda, sobre a percepção das barreiras externas às exportações. Destaca-se como as principais respostas obtidas acerca do assunto: a falta de familiaridade com práticas de negócios no exterior; a necessidade de ser mais agressivo no mercado, ofertando o produto com preços relativamente mais baixos que os concorrentes para conquistar mercado; e, dificuldades em encontrar um distribuidor confiável no exterior. Esperava-se nesse grupo de questões, conforme verificado por Carneiro, Bianchi e Gomes (2016), que fatores relacionados à falta de apoio governamental, taxa de câmbio e barreiras legais e regulatórias figurassem entre os mais relevantes, o que não foi o caso das empresas aqui entrevistadas, demonstrando, assim, as singularidades presentes nos diversos aglomerados produtivos.

Neste sentido, um adendo deve ser feito quanto à questão da taxa de câmbio. Segundo Krugman, Obstfeld e Melitz (2015), a taxa de câmbio tem um papel fundamental no comércio internacional, pois ela permite a comparação entre os preços de mercadorias de um país para outro. Já para Silva, Freitas e Mattos (2016), a taxa de câmbio é uma das variáveis de maior impacto no mercado internacional, pois uma alteração na respectiva taxa pode alterar os valores dos bens domésticos em relação aos estrangeiros. Nota-se, porém, que as empresas exportadoras do APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná concordam plenamente com a importância dessa variável sobre a influência em suas exportações, enquanto as microempresas (não exportadoras) ficaram praticamente indiferente à variável.

No quarto ponto foi abordado a percepção das dificuldades advindas dos custos com exportação. Entre as alternativas para avaliação dos entrevistados, as que receberam maiores pontuações, indicando dificuldades de inserção no exterior, foram os impostos e taxas governamentais brasileiras, com a média de 4,13, em uma escala até 5, seguido da questão de documentação e



OBSERVADR





procedimentos legais. Sobre a questão de impostos e taxas, já foi descrito anteriormente a existência de regimes tributários diferenciados voltados exclusivamente à atividade exportadora, sendo importante o domínio de tal informação por parte das empresas. Em relação a documentação e procedimentos legais para a atividade de exportação, há certa padronização nos documentos exigidos, podendo-se citar entre os principais: fatura comercial, fatura pro forma, contrato de compra e venda, contrato de câmbio, nota fiscal, romaneio de embarque, conhecimento de embarque, certificado ou apólice de seguro, certificado de classificação para fins de fiscalização da exportação, registro de exportação, entre outros (FIEP, 2020). Neste ponto, pesa aqui o resultado apresentado anteriormente na Tabela 3, pois, se as empresas tivessem departamento ou pessoal capacitado para exportação, certamente este quesito seria mitigado e não seria negativamente tão preponderante.

Por fim, levantou-se a questão sobre a percepção relacionada aos benefícios em participar do APL, além de investigar a percepção das empresas em relação ao arranjo produtivo, uma vez que o APL pode contribuir favoravelmente para muitos pontos levantados nessa pesquisa. Os resultados são apresentados na Tabela 6, ressaltando-se que as respostas poderiam variar na escala entre 1 e 5, sendo que 5 corresponde ao valor mais positivo.

Tabela 6 – Percepção das empresas entrevistadas com relação à participação no APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná - 2019

<i>Percepção dos benefícios ao participar do APL</i>	Exporta?			MT
	M1	M2	M3	
Acesso às instituições de apoio	4,62	4,00	5,00	4,63
Acesso às informações inerentes à sua atividade	4,29	4,00	4,50	4,29
Benefícios internos à empresa	4,14	5,00	4,50	4,21
Benefícios através das parcerias firmadas via APL	4,19	4,00	4,50	4,21
Troca de conhecimento em processos produtivos e de gestão	4,10	5,00	4,50	4,17
Maior visibilidade da sua empresa	4,14	3,00	4,00	4,08
Benefícios externos à empresa	4,05	5,00	4,50	3,96
Maior visibilidade do seu produto	3,71	3,00	4,00	3,67
Novos conhecimentos em processos produtivos e de gestão	3,48	4,00	4,00	3,54

Nota: M1: Não exportador; M2: Não exporta, mas já exportou; M3: Exportador; MT: Média total

Fonte: Elaborado pelos autores.



II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

Logo, conforme apresentado na Tabela 6, os entrevistados avaliaram de forma positiva a participação no APL, sendo que a pontuação média total entre os quesitos variou de 3,67 a 4,63, demonstrando, com isso, que eles concordam ou ainda, concordam totalmente, com os benefícios do aglomerado produtivo em seus negócios. Deve-se observar que tal percepção positiva se manteve entre todos os grupos analisados: não exportadores, exportadores esporádicos e exportadores habituais.

Além disso, o acesso às instituições de apoio se destacou nas respostas entre os resultados positivos, o qual foi muito bem avaliado tanto entre as empresas exportadoras quanto naquelas não exportadoras. Todavia, pode estar ocorrendo alguma inconsistência no modo operacional na relação entre tais entidades e as empresas, pois essas últimas avaliaram que o APL não está sendo efetivo em proporcionar conhecimentos em novos processos produtivos e de gestão, o que, talvez em grande parte, possa ser direcionado justamente pelas instituições de apoio. Não obstante, em que pese o aspecto produtivo, tal fato é de extrema importância, pois, de acordo com Porter (1990, p. 75),

os concorrentes eventualmente e inevitavelmente ultrapassarão qualquer empresa que parar de melhorar e inovar. Às vezes, as vantagens dos pioneiros, como relacionamento com clientes, economia de escala nas tecnologias existentes ou a lealdade dos canais de distribuição, são suficientes para permitir que uma empresa estagnada mantenha sua posição entrincheirada por anos ou décadas. Mais cedo ou mais tarde, porém, rivais mais dinâmicos encontrarão uma maneira de inovar em torno dessas vantagens ou criar uma maneira melhor ou mais barata de fazer as coisas.

Contudo, conforme a conceituação de APL apresentada por Marini *et al.* (2012), pode-se considerar que, de modo geral, com base nos resultados apresentados, o APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná está logrando êxito em fornecer algumas vantagens a seus participantes, podendo ser considerado de muita importância às empresas que o integram. Todavia, ainda existe uma lacuna a ser preenchida na questão relativa à exportação, sendo que muitos benefícios advindos da atividade exportadora ainda não são devidamente aproveitados pelas empresas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho objetivou estudar as empresas pertencentes ao APL de Utensílios Domésticos em Alumínio do Sudoeste do Paraná, visando identificar quais são os principais desafios e as percepções das referidas empresas sobre a atividade exportadora.

Verificou-se que o APL tem em sua composição, basicamente, microempresas e empresas de pequeno porte, sendo que apenas 8,33% das empresas são exportadoras. Além disso, os principais



OBSERVADR





II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

parceiros comerciais listados foram Paraguai, Uruguai e Estados Unidos. Entre as empresas que não exportam, a maioria nunca buscou informação sobre o comércio exterior, e, as que o fizeram, disseram ter encontrado dificuldade nessa busca.

Em geral, as empresas entrevistadas no respectivo aglomerado produtivo julgam reconhecer a importância da atividade exportadora. Na percepção delas, o comércio internacional auxilia na diversificação de mercados, aumenta a lucratividade e, ainda, é uma opção para reagir durante as recessões econômicas no mercado interno. Entretanto, foi comum a constatação que algumas barreiras têm dificultado o acesso ao mercado externo, sendo as principais: falta de conhecimento e experiência com exportação, além dos alegados custos e a documentação necessária para tal finalidade.

Já quando inquiridas quanto à percepção dos benefícios em participar do APL, em média, as empresas possuem uma percepção positiva acerca dos benefícios gerados pelo aglomerado. Contudo, infere-se, com base nas empresas que compuseram a amostra dessa pesquisa, que existe uma lacuna interna na atuação do APL e que certamente demandará o envolvimento dos demais agentes de apoio ligados diretamente ao arranjo. Tal lacuna está assentada no propósito de nortear novas ações e, quem sabe, novos direcionamentos acerca da exportação, como exemplos, a melhoria de processos produtivos, na orientação técnica e formação organizacional e de gestão ou mesmo a realização de acordos com novos parceiros comerciais no exterior, tudo isso preparando positivamente as empresas e contribuindo para que o amadurecimento das mesmas torne possível a exportação. Assim, no futuro, talvez o APL possa reforçar o apoio para ajudar as empresas a expandirem os negócios, gerando mais empregos e renda e, além disso, propiciar novas oportunidades ligadas a atividade exportadora por toda a região que concentra o aglomerado produtivo.

Notas

1 Devido ao tamanho reduzido da amostra que compõe o estudo ($n \leq 30$), principalmente entre o número de componentes de representantes nos grupos estratificados (não exportador, exportador esporádico e exportador habitual), não foi possível um avanço estatístico para analisar as diferenças de médias.

2 Para mais detalhes consultar a Constituição Federal de 1988, artigos 149, 153 e 155, além da Instrução Normativa da Receita Federal do Brasil, nº 948, de 15 de junho de 2009.



OBSERVADR





II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO SUDOESTE DO PARANÁ. **Plano de Desenvolvimento Regional Integrado, 2015 – 2020**. 2015. Disponível em: <http://pdri.agenciasudoeste.org.br/downloads/1> Acesso em: 29 mai. 2020.

ALVES, L. R. Especialização produtiva e desenvolvimento econômico regional. *In*: PIACENTI, C.A.; LIMA, J. F.; EBERHARDT, P. H. C.; ALVES, L. R. (Orgs). **Economia e desenvolvimento regional**. Foz do Iguaçu: Parque Itaipu, 2016. p. 69-79.

BRASIL. **Decreto nº 8.415**, de 27 de fevereiro de 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Decreto/D8415.htm Acesso em: 07 jul. 2020.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**: texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988. Brasília: Senado Federal, 2016. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf Acesso em: 27 mai. 2020.

BRASIL. Ministério da Economia. **Exportação e importação geral**. 2019. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/geral> Acesso em: 9 mai. 2020.

BRASIL. Receita Federal do Brasil. Instrução Normativa RFB nº 948, de 15 de junho de 2009. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 146, p. 6 - 8, 16 jun. 2009.

CARNEIRO, J.; BIANCHI, C.; GOMES, R. M. Exportações brasileiras: benefícios e obstáculos na percepção das empresas. **Tecnologias de Administração e Contabilidade**, v. 6, n. 1, pp. 22-38, 2016.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. **Desempenho da indústria no mundo**. Ano 3, n. 1, Dez. 2019 Disponível em: <http://www.portaldaindustria.com.br/estatisticas/desempenho-da-industria-no-mundo/> Acesso em: 21 mai. 2020.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO PARANÁ. **APL de Utensílios Domésticos e Produtos em Alumínio do Sudoeste do PR**. 2019. Disponível em: <http://www.fiepr.org.br/sindicatos/sindimetalso/aplaluminiosudoeste/FreeComponent8097content47507.shtml> Acesso em: 14 ago. 2019.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO PARANÁ. **Documentos para exportação**. 2020. Disponível em: <http://www.fiepr.org.br/cinpr/servicoscin/orientacao-para-exportar/documentos-para-exportacao-1-24560-224335.shtml> Acesso em: 07 jul. 2020.



OBSERVADR





II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ. **Arranjos Produtivos Locais geram 79,8 mil empregos no Paraná.** 2015. Disponível em: <http://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=85262&tit=Arranjos-Produtivos-Locais-geram798-mil-empregos-no-Parana> Acesso em: 13 mai. 2019

KRUGMAN, P. R.; Obstfeld, M.; MELITZ, M. J. **Economia Internacional.** 10. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015

MARINI, M. J.; SILVA, C. L.; NASCIMENTO, D. E.; STRAUHS, F. R. Avaliação da contribuição de arranjos produtivos locais para o desenvolvimento local. **Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales**, v. XVII, n. 996, 2012.

MARINI, M. J.; SILVA, C. L. A mensuração do potencial interno de desenvolvimento de um Arranjo Produtivo Local: uma proposta de aplicação prática. **Revista Brasileira de Gestão Urbana**, v. 6, n. 2, p. 236-248, maio/ago. 2014.

MATTEI, T. S.; MORAES, M. L.; BEZERRA, F. M. Os arranjos produtivos locais (APLs) de software no Paraná: uma análise pela ótica do desenvolvimento regional. **Economia & Região**, v.5, n.1, p125-148, jan./jun. 2017

PEGORARO, A. **Francisco Beltrão, o berço das indústrias de panela no Paraná.** Jornal de Beltrão, Francisco Beltrão, 12 set. 2019. Disponível em: <https://www.jornaldebetrão.com.br/noticia/289375/francisco-beltrao-o-berco-das-industrias-de-panela-no-parana> Acesso em: 18 mai. 2020.

PEREIRA, J. R.; ZILLI, J. C.; VIEIRA, A. C. P.; VOLPATO, D. Internacionalização empresarial: fatores determinantes para a tomada de decisão. **Brazilian Journal of Development**, v. 4, n. 2, p. 462-471, abr./jun. 2018.

PORTER, M. E. The competitive advantage of nations. **Harvard Business Review**, n. 2, p. 73-93, 1990.

SCHLEMPER, A. L.; MARINI, M. J.; BERNARTT, M. L. Arranjos produtivos locais e desenvolvimento regional: diagnóstico dos APLs da região Sudoeste do Paraná. **Redes**, v. 21, nº 1, p. 36-55, jan./abr. 2016.

SILVA, F. A.; FREITAS, C. O.; MATTOS, L. B. Volatilidade da taxa de câmbio e seus efeitos sobre o fluxo de comércio dos países da América do Sul. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 20, n. 2, p. 229-249, 2016.



OBSERVADR





II SLAEDR SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO DE ESTUDOS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

VI SIDER SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL
III SIDETEG SEMINÁRIO DA REDE IBERO-AMERICANA DE ESTUDOS SOBRE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E GOVERNANÇA
04 A 06 DE NOVEMBRO DE 2020

SUZIGAN, W. **Identificação, mapeamento e caracterização estrutural de arranjos produtivos locais no Brasil.** 2006. 59 p. Disponível em: http://www3.eco.unicamp.br/neit/images/destaque/Suzigan_2006_Mapeamento_Identificacao_e_Caracterizacao_Estrutural_de_APL_no_Brasil.pdf Acesso em: 24 mai. 2020.

SUZIGAN, W.; FURTADO, J.; GARCIA, R.; SAMPAIO, S. *Clusters* ou Sistemas Locais de Produção: mapeamento, tipologia e sugestões de políticas. **Revista de Economia Política**, v.24, n.4, p. 548-570, 2004.

VIGNANDI, R. S.; CAMPOS, A. C.; PARRÉ, J. L. Arranjos Produtivos Locais (APLs) confeccionistas e desenvolvimento socioeconômico no Estado do Paraná: uma análise multivariada. **Ensaio FEE**, v. 34, n. 2, 2013.

WILLERS, E. M. Estratégia de desenvolvimento econômico: do regional ao local. *In*: PIANCENTI, C.A.; LIMA, J. F.; EBERHARDT, P. H. C.; ALVES, L. R. (Orgs). **Economia e desenvolvimento regional.** Foz do Iguaçu: Parque Itaipu, 2016. p. 142-165.



OBSERVADR

