

**CENTRO UNIVERSITÁRIO ASSIS GURGACZ
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

KEILA FRANCISCO DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DA AÇÃO *ANTIDUMPING*: EM UMA EMPRESA
DISTRIBUIDORA DE MATERIAIS DE SAÚDE, SOB A ÓTICA DA TEORIA
DA CONTINGÊNCIA**

Cascavel - Paraná

2024

KEILA FRANCISCO DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DA AÇÃO *ANTIDUMPING*: EM UMA EMPRESA
DISTRIBUIDORA DE MATERIAIS DE SAÚDE, SOB A ÓTICA DA TEORIA
DA CONTINGÊNCIA**

Projeto de Pesquisa registrado na
Coordenação de Pesquisa e Extensão -
COOPEX como requisito parcial para
aprovação na Disciplina de TCC 1, do curso
de Ciências Contábeis do Centro
Universitário FAG.

**Prof.^a Orientadora: ANNA CAROLINE
DE AVILA**

Cascavel - Paraná

2024

RESUMO

Este estudo terá como objetivo geral analisar a influência da ação antidumping, sob a ótica da Teoria Contingencial, em uma empresa privada distribuidora de materiais da área da saúde no oeste do Paraná. A metodologia utilizada na organização do presente trabalho é qualitativa, realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com 3 colaboradores da empresa de materiais de saúde. Ao finalizar as análises dos resultados dentre os fatores contingenciais que mais influenciou foi o fator tecnologia, a necessidade de uma tecnologia avançada e eficiente desde a fabricação até a entrega do produto, juntamente com o alto custo dos investimentos em tecnologia e maquinário, representa um obstáculo significativo para a produção nacional. Essa deficiência tecnológica influencia diretamente outros fatores contingenciais, como a Estrutura (a ausência de um parque fabril próprio) e a Estratégia (o foco em grandes clientes), além de reforçar a dependência da empresa em relação a fornecedores internacionais.

Palavras-chave: Ação *antidumping*; Teoria Contingencial; comércio nacional e internacional.

1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento da globalização e o aumento da população mundial economicamente ativa levaram o comércio internacional a níveis notáveis nos últimos anos, a partir dos dados entre os anos 2000 e 2019, o comércio internacional cresceu em uma taxa média anual, aproximada de 3,5%, impulsionado pela globalização, avanços tecnológicos e acordos comerciais entre os países. O primeiro marco desse aumento baseado na liberalização do comércio entre países se deu após a Segunda Guerra Mundial, com a aplicação do Acordo Sobre Tarifas e Serviços, em inglês, *General Agreement on Tariffs and trade* (Gatt), no ano de 1947. acordos internacionais com finalidade de reduzir as barreiras comerciais, como as tarifas ou quotas de importações, assim se tornaram um grupo de normas tarifárias destinadas a intensificar o livre comércio e o combate de práticas, com o objetivo de proteger e favorecer os produtos nacionais da concorrência internacional.

O Gatt ficou por mais de quarenta anos, sendo utilizado como principal instrumento regulatório do comércio mundial. O segundo marco impulsionador da ampliação do comércio internacional foi a constituição da Organização Mundial do Comércio (OMC), que ocorreu no ano de 1994, atendendo aos acordos multilaterais e plurilaterais objetivando a liberação do comércio internacional, sem exclusão dos acordos fixos no contexto Gatt (SANTOS, 2019).

Neste sentido, surgiu o *Dumping*, palavra de origem inglesa que deriva do *dump* que tem como significado despejar ou esvaziar, é utilizada em termos comerciais (especialmente no Comércio Internacional), para designar a prática de colocar no mercado brasileiro produtos abaixo do custo, de uma forma geral, é a comercialização de produtos do exterior por preços menores do que o custo de produção nacional. É uma atividade direcionada às vendas ao exterior, o que não impossibilita de acontecer no âmbito nacional (FROTA, 2014). Uma definição comum, proposta por Viner (1923), descreve o *dumping* como a prática de fixar preços de exportação abaixo dos preços dos produtos similares destinados ao mercado interno ou a um terceiro país.

A prática de *dumping*, conforme Decreto nº 8.058/2013, no Art. 7º descreve que ocorre quando uma empresa introduz um produto no mercado brasileiro a um preço de importação inferior ao seu valor normal no Brasil. Por exemplo, se a empresa A, localizada no exterior, vende um produto para o Brasil por US\$ 80,00 (preço de importação), enquanto se é vendido um produto similar no mercado nacional/interno por US\$ 100,00 (valor normal), há uma margem de *dumping* de US\$ 20,00 (US\$ 100,00 - US\$ 80,00 = US\$ 20,00). Dessa forma, a prática de *dumping* ocorre quando o preço de importação é inferior ao valor normal praticado no mercado interno para um produto similar.

Portanto, essa prática é uma estratégia comercial agressiva que envolve a venda de produtos, mercadorias ou serviços a preços significativamente inferiores ao seu valor justo, muitas vezes abaixo do custo, em um mercado nacional ou regional (geralmente abaixo do preço praticado no país importador). Esse termo é comumente utilizado no comércio internacional e é combatido pelos governos brasileiros quando comprovado, pelas características de práticas que esgotam a concorrência interna do mercado.

Neste sentido, *antidumping* refere-se às regras que identificam a prática de *dumping* e estabelecem a realização de uma investigação para evitar casos dessa natureza. Essa prática é fortemente condenada pelo Gatt, que busca promover a cooperação entre os países no âmbito comercial, visando ao desenvolvimento econômico para todas as partes envolvidas. Nesse contexto, *antidumping* entra como uma medida aplicada para evitar a prática do *dumping*, regulamentados pela Organização Mundial do Comércio (OMC), que corrige a prática de *dumping*, por meio da imposição de uma taxa igual ou inferior à margem de *dumping* apurada nas importações. Sendo assim, a margem de *dumping* é calculada com o valor normal, que será o produto sem os impostos, menos o preço de importação (valor normal – preço de importação = margem de *dumping*). O aumento das ações *antidumping* por novos usuários ajudam a esclarecer o aumento na quantidade de países abalados por essas medidas (KANG e RAMIZO, 2019).

Ao decorrer dos últimos 25 anos, inúmeros países emergentes passaram fortemente a adotar as políticas *antidumping* (AD), os quais são nomeados como “novos usuários”, em contrapartida, aos “usuários tradicionais”, titulados pelas principais economias desenvolvidas.

Dessa forma, a presente pesquisa se debruça sobre a Teoria da Contingência, a qual destaca que não existe uma só fórmula para gestão nas organizações. Cada uma delas precisa buscar melhores maneiras de se estruturar com o intuito de alcançar suas metas e seus objetivos (LARENCE; LORSCH, 1967). Para Molinari e Guerreiro (2004), a Teoria Contingencial é uma abordagem teórica do comportamento organizacional que se concentra na maneira como certas contingências, como a tecnologia ou o ambiente, influenciam o desenvolvimento e o funcionamento das organizações.

De acordo com os autores Covalleski, Dirmsith e Samuel (1996), as contingências afetam a estrutura organizacional em termos de formalização, especialização, diferenciação e burocratização. O fator contingencial ambiente é considerado um elemento externo à organização e pode incluir atributos específicos, tais como a intensa competição de preços entre os concorrentes potenciais ou existentes, ou a probabilidade de uma alteração na disponibilidade de materiais (CHENHALL 2003). Vários autores abordam o ambiente em relação à sua dimensão de incerteza, estabelecendo conexões com a estrutura organizacional (BURNS; STALKER, 1960; LAWRENCE; LORSCH, 1967; PERROW, 1972). Em relação à tecnologia, conforme Espejo (2008), ela também é considerada um fator contingencial, com duas perspectivas a serem consideradas: a primeira diz respeito à avaliação da tecnologia da informação presente na empresa, e a segunda envolve a análise da tecnologia aplicada na fabricação dos produtos da empresa.

Com isso, o presente artigo tem por objetivo analisar quais os impactos do *antidumping* em uma empresa privada distribuidora de materiais da área de saúde no oeste do Paraná, sob a ótica da Teoria da Contingência, pois entende-se que de certo modo a análise da ação *antidumping* traz alguns impactos que podem afetar a estrutura organizacional externa ou interna em uma empresa.

Os estudos anteriores sobre a temática são dos autores Lourenço, Silveira e Oliveira (2021), que procuraram oferecer evidências dos efeitos opostos da imposição de medidas *antidumping* (AD) sobre a competitividade de diversos setores de atividade econômica; o outro estudo, com os autores Santos, Oliveira, Santana e Rodrigues (2007), apresentou o acordo *antidumping* firmado pela Organização Mundial do Comércio - OMC, bem como sua realização e detalhamento na ordem jurídica do Brasil, com base no Decreto nº 1.602/1995. Esse estudo se diferencia dos demais, pois utiliza

como base a Teoria da Contingência e analisa seus fatores (Ambiente; Tecnologia; Tecnologia da Informação; Estrutura; Estratégia e Porte).

Assim, tendo em vista a discussão do tema apresentado, a autora parte da seguinte inquietação: **Qual a influência da Teoria Contingencial na implementação da ação *antidumping* em uma empresa privada do oeste do Paraná?**

Para responder à problemática da pesquisa, o artigo tem como objetivo geral analisar a influência da ação *antidumping* em uma empresa privada distribuidora de materiais da área de saúde no oeste do Paraná sob a ótica da Teoria Contingencial.

Assim, para estruturação do estudo foram elaborados os objetivos específicos, :

- (a) compreender o perfil dos respondentes;
- (b) caracterizar a ação *antidumping* na percepção de uma empresa privada distribuidora de materiais da área de saúde;
- (c) explicar como a Teoria da Contingência influencia na ação *antidumping*.

Destaca-se que o presente estudo contribuiu para pesquisas e estudos futuros, visto que são poucos artigos publicados sobre a temática ações *antidumping*, onde possamos desenvolver e contribuir para a reformulação e aperfeiçoamento da ação *antidumping* para coibir a possível utilização do instrumento como um mecanismo anticompetitivo no comércio internacional.

A estrutura deste estudo se divide em quatro partes, a partir da introdução, sendo: referencial teórico; procedimentos metodológicos; a análise e discussão dos resultados e as conclusões.

2. BASE TEÓRICA

O presente tópico tem como objetivo apresentar o referencial teórico que fundamentou o desenvolvimento deste trabalho. Composto pela Teoria da Contingência e a ação *antidumping* em uma empresa privada distribuidora de materiais da área de saúde.

2.1 AÇÃO ANTIDUMPING

O *antidumping* surgiu no Brasil em 1987, com a Comissão de Política Aduaneira (CPA) do Ministério da Fazenda sendo responsável pelas investigações e aplicação dos direitos *antidumping* (NAIDIN,1998).

Em 2011, durante o início do governo de Dilma Rousseff, a defesa comercial foi integrada ao Plano Brasil Maior, com o propósito de agilizar e aprimorar a defesa comercial no país, sendo estabelecidos novos objetivos em relação às ações *antidumping*, sobretudo em reduzir o prazo médio de conclusão das investigações de quinze para dez meses e diminuir o prazo médio para realização da determinação preliminar de 180 para 120 dias (PIMENTEL, 2013).

Sendo assim, para atingir essas metas estabelecidas, o governo atuou em duas frentes: fortaleceu o Departamento de Defesa Comercial, - Decom aumentando mais de três vezes a equipe de investigadores em 2012, e modernizou as normas relacionadas ao *antidumping* com a publicação da Portaria nº 46, de 23 de dezembro de 2011 da Secretaria de Comércio Exterior - SECEX, e do Decreto nº 8.058, de 26 de julho de 2013, que passaram a regular as investigações de *dumping* no Brasil (PIMENTEL, 2013).

Em relação a ação e a aplicação de medidas *antidumping* existe o consenso de que é uma ferramenta confiável para corrigir práticas que distorcem o comércio internacional. Tais medidas podem envolver a imposição de tarifas adicionais sobre as

importações originárias do país acusado de *dumping*, visando compensar os danos causados aos fabricantes do país importador (PIMENTEL, 2013).

Neste sentido, no Brasil o processo de aplicação da ação *antidumping* é dividido em duas fases distintas: a investigação e a aplicação da medida. Na investigação, são analisados os requisitos que permitem a aplicação da ação *antidumping*, tais como a existência de *dumping*, o prejuízo à indústria nacional e a relação causal entre o prejuízo e o *dumping*.

Destaca-se que caso a investigação confirme esses requisitos, passa-se à fase de aplicação da ação *antidumping*. Tanto o processo de investigação quanto a aplicação da medida *antidumping* passaram por um aumento significativo na sua institucionalização (DEITOS, 2014).

Segundo os autores Hess *et al* (2012), a ação *antidumping* é uma das medidas de defesa comercial mais utilizadas no Brasil, sendo que o processo de investigação do *dumping* e a coleta das informações pertinentes recaem quase que exclusivamente sobre os fabricantes brasileiros envolvidos em sua aplicação. No entanto, a decisão final sobre a aplicação definitiva da medida *antidumping* é de responsabilidade de um órgão político colegiado distinto da autoridade responsável pela investigação.

Portanto, a aplicação da medida *antidumping* é realizada no interesse do Estado, mesmo que seja iniciada, na maioria das vezes, à pedido dos fabricantes brasileiros que buscam neutralizar práticas desleais de produtores estrangeiros. A reação mais comum do Brasil tem sido tomar medidas nacionais para defender a igualdade no comércio entre os produtores locais contra produtores estrangeiros.

2.2 TEORIA DA CONTINGÊNCIA

A Teoria da Contingência deve ser analisada a partir da sua etimologia assim, a palavra contingência remete a algo que foge do domínio de um indivíduo ou entidade específica, mostrando-se como um elemento permeado por certo nível de imprevisibilidade. No âmbito empresarial, o termo "contingência" adquire o sentido de uma variável imune à influência da organização. No entanto, uma contingência tem influência sobre a organização. A Teoria da Contingência fundamenta a construção desta pesquisa, ao sugerir que as organizações precisam realizar ajustes e adaptações constantes diante das mudanças que o ambiente promove. O progresso da organização está diretamente ligado ao grau de adaptação a essas variáveis contingenciais (DONALDSON, 2015).

Em objeção às ideias da Teoria Clássica, surgiram como uma resposta ao pensamento difundido por Frederick Taylor (1856), da administração clássica, que acreditavam que a preocupação organizacional se limitava apenas aos aspectos técnicos dentro de um sistema fechado. A teoria contingencial trouxe ênfase para o conceito de organização como um sistema aberto, influenciado pelo ambiente que a cerca.

Nessa perspectiva, há uma forte atenção às interações com o ambiente imediato, ou seja, às relações estabelecidas entre a organização, clientes, concorrentes, fornecedores, sindicatos e governo. Ao ser sensível ao ambiente em que está inserida, a organização se torna capaz de responder de forma mais adequada às mudanças que ocorrem (MORGAN, 2007).

Tendo em vista que vários pesquisadores contribuíram para a construção da Teoria da Contingência, é crucial mencionar alguns deles no Quadro 1.

Quadro 1 – Pesquisadores

Pesquisadores	Ano	Pesquisa
Woodward	(1958, 1965)	Abordou a Tecnologia
Burns & Stalker	(1960)	Ambiente externo – Mecânico Orgânico

Chandler	(1962)	Estratégia e Estrutura
Lawrence Lorsch	(1967)	Relação entre Ambiente e Estrutura.
Perrow	(1976)	Tecnologia Estrutural
Chenhall	(2003)	Ressaltando a necessidade de futuros trabalhos com abordagens qualitativas

Fonte: Elaborado pela Autora (2024).

De acordo com Guerreiro, Pereira e Rezende (2006), a Teoria da Contingência é utilizada na área contábil e sua dimensão é composta por três tipos de contingências que são especialmente relevantes no processo de influenciar a estrutura de organizações empresariais: 1. tamanho; 2. tecnologia utilizada e 3. meio ambiente. Além disso, segundo o conceito desta teoria, existem duas suposições principais: 1- não há uma melhor forma de uma empresa se organizar; e 2- se diferentes partes da organização são influenciadas de maneiras distintas pelas contingências, então pode ser apropriado que elas sejam estruturadas de formas diferentes. Algumas definições da Teoria da Contingência podem ser visualizadas no Quadro 2.

Quadro 2 – Definições da Teoria da Contingência

VARIÁVEL	DEFINIÇÃO	AUTOR
Estratégia	A estratégia pode ser definida como os objetivos de longo prazo da empresa e a adoção de linhas de ação e alocação de recursos para alcançá-los.	(Chandler,1998)
Tecnologia	Isso demonstra que, à medida que a tecnologia avança, as empresas inicialmente adotam uma estrutura mais mecanicista e, posteriormente, uma estrutura mais orgânica. A forma como a empresa se organiza varia de acordo com a tecnologia, mostrando que está sempre afeta a estrutura organizacional dentro das empresas.	(Woodward, 1958)
Ambiente	Isso evidencia que, quando uma organização se depara com um ambiente estável e com poucas mudanças, a estrutura mecanicista é mais eficaz. Por outro lado, quando uma organização se encontra em um ambiente dinâmico, com um maior grau de mudanças, torna-se indispensável ter uma estrutura orgânica.	(Burns e Stalker, 1960)
Porte	Mostram que o porte tem influência nas empresas, destacando, a maior simplicidade dentro das empresas de grande porte, barganham preços com fornecedores, do que a de portes menor.	(Perin e Sampaio, 2004)
Estrutura	Mostram que os relacionamentos de autoridade e de superiores, como representados em organograma, os comportamentos pedidos pelos regulamentos da organização e os padrões empregados na tomada de decisão, como descentralização, padrões de comunicação e outros padrões de comportamento.	(Donaldson,1999)
Inovação (T.I)	A inovação causa mudanças na estrutura da organização e é fundamental para criar uma vantagem competitiva no mercado.	(Donaldson,2007)

Fonte: Elaborado pela Autora (2024).

De acordo com o Quadro 1, os autores exploraram várias definições da Teoria Contingencial, o que aponta para oportunidades de crescimento, diversificação e inovação no mercado brasileiro. Isso pode levar à formação e atendimento de novos segmentos de mercado, impulsionando o desenvolvimento econômico do país, por meio dos diversos aspectos da Teoria Contingencial.

2.3 ESTUDOS ANTERIORES

Para evidenciar a importância da temática e os principais estudos desenvolvidos anteriormente, apresentamos o Quadro 3 com os principais autores, objetivo geral e resultados nas pesquisas desenvolvidas anteriormente.

Quadro 3 – Estudos anteriores

AUTORES	OBJETIVO GERAL	PRINCIPAIS RESULTADOS
Santos; De Oliveira (2007).	Objetiva apresentar o Acordo <i>Antidumping</i> , que faz parte das regulamentações da Organização Mundial do Comércio (OMC), tem como propósito estabelecer diretrizes para a aplicação de medidas <i>antidumping</i> pelos países membros, a fim de combater o <i>dumping</i> e proteger suas indústrias locais. No Brasil, essas diretrizes e detalhes estão especificados no Decreto nº 1.602, de 23/08/1995.	Os principais resultados destacam que o país tem recorrido a legislação <i>antidumping</i> para proteger diversos setores de produção, cada vez mais aderindo à ação <i>antidumping</i> .
Nogueira; Procópio (2023).	Apresenta a regulamentação internacional e doméstica do direito <i>antidumping</i> e discute suas consequências sob a perspectiva da teoria austríaca do intervencionismo econômico.	Evidencia que a aplicação de medidas <i>antidumping</i> , com o objetivo de proteger os fornecedores nacionais contra práticas desleais de comércio, acaba distorcendo o equilíbrio do livre mercado. Isso resulta em uma redução da exposição da indústria nacional à competição estrangeira, prejudicando os consumidores e as indústrias locais que dependem dos produtos afetados. Eles acabam tendo que lidar com preços mais altos devido às taxas adicionais impostas, o que impacta negativamente suas operações e a disponibilidade de produtos a preços competitivos para os consumidores.
Goldbaum; Pedrozo (2019).	Evidencia os efeitos da aprovação do Decreto n. 8.058/2013 na evolução das investigações <i>antidumping</i> no Departamento de Defesa Comercial do MDIC.	Mostraram uma relação pró-cíclica entre o crescimento econômico e o aumento das investigações <i>antidumping</i> . Quando a economia cresce, há mais abertura de investigações <i>antidumping</i> . Por outro lado, em períodos de desaceleração econômica, o número de ações <i>antidumping</i> tende a diminuir devido à redução das importações.
Vasconcelos; Firme (2011).	O estudo teve como objetivo analisar o quão efetivo é o instrumento <i>antidumping</i> brasileiro.	Os resultados indicam que, em termos de abertura de investigações, o instrumento cumpre seu propósito de proteger contra práticas anticompetitivas por parte de empresas de países exportadores no comércio internacional. Em resumo, os resultados confirmam a eficácia do instrumento <i>antidumping</i> brasileiro em sua função de proteção contra práticas desleais no comércio internacional.

Fonte: Elaborado pela Autora (2024).

Pode ser evidenciado, nos estudos anteriores que enquanto alguns autores defendem as medidas da ação *antidumping* como necessárias para proteger os fornecedores nacionais contra práticas desleais de comércio, outros apontam que tais ações distorcem o livre mercado, reduzindo a competição estrangeira e levando a preços mais altos para consumidores e indústrias locais.

3.METODOLOGIA

Nessa seção, foi apresentada a estrutura metodológica para coleta de dados da presente pesquisa, bem como, tratamento e análise dos dados, a fim de responder aos objetivos específicos propostos.

Desta forma, a metodologia refere-se a um conjunto de ações organizadas e coesas que ajudam a atingir os objetivos de maneira confiável e prática, fornecendo um mapa do caminho a ser percorrido que permite identificar possíveis equívocos e orientar as decisões a serem tomadas (MARCONI; LAKATOS, 2010).

Para tratar o tema proposto, quanto aos objetivos, a pesquisa é tida como Explicativa-Exploratória, sendo a explicativa definida por Gil (2002), como uma forma de oportunizar familiaridade com o problema, com vistas a torná-los mais evidentes ou claros. Já a pesquisa exploratória, segundo Cervo e Bervian (2007), geralmente representa o primeiro estágio ao embarcar no processo de pesquisa, servindo como um suporte na elaboração de hipóteses para investigações futuras. O presente estudo aborda a ação *antidumping*, a qual trata-se de uma estratégia de mitigar ou até mesmo inibir as importações de determinados produtos, em detrimento de comprá-los no Brasil, porém, por um custo mais elevado, com isso está temática encontra-se num cenário incipiente a nível de contabilidade.

A abordagem da pesquisa é qualitativa, pois enfatiza a busca por compreensão aprofundada dos fenômenos e elementos, apresentando a descrição detalhada e uma compreensão mais profunda dos contextos sociais e dos significados atribuídos pelos atores envolvidos (CRESWELL, 2007).

Em relação aos procedimentos, a pesquisa trata de um estudo de caso único em uma empresa privada distribuidora de produtos da área de saúde, localizada em Cascavel-PR. Foi realizada uma entrevista semiestruturada, com xx questões, aplicadas para três colaboradores diretamente ligados ao processo de *antidumping*, que são: Diretor; Diretora Financeira; Contadora; Gerente Geral; Comprador do Comércio Exterior e Desenvolvedor de Novos Produtos.

As entrevistas aconteceram entre os meses de julho e agosto de 2024 de forma presencial, as mesmas foram gravadas e transcritas na íntegra para a análise dos resultados. No que tange ao procedimento de entrevistas semiestruturadas, de acordo com Manzini (1990), se concentra em um tópico específico para o qual criamos um guia com perguntas principais, acompanhadas por outras questões relacionadas às circunstâncias presentes na entrevista. Segundo o autor, esse formato de entrevista tem o potencial de revelar informações de maneira mais espontânea, sem estar limitado a respostas padronizadas. Com isso, o Quadro 4, aborda a caracterização do instrumento de pesquisa, considerando o assunto, os aspectos abordados e o número de questões.

Quadro 43 – Caracterização do Instrumento de Pesquisa

Assunto	Aspectos Abordados	Questões	Base Teórica
Perfil dos Entrevistados	Idade; sexo; nível de escolaridade; tempo de serviço.	1 a 3	Autoria Própria (2024)

Nível de conhecimento em relação ao Dumping/ <i>Antidumping</i> ; Informações sobre <i>Antidumping</i> .	Primeiro contato com o <i>Antidumping</i> ; Relação entre países; Como o <i>Dumping</i> pode afetar o comércio em uma empresa de distribuição; Por qual motivo que uma empresa pode recorrer ao <i>antidumping</i> ;	4 a 6	Autoria Própria (2024)
Fatores Contingenciais	Tecnologia; Tecnologia da Informação; Estrutura; Estratégias; Porte; Ambiente Externo.	7 a 19	Chenhall et al. (2003)

Fonte: Elaborado pela Autora (2024).

Conforme o Quadro 4, o objetivo é abordar como os fatores contingenciais influenciaram a aplicação da ação *antidumping* em uma empresa privada distribuidora de materiais da área de saúde no oeste do Paraná. Para isso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, que se encontram no apêndice A, divididas em três blocos. O primeiro bloco coletou informações sobre o perfil dos entrevistados; no segundo bloco foi analisado o nível de conhecimento dos colaboradores em relação ao *antidumping* e, por fim, no terceiro bloco, foram explorados seis tópicos que envolvem os fatores contingenciais e seus impactos na aplicação da ação *antidumping*. O roteiro da entrevista contempla um total de 28 questões.

Com base nas categorias de análise, foram definidas proposições, a fim de embasar os resultados da pesquisa.

P1: A ação *antidumping* influencia negativamente a importação de produtos com melhor margem de lucro, devido que, ao chegar no Brasil os produtos são tributados como no mercado interno. Com isso, as empresas param de comprar e tem tanto redução de receita, como escassez de produtos.

P2A: Em relação a Tecnologia, a escolha de uma ferramenta no sistema que possa identificar e gerenciar os produtos afetados pela ação *antidumping* pode trazer benefícios significativos para os processos de venda e compra. Isso pode ajudar a empresa a acompanhar de perto esses produtos, otimizar as operações e tomar decisões mais assertivas. A tecnologia certa pode fazer toda a diferença de forma positiva em eficiência e na competitividade do negócio.

P2B: A Tecnologia da Informação tem uma influência positiva significativa na obtenção de resultados de pesquisa, especialmente quando se busca informações atualizadas e embasadas sobre a ação *antidumping*.

P2C: Em relação a Estrutura Organizacional, no âmbito de incertezas internas em relação a ação *antidumping*, é fundamental estabelecer uma estrutura organizacional sólida que promova a colaboração entre os diversos setores da empresa. Envolvendo desde os diretores até os executivos de vendas e compradores, essa organização bem definida pode ter um impacto positivo significativo. A comunicação eficaz e a cooperação entre os diferentes níveis hierárquicos e departamentos podem ajudar a enfrentar os desafios atuais e a encontrar soluções de maneira mais eficiente.

P2D: Estratégia, implementação de treinamentos aos colaboradores onde terá uma comunicação mais assertiva, poderá proporcionar um conhecimento mais aprofundado sobre a situação atual da empresa em relação ao *antidumping*, também terá um impacto positivo dentro da organização.

P2E: Em relação ao Porte, devido ao tamanho da empresa e a presença dos produtos em diversos estados, a ação *antidumping* influencia negativamente na comercialização dos produtos sujeitos a essa prática.

P2F: Ambiente Externo em relação aos governos, autoridades e órgãos competentes influenciam em relação a ação *antidumping*.

4.ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os dados desta seção foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas com seis colaboradores, com três subseções, sendo: Perfil dos Respondentes; Nível de Conhecimento em relação ao Antidumping; e Fatores Contingenciais (tecnologia, tecnologia da informação, estrutura, estratégias, porte, ambiente externo). Estas subseções estão direcionadas a responder, a princípio, os objetivos específicos e, consecutivamente, o problema de pesquisa.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

O Quadro possui como objetivo apresentar o perfil dos participantes da pesquisa, por meio das características individuais: Idade, nível de escolaridade e tempo de atuação na área.

Quadro 5 - Perfil dos Respondentes

IDADE	NÍVEL ESCOLARIDADE	TEMPO DE ATUAÇÃO NA ÁREA
37 anos	Pós-Graduação completa.	7 anos.
67 anos	Pós-Graduação completa.	23 anos.
33 anos	Pós-Graduação completa.	15 anos.

Fonte: Elaborado pela Autora (2024).

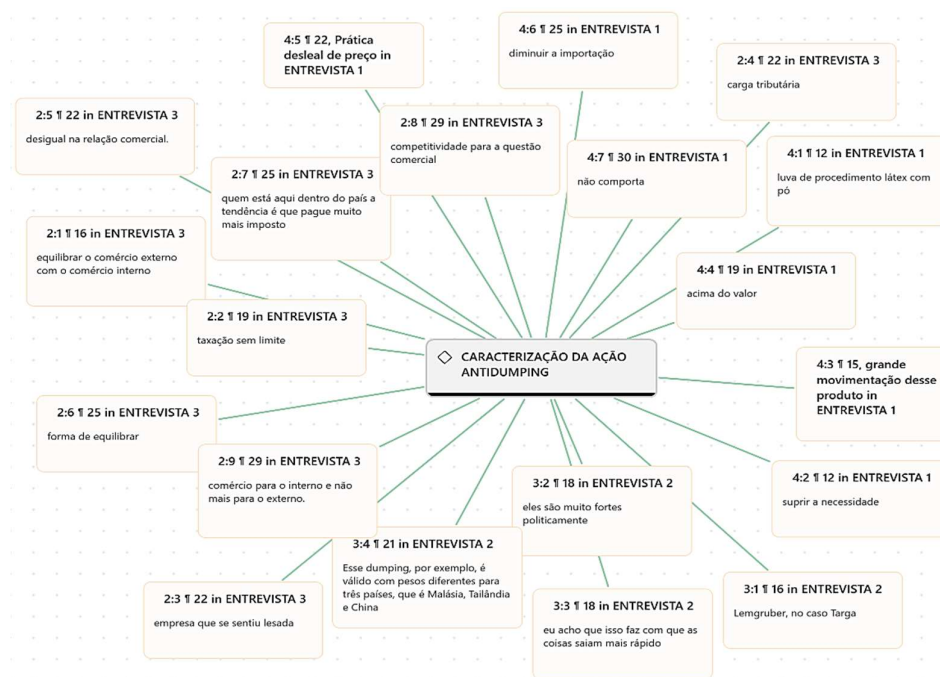
Conforme o Quadro 5, no que tange ao perfil dos participantes, foram classificados como entrevistados: E1, E2 e E3. O E1, apresenta o menor tempo de atuação na área relacionada à importação, o que resulta em um conhecimento técnico sobre ações *Antidumping*. Já o E2, possui um tempo de atuação superior ao do entrevistado 1 e 3, destacando-se pela experiência adquirida em outras empresas que já enfrentaram ou estão enfrentando ações *Antidumping*. O E3, demonstra uma compreensão abrangente do processo como um todo, evidenciando um conhecimento mais profundo e holístico sobre a temática das ações *Antidumping*, conforme vamos verificar na análise da próxima subseção.

4.2 NÍVEL DE CONHECIMENTO DA AÇÃO ANTIDUMPING

A presente subseção relaciona as análises previstas nos objetivos específicos, sobretudo no item (b) referente a caracterização da ação *antidumping* na percepção de

uma empresa privada distribuidora de materiais da área de saúde; sendo assim, foram entrevistados o desenvolvedor de novos produtos, comprador internacional e a contadora. Neste sentido, serão apresentados os principais conceitos a partir da temática da entrevista.

Figura 1 – Caracterização da ação *antidumping*.



Fonte: Elaborado pela Autora (2024).

A Figura 1 apresenta as respostas dos entrevistados em relação ao seu conhecimento da ação *antidumping*. A primeira questão indagou sobre quando foi o seu primeiro contato com o *antidumping*.

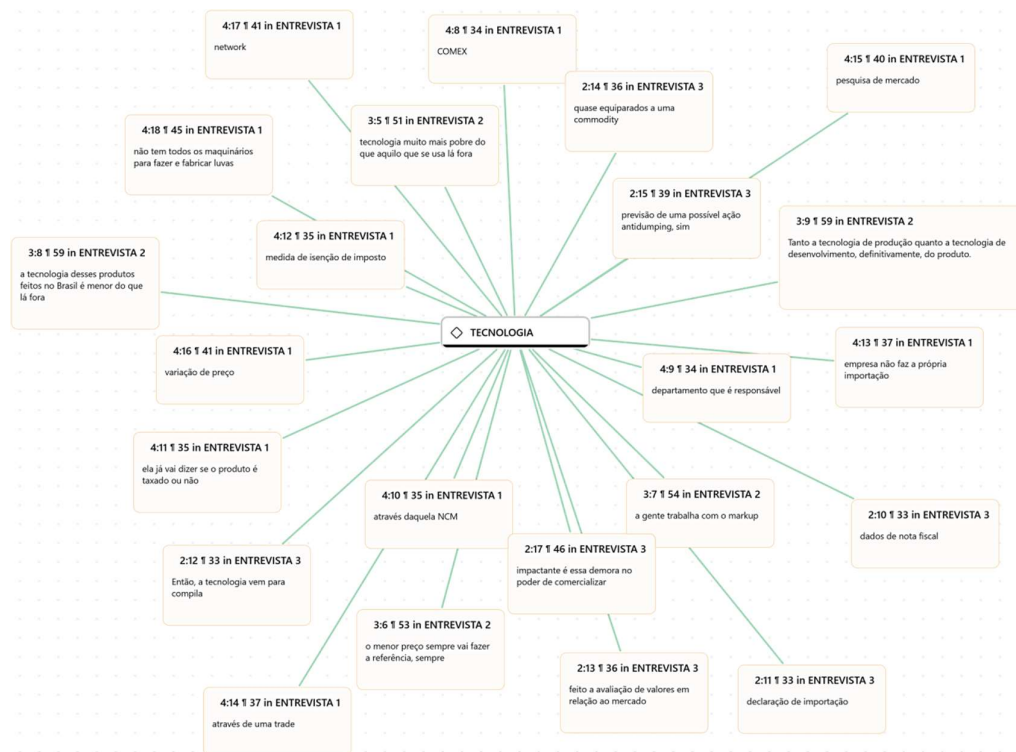
Assim, o E1, salienta que “*foi no mês de Julho de 2023, um dos produtos que eu posso te dar como exemplo foi a luva de procedimento látex com pó, na linha da saúde*”, acrescenta “*que os produtos derivados do látex, tem uma grande movimentação dentro do país*”. Tal informação é verídica, visto que o Brasil responde atualmente por 1% da produção mundial de látex, sendo importador do produto (OMINE; MORAES, 2006).

Já o E 2, relata que “*acho que não faz um ano*” onde demonstra um bom conhecimento sobre o *antidumping*, afirmando ter uma experiência sólida devido ao seu trabalho na empresa Lemgruber (Targa), “*há muito tempo eu estou nesse mercado*”. Ele menciona que esta empresa foi responsável pelo último pedido de *antidumping*, realizado em julho de 2023. Além disso, destaca que a empresa em questão possui uma forte influência política.

O e3, SALIENTA QUE “*sabia que ele existia, mas o meu primeiro contato direto com ele foi no ano passado, na investigação de Dumping da empresa.*”

4.3 TECNOLOGIA

Figura 2 – Tecnologia



Fonte: Elaborado pela Autora (2024).

Na entrevista, ao ser questionado, de que forma a tecnologia auxilia na identificação dos produtos que estão na ação *antidumping*, o primeiro entrevistado explica claramente que *“através da NCM já tem a informação dizendo, que um número de identificação do produto, como se fosse o CPF de uma pessoa”*. Ele destaca que as empresas que realizam importações têm departamentos específicos, como o de Comércio Exterior (COMEX), responsáveis por garantir que todas as informações sobre os produtos, incluindo questões relacionadas ao *antidumping*, estejam sempre atualizadas. Além disso, ao ser questionado se a empresa utiliza algum programa para reavaliar ou remanejar os preços dos produtos, ele destaca que *“isso daí é feito através da pesquisa. Na pesquisa de mercado, pesquisa de importação, pesquisa do produto em si que está sendo comercializado no Brasil.”* Isso indica que os preços não são apenas definidos internamente, mas também sofrem influência de análises externas e tendências do mercado.

Por outro lado, o segundo entrevistado apresenta uma visão crítica sobre o impacto da tecnologia na identificação de produtos sujeitos a ações de *dumping*, especialmente no contexto das empresas brasileiras. Ele expressa preocupação com a diferença entre as tecnologias utilizadas no Brasil e no exterior, argumentando *“eles têm uma tecnologia muito mais pobre do que aquilo que se usa lá fora isso resulta em produtos de qualidade inferior”*. Essa observação ressalta a necessidade urgente de inovação e melhorias tecnológicas para assegurar a competitividade das empresas brasileiras no mercado global. O entrevistado sugere que, para competir

na medida antidumping, vai ser origem de outros países também. Não vai ser sempre o mesmo”.

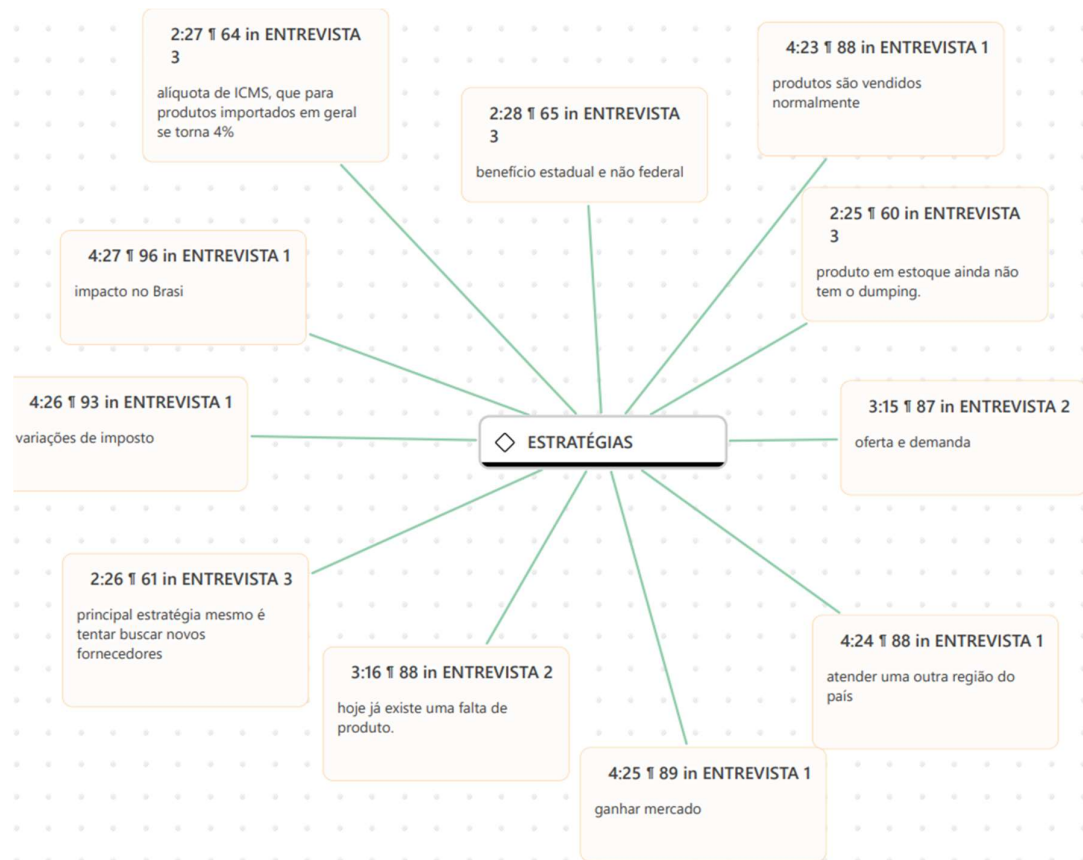
Além disso, na pergunta sobre a empresa possuir uma estrutura adequada para passar pela ação *antidumping* o entrevistado enfatiza que a empresa não deve se restringir a um número limitado de produtos e que não deve ter apenas um produto em catálogo à venda, *“uma empresa em si não pode focar só em cinco produtos”*. Embora a migração para fornecedores locais seja uma estratégia válida, ele observa que a capacidade de produção nacional pode não ser suficiente para atender à demanda de todos os importadores, revelando uma limitação estrutural significativa: a maioria das empresas nacionais enfrenta desafios relacionados à capacidade de produção e à disponibilidade de maquinário, que muitas vezes é importado.

O E 2, também enfatiza que a migração para uma compra nacional seria possível, mas destaca que a produção local não possui a capacidade necessária para atender à demanda do mercado brasileiro. Assim, os entrevistados 1 e 2 possuem a mesma compreensão sobre a alteração do consumo de mercadorias nacionais e internacionais para a produção e distribuição. Em resposta à pergunta sobre a estrutura da empresa para lidar com ações *antidumping*, o entrevistado revela que a empresa está sobrevivendo e até prosperando, possuindo uma significativa participação de mercado (59,4%) *“temos, temos. Estamos sobrevivendo, estamos vivendo, estamos vendendo.”*

Em continuação, o E 3 confirma que a empresa busca fornecedores alternativos. Contudo, o processo é intenso devido ao registro na Anvisa, especialmente em se tratando de produtos da área da saúde, *“na verdade, quando veio a ação antidumping já foi buscado fornecedores alternativos para isso. O único agravante que tem nessa situação é que, como os nossos produtos são saúde, eles precisam do registro da Anvisa.”* Assim, embora haja flexibilidade para buscar novos fornecedores, a burocracia regulatória e o tempo de espera para a certificação criam um obstáculo significativo. Em relação a fabricação de produtos, o entrevistado sublinha que *“na situação atual, ela não comportaria, porque ela não tem um parque fabril para poder fazer a fabricação desses produtos.”* A falta de capacidade para fabricar internamente os produtos requeridos, combinada com a necessidade de tecnologia e insumos que muitas vezes precisam ser importados, reforça a vulnerabilidade da empresa em um mercado globalizado e regulado.

4.5 ESTRATÉGIAS

Figura 4 - Estratégias



Fonte: Elaborado pela Autora (2024).

A Figura 4, possui como objetivo analisar as estratégias adotadas durante as ações *antidumping*.

Ao ser indagado sobre quais são as estratégias adotadas, o E 1 observa que, embora os produtos afetados por essas ações continuem disponíveis no mercado, a demanda por eles tende a ser menor ao mencionar “*tem as variações de imposto para cada tipo de produto, cada tipo de NCM, que no caso é o CPF ou identificação do produto. Dependendo da NCM que você coloca, ela vai te dar uma taxa diferente, uma da outra*”. Portanto, é uma estratégia de controle rigoroso nas vendas e explica que os produtos nacionalizados são isentos de impostos, enquanto os importados enfrentam diversas taxas, dependendo de sua classificação NCM. Ao comentar sobre o impacto das ações *antidumping* no comércio em geral, destaque que “*não, é um impacto no Brasil, na verdade. Se você pegar um produto específico em si, é Brasil*”.

O E 2 salienta que, “*a oferta está maior que a demanda, o preço baixa. A demanda está maior que a oferta, o preço sobe. Então, hoje já existe uma falta de produto, a tendência de o preço subir. E a gente sobrevive, não só sobrevive, mas a gente se dá muito bem com isso*”. Ele enfatiza que a relação entre oferta e demanda é crucial para entender o comportamento do mercado, afirmando que, em períodos de escassez, os preços costumam aumentar. Quanto aos benefícios fiscais, o entrevistado esclarece que não há vantagens para importações quando se trata de ações *antidumping*. Ao ser questionado sobre o impacto dessas ações nas vendas do comércio em geral, ele argumenta que, “*no curto prazo, pode sim ter um problema de demanda*”.

O E 3 informa que mesmo em situações de ação *antidumping* as vendas estão acontecendo normalmente e que “talvez antecipado um pouquinho a questão do valor, porque o produto em estoque ainda não tem o *dumping*. Ao ser questionado em relação aos benefícios fiscais na importação, ele aponta que existem algumas vantagens, especialmente ligadas ao ICMS em Santa Catarina, onde é o centro de distribuição da empresa em questão a alíquota pode ser reduzida para 1,4% ou 3,6%, dependendo da situação.

Portanto, em relação às respostas dos entrevistados sobre os benefícios fiscais foram encontradas algumas divergências entre os entrevistados, onde o E 1 e o E 2 mencionam que não possui benefício, visto que o *dumping* é uma taxa e o E 3 alega que possui benefícios em algumas situações.

4.6 PORTE

Figura 5 - Porte



Fonte: Elaborado pela Autora (2024).

A Figura 5, visa destacar as melhorias que são necessárias nos órgãos competentes para garantir uma atuação mais eficaz na prevenção e combate ao *dumping*.

O E 1 ressalta a importância da fiscalização para compreender a dinâmica do mercado. Quanto aos investimentos que seriam necessário para melhorar o porte dos órgãos, enfatiza à necessidade de um sistema de informações mais robusto e atualizado em termos de infraestrutura e tecnologia, onde diz “a partir do momento que você está

à par da situação do que está acontecendo, você sabe o que vai acontecer, você sabe se é aquilo mesmo que estão tentando investigar e colocar à prática, no caso do dumping, e eles também vão estar à par da situação”. Onde o mesmo demonstra um pouco de falta de conhecimento técnico por parte dos órgãos responsáveis.

O E 2 apresenta uma visão crítica sobre as melhorias que devem ser implementadas para que órgãos como a Anvisa e o Ministério da Economia atuem com mais eficácia na prevenção e combate às práticas de *dumping* na área da saúde. Sua análise revela a intersecção de questões políticas, econômicas e estruturais que impactam a capacidade do governo de responder a esses desafios relata que *“no meu ponto pessoal de vista, é muita coisa política”*. Ele sugere que, em vez de simplesmente barrar produtos importados, o governo deveria criar um ambiente que estimule a inovação e a competitividade da indústria nacional, o que poderia equilibrar o mercado e diminuir a dependência de produtos importados que não atendem à demanda. Ao ser questionado sobre investimentos em infraestrutura, tecnologia e recursos humanos, ele menciona que na *“troca do governo”* poderia ser uma solução para os problemas enfrentados.

O E 3 argumenta sobre a necessidade de uma fiscalização mais eficaz, incluindo um estudo detalhado para diferenciar os produtos disponíveis no mercado. Ele acrescenta que é essencial investir em infraestrutura, tecnologia e capacitação de recursos humanos. Visto que, produtos que estão na ação *antidumping* a empresa nacional alega ser os mesmos, mas através de alguns estudos e possível identificar a diferença e assim não sendo necessário o produto passar pelo processo de *dumping*.

4.7 AMBIENTE EXTERNO

Figura 6 – Ambiente Externo



Fonte: Elaborado pela Autora (2024).

A Figura 6, tem como objetivo mostrar como funciona o ambiente externo, a relevância de algumas normas e o papel da Secretaria do Comércio Exterior (SECEX).

Ao ser questionadosobre a atuação da SECEX no âmbito das diretrizes estabelecidas o E 1 não consegue oferecer informações detalhadas sobre a colaboração da SECEX com outros órgãos governamentais onde diz “*Essa informação eu já não consigo te responder*” o que indica não possuir conhecimentos sobre a atuação da SECEX. Ao ser questionado quais os principais desafios enfrentados pela Secretaria do Comércio Exterior ao lidar com questões relacionadas às práticas leais do comércio, “*também não sei*”.

O E 2 confirma que a SECEX atua conforme as diretrizes estabelecidas, o que sugere uma conformidade regulatória significativa. Contudo, sua afirmação de que “é x% de coisa” revela uma visão possivelmente simplista sobre a complexidade das normas do comércio exterior e uma insatisfação com a rigidez das penalizações. Essa percepção de que o órgão “*está louco para multar*” reflete uma crítica ao enfoque punitivo, em vez de um suporte proativo para as empresas que enfrentam dificuldades no comércio exterior. Quando questionado sobre a colaboração da SECEX com outros órgãos, o entrevistado demonstra incerteza e sugere não ter informações suficientes para confirmar essa interação. Por sua vez, o e 3 enfatiza que, em teoria, a SECEX atua conforme as diretrizes estabelecidas e realiza investigações quando há denúncias de

dumping. No entanto, ele admite não ter informações específicas sobre como se dá essa colaboração com outros órgãos governamentais, embora mencione que a SECEX possui acesso aos bancos de dados de outras entidades. Os desafios enfrentados pela SECEX, segundo o entrevistado, incluem a falta de conhecimento técnico sobre os produtos em questão.

5. CONCLUSÃO

A presente pesquisa apresentou a análise da caracterização da ação *antidumping* na percepção de uma empresa privada distribuidora de materiais da área de saúde e explicou como os fatores contingências influenciam na ação *antidumping*.

As análises das respostas dos entrevistados evidenciam a importância da política *antidumping* no Brasil, especialmente no setor de produtos derivados do látex, como as luvas utilizadas na área da saúde. A diversidade de experiências dos participantes indica um entendimento crescente sobre a necessidade de proteger o mercado nacional contra práticas comerciais desleais. Notou-se que todos tiveram seu primeiro contato com o tema na mesma época.

Além disso, foi ressaltado que o *antidumping* é fundamental para proteger produtos que têm grande movimentação no mercado interno, refletindo a dependência do Brasil em relação à importação de látex, visto que o país responde apenas por 1% da produção global. Fato que destaca o *antidumping* como uma ferramenta estratégica para empresas brasileiras, como a Lemgruber, que desempenha um papel relevante nos pedidos dessa natureza e tem influência nas decisões políticas relacionadas ao tema.

As entrevistas esclarecem que o *antidumping* vai além de uma simples medida de proteção econômica; correspondendo à uma estratégia essencial para assegurar a competitividade e a sustentabilidade das empresas nacionais em um ambiente global marcado por intensa concorrência. Assim, a aplicação dessa política no Brasil não apenas defende o mercado interno, mas também favorece uma dinâmica mais saudável no comércio nacional.

No que se refere ao Fator Contingencial Tecnologia, observou-se a necessidade de uma tecnologia mais eficiente no Brasil, abrangendo desde a fabricação do produto até a entrega ao cliente, tal ausência é impactante, pois o custo da tecnologia necessária para a produção é elevado para as empresas, o que implica que os fabricantes nacionais precisam realizar investimentos significativos. Consequentemente, esses custos são repassados ao consumidor final.

Quanto ao Fator Contingencial Estrutura, destaca-se que a empresa em questão atualmente não possui um parque fabril próprio para a fabricação dos produtos, sendo que os itens disponíveis na empresa são majoritariamente importados. Essa situação se deve a fatores como o alto custo da tecnologia e do maquinário necessário para a produção. Em relação à troca de fornecedores, o contexto se apresenta como flexível, uma vez que as taxações *antidumping* são aplicadas em alguns países e não globalmente.

Em relação ao Fator Contingencial Estratégia, observou-se que as práticas adotadas para a venda dos produtos são direcionadas de forma a priorizar clientes de maior porte, em detrimento de pequenos clientes. Essa abordagem está relacionada à dinâmica de oferta e demanda. Identificou-se que a ação *antidumping* não impacta apenas na empresa individualmente, mas afeta o comércio nacional como um todo. Embora essa estratégia possa resultar em uma redução nas vendas no curto prazo, ela visa um ganho de mercado que, ao longo do tempo, pode proporcionar um retorno positivo significativo. Essa perspectiva demonstra que, apesar das dificuldades

imediatas, as decisões estratégicas são tomadas com foco de continuar a venda e no crescimento a longo prazo.

No que se refere ao Fator Contingencial Porte, é evidente a necessidade de aprimoramento dos órgãos reguladores para que possam atuar de forma mais eficaz na prevenção e combate ao *dumping*, especialmente no setor da saúde. Ressalta-se a importância de um sistema de informações robusto, que exija uma infraestrutura tecnológica capaz de permitir um monitoramento detalhado. Esse sistema auxiliaria os órgãos na tomada de decisões bem fundamentadas, minimizando erros decorrentes da falta de dados ou limitações técnicas.

Além disso, foram identificadas diversas barreiras políticas, econômicas e estruturais que dificultam a atuação dos órgãos competentes, como a Anvisa e o Ministério da Economia. É fundamental, além de restringir a entrada de produtos importados, incentivar a inovação e a competitividade da indústria nacional, com o objetivo de reduzir a dependência em relação aos produtos importados e promover um mercado mais equilibrado. Essa visão sugere a necessidade de reformas abrangentes, incluindo políticas que estimulem a produção local.

Quanto ao Fator Contingencial Ambiente Externo, embora a Secretaria do Comércio Exterior (SECEX) siga as diretrizes estabelecidas, enfrenta desafios significativos em relação à eficácia e à percepção da sua atuação no combate ao dumping e na promoção de práticas comerciais justas. A análise dos relatos indica que existem lacunas tanto na comunicação interna quanto na colaboração entre a SECEX e outros órgãos governamentais, o que limita sua capacidade de lidar de forma coordenada e eficiente com as questões do comércio exterior.

Em conclusão, para que a SECEX possa desempenhar um papel ainda mais relevante e eficaz na promoção de práticas comerciais justas, é essencial investir na capacitação técnica dos seus profissionais, melhorar a comunicação e a colaboração entre instituições, além de adotar uma abordagem que equilibre ações punitivas com medidas de apoio ao setor empresarial. Esses avanços não apenas fortaleceriam o papel da SECEX na defesa do comércio justo, mas também contribuiriam para criar um ambiente de negócios mais equilibrado e competitivo no Brasil.

REFERÊNCIAS

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CRESWEL, J. W. **Projeto de pesquisa: método qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DEITOS, M. A. **A legitimidade do produtor nacional frente às medidas *antidumping*: entre a ação nacional e a abstenção internacional**. 2014.

Ethier, W. J. D. (1998). Dumping. In: Eatwell, J., Milgate, M., & Newman, P., editors. **The Polgrave: A Dictionary of Economics**, volume 1. The Macmillan Press Limited, London

FERREIRA, J. G. **As ações *antidumping* no Brasil e seus efeitos nas importações**. 2014.

GIL, A.C. (2002) **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas S/A

GORLA, Marcello Christiano; LAVARDA, Carlos Eduardo Facin. Teoria da contingência e pesquisa contábil. Revista de Administracao, contabilidade e economia da FUNDACE, v. 3, n. 2, 2012.

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

HEES, Felipe; VALLE, Marilia Castanon Penha (Ed.). Dumping, subsídios e salvaguardas: revisitando aspectos técnicos dos instrumentos de defesa comercial. IBRAC, 2012.

LOURENÇO, L. dos S.; SILVEIRA, D. S.; OLIVEIRA, G. A. S. Medidas antidumping e poder de mercado na América Latina. In: MANZINI, E. J. **A entrevista na pesquisa social**. Didática, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1990/1991.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARQUES, D. M. **Análise acerca da persistência dos efeitos das medidas antidumping sobre as importações brasileiras.** 2021.

MORGAN, G. **Imagens da organização.** São Paulo: Atlas, 2007

NIEBERDING, J. F. **The effect of US antidumping law on firms' market power: an empirical test.** Review of Industrial Organization, v. 14, n. 1, p. 65-84, 1999.

PIANI, G. **Medidas antidumping, antissubsídios e de salvaguardas: Experiência recente e perspectivas no Mercosul.** 1998.

PIMENTEL, F. D. **As investigações antidumping e o sistema brasileiro de defesa comercial.** Revista Brasileira de Comércio Exterior, Rio de Janeiro, Funcex, v.116, p. 64-71, jul./set., 2013.

PRUSA, T. J. **Why are so many antidumping petitions withdrawn?** Journal of International Economics, v. 33, n. 1-2, p. 1-20, 1992.

ROVEGNO, L. **Trade protection and market power: evidence from US antidumping and countervailing duties.** Review of World Economics, v. 149, n. 3, p. 443-476, 2013.

SANTOS, D. B.; DE OLIVEIRA SANTANA, S.; RODRIGUES, P. C. T.. O uso da legislação antidumping como prática de defesa comercial. Revista Ciências Administrativas, v. 13, n. 3, 2007.

SANTOS, M.; FILIPPON, J.; MENDES, Á.; *et al.* International Trade and Health Care in Brazil: An Unpredicted Tale Threatening Health Care Entitlement? International Journal of Health Services, v. 49, n. 2, p. 343–359, 2019. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0020731419828295>>. Acesso em: 14 abr. 2024.

TOMAZETTE, M. **O conceito do dumping para a regulamentação multilateral do comércio internacional.** PRISMAS: Dir., Pol.Pub. e Mundial, Brasília, 2007, v.4, n, 1, p 194-214. Disponível em:

VIEIRA, M. M. F. e ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

Viner, J. **Dumping: A Problem in International Trade.** University of Chicago, 1923.

Willig, R. D. Economic effects of antidumping policy. In: Lawrence, R. Z., editor, Brookings Trade Fórum. Brookings Institution Press, Washington 1998, 1998.

OMINE, C.; MORAES, M. A. F. D. de. Caracterização da cadeia produtiva do látex/borracha natural e identificação dos principais gargalos para o crescimento. 2006.

APÊNDICE A

Roteiro de entrevista

1. Perfil dos Entrevistados:
1.1 Qual sua idade:
1.2 Qual seu nível de escolaridade:
1.3 Quanto tempo trabalha na área:
2. Nível de conhecimento em relação ao <i>Dumping/Antidumping</i>:
2.1 Quando foi seu primeiro contato com <i>Antidumping</i> ?
2.2 Como o <i>Dumping</i> movimenta o comércio e as relações entre países?
2.3 Como o <i>Dumping</i> pode afetar o comércio da empresa?
2.4 Quais são os principais motivos pelos quais as empresas podem recorrer ao <i>antidumping</i> ?
2.5 Quais são as principais vantagens e desvantagens das investigações <i>antidumping</i> para a economia de uma empresa?
2.6 Como você enxerga o impacto das medidas antidumping na indústria nacional e na competitividade dos produtos importados?
Fatores Contingenciais
3. Tecnologia
3.1 De que forma a tecnologia auxilia na identificação dos produtos que estão na Ação <i>Antidumping</i> ?
3.2 Existe algum programa/sistema que vocês utilizam para remanejar ou reavaliar os preços dos produtos que estão na ação antidumping, como funciona essa questão?
3.3 Você acha que seria benéfico implementar uma ferramenta mais apropriada para identificar a Ação <i>antidumping</i> ?
4. Tecnologia da Informação
4.1 Como a tecnologia da informação pode contribuir para a gestão estratégica das empresas diante das implicações da aplicação de medidas <i>antidumping</i> ?
4.2 Quais são as vantagens e limitações da utilização de sistemas informatizados para lidar com questões relacionadas à legislação <i>antidumping</i> ?
5. Estrutura
5.1 Comente se a estrutura da empresa possibilita a mudança de fornecedores em caso de os produtos vendidos estarem na ação <i>antidumping</i> ?
5.2 A empresa tem estrutura adequada para passar pela ação <i>antidumping</i> ? Há situações que precisam ser alteradas, para dar continuidade às vendas, comente.
5.3 Pela estrutura da empresa é possível migrar para compras nacionais, em caso de muito tempo os produtos parados na ação <i>antidumping</i> ?
5.4 A estrutura da empresa não comporta ou comportaria a fabricação de produtos que hoje são importados? Comente.
6. Estratégias

6.1 Quais as estratégias adotadas quando um produto está na ação <i>antidumping</i> ? Os produtos são vendidos normalmente?
6.2 Existem benefícios fiscais para as importações, comente?
6.3 Existem benefícios fiscais para compras nacionais quando os produtos estão parados na ação <i>antidumping</i> , comente.
6.4 Os produtos das ações antidumping influenciam as vendas do comércio em geral ou vocês identificam que afetam a empresa individualmente, comente.
7.Porto
7.1 Quais seriam as melhorias necessárias em termos de porte dos órgãos competentes para garantir uma atuação mais eficaz na prevenção e combate a práticas de <i>dumping</i> no setor de saúde?
7.2 Quais investimentos em infraestrutura, tecnologia e recursos humanos seriam necessários para melhorar o porte dos órgãos competentes e fortalecer sua atuação no combate ao <i>dumping</i> ?
8. Ambiente externo
8.1 Em relação aos órgãos competentes, mais especificamente SECEX (Secretaria do Comércio Exterior), o mesmo age de acordo com as diretrizes estabelecidas para lidar com questões relacionadas ao comércio exterior?
8.2 Como a SECEX trabalha em conjunto com outras entidades e órgãos governamentais para garantir a aplicação efetiva das medidas <i>antidumping</i> no Brasil?
8.3 Quais são os principais desafios enfrentados pela SECEX ao lidar com questões relacionadas a práticas desleais de comércio, como o <i>dumping</i> ?
8.4 Qual é o papel da Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil no processo de aplicação e fiscalização de medidas <i>antidumping</i> ?