



**SÃO PAULO**  
GOVERNO DO ESTADO

**FATEC – FACULDADE DE TECNOLOGIA DE SÃO ROQUE  
CURSO DE GESTÃO COMERCIAL**

**FERNANDO HENRIQUE TRINDADE DOS SANTOS**

***BUSINESS INTELLIGENCE: BRASIL E COLÔMBIA, UMA INCÓGNITA E  
OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS ECONÔMICOS***

**São Roque**

**2024**

**FERNANDO HENRIQUE TRINDADE DOS SANTOS**

***BUSINESS INTELLIGENCE: BRASIL E COLÔMBIA, UMA INCÓGNITA E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS ECONÔMICOS***

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Gestão Comercial para a disciplina PRIMT VI à Faculdade de Tecnologia de São Roque, como exigência para a conclusão do 6º semestre no curso de Tecnólogo em Gestão Comercial

Orientadora: Prof. Me. Tatiana Ferreira Henriques

**São Roque**

**2024**

## 1. INTRODUÇÃO

As novas tecnologias apareceram, os dados, as informações precisam ser mais rápidas para as tomadas de decisões empresariais e de negócios, o *Business Intelligence* (BI) surge como ferramenta para coletar dados, analisá-los e transformá-los em informação para as organizações. Com isso, os sistemas de BI concedem às organizações conhecimento sobre os negócios internos contribuindo para que os gestores optem pela decisão mais acertada. A partir disso, aderem-se relevantes os estudos sobre a tecnologia de BI oferecida às organizações que buscam uma maior quantidade e qualidade de informações relevantes ao processo decisório, contribuindo ao sucesso e continuidade destas organizações.

Neste contexto, as forças que impulsionam a globalização e a internacionalização das empresas são o número crescente de países que adotaram a ideologia do mercado livre, os avanços nas comunicações, a transferência do processo de centro de gravidade econômico para os países que estão em desenvolvimento e, principalmente, as novas oportunidades de mercado.

Desenvolver novos insights e apresentar caminhos tecnológicos para o aumento de faturamento de empresas brasileiras auxilia na manutenção de empresas consolidadas no mercado externo, como a Braskem, para inovações e ampliações do *Market Share* na cadeia global.

O objetivo central deste trabalho está na identificação de estratégias e ferramentas que potencializem e desenvolvam o comércio exterior com mercados potenciais, como o da Colômbia, para o segmento de mercado de resinas termoplásticas - Polipropileno e Polietileno.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Menezes (2005), salienta que com o avanço tecnológico na parte de informática, como surgimento de internet, das tecnologias de informação, houve uma explosão na questão de documentação digital, além de informações disponíveis em meios digitais. A quantidade de dados disponíveis em suporte digital também aumentou, convertendo o acesso aos usuários da rede mundial de computadores

mais rápido e dinâmico, quando comparado ao passado recente, por volta dos anos de 1990-2000, antes do boom tecnológico.

Com a globalização, muitos usuários passaram a transmitir, compartilhar e a ter acesso aos dados e informações de mesma categoria adquirindo desta forma o conhecimento tácito ou explícito que, segundo Nonaka e Takeuchi (1997), ambos as definições não são separadas, e sim, mutuamente complementares, desta forma, ambos os conhecimentos adquiridos interagem nas atividades criativas e experiências entre os seres humanos.

Passos (2005) salienta que a Inteligência Competitiva é um componente crucial da emergente economia do conhecimento e quando se analisa os passos de um determinado concorrente, a metodologia permite que as empresas antecipem futuras direções e tendências do mercado, ao invés de meramente esperar que o mercado proporcione situações negativas. A Inteligência Competitiva (IC) pode demandar algumas situações específicas para as empresas como coleta, análise e gerenciamento de informações externas que podem afetar os planos, decisões e operações de sua empresa. De forma contrastante, a IC é o processo de aprimoramento de competitividade no mercado por meio de um mais amplo entendimento – e, mesmo assim, inequivocamente ético – dos competidores de uma empresa e do ambiente competitivo. Especificamente, IC se caracteriza pela coleta e análise legais de informações a respeito das capacidades, vulnerabilidades e intenções de competidores no mundo dos negócios.

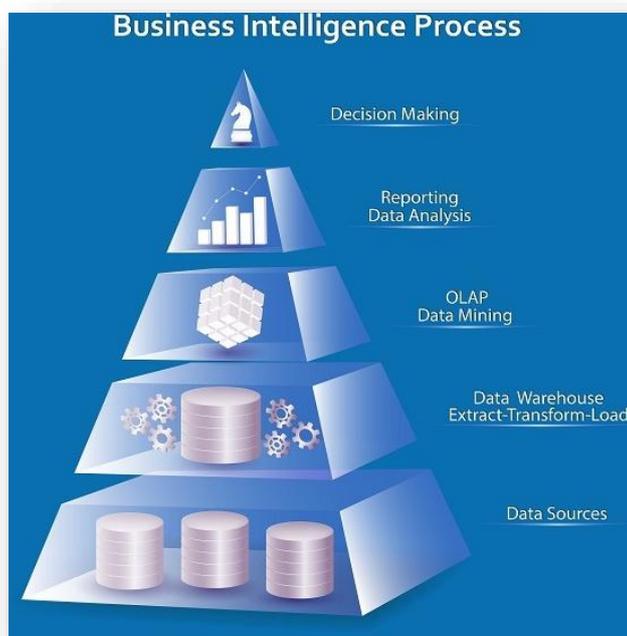
Segundo Petrini (2006) o termo *Business Intelligence* se trata da extração do poder da informação para estruturar processos para o gerenciamento da ampla quantidade de informações disponíveis buscando criar vantagens competitivas a partir da melhor gestão do negócio, ou seja, a utilização de dados, informações e conhecimentos, torna-se necessário para o melhor atendimento e busca de novas alternativas viáveis ao desenvolvimento de ações comerciais, econômicas, nos modelos de negócios, como, por exemplo, o B2B - *Business to Business*.

Desta forma, considerar que o BI é a mesma coisa que inteligência competitiva traz uma constatação falsa, conforme Marcial (2013), enquanto esta última tem no homem seu elemento principal de produção da informação, o BI depende essencialmente de equipamentos e aplicativos tecnológicos.

O destacamento do resultado obtido pelo BI serve de insumo para a produção de Inteligência, ou seja, nota-se que o BI se restringe à análise dos dados armazenados nos sistemas operacionais e comerciais da organização. Utiliza-se de aplicativos (*data warehouse, data mining, ETL - extract, transform and load*) para identificar modelos de comportamento a partir da análise de diversas variáveis. Além da utilização de dados estruturados, refere-se a informações internas da organização, ao contrário da Inteligência Competitiva que possui o seu foco na informação externa à organização, como oportunidades externas.

Uma das oportunidades que o *Business Intelligence* se conecta é o *Business Process Model* (Figura 1), ou seja, o processo formativo do BI, com o alinhamento de informações relevantes e estratégicas da organização ou concorrência (*Data Sources*), a partir de uma coleta, organização, compartilhamento e transformações dos dados (*Data Warehouse - Extract - Transform e Load*) para uma mineração fidedigna (*Data Mining*) para geração de análises (*Data Analysis*) na melhoria da tomada de decisão (*Decision Making*) do nível estratégico da empresa. (Lucas, 2018)

Figura 1 - *Business Intelligence Process* (Processo de Inteligência de Negócios)



Fonte: *Fingent*

Posto isto, a segmentação de mercado internacional, a maior dimensão do processo contínuo de estratégia de desenvolvimento para grande parte das empresas determina o desenvolvimento do concorrente e as mudanças nas ideias de negócio, orientação das ações, escopo, organização de princípios, convergência de normas (SHIMAKABURO, 2014), para o pleno desenvolvimento e saúde financeira empresarial.

Destarte, as proporções que cada um representa, Colômbia e Brasil convergem em estratégias comuns para a inserção internacional, como, por exemplo, em adesão aos regimes globais - meio ambiente, direitos humanos, segurança e comércio - e em participações em encontros mundiais. As diplomacias dos países enfrentam os problemas, tais como: câmbios internacionais e globais, o peso da visão economista na inserção internacional, a subordinação de diretrizes da política macroeconômica, a centralização alcançada pela política doméstica no processo de formação da política exterior. Além disto, o distinto alcance dos aparatos diplomáticos dos países contrasta com a visão universalista própria da diplomacia brasileira, haja que, o país assume uma posição forte e ofensiva como *player* e comerciante global e, no país colombiano, uma forte política limitada no mundo andino. E, pode-se notar que, as diferentes relações com os países da América do Norte, especialmente, os Estados Unidos da América, trazem, esta visão distorcida de ambos os países. (Ramirez, 2006 - Traduzido pelo autor)

As mudanças proporcionadas pela Inteligência competitiva e *Business Intelligence* fortalecem as relações comerciais do Brasil com outros países da América Latina, inclusive com a Colômbia.

Terceira maior economia da América do Sul, a Colômbia é um importante destino de investimentos brasileiro: cerca de 102 empresas brasileiras estão estabelecidas na Colômbia, atuando em segmentos bastante diversificados, como *agribusiness*, financeiro, cosméticos, infraestrutura, siderúrgico, químico e TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação). (Ministério das Relações Exteriores, 2014)

Durante o período de 2020 e 2023, o número de empresas brasileiras instaladas no país vizinho dobrou, o que demonstra elevada confiança do setor privado no potencial da economia colombiana. Estudo da Apex-Brasil (2014) aponta a Colômbia como segundo destino de interesse para internacionalização de empresas brasileiras de pequeno e médio porte, atrás somente dos Estados Unidos.

Em 2015, foi assinado o Acordo de Cooperação e Facilitação de Investimentos (ACFI), ratificado pelo Brasil em abril de 2018. A internalização pela Colômbia contribui para que o ACFI a promoção do investimento e a geração de ambiente de negócios ainda mais confiável e amigável aos investidores dos dois países. Desta forma, a inteligência de negócios pode ser complementar ao desenvolvimento de melhorias nas tomadas de decisões coerente aos mercados emergentes da América Latina.

O Acordo de Complementação Econômica Colômbia-MERCOSUL (ACE 72), assinado em 2017 e em vigor desde 2018, representou avanço importante, ao ampliar a liberalização do comércio com a Colômbia para 97% da pauta tarifária, beneficiando especialmente os setores têxtil, siderúrgico, automotivo e petroquímico, sendo a pauta de exportações brasileiras diversificadas.

O Brasil negocia com o país vizinho iniciativas com o objetivo de facilitar o aproveitamento de todo o potencial do intercâmbio bilateral de bens, serviços e investimentos. Nesse sentido, foi assinado em julho de 2018 Acordo de Serviços Mercosul-Colômbia, e têm avançado as negociações bilaterais para assinatura de Acordo para evitar a Dupla Tributação. (Ministério das Relações Exteriores, 2023).

O comércio bilateral reflete a aproximação entre os dois países: o intercâmbio comercial entre Brasil e Colômbia alcançou US\$ 6,11 bilhões em 2023, cerca de 15% superior ao registrado em 2017 (US\$3,95 bilhões).

Entre os principais produtos exportados pelo Brasil estão os automóveis, produtos laminados, planos de ferro ou aço, polímeros de etileno, propileno e estireno, preparações para elaboração de bebidas e pneus novos. E, os principais produtos importados da Colômbia estão os polímeros de etileno, propileno e estireno e inseticidas, formicidas e herbicidas. (Ministério das Relações Exteriores, 2023).

Estudo do ano de 2024 da inteligência de mercado realizado pela Apex-Brasil identificou que o Brasil é o terceiro maior fornecedor colombiano, ficando somente atrás dos Estados Unidos e da China. O Brasil, por sua vez, é o quinto destino das exportações colombianas, demonstrando a grande interdependência comercial dos dois países. Entre os produtos mais exportados para a Colômbia, destacam-se aqueles dos setores petroquímicos. (Apex 2024).

De acordo com o estudo de 2024, o Brasil tem uma vantagem em relação à competitividade de preços devido à proximidade com a Colômbia, viabilizando custos menores de transporte, mesmo com uma extensão fronteiriça amazônica de 1.644,20 km (GOV, FUNAG) e, com os limites fronteiriços próximos ainda existe uma enorme distância comercial. Os meios de transportes entre ambos são precários, as rotas aéreas não são frequentes, a infraestrutura fluvial quase não existe, os custos de transportes marítimos são altos e o livre trânsito entre as fronteiras dos cidadãos proporcionam delongas dos procedimentos aduaneiros.

Os custos altos e os desembarços aduaneiros das exportações - transportes, embarque, impostos pela industrialização dos produtos; e das importações - impostos, desembarque da carga no porto ou no aeroporto até a entrega final, são problemas recorrentes no comércio exterior entre Brasil e Colômbia. (Ramirez, 2006 -Traduzido pelo Autor).

Desta maneira, tanto Brasil como a Colômbia buscam aprofundar o intercâmbio de negócios em diversos segmentos para usufruir desta oportunidade econômica e importante para o desenvolvimento dos países da América Latina.

A pesquisa datada de 2021 da APEX recomenda, para tanto, que as empresas invistam no posicionamento, desenvolvimento de estratégias de publicidade e apresentação de benefícios e das diferentes tecnologias que oferecem.

Os dados compartilhados e negócios de inteligência competitiva, *business intelligence*, podem abranger os setores de oportunidade; estudos setoriais; requisitos de acesso; regulamentos e incentivos ao investimento; oportunidades de investimento oriundas de programas de governo e reformas; serviços, suportes e outras ferramentas disponíveis para empresas com interesse e potencial para comércio, investimento e internacionalização; e estatísticas de comércio e investimento. (APEX, 2021).

### **3. MÉTODO**

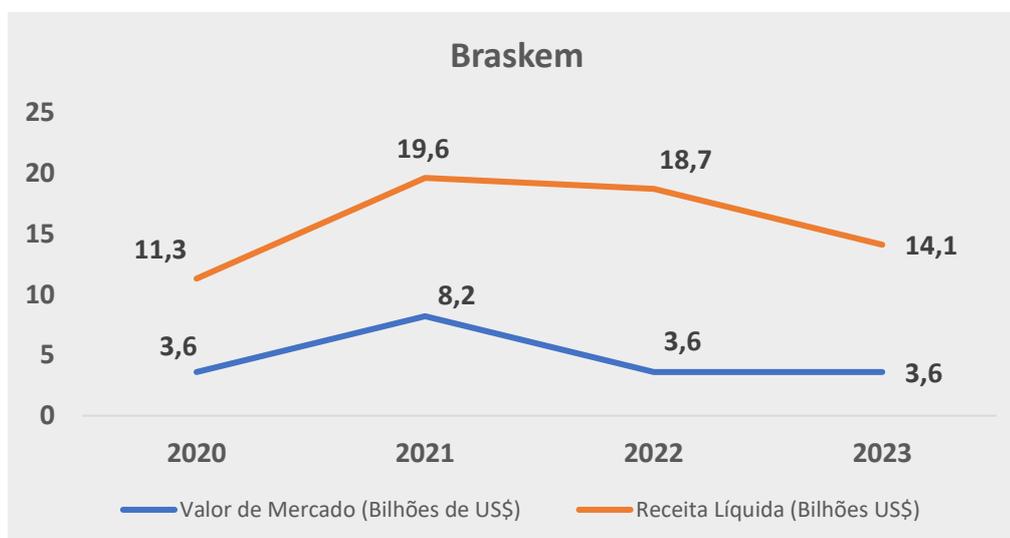
Com a pesquisa de mercado envolvendo os dados da plataforma do Ministério das Relações Exteriores, oriundo da plataforma SISCOMEX e de outras fontes de dados, como o ACOPLÁSTICOS (Colômbia), dos relatórios anuais aos *stakeholders* da Empresa Brasileira - Braskem S.A, e da empresa colombiana - Esentia S.A, pode-se obter insights, análise do *business intelligence* em questões exploratórias de novos

negócios envolvendo dois países da América Latina que possuem limites fronteiriços: Brasil e Colômbia, trazendo a internacionalização e os dados comparativos das possibilidades comerciais do período de 2020 ao ano de 2023, para a avaliação e mudança de postura no setor petroquímico, principalmente, quando trata-se de resinas termoplásticas como Polietileno (PE) e Polipropileno (PP). Com a análise dos dados estruturados, a empresa brasileira poderá expor a utilização com maiores informações, conhecimento do mercado interno colombiano, e, desta forma, aplicar os conceitos de *business intelligence*, inteligência competitiva para aumentar a fatia de mercado inexplorada de forma intensa.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados da Empresa brasileira, **Braskem**®, no gráfico I - Valor de Mercado & Receita Líquida, obtida nos dados dos Relatórios Anuais Integrados de 2020 até o ano de 2023, demonstram uma variação negativa nos últimos anos, ou seja, no acumulado de receita líquida, o decréscimo está em 5,60%, ou seja, as mudanças são necessárias nos mercados internos e os mercados abrangentes, como a Colômbia que, invariavelmente, abrange uma grande fatia do mercado na América Latina e pelo ótimo ponto geográfico e estratégico para exportações neste segmento de resinas termoplásticas - PE e PP, torna-se um grande *player* a ser combatido.

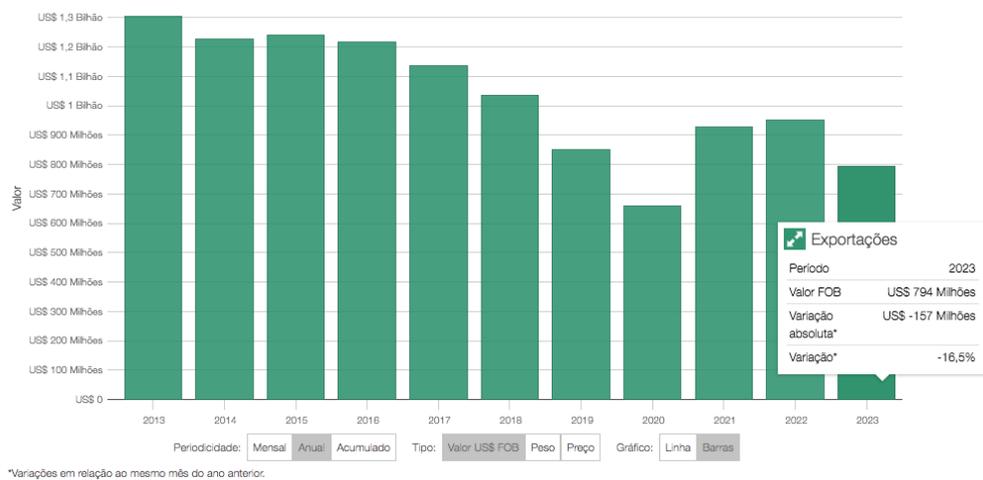
Gráfico I - Valor de Mercado & Receita Líquida



Fonte: Elaboração própria a partir dos Relatórios Integrados da Braskem - 2020-2023

Os dados obtidos do SISCOMEX por intermédio dos gráficos II e III, onde o Brasil, por exemplo, em produtos primários de etileno, substrato inicial da cadeia reativa do polietileno e utilizado na resina termoplástica de PE exportou uma quantidade inferior, ou seja, 16,5% a menos, em valores - 157 milhões de dólares, quando comparado a característica, FOB - *free on board*, entre os anos de 2023 e 2022.

Gráfico II: Série Histórica



Fonte: SISCOMEX

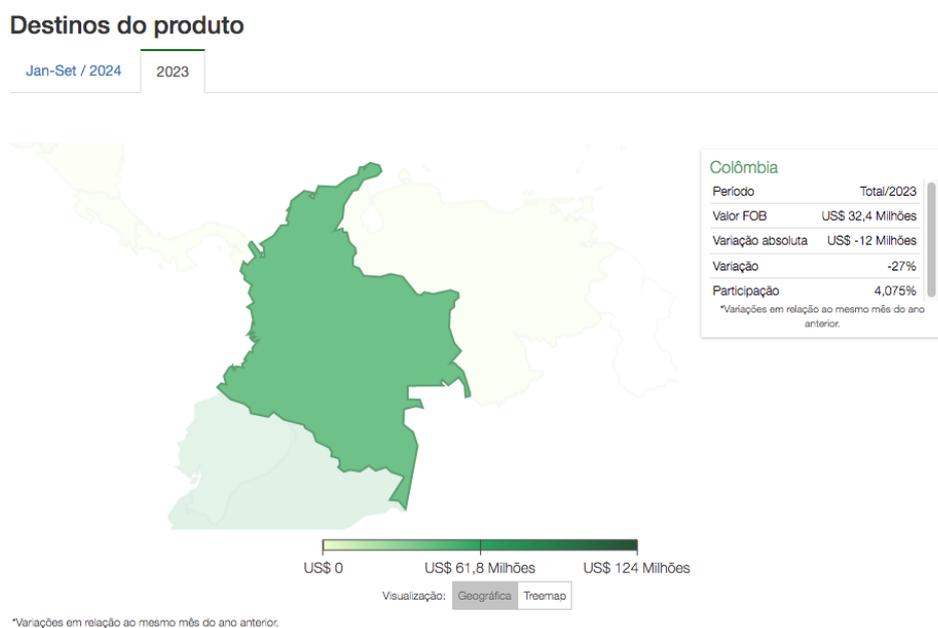
Gráfico III: Série Histórica



Fonte: SISCOMEX

Para o ano de 2023, constata-se que os valores dos polímeros de etileno exportados lograram uma queda brusca de 27% com relação ao ano de 2022, o que impacta diretamente em negócios não concluídos e determinantes para uma maior porcentagem de *Market Share* da Braskem perante às operações LATAM - *Latin America*.

Figura 2: Polímeros de etileno, em formas primárias



Fonte: SISCOMEX

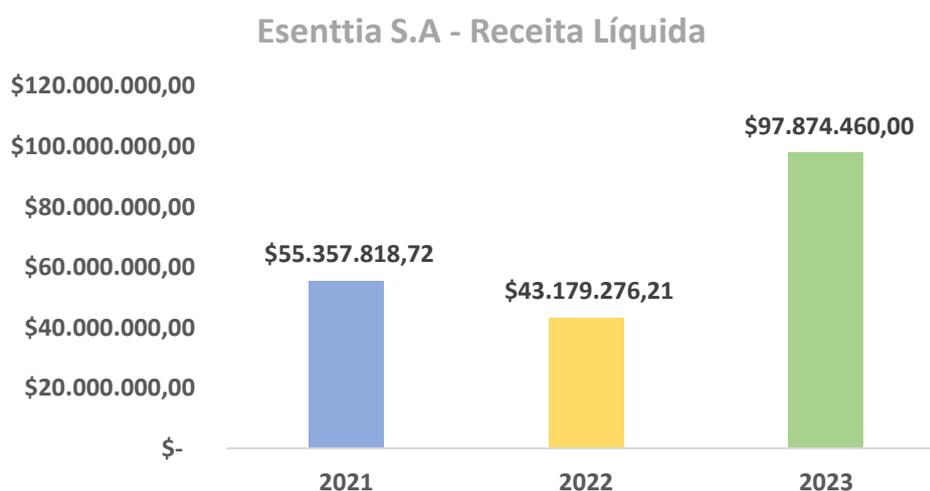
No caso da Braskem, em 2023, houve aumento da oferta de produtos, com a contínua entrada de novas capacidades de PE e PP em operação nos Estados Unidos e na China, associada ao menor nível de consumo global, como resultado das elevadas taxas de juros e da pressão inflacionária persistente, com reflexo nos *spreads* petroquímicos no mercado internacional que atingiram os menores níveis históricos ao longo do ano, pressionando a rentabilidade da indústria química e petroquímica global. (Relatório Integrado 2023- Braskem)

A fonte de dados obtidas da Empresa Colombiana, Esentia S.A ®, um braço da Ecopetrol (Empresa Colombiana de Petróleo), demonstra que a participação em mercados estratégicos na América Latina gira em torno de 60%, o que aumenta a presença no Brasil e se torna um grande fator competitivo para a Empresa Braskem quando associada ao mercado de exportações de resinas termoplásticas.

O impacto atual e bem designado nas estratégias de penetração de mercados da Esenttia, conforme o *informe de sostenibilidad 2023*, conduziu para resultados significativos na importação de resinas de Polietileno e Polipropileno pelo Brasil determinando no maior recorde de vendas da Empresa colombiana.

Os dados extraídos dos demonstrativos dos resultados de exercícios (*estados financieros*) de 2023/2022 & 2022/2021 resumidos no gráfico IV, indicam que a receita líquida da empresa Esenttia superou 126%, ou seja, aproximadamente 54,7 milhões de dólares, o que explica os investimentos elevados como a entrada do projeto de ampliação da planta em 70 mil toneladas de polipropileno e proporciona uma mudança estratégica e tenaz para melhorar os índices econômicos empresariais.

Gráfico IV



Fonte: Elaboração própria a partir de dados obtidos em Informes de Sostenibilidad - Esenttia

A expansão da produção de Polipropileno pela Empresa Esenttia S.A consta no relatório da ACOPLÁSTICOS (*Asociación Colombiana de Industrias Plásticas*), de capacidade instalada para a produção de resinas plásticas no triênio de 2021-2023 - figura 3, no qual os homopolímeros e copolímeros alcançaram um crescimento de 70 mil toneladas, ou seja, um acréscimo de 14% na implementação de novos negócios com resinas de PP, principalmente, as exportações.

Figura 3: Capacidade Instalada para a produção de resinas plásticas, triênio 2021-2023 - Colômbia.

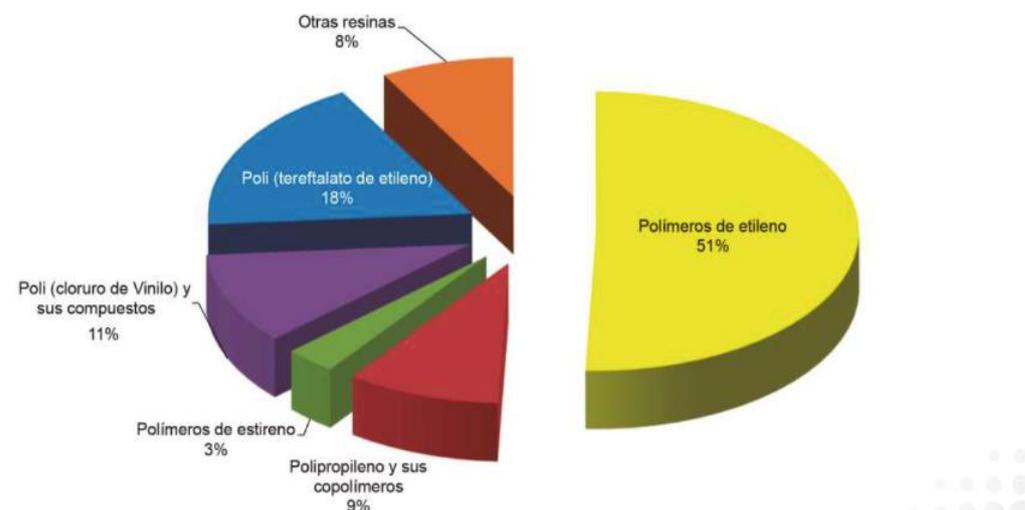
Miles de toneladas

RESINA	2021	2022	2023
Policloruro de vinilo <sup>1./</sup>	502	502	502
Poliestirenos <sup>2./</sup>	110	110	110
Poliétileno de baja densidad	66	66	66
Polímeros de propileno <sup>3./</sup>	500	500	570
Resinas poliéster insaturadas	65	65	65
Otras resinas <sup>4./</sup>	62	62	62
<b>TOTAL</b>	<b>1.305</b>	<b>1.305</b>	<b>1.375</b>

Fonte: ACOPLÁSTICOS e Produtores Nacionais.

Por um lado, nota-se que a Colômbia, importa grande quantidade de resinas de Polietileno, com uma fatia de 51% das toneladas importadas, quando comparada aos outros tipos de resina. Enquanto a resina de Polipropileno e seus copolímeros representa uma pequena fatia (9%) das importações, assim, as estratégias comerciais adotada por outros países geram *insights* e modelos de negócios relevantes para o aumento de vendas de resinas de PP, de acordo com a figura 4.

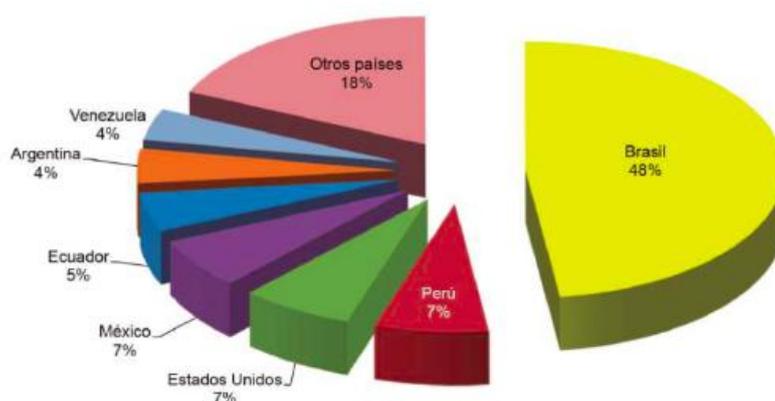
Figura 4: Participação Percentual de Importação das principais resinas, triênio 2021-2023.



Fonte: ACOPLÁSTICOS e Produtores Nacionais.

A destinação das resinas plásticas seja de Polipropileno, Polietileno, dentre outras, possui um destino incontestável, o Brasil. Em virtude da proximidade operacional, custos produtivos e logísticos, a fatia no mercado representa 48% (figura 5), ou seja, quase a metade da capacidade produtiva da Colômbia, vincula-se ao comércio interno brasileiro, além de outros países da América Latina, representando outros, 20% do segmento de mercado.

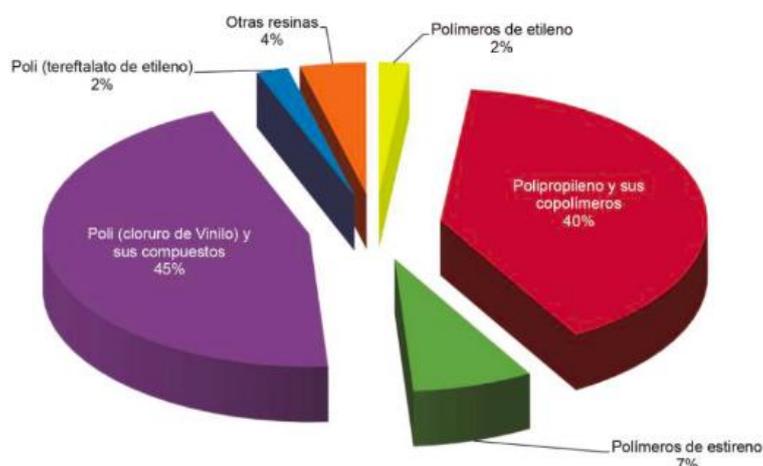
Figura 5: Participação Percentual dos principais destinos de resinas plásticas, triênio 2021-2023.



Fonte: ACOPLÁSTICOS e Produtores Nacionais.

Com relação as exportações colombianas, em termos de toneladas, e percentualmente, pondera-se a segunda maior quantidade exportada (figura 6) como a resina de polipropileno e seus copolímeros, com o percentual de 40% e polímeros de etileno com participação minoritária (2%). Demonstra-se o fator de aumento na capacidade produtiva instalada de polipropileno dentro do país colombiano, de acordo com a figura 3, e fortalece a presença de empresas, como a Esenttia S.A, em mercados estratégicos, como o Brasil com operações e uso de inteligências competitivas e de *Business Intelligence* em países consumidores e produtores de plásticos. No caso do mercado de polietileno, considera-se um consumo externo bem menor por parte da capacidade produtiva e exportações não tão significativas, sendo utilizada de grande forma no mercado interno colombiano para atender os consumidores.

Figura 6: Participação Percentual em toneladas de exportações das principais resinas, triênio 2021-2023.



Fonte: ACOPLÁSTICOS e Produtores Nacionais.

## 5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A finalização dos levantamentos de dados sobre as empresas Braskem S.A & Esenttia S.A, demonstra que as organizações possuem modelos de negócios similares e com as suas capacidades produtivas em processo de reformulação operacional. Entretanto, o *Business Intelligence*, surge como uma alternativa para as empresas coletarem mais dados e informações para a aplicação de conhecimento e aumentar o *Market Share*, ou seja, a fatia do mercado com a finalidade de lucro.

O *Business Intelligence* com a aplicação de modelos de dados estatísticos, mineração de dados factíveis e de fontes confiáveis como as demonstradas durante a execução deste trabalho, proporciona, por exemplo, a alavancagem do escritório na Colômbia da Braskem, para conectar, entender melhor com os clientes da concorrente e, conseqüentemente, ofertar maiores volumes de resinas termoplásticas de Polipropileno, por exemplo, no país colombiano e filtração de clientes em potenciais e determinantes para o retorno de maiores receitas líquidas no Brasil.

A inteligência competitiva resulta com os métodos mais complexos de gerenciamento de informações externas, vulnerabilidades, e intenções de competidores, como, por exemplo, neste artigo, o aprimoramento na Esenttia S.A da capacidade produtiva de resinas termoplásticas, como o Polipropileno que impacta, diretamente, os resultados financeiros e amplia o poder da Empresa perante aos mercados estratégicos e voláteis exteriores, no caso, o mercado brasileiro de resinas

par conflagrar uma vantagem competitiva superior aos produtores nacionais brasileiros.

Os dados sobre a exportação, importação de resinas termoplásticas de polipropileno e polietileno auxiliam nos *insights* e melhorias dos processos de negócios envolvendo os dois países: Brasil e Colômbia, para que o fluxo de negócio aprimore e seja mais rentável, quando orientados pelo ACE 72 - Mercosul - Colômbia, no estabelecimento de uma área de livre comércio e integração entre os setores econômicos, tecnológicos, com investimentos diversos, o que, por exemplo, estimula as tarifas sobre os NCMs de 3902.10.00 (Polipropileno), 3901.10.00 (Polietileno de Densidade Inferior a 0,94) e 3901.20.00 (Polietileno de Densidade igual ou superior a 0,94), com o intuito de fortalecimento de subsídios e cooperação econômica, sendo as tarifas preferenciais recebidas pelo Brasil da Colômbia com 100% em isenção tributária.

A segmentação de mercado internacional focada nas resinas termoplásticas de PP e PE entre Brasil e Colômbia resulta no alto fluxo de negócios, quanto nos outros países da América Latina e, conseqüentemente, mercados mais estáveis e rentáveis.

Os números de receita líquida elevados, como a da Braskem, proporcionam ao Governo Federal Brasileiro, lucros e aplicações financeiras maiores e aplicações dos resultados financeiros em diversas áreas, como: serviços, saúde pela participação minoritária, ativa e consultiva no corpo diretivo empresarial.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O *Business Intelligence* é uma ferramenta tecnológica e que capta diversas informações em conjunto com a inteligência competitiva para análises, gerenciamento de dados, informações e conhecimento de mercados distintos com a finalidade de aumentar o *Market Share* e, no caso da Braskem S.A<sup>®</sup>, aumentar o poderio de *Player Global* e dominar o mercado na América Latina, assim como a empresa colombiana concorrente -Esenttia S.A<sup>®</sup>, no aumento da cadeia produtiva e exportação para o Brasil .

A implementação do *Business Intelligence* resulta no fator determinante para as empresas serem diferenciadas nos negócios internacionais e melhorar a rentabilidade com fatores-chaves, com o conhecimento tácito e explícito aplicados nos setores de Inteligência empresarial distintos e auxiliando os tomadores de decisões

através das transformações dos processos de negócios com informações relevantes para o nível estratégico orientar a cadeia produtiva e colaborativa da corporação.

Com uma tecnologia inovativa e palpável para os investimentos e análises internas, o *Business Intelligence* auxilia na tratativa de melhores oportunidades de negócios, conhecimentos abrangentes das linhas de produtos, melhores entendimentos do mercado atuante com uma cronologia mais adequada aos resultados adquiridos, além da análise de dados da concorrência e diretrizes de perdas de lucratividade, receita líquida nos mercados internos e externos, como no trabalho citado, as resinas termoplásticas de Polipropileno e Polietileno das empresas concorrentes na América Latina - Brasil e Colômbia, trazendo as oportunidades de esclarecer as incógnitas e implementar novas soluções e oportunidades de negócios.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APEX (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos) - **Acordo firmado entre Brasil e Colômbia promoverá exportações e investimentos entre os dois países. 2021.** Disponível em: <<https://portal.apexbrasil.com.br/noticia/acordo-firmado-entre-brasil-e-colombia-promovera-exportacoes-e-investimentos-entre-os-dois-paises/>>. Acesso em: 28 de Maio. 2024

Braskem. 2023. Braskem. **Relatório Integrado Anual.** Disponível <<https://www.braskem.com.br/relatorio-integrado-2023>> Acesso em 18 out.2024

*Business Intelligence* - **República da Colômbia. 2023 - Atualizado.** Disponível em: <<https://www.gov.br/mre/pt-br/assuntos/relacoes-bilaterais/todos-os-paises/republica-da-colombia>>. Acesso em: 28 de Maio. 2024

CHATTERJEE Ashmitha. **What is Business Intelligence?. FINGENT.** Disponível em: <<https://www.fingent.com/blog/business-intelligence-101/>>. Acesso em: 01 de Junho. 2024

**Comex VIS. Consulta.** 2024. Disponível em <<https://comexstat.mdic.gov.br/pt/comex-vis>>. Acesso em 05 out. 2024

Esenttia. 2024. Ernst & Young Audit, Esenttia. **Estados financieros**. Disponível <<https://www.esenttia.co/wp-content/uploads/2024/04/Esenttia-EEFF-2023-2022.pdf>, p.55.> Acesso em 13 out.2024

Esenttia. 2023. Ernst & Young Audit, Esenttia. **Estados financieros**. Disponível <[https://www.esenttia.co/wp-content/uploads/2023/03/Estados-Financieros-2022-2021-Esenttia-S.A\\_.pdf](https://www.esenttia.co/wp-content/uploads/2023/03/Estados-Financieros-2022-2021-Esenttia-S.A_.pdf)> Acesso em 13 out.2024

Esenttia. 2024. Esenttia. **Informe de Sostenibilidad**. Disponível <<https://www.esenttia.co/informe-de-sostenibilidad/>> Acesso em 13 out.2024

FUNAG. Governo Federal. [2024]. **Fronteiras Terrestres Brasil**. Disponível <<https://www.gov.br/funag/pt-br/ipri/arquivos-ipri/arquivos-estatisticas/fronteiras-terrestres-brasil-13052015.pdf>> Acesso em 2 nov.2024

LUCAS, Alexandre; VIERA, Angel Freddy Godoy; VIANNA, William Barbosa. **Inteligência de negócios e sua condição epistemológica na ciência da informação**. Informação & Informação, v. 23, n. 1, p. 253-270, 2018. Acesso em 12 out.2024

MARCIAL, Elaine Coutinho. **Aspectos fundamentais da inteligência competitiva e a ciência da informação**. 2013. 252 f., il. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) —Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

MENEZES, Estera Muskat. **Inteligência competitiva: uma revisão de literatura**. RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Campinas, SP, v. 3, n. 2, p. 103–130, 2005. DOI: 10.20396/rdbci.v3i1.2056. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/2056>. Acesso em: 30 maio. 2024.

**Mercosul – Colômbia (ACE 72)**. 2022. Disponível em <<https://www.gov.br/siscomex/pt-br/acordos-comerciais/mercosul-colombia-ace-72>>. Acesso em 10 out.2024

Ministério das Relações Exteriores - **República da Colômbia. 2023 - Atualizado.**  
Disponível em: <<https://www.gov.br/mre/pt-br/assuntos/relacoes-bilaterais/todos-os-paises/republica-da-colombia>>. Acesso em: 28 de Maio. 2024

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação.** 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997. 358 p.

PASSOS, Alfredo. **Inteligência competitiva. Como fazer IC acontecer na sua empresa.** São Paulo: LCTE, 2005.

Presidência da República – Secretaria-Geral – Subchefia para Assuntos Jurídicos.  
**Decreto nº 9.230.** 2017. Disponível em  
<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2017/decreto/D9230.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/decreto/D9230.htm)>  
Acesso em 10 out.2024

RAMÍREZ, Socorro. **Colombia-Brasil: *distante vecindad se fortalece en la seguridad y el comercio. Análisis político***, v. 19, n. 58, p. 3-34, 2006.

SHIMAKABURO, Mayara. Estender, C. Antônio, Galvão, Margareth - **Gestão de Negócios e a Internacionalização de Empresas, XI - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia.** 2014. Disponível em:  
<<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/302015.pdf>>. Acesso em: 26 de Maio. 2024