

## ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACAO DA EMPRESA PG IMPLEMENTOS: um estudo de caso

Wildner Ribeiro de Oliveira<sup>1</sup>, Thamires Bianca Oliveira da Silva<sup>1</sup>, Joaquim Jacinto Rosa Neto<sup>1</sup>; Ana Flavia de Moura<sup>1</sup>, Marcos Paulo R. Silva<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Discentes do Curso de Administracao do Instituto Luterano de Ensino Superior de Itumbiara-GO, \*wildner7ster@gmail.com.

**PALAVRAS-CHAVE:** Estrategias, Internacionalizacao, Oportunidades.

### INTRODUCAO

A empresa PG Implementos era uma empresa de medio porte, especializada na fabricacao de engrenagens para tratores de diversas marcas, concentrando suas atividades em atender as fabricas multinacionais instaladas no territorio brasileiro. As exportacoes de produtos eram feitas por meio das fabricas que atendiam, ou seja, a empresa nao sabia o destino de seus produtos, pois a maioria estava montada nos tratores e implementos exportados ou era fornecida como pecas de reposicao para os clientes e filiais dessas fabricas no mundo. Neste sentido, a empresa decidiu participar da feira internacional Expo Transporte, como forma de demonstrar sua qualidade, seriedade e potencial e prospectar negocios. O presente trabalho tem como objetivo avaliar a possibilidade da empresa entrar no mercado internacional, como forma de reduzir a dependencia de uma reduzida carteira de clientes.

### METODOLOGIA

A pesquisa foi bibliografica, com consulta em livros, artigos, dissertacoes e teses, alem de sites na internet, com o objetivo de conseguir informacoes sobre como entrar no mercado internacional, alem de suas vantagens e desvantagens.

### RESULTADOS E DISCUSSAO

Antes de iniciar uma negociacao internacional, e imprescindivel analisar alguns fatores que envolvem decisoes extremamente importantes. E preciso avaliar o ambiente de marketing global, bem como decidir sobre se ingressa ou nao no mercado internacional, que envolve as ambicoes em relacao ao crescimento do empreendimento, alem de qual o melhor mercado a se

ingressar, ou seja, o publico alvo, que e definido a partir da segmentacao do mercado. Caso a decisao de ingressar seja afirmativa, e necessario averiguar a forma e as estrategias que serao adotadas para o ingresso. Contudo, e preciso analisar as variaveis que envolvem o programa com o intuito de validar o processo. (ULBRA, 2010).

Assim, antes de decidir, a PG Implementos precisaria analisar sua atual capacidade produtiva instalada; avaliar qual seria o transporte a ser utilizado, por meio de uma analise da estrutura e infraestrutura logistica de cada um; verificar quais as formas de captar recursos financeiros (empréstimo e financiamentos) para realizar os investimentos necessarios; avaliar a possibilidade de abertura de capital em Bolsa de Valores; ponderar todos os riscos (cultural, cambial, financeiro, comercial, economico, entre outros) envolvidos e por fim, elaborar um contrato com clausulas que minimizasse os riscos; analisar qual seria a estrategia de marketing adotada; entre outras consideracoes importantes.

### CONCLUSOES

Portanto, em virtude dos fatos mencionados, a PG Implementos poderia ingressar no mercado internacional como forma de prospectar negocios, expandir o seu portfolio de produtos; fazer alianças ou parcerias estrategicas; reduzir a dependencia das vendas internas; abertura de capital em bolsas de valores; aumento da lucratividade; agregar valor ao produto; minimizar custos e manter competitividade, alem de outras oportunidades.

ULBRA. **Comercio exterior**. Curitiba: Ibplex, 2010.