

ALTERNATIVA À INTERNACIONALIZAÇÃO: ESTUDO DE CASO DE EMPRESA DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO

RESUMO

A inserção de empresas no mercado internacional via internacionalização é um tema recente, especialmente para as empresas vindas de países emergentes. Os modelos de internacionalização conhecidos foram criados com base no comportamento das empresas sediadas em países desenvolvidos. Já o comércio exterior é um tema antigo e apresenta-se como alternativa à internacionalização. O presente estudo objetiva avaliar a estratégia de entrada em mercados internacionais via comércio exterior adotado por uma empresa do agronegócio brasileiro. A metodologia usada foi o estudo de caso. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevista com membros da empresa que são responsáveis pelos negócios internacionais da empresa. Foi também realizada uma pesquisa telematizada, por meio do site da empresa, sobre as características da empresa, que em comparado com a teoria advinda da pesquisa bibliográfica permite a triangulação de dados, conforme preconizado por Yin (2005). Foi identificado que a empresa optou pelo comércio exterior, como meio de inserir seus produtos no mercado estrangeiro. A estratégia da empresa é tornar menor a dependência do mercado interno e alcançar os países mais difíceis através da operação *Back to Back*. Pode-se concluir que o comércio exterior, em alguns casos, é a porta para a organização internacionalizar-se, uma vez que a exportação é o elemento comum entre o comércio internacional e a internacionalização de empresas.