

# **CONIC·SEMESP** **13º Congresso Nacional de Iniciação Científica**

Anais do Conic-Semesp. Volume 1, 2013 - Faculdade Anhanguera de Campinas - Unidade 3. ISSN 2357-8904

**TÍTULO: COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO – O CAMINHO PARA OS PEQUENOS E MÉDIOS EMPRESÁRIOS**

**CATEGORIA: EM ANDAMENTO**

**ÁREA: CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS**

**SUBÁREA: CIÊNCIAS SOCIAIS**

**INSTITUIÇÃO: CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA DE CAMPO GRANDE**

**AUTOR(ES): ISYS GALLEANO DE OLIVEIRA**

**ORIENTADOR(ES): GRAZHELY DOS SANTOS PAULON, RODRIGO MOTA FERNANDES**

Realização:



Apoio:



## ***Comércio Exterior Brasileiro – o caminho para os Pequenos e Médios Empresários***

### **Resumo**

Esta pesquisa tem a finalidade de estudar e entender os caminhos para a internacionalização de pequenas e médias empresas. Com este estudo será possível entender como um exportador atua, onde encontrar sua qualificação para o Comércio Exterior Brasileiro, quais são os benefícios para as pequenas e médias empresas se inserirem no mercado internacional. Tendo em vista o crescimento do Brasil no cenário internacional e considerando a dinâmica da globalização, é necessário que os pequenos e médios empresários saibam como agir e se inserir no mercado mundial. A pesquisa também tem o objetivo de compreender a complexidade do comércio exterior e contribuir na instrução e incentivo à internacionalização das empresas. Ao final da pesquisa será elaborada uma cartilha para acadêmicos interessados no assunto e também para empresários campo-grandenses.

**Palavras-chave-** Comércio Exterior, Pequenas e Médias Empresas, Relações Internacionais.

### **Introdução**

A atuação das empresas brasileiras no mercado internacional tem crescido consideravelmente, principalmente a partir da década de 1990. Tal fato tem contribuído para que não somente as grandes empresas possam atuar no mercado internacional, mas também as pequenas e médias empresas. Hoje o Brasil representa 1,4 por cento das exportações mundiais, de acordo com o site do Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e do Comércio Exterior<sup>1</sup>, o que significa benefícios para o país. Exportar traz muitos benefícios às empresas e ao Brasil, tais como: melhoria da qualidade do produto, intercâmbio de tecnologia, inovação desenvolvimento da empresa, conquistas de novos mercados, etc. De acordo com Maurício Manfré (2009), o comércio exterior é “a atividade mercantil internacional [...]” Neste sentido, esta pesquisa busca fazer um estudo para simplificar o que é comércio exterior para os pequenos e médios empresários. Desta forma a “Internacionalização” de uma empresa se tornará de fácil entendimento, pois será

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/>. Acesso em 05 de dezembro de 2012.

apontado o caminho, o “passo-a-passo” para atuarem no mercado internacional. Por fim, este estudo está voltado para o desenvolvimento do Comércio Exterior Brasileiro, despertando a capacidade inovadora, incentivando - os a participarem do mercado global, contribuindo para o desenvolvimento econômico do Brasil; podendo também contar com os profissionais de Relações Internacionais, para ajudar a simplificar essa gama de informações.

### **Objetivos**

- Analisar o cenário de Comércio Exterior Brasileiro a partir da década de 1990;
- Analisar os conceitos de Comércio Exterior e Comércio Internacional;
- Compreender como é feita a internacionalização de empresas;
- Apresentar as instituições brasileiras ligadas ao Comércio Exterior Brasileiro;
- Discutir os benefícios e dificuldades da internacionalização das empresas;
- Apresentar os benefícios e dificuldades do mercado internacional;

### **Metodologia**

Esta é uma pesquisa bibliográfica e de campo. O público alvo da pesquisa são pequenos e médios empresários campo-grandenses, classificados desta forma pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Não existem riscos nesta pesquisa, pois, serão utilizadas bibliografias disponibilizadas em sites gratuitos, e também consultas nas bibliotecas das Instituições Universitárias de Campo Grande. A responsabilidade da pesquisadora será sair a campo em busca de informações. A responsabilidade da instituição será disponibilizar o laboratório e a biblioteca.

### **Desenvolvimento**

A pesquisa está sendo realizada de forma bibliográfica e de campo. As pesquisas bibliográficas são de fácil acesso. Já para as informações obtidas em campo, houve certo grau de dificuldade, pois o acesso a dados empresariais é complexo. Mas, por outro lado, consegui essas informações de campo, através do estágio realizado no 1º semestre de 2013 por meio do Instituto Euvaldo Lodi (IEL/MS), no Centro Internacional de Negócios/Federação das Indústrias do Estado do Mato Grosso do Sul (CIN/FIEMS) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX Brasil).

Essa oportunidade surgiu quando a APEX Brasil, solicitou um levantamento de dados, por meio de questionários, para fazer o levantamento de informações

sobre as grandes, médias e pequenas empresas de Campo Grande - Mato Grosso do Sul. O objetivo deste levantamento é saber quantas empresas já exportam, e as que não, quais são as dificuldades e se tem interesse em internacionalizar sua empresa. Essas informações ainda não estão disponibilizadas pela APEX Brasil, para que eu possa explaná-las de forma adequada.

### **Resultados Preliminares**

Esta pesquisa mostrou, principalmente, quais são os receios e dificuldades dos pequenos e médios empresários, e, os que já exportam, ou que tem interesse em exportar, quais foram às atitudes tomadas, para que elevassem seu nível empresarial. Ou seja, esta pesquisa de campo e muito da pesquisa bibliográfica, deixaram mais evidente a falta de apoio, de informações “simplificadas”, onde buscar sua capacitação, ou terceirizar, pois podendo contratar profissionais na área de importação e exportação, que é de fato também, um dos grandes problemas, por que não sabem onde encontrar esses profissionais capacitados. Logo, o intuito desta pesquisa, é facilitar essas informações para esses empresários, por meio de uma cartilha de fácil entendimento, mas com muito incentivo, para que se insiram no mercado global.

### **Fontes Consultadas**

ABRITTO, Ricardo Pitelli de; HILDEBRAND, Celso Cláudio; GRISI, Nildo Massini. **Trading:** presença brasileira no cenário econômico mundial. São Paulo: Editora Saraiva, 2003.

MANFRÉ, Mauricio. **Técnicas de Comércio Exterior:** Fundamentos, Estratégia e Ações. 1ª ed. Brasília: Clube dos Autores, 2009.

**BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior:**. Aprendendo a Exportar. Disponível em:

<<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=283>>.

Acesso em 24 de novembro de 2012.