



ATUAÇÃO NO MERCADO EXTERNO: UM ESTUDO SOBRE AS ESTRATÉGIAS ADOTADAS POR PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DA REGIÃO NOROESTE DO RS

Julciane Aparecida Meinerz¹

As incertezas e constantes alterações no cenário econômico global causam impactos relevantes no mundo empresarial. Possivelmente, as organizações que permanecerão no mercado nos próximos anos serão aquelas que prestarão serviços ou disponibilizarão produtos que tragam benefícios desejáveis pelos clientes, ativas diante das mudanças e que saberão aproveitar as oportunidades e competir sob a influência das organizações mundiais. Buscar novos mercados, tanto internos e principalmente externos, será uma opção a mais para o crescimento e desenvolvimento das organizações, podendo ser uma estratégia muito favorável aos negócios. Mas para isto, é essencial conhecer o mercado no qual existe a intenção de inserir-se, estudar a cultura local para adequar o produto e usar de estratégias que façam o negócio ser realmente viável. Neste contexto empresarial, as organizações podem se portar diante do mercado como deterministas ou voluntaristas. Voluntaristas quando os seus agentes organizacionais fazem escolhas estratégicas, são pró-ativos, buscam desafios e por vezes antecipam-se ao mercado estabelecendo o que poderá ser uma tendência. Na região Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul muitas empresas podem ser classificadas como voluntaristas, pois com este posicionamento ampliaram seus negócios, criaram diferenciais nos produtos e buscaram novos mercados, além do nacional, o internacional. Neste sentido o presente trabalho faz um estudo das estratégias que orientaram a inserção de pequenas e médias empresas da região noroeste do estado do Rio Grande do Sul no mercado externo. A relevância deste estudo destaca-se em estudar as características destas organizações e como as mesmas estruturaram-se para competir a nível internacional, servindo como um meio de pesquisa e estudo para outras organizações que pretendem adquirir conhecimento nesta área e também ampliar seus negócios. Pesquisas documentais, bibliográficas, exploratórias e descritivas deram subsídios ao estudo, quando nas etapas seguintes foram pesquisadas as empresas da região noroeste que atuavam no mercado externo, após a identificação das mesmas, através de amostragem foram selecionadas algumas para a realização de uma entrevista semi-estruturada. Com os dados levantados foi possível apurar resultados e hipóteses das estratégias que estas empresas utilizaram para inserção no mercado internacional.

¹ Acadêmico do Curso de Administração da UNIJUI.