



ENERGIA E ALIMENTOS

XVI Seminário de Iniciação Científica
XIII Jornada de Pesquisa
IX Jornada de Extensão

UNIJUI . 23 a 26 de setembro de 2008



CARAZINHO E O COMÉRCIO INTERNACIONAL: UMA ANÁLISE DAS EMPRESAS EXPORTADORAS¹

Janete Stoffel², Fabiola Ruschel³

O presente trabalho propôs-se estudar as relações de comércio internacional realizadas pelas empresas exportadoras do município de Carazinho-RS. Foram consideradas, neste estudo, empresas exportadoras aquelas que venderam para o mercado externo no período de 2001 a 2006, de acordo com dados registrados pelo Ministério de Desenvolvimento do Brasil. O objetivo geral deste estudo foi verificar as limitações encontradas pelos empresários carazinhenses na realização de exportações, para então sugerir formas para o incremento destas relações comerciais. O estudo inicia com a análise do comércio internacional, a consolidação da globalização e a formação da cultura exportadora no âmbito internacional, nacional, estadual e municipal. Também apresenta as condições recomendáveis para a empresa atuar no mercado comercial externo. Nos resultados expõe as informações obtidas na investigação quanto as dificuldades apresentadas pelas empresas de Carazinho na realização do comércio internacional, enfatizando as exportações. Os recursos metodológicos utilizados no trabalho foram: a) uma pesquisa bibliográfica para efetuar levantamentos sobre comércio internacional e atuação no mercado externo, onde foram utilizados livros, artigos e outras publicações ligadas à área; b) uma pesquisa de campo, com a realização de entrevistas utilizando um questionário, para pesquisar as limitações e potencialidades das empresas exportadoras, do referido município, no período de 2001 a 2006. Os resultados obtidos foram analisados quantitativa e qualitativamente, demonstrando que as principais dificuldades são: as exigências do mercado, a marca desconhecida e a qualidade do produto. Para superar estas dificuldades é sugerida a organização dos empresários através do planejamento de ingresso no mercado externo, o conhecimento e domínio da cultura estrangeira e o apoio de entidades e do município, a fim de explorar todo o potencial que as empresas locais possuem.

¹ Trabalho de Conclusão de Curso em Administração.

² Professora do Curso de Administração da Ulbra-Carazinho.

³ Administradora graduada pela Ulbra-Carazinho.