

INTERNACIONALIZAÇÃO DO SETOR DO AGRONEGÓCIO: UM ESTUDO DE CASO DA EMPRESA BUNGE NO BRASIL

MARIA EDUARDA WEIS¹

NATALÍ NASCIMENTO²

RESUMO

O acelerado crescimento das relações econômicas no âmbito internacional impulsiona o aumento da competitividade entre os mercados o que, conseqüentemente, faz com que as empresas atuantes invistam cada vez mais em novas estratégias para incrementar seu desenvolvimento, como é o caso da escolha de se internacionalizar. Nesse contexto, a partir de uma política voltada para o posicionamento estratégico, a empresa Bunge, foco deste estudo de caso, optou por expandir suas áreas de atuação por meio da internacionalização dos seus negócios, explorando assim novas oportunidades de mercado e se consolidando como umas das principais representantes do agronegócio internacional. Quanto ao mercado agrícola, em virtude da potencialidade brasileira na produção de grãos e seus derivados, o agronegócio torna-se cada vez mais atrativo para empresas multinacionais que buscam oportunidades estratégicas de aumentar o seu desenvolvimento e a sua representatividade diante da cadeia de valor. Assim sendo, tal pesquisa tem como objetivo geral relacionar as teorias e estratégias de internacionalização com o cenário de atuação da empresa Bunge no Brasil. Logo, para atender tal propósito foram elencados três objetivos específicos, sendo eles: descrever as principais teorias e estratégias de internacionalização de empresas, elaborar linha do tempo do cenário de atuação da Bunge no país e identificar as estratégias adotadas pela empresa no Brasil relacionando-as com as teorias de internacionalização. Para tanto, essa pesquisa apresenta fins descritivo-exploratórios e teve sua metodologia baseada em uma abordagem qualitativa, constituindo-se de um estudo de caso com meios bibliográficos e documentais. Quanto aos resultados alcançados no decorrer da pesquisa, verifica-se que todos os investimentos da Bunge durante o seu processo de internacionalização no mercado brasileiro foram influenciados pelo interesse da empresa de obter poder de mercado sobre seus concorrentes ao mesmo tempo em que impulsionava o seu desenvolvimento e adquiria vantagem competitiva tanto no mercado interno, quanto no internacional. Dessa forma, a internacionalização do agronegócio é consequência das transformações dos mercados, fazendo com que diversas empresas busquem se destacar mediante consolidação e integração para com os mercados estrangeiros.

Palavras-chave: Internacionalização de empresas. Bunge. Agronegócio.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Comércio Exterior UNIVALI – Campus Itajaí/SC. meduardaweis@hotmail.com

² Prof(a) Msc. Orientador(a) UNIVALI – Campus Itajaí /SC. natali@univali.br