

A INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRAS NO MUNDO E INTERNACIONAIS NO BRASIL: ESTRATÉGIA, CONHECIMENTO E GERAÇÃO DE INOVAÇÕES.

MARIA ISABEL RODRIGUES ROSINHA¹; BRUNO HENRIQUE DOS ANJOS NEVES²; GUSTAVO CORREA ACOSTA³; ALISSON EDUARDO MAEHLER⁴

¹Universidade Federal de Pelotas 1 – isaarodrigues97@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – bruno_hzd@hotmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – craquet10@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – alisson.maehler@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

No inicio dos anos 1990 o agronegócio brasileiro vem com um crescente processo de internacionalização, e nos últimos anos, um número crescente de empresas brasileiras vem se internacionalizando e alcançando novos mercados (FLEURY E FLEURY, 2007; SCHERER ET AL., 2009). No século XXI vem se tornando uma realidade devido ao aumento do poder dos países emergentes do BRICS (Brasil, Rússia, China, Índia e África do Sul).

O agronegócio é um dos principais movimentadores da economia brasileira, tendo alguns desafios do setor para exportação de produtos. Desenvolvimento da infraestrutura como deficiência nas áreas de transporte e armazenamento gera perda de produtos e custos logístico assim o preço final sendo elevado; introdução de novas tecnologias, inovação e produção sustentável, tem se tornado questões importantes para competir no mercado internacional.

No Brasil, a existência de grandes reservas de terras cultiváveis e matéria-prima há vantagem competitiva, sendo fatores atrativos e que explicam o interesse dos grandes grupos internacionais pelo agronegócio brasileiro.

Em relação aos países centrais o processo de internacionalização das empresas brasileiras tem acontecido com grande atraso, como mencionam Guillen e Garcia-Canal (2009), alguns indicadores levam a crer que esse processo se encontra em evolução, como por exemplo, o volume de investimentos realizados no exterior por empresas brasileiras. Dados do Banco Central mostram que houve um aumento do investimento das empresas brasileiras no exterior nos últimos anos, passando de R\$ 160 bilhões de dólares.

O aumento da presença do capital estrangeiro em vários segmentos do agronegócio no Brasil, de novos grupos internacionais (norte-americanos, italianos, franceses,

argentinos, portugueses, noruegueses) ampliou a competição no mercado brasileiro (Benetti, 2000).

No que tange ao agronegócio brasileiro, muitas empresas se tornaram players internacionais relevantes, consolidando o Brasil como um país importante nessa área. Podemos citar empresas como Camil, Brasil Foods (BRF), Marfrig, JBS, Suzano Papel e Celulose, cooperativas agrícolas e outros negócios. Também podemos observar um movimento inverso, de empresas internacionais atuando no Brasil, como Yara, John Deere, Brasmax, Cargill, Bayer, Monsanto entre muitas outras. Buscamos entender como se dá o processo de internacionalização de empresas do setor agrícola brasileiro e de empresas internacionais no Brasil, ainda buscam-se responder a questões como: que tipo de estratégia é utilizado, como se dá o compartilhamento de conhecimento entre as diferentes unidades e como essas empresas inovam.

2. METODOLOGIA

A partir destas considerações preliminares, este projeto de pesquisa apresenta, em seu método de pesquisa, a abordagem qualitativa, por se tratar da mais adequada forma para análise aprofundada de um fenômeno, que é o que está sendo buscado através do estudo de casos. Considerando a respeito deste tipo de pesquisa, Minayo et al. (2001) afirma que esta responde a questões muito particulares, preocupando-se com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Assim, a pesquisa possui um caráter exploratório e descritivo. A realização de estudos de pré-casos e a consulta a especialistas para a adequação do roteiro de entrevistas, bem como o acesso a múltiplas fontes de dados, envolvendo também a análise documental, buscarão o rigor científico que todo estudo acadêmico necessita, independente da abordagem utilizada. A presente pesquisa envolverá a realização de um estudo de casos múltiplos, com a realização de entrevistas em unidades de empresas multinacionais brasileiras bem como empresas internacionais e suas unidades no Brasil. A estratégia do estudo de caso, empregada nesta pesquisa, é classificada por Yin (2010) como um questionamento empírico que investiga um fenômeno dentro do seu contexto real, no momento em que os limites entre fenômeno e contexto não são claramente perceptíveis e nos quais múltiplas fontes de evidência são utilizadas. Assim, têm se a análise de múltiplos casos, o que permite o enriquecimento da pesquisa, a descrição de associação entre os casos e uma análise mais abrangente

entre as empresas de um setor, por exemplo, do que se apenas uma organização fosse pesquisada. Nesse sentido, o primeiro passo na realização de estudos de caso envolverá a consulta e a revisão da literatura. Dessa forma, será realizado um extenso levantamento bibliográfico. Posteriormente irá se criar um instrumento de coleta dados, de preferência já validado, a ser aplicado nas entrevistas. Para sua adequação serão consultados especialistas e realizados pré-casos. Posteriormente, serão visitados e entrevistados gestores das áreas comercial e ou internacional e de produção de empresas multinacionais brasileiras do agronegócio que atuam no exterior. Também empresas internacionais que atuam no Brasil. Serão realizados relatórios individuais por empresa e depois uma análise conjunta dos casos. A coleta de dados e dará por meio de entrevistas semiestruturadas, observação in loco e análise documental, realizando assim uma triangulação dos dados, como descrito por Yin (2010).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto está em andamento, no momento estamos realizando entrevistas. Os principais resultados esperados do presente projeto de pesquisa se referem a uma melhor compreensão das estratégias internacionais de empresas do agronegócio nacionais e internacionais no Brasil. Os resultados também se darão em forma de dissertações de mestrado, trabalhos de conclusão de cursos de graduação, relatórios de pesquisa, artigos em congressos e revistas, bem como aulas e seminários de graduação e pós graduação e submissão de projeto para fomento em instituições internacionais.

4. CONCLUSÕES

Poucos são os trabalhos que analisam especificamente empresas desse setor. Elementos como estratégia, gestão do conhecimento e geração de inovação podem ser um recorte importante para entender melhor essas organizações que tem particularidades importantes e que merecem ser estudadas, dada a grande participação do PIB do setor agrícola nacional.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMATUCCI, M. & BERNARDES, R. C. **Revista P&D em Engenharia de Produção** v.07 n. 01, 2009, p. 20-36. FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. Internacionalização de empresas brasileiras: em busca de uma abordagem teórica para os late movers. In: FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. (org.). **Internacionalização e os países emergentes**. São Paulo: Atlas, 2007. p. 3-14. FUNDAÇÃO DOM CABRAL. **Pesquisa Global Players II**. Internacionalização de empresas da América latina: desafios, obstáculos e perspectivas de multinacionais emergentes. Belo Horizonte: FDC, 2008. _____ **Ranking FDC das multinacionais brasileiras 2016**. Belo Horizonte: FDC, 2016. _____ **Ranking transnacionais brasileiras 2010: repensando as estratégias globais**. Belo Horizonte: FDC, 2010. GUILLEN, M.; GARCIA-CANAL, E. The American model of the multinational firm and the “new” multinationals from emerging economies. **Academy of Management Perspectives**, v. 23, n. 02, p. 23-35, april, 2009. MINAYO, M.; DESLANDES, S.; NETO, O. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 19 ed. Petrópolis: Vozes. 2001. RÉGO, B. F. S.; ROCHA DIB, L. A; BEMVINDO, B. **Revista Ibero - Americana de Estratégia**; São Paulo Vol. 15, Ed. 3, 2016: p. 53-69. SCHERER, F. L. Negócios internacionais: a consolidação de empresas brasileiras de construção pesada em mercados externos. 2007. 329 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007. YIN, R. Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre, Bookman, 2010.