

## MARKETING: COMPETITIVIDADE E INTERNACIONALIZAÇÃO

SILVA, Samara (PG)

(Aluna regular do Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção das Faculdades Integradas de Maringá - FAIMAR do Centro de Ensino Superior de Maringá - CESUMAR/Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC).

Marli Verri, Dra. (Orientadora)

(Docente da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC)

**(INTRODUÇÃO)** A competição global esta se intensificando. As empresas que atuam na área de seu domicílio nunca pensaram em sofrer as concorrências estrangeiras e muito menos colocar o seu produto em terras estrangeiras. Hoje o pensamento voltado à internacionalização é questão de sobrevivência. O motivo que levou-me a estudar o assunto está relacionado principalmente a dificuldade encontrada pelas pequenas e médias empresas em mover-se em direção a internacionalização de seus negócios. O trabalho desenvolvido possui o pensamento de vários autores, e entre eles destaco, Minervine e Kotler. Diante do complexo mundo globalizado, considera que o comércio internacional pode ser comprado a uma guerra, para a qual muitas vezes se sai para combater com um fuzil, sem muitas vezes, conhecer o poder do adversário. Na visão de Kotler, a chave para ocupar um lugar neste cenário de alta competitividade é sem sombra de dúvida a informação. Uma informação inteligente, contínua, permanente e precisa. **(OBJETIVO)** Este trabalho tem a finalidade de fazer os agentes sociais (empresas, faculdades e sociedade), buscarem soluções para que as empresas menores conquistem o mercado globalizado. **(MÉTODO)** Entrevistas indiretas; levantamento de dados através de relatórios setoriais; utilização de publicações de revistas especializadas; observação direta. Como Produto Final, devemos ter algumas propostas de penetração em terceiros mercados. As empresas de hoje devem urgentemente repensar criticamente os seus negócios e estratégias de marketing.

**(PG – FAIMAR/CESUMAR)**

[samara@cesumar.br](mailto:samara@cesumar.br)