1ª MOSTRA DE TALENTOS DA GRADUAÇÃO
Inovação, criatividade e excelência da produção de TCC da PUC-Campinas.
Centro de Economia e Administração (CEA)
Pró-Reitoria de Graduação (PROGRAD)
PUC CAMPINAS
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA

IDENTIFICAÇÃO DA EXPECTATIVA DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE UMA EMPRESA DO RAMO DE SERVIÇOS DE BUFFET

PEDRO PORTEIRO SANTAROSA

INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso esclarece a problemática escolhida que, analisa a expectativa de internacionalização de uma empresa do ramo alimentício.
Tendo em vista a crescente integração dos serviços, a utilização da tecnologia, a elevação na indústria, o aumento da demanda e a busca por qualificações mais altas, a internacionalização de serviços apresenta um papel significativo no sistema econômico globalizado. Esta pesquisa apresentará os diferentes processos para que se possa internacionalizar uma empresa a fim de diversificar e disseminar os serviços hoje prestado pela empresa que se está sendo analisada. Fatos estes, mostram que cada vez mais as empresas têm buscado elevar o nível dos seus serviços, buscando competitividade, diminuindo os riscos das operações e buscando obter mais acesso ao mercado externo.
Diante disso, pode-se dizer que a internacionalização de serviços é uma parcela importante do processo de globalização atual, a medida que, os mercados globais se tornam cada vez mais relevantes nas relações econômicas mundiais.

OBJETIVOS

O objetivo principal deste trabalho de pesquisa é: Analisar a expectativa de internacionalizar uma empresa do ramo de serviços de buffet. Diante disso, tem-se os seguintes objetivos específicos:

i. Pesquisar todas e quaisquer informações a respeito de internacionalização de empresas.
ii. Pesquisar e posteriormente escolher qual será a melhor opção para a empresa se internacionalizar e se será a curto, médio ou longo prazo.
iii. Analisar os investimentos direto externo para compreensão da situação da empresa no Brasil.
iv. Analisar o marketing global e da empresa em questão.
v. Pesquisar e levantar informações financeiras a respeito da empresa a ser analisada para comprovar sua possível internacionalização.
vi. Realizar uma pesquisa qualitativa para aquisição de informação a respeito da empresa analisada a fim de entender as possibilidades e conhecimento a respeito de internacionalização para posteriormente saber se será possível sua internacionalização.

METODOLOGIA

No contexto aplicado, foi utilizado o método qualitativo para a realização da pesquisa deste trabalho de curso. Foi escolhido este método pois, como este é uma pesquisa aplicada, será realizado experimentos de campo e pesquisas para que, ao final deste, seja apresentado uma solução para a situação problema escolhida, que no caso, será a análise e identificação da expectativa de internacionalização de uma empresa do ramo de serviços de buffet, não fazendo uso de dados estatísticos, sendo assim uma pesquisa explicativa que visa identificar possíveis fatores que contribuam para a realização do caso supracitado.

RESULTADOS OBTIDOS

Analisando os resultados obtidos, podemos fazer um estudo do ambiente interno e externo utilizando o método de análise SOWT.

Ambiente Interno	
Forcas	**Fraquezas**
1 – Boa quantidade de ativos.	1 – Produtos perecíveis.
2 – Relacionamentos estratégicos.	2 – Processos de produção lento.
3 – Localização privilegiada.	3 – Qualificação da equipe.
4 – Modelo de cobrança/ finanças.	4 – Comunicação interna.
5 – Empresa de grande porte.	5 – Logística.
Ambiente Externo	
Oportunidades	**Ameaças**
1 – Ampliação dos negócios.	1 – Concorrência.
2 – Acesso a novas tecnologias.	2 – Mudanças da legislação.
3 - Idealização de novos produtos.	3 – Mao de obra escassa.
4 - Novos cursos de capacitação.	4 – Catástrofes (naturais ou não).
	5 – Troca de produtos no mercado.
	6 – Público alvo diferenciado.

CONSIDERAÇOES FINAIS

As razões que levam a essa conclusão são as seguintes:
a) Constatou-se que a empresa está no estágio inicial do processo de internacionalização e que pode ser viável internacionalizar-se. No entanto, levando-se em consideração os dados obtidos na entrevista com a proprietária do buffet, apesar de parecer de extrema facilidade internacionalizar-se existem pontos importantes que devem ser considerados pois, a proprietária não tem o conhecimento necessário para tal acontecimento.
b) Em relação ao marketing abordado pela empresa, a mesma estabeleceu como modelo a utilização por meio das mídias digitais fazendo uso de redes sociais para divulgação do seu negócio. Entretanto, notou-se que para a inserção da empresa no exterior seria preciso investir em marketing internacional, onde uma empresa de marketing já estabelecida no local desejado, que entende da cultura local, pudesse auxiliá-la com a divulgação do buffet nos primeiros meses de inserção.
c) Através de uma análise dos fatores internos e externos foi constatado que a empresa está inserida em um mercado com muitos concorrentes e para “blindá-la” seria necessário apostar em um produto único no mercado já existente. Como trata-se de um buffet brasileiro, a empresa poderia elaborar um cardápio exclusivo com comidas típicas brasileiras que fosse agradável ao paladar e a cultura local. Isso traria exclusividade a sua marca e o buffet seria reconhecido pela diferenciação de seus produtos e serviços.
Para salientar, como o presente trabalho baseia-se, em parte, numa análise qualitativa de resultados obtidos através de um estudo de caso, as replicações realizadas neste trabalho objetivam a generalização analítica e eliminam qualquer possibilidade de generalização estatística sobre as análises e considerações realizadas, o que resulta numa limitação deste estudo por parte do autor. Trabalhos de maior alcance podem possibilitar a obtenção de melhores resultados em relação ao tema estudado.

CONTATO:
E-mail: pedro_porteiro@hotmail.com
LinkedIn: Pedro Porteiro Santarosa