

A internacionalização das empresas industriais de Marília e sua territorialidade no continente latino-americano

Daniel Elias de Souza, graduando do curso de Relações Internacionais da FFC de Marília, daniel.e.souza@unesp.br, bolsista de iniciação científica PIBIC financiada pelo CNPQ.

Noemia Ramos Vieira, Professor Assistente Doutor – Departamento de Ciências Políticas e Econômicas da FFC – Unesp Campus de Marília, noemia.ramos@unesp.br.

Palavras Chave: EMPRESAS INDUSTRIAIS, CIDADE DE MARÍLIA, INTERNACIONALIZAÇÃO.

Introdução

O processo de mundialização da economia promoveu um crescimento das exportações de capitais e aprofundou a divisão internacional do trabalho alterando os paradigmas do mercado financeiro e industrial. No Brasil esse processo se intensificou a partir da década de 1990, na qual ocorreu uma intensificação da abertura econômica, permitindo uma maior influência do mercado internacional na economia brasileira. Nesse processo, a cidade de Marília tem se destacado na medida em que muitas de suas empresas industriais se encontram inseridas no mercado internacional.

Objetivo

Nesse contexto, a presente pesquisa procurou analisar a territorialidade das empresas industriais do município de Marília no processo de mundialização da economia, de forma específica no âmbito da realidade latino-americana.

Material e Métodos

A pesquisa foi realizada a partir de:

- levantamento bibliográfico para fundamentação teórica da pesquisa;
- leitura e produção de textos a temática da pesquisa;
- levantamento das empresas industriais exportadoras do município de Marília.
- levantamento de dados sobre as empresas em análise a partir de pesquisas em sites de órgãos oficiais, de entrevistas com representantes das empresas e de visitas a associações do município ligados à atividade industrial.

Resultados e Discussão

Com base nos dados coletados, foram identificadas vinte e duas indústrias no município que estão inseridas no mercado internacional. Esta inserção ocorre a partir da exportação de produtos ou através do oferecimento de serviços para empresas estrangeiras. Ademais, outro fator foram os tipos de relação que permitiram o início dessa prestação de serviços no mercado internacional. Entre as mais comuns estavam o uso do modelo de terceirização denominado *Private Label* e o modelo de gerenciamento de relacionamentos entre empresas conhecido como B2B (Business-to-Business). Nesse contexto, tendo em vista o tipo de capital que estimulou o início das atividades das empresas entrevistadas, verificou-se uma grande importância do capital familiar. Além disso, notou-se um grande fluxo comercial das exportações das empresas analisadas em direção a América Latina, pois todas apresentaram relações comerciais com ao menos um país da região, sendo a Argentina, Chile, Paraguai, Uruguai, Bolívia, Equador, Venezuela, Peru e México, respectivamente, os principais mercados das empresas entrevistadas.

Conclusões

Sendo assim, percebeu-se que as indústrias do município de Marília se internacionalizaram através da venda de serviços e exportação de produtos para, principalmente, países latino-americanos através de modelos produtivos como o *Private Label* e o *B2B*, sendo elas em sua maioria fruto de financiamento familiar.

BENKO, GEORGES. *Economia Espaço e Globalização na aurora do século XXI*. São Paulo: Ed. Hucitec, 1996.

CHESNAIS, FRANÇOIS. *A mundialização do capital*. ED. Xamã Editora. 1994.

HOCH, STEPHEN J.; SHUMMET, BANERJI. "When do private labels succeed?" *Sloan Management Review*, vol. 34, no. 4, 1993.