

## O USO DA INTELIGÊNCIA COMERCIAL PARA A DETECÇÃO DE OPORTUNIDADES EM MERCADOS INTERNACIONAIS POR EMPRESAS EXPORTADORAS DE PEQUENO PORTE

Maria Eduarda Espíndola, aluna do 8º período do curso de Negócios Internacionais da FAE Centro Universitário. Bolsista do Programa de Apoio à Iniciação Científica (PAIC 2019-2020). Andrea Regina Hopfer Cunha, orientadora da pesquisa. Doutora em Engenharia da Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora da FAE Centro Universitário.

Contatos: maria.eduarda@mail.fae.edu  
andrea.cunha@fae.edu

### RESUMO

O Brasil tem grande potencial para exportação, porém quando uma empresa pretende tornar-se exportadora é importante que determine um planejamento, utilizando ferramentas que auxiliem na identificação da viabilidade da entrada em um novo mercado internacional. Este artigo tem como objetivo determinar as ferramentas de inteligência comercial que podem ser utilizadas na identificação de novos mercados, auxiliando na tomada de decisões das pequenas empresas exportadoras. A metodologia utilizada foi uma pesquisa aplicada predominantemente qualitativa. Como resultados foram definidas as ferramentas de pesquisa comercial mais adequadas com base na gratuidade e confiabilidade das informações, sendo a maioria delas vinculadas a instituições oficiais que oferecem base de dados; foi definido um roteiro para a aplicação dessas ferramentas mais indicadas para a detecção de oportunidade de novos mercados; e por fim, foi validada a aplicabilidade das ferramentas e o seu auxílio para tomada de decisões na percepção dos exportadores brasileiros.

Palavras-chave: Internacionalização. Exportação. Ferramentas de Pesquisa Comercial.