

OS DESAFIOS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS: NOVOS RUMOS DE NEGÓCIOS PARA EMPRESAS BRASILEIRAS

George Hudson Machado Araújo⁶³

Resumo

A globalização e os avanços tecnológicos fizeram com que o mundo mudasse e o mundo dos negócios obrigou-se acompanhar tamanho acontecimento. A internacionalização de uma empresa é um processo novo, complexo e moderno de integração cultural, comercial e econômico, entendê-lo requer um amplo estudo de estratégias, cultura, costumes e obstáculos que poderão vir a ter durante a internacionalização. Em pesquisa realizada, em junho de 2017, com 229 empresas brasileiras, pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – Apex-Brasil, concluiu-se que os Estados Unidos é o país que fica na preferência de 68 % de empresários e empreendedores nacionais, seguido da Colômbia com 23,4%, México com 21,3%, Argentina com 17,7%. Por outro lado, a participação do país no comércio internacional não acompanhou esse número: menos de 20 mil empresas brasileiras exportaram. Isso significa que, além de inúmeras oportunidades, o Brasil também enfrenta enormes desafios. Internacionalização refere-se à integração com o mercado além das fronteiras. Desde a importação e exportação de produtos e serviços até a produção no mercado externo, este é um fenômeno. As principais vantagens na busca do processo são ganhos de novos mercados, diminuição dos custos, criação de uma marca global, entre outros. No início das operações internacionais, é fundamental que a empresa já tenha desenvolvido todos os planos de ação de comercialização para não prejudicar a rentabilidade no mercado.

Palavras-chave: Internacionalização, globalização, processo, desafio.

Abstract

Globalization and technological advances have caused the world to change and the business world has forced itself to monitor such an event. The internationalization of a company is a new, complex and modern process of cultural, commercial and economic integration, understanding it requires a wide study of strategies, culture, customs and obstacles that may come to be during internationalization. In a survey conducted in June 2017 with 229 Brazilian companies, by the Brazilian Trade and Investment Promotion Agency - Apex-Brasil, it was concluded that the United States is the country that is preferred by 68% of national entrepreneurs and entrepreneurs, followed by Colombia with 23.4%, Mexico with 21.3%, Argentina with 17.7%. On the other hand, the country's participation in international trade did not follow this figure: less than 20 thousand Brazilian companies exported. This means that, in addition to numerous opportunities, Brazil also faces enormous challenges. Internationalization refers to integration with the market across borders. From the import and export of products and services to production on the foreign market, this is a phenomenon. The main advantages in the search for the process are gains from new markets, lower costs, creation of a global brand, among others. At the beginning of international operations, it is essential that the company has already developed all the marketing action plans so as not to harm profitability in the market.

Keywords: Internationalization, globalization, process, challenge.

⁶³ Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estácio de Sá – UNESA. MBA em Docência para o Ensino Superior – Faculdade SEAMA e Mestrando em Administração pela Must University. E-mail hudsonoar@hotmail.com.

1 INTRODUÇÃO

O presente paper foi elaborado com base em pesquisa e levantamento bibliográfico, e os dados e informações também foram coletados no site a partir da temática proposta. Todas as pesquisas consideram conceitos exploratórios relacionados à prática de mercado e adaptando-a à educação.

A era da globalização mudou intensamente a relação entre os países, e essas mudanças criaram uma rede de interdependência e interconexão, ou seja, os países estão cada vez mais interconectados tanto doméstica quanto internacionalmente. A diversidade dessa relação também trouxe o surgimento de novas forças transnacionais, ou seja, forças que abrangem vários países ao redor do mundo. Neste mundo conectado, cada vez mais empresas são incentivadas a se internacionalizarem, principalmente considerando as vantagens dessa nova realidade. Internacionalização é entendida como qualquer conexão entre uma empresa e o mercado externo. Além da importação e exportação, parcerias com empresas internacionais e estabelecimento de negócios fora do país sede também se alinham a esse conceito. Toda a metodologia precisa ser bem pensado e ter parâmetros para nortear a execução dos projetos, mas em geral as oportunidades de negócios podem garantir um grande diferencial em um mercado cada vez mais competitivo. Algumas das principais vantagens da serão apresentados no decorrer do trabalho.

2 A GLOBALIZAÇÃO

O termo globalização foi criado em 1980 para descrever um processo caracterizado pela interação e integração econômica e pela intensificação da política e da cultura internacionais. O forte progresso no sistema de mídia e transporte marcam este ponto. Alguns autores ainda preferem o termo mundialização. Embora a globalização não seja um fenômeno recente, ela assume proporções sem precedentes no final do século passado. A era da globalização mudou profundamente a relação entre os países, e essas mudanças criaram uma rede de interdependência e interconexão, ou seja, os países estão cada vez mais interconectados e interdependentes tanto doméstica quanto internacionalmente. A diversidade dessa relação também trouxe o surgimento de novas forças transnacionais, ou seja, forças que abrangem vários países ao redor do mundo. Neste mundo conectado, cada vez mais empresas são

incentivadas a se internacionalizarem, principalmente considerando as vantagens dessa nova realidade.

Apesar de para muitos do termo pareça ser recente, o fenômeno vem ocorrendo há muitos séculos. Cientistas sociais citam que a globalização já vem ocorria com desde a expansão colonial europeia, no fim do séc. XV e no início do séc. XVI.

2.1.1 Obstáculos e dificuldades para internacionalizar

Alguns estudiosos e cientistas já estudam motivos que levam as empresas a obterem sucesso ou fracassos ao internacionalizarem suas atividades. De acordo com Cortiñas (2010) há diferentes tipos de obstáculos encontrados para a consolidação do processo de internacionalização como os comerciais, tarifários, não tarifários e de logística, mas todos eles, de uma maneira ou de outra, influenciam no desenvolvimento de práticas comerciais. A falta de conhecimento das empresas é uma barreira de peso, mas a confiança também pode substituir o conhecimento, não que seja o ideal, mas quando uma empresa não tem o conhecimento necessário, ela pode permitir que um intermediário confiável execute os negócios internacionais. Segundo Costa (1998), os fatores internos e de marketing têm uma importância maior e um poder de adaptação melhor frente aos fatores externos e diferenças culturais, costumes daquela localidade, mesmo sendo estes importantes para a implantação do negócio em determinadas regiões.

2.1.1.1 Diversidades no mundo global

De acordo com informações oficiais da Organização das Nações Unidas (ONU), hoje existem 193 países no mundo, mas segundo o órgão responsável pela contagem, os números para alguns países podem ser diferentes. Isso ocorre porque as características do país constituinte podem ser ignoradas ou ignoradas durante o registro. Para ser considerado um país, este local deve ter um determinado território, governo próprio, local de residência permanente e independência reconhecida por outros países, o que possibilita os contatos diplomáticos.

Pense em um tênis simples. A Tailândia usa máquinas fabricadas na Bélgica, algodão indiano, colarinho brasileiro e tecidos africanos, e depois é vendido em Paris, Barcelona ou em muitas cidades de países em desenvolvimento (pelo menos aqueles abertos ao comércio exterior). Os tênis, camisas, acessórios típicos de hoje são o produto do esforço conjunto de várias pessoas em todo o mundo. Além disso, é importante notar que o custo desses produtos

comum equivale apenas algumas horas de renda de trabalho para os cidadãos comuns nos países industrializados.

2.2 PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE UMA EMPRESA NO BRASIL

Rowden (2001) afirma que as pequenas empresas apresentam um padrão ao iniciar a internacionalizar, define que começa pela exportação, após vem a implantação do processo produtivo no exterior e, por último, consumando por completo a internacionalização, tornando-se uma transnacional.

A City University, desenvolveu um modelo chamado "Modelo de Uppsala" é uma teoria que explica as ferramentas e etapas básicas do processo de internacionalização e tem sido amplamente reconhecido em empresas e universidades que pesquise ou estude negócios internacionais. O modelo mencionado acima é de Uppsala, Suécia, e seu nome vem desta cidade.

Para Weisfelder (2001), a maior preocupação dos estudiosos e teóricos de Uppsala era explicar os processos de internacionalização e a potência que atuam durante todo o desenvolvimento do processo, não sendo o foco os motivos que levam as empresas a tentarem internacionalizar. Internacionalização é entendida como qualquer conexão entre uma empresa e o mercado externo. Além da importação e exportação, parcerias com empresas internacionais e estabelecimento de negócios fora do Brasil também se alinham a esse conceito.

Segundo Riesenberger (2010) vem para reforçar a ideia falando que com a abertura das fronteiras a percepção de tempo e espaço, o crescimento na quantidade e o tipo de transações com a rápida absorção da tecnologia, facilitou muito para as empresas começarem as negociações com o exterior.

Em tempos de instabilidade econômica, como o que vivemos atualmente em nosso país, a internacionalização de empresas é uma verdadeira alternativa às empresas. Para obter e garantir uma vantagem competitiva sobre os concorrentes, tendo assim que continuar buscando a sobrevivência no mercado.

No Brasil, a internacionalização vem aconteceu de forma tímida. Mesmo assim, as empresas continuam se desenvolvendo no mercado internacional e espera tornar o país competitivo globalmente, não apenas fornecendo matéria-prima, mas também mão de obra qualificada e produtos acabados da linha de produção. Em pesquisa realizada, em 229 empresas brasileiras, pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – Apex-Brasil junho de 2017, com, concluiu-se que os Estados Unidos é o país que fica na preferência de 68

% de empresários e empreendedores nacionais, seguido da Colômbia com 23,4%, México com 21,3%, Argentina com 17,7% e Emirados Árabes Unidos com 15,6%. De acordo com a pesquisa, entre os motivos que fazem com que os empresas brasileiros optem pela internacionalização está o aumento no faturamento, ficando com 72,7%, a diversificação de riscos, com 65,3% e a proteção, no que diz respeito à volatilidade do mercado doméstico, com 61,3%.

A internacionalização é um processo lento e contínuo entre as empresas e outros países que não o país de origem. Todo o processo é realizado de forma gradual, pois as empresas que optam pela internacionalização devem pesquisar informações sobre novos mercados e traçar objetivos estratégicos de forma a se adaptarem à nova realidade e ter capacidade para iniciar e dar continuidade à produção própria. Em termos de leis e regulamentos, o apoio do governo também é crucial. É importante ainda saber que a internacionalização pode ocorrer de diversas maneiras, desde o contato da empresa com o mercado externo, passando pela importação de produtos e matérias-primas, até o efetivo estabelecimento do negócio no país estrangeiro. Bom planejamento estratégico, grandes investimentos, liderança e alianças em todas as áreas da empresa são essenciais para o sucesso no processo de internacionalização.

Toda a metodologia precisa ser bem pensado e ter parâmetros para nortear a execução dos projetos, mas em geral as oportunidades de negócios podem garantir um grande diferencial em um mercado cada vez mais competitivo. Algumas das principais vantagens da internacionalização da empresa são:

Ganho de novos mercados: Um dos incentivos para começar a explorar outras regiões geográficas é a oportunidade de ganhar mercados consumidores inexplorados. Esta operação pode incluir a aquisição de consumidores com os mesmos dados pessoais de seu país / região, ou mesmo indústrias verticais que não foram testadas. Outro fator importante relacionado à conquista de novos mercados é a capacidade de ajustar a sazonalidade entre os mercados em que a empresa atua.

Diminuição de custos: Para o exportador, uma grande vantagem é a redução da carga tributária de diversos países de destino das exportações. Na maioria das vezes, de acordo com os diferentes órgãos do governo, o próprio governo brasileiro promove as exportações reduzindo ou mesmo isentando alguns impostos de produção e vendas. Dependendo do enquadramento da empresa e do setor, não podem ser cobrados ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) e COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social).

Acúmulo de experiências de mercado: Começar um negócio em novos mercados em outros países / regiões nem sempre é fácil. Afinal, é provável que sua empresa concentre muita experiência nesse processo, tornando o significado estratégico da organização completamente diferente.

Criação de uma marca global: Para competir no mercado internacional, instituições nos países de origem e destino, bem como clientes em novos mercados, têm apresentado uma série de requisitos. Quando a empresa é internacionalizada, inevitavelmente melhora o nível de qualidade de valor agregado para os clientes. Assim, a empresa tem a oportunidade de criar uma marca de referência mundial com a qualidade de uma “empresa exportadora”. Isso garante mais segurança de compra e, portanto, uma vantagem sobre os principais concorrentes do mercado.

Diluição de riscos: Ao fazer negócios em outros países / regiões, o risco será diluído em comparação ao risco de fazer negócios em apenas um país / região. Os riscos associados ao ambiente local de cada país afetam as operações locais e, se as operações globais forem realizadas de forma correta, a empresa poderá reduzir o impacto na demanda de seus produtos. Obviamente, o prejuízo causado pela dispersão do risco é o preço da complexidade operacional, pois a empresa precisará alocar operações e saber como operar em cada país em termos de cultura, regulamentação e economia.

As empresas também devem manter os mesmos padrões no exterior. Mesmo assim, as empresas que decidem prosseguir com o processo de internacionalização podem ainda encontrar alguns obstáculos, como conflitos culturais, questões jurídicas e administrativas, questões de importação e exportação, tributação e preparação de pessoal.

O primeiro passo para iniciar o processo de internacionalização da empresa é focar em pesquisar os mercados onde se pretende fazer negócios em outros países. Somente após conhecer o mercado é que se executa o próximo passo que é entender a demanda existente para os produtos ou serviços que a empresa irá fornecer, de modo a saber suas capacidades de produção. Essa também é uma etapa muito importante nesse processo, pois a partir daí a empresa mostrará aos seus clientes confiança, segurança e credibilidade, pois terá a oportunidade de se tornar uma empresa que realmente pode vender e entregar os produtos que o cliente necessita. Quanto à atuação das empresas estrangeiras em seu próprio país, cada país possui suas próprias regras, normas, requisitos técnicos e legislações. Nesse sentido, o empreendedor precisa entender todos esses pontos para atingir cada um deles e tornar o seu desempenho de negócio completamente normais. Por exemplo, analisar as regras e requisitos legais do país / região onde as mercadorias sairão e o país / região para onde deseja enviar

produtos ou serviços. Dessa forma, as chances de sucesso para as atividades regulares serão bastante aumentadas.

No início das operações internacionais, é fundamental que a empresa já tenha desenvolvido todos os planos de ação de comercialização para não prejudicar a rentabilidade no mercado. É importante que o plano de internacionalização corresponda ao plano detalhado da estratégia que será utilizada no novo mercado.

As empresas encontram algumas dificuldades no processo de internacionalização, muitas das quais esses problemas ocorrem pelo mal planejamento e ainda por planejar e não cumprir o que foi acordado, então, essas dificuldades devem ser superadas para obter o bom desempenho esperado. Conforme afirma Porter (1986), deve-se aprender criar estratégias e adaptá-las à realidade, requisitos e particularidades que melhor atendam a necessidade da organização. Entretanto Lamb; Liesch (2002) nos dizem que falta uma maior investigação na área, que o assunto tem uma ausência de estudos concentrados nas atividades das empresas, a obtenção de base dificulta para as novas empresas potenciais iniciarem ou continuarem seu trajeto no início. Com essa falta de informação primária ou de exemplos, ocorrem mais dúvidas e incertezas. Para Wiedersheim-Paul, Welch e Olson (1975) a internacionalização torna-se um momento crítico se não tiver um fundamento adequado na fase de pré-internacionalização, assim torna-se imprescindível estar embasado em estratégias previamente traçadas. As empresas brasileiras hoje já possuem um número considerável no mercado internacional, distribuído em todos os continentes, sendo 78% dele na América do Sul.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo tem como objetivo revisar o conceito e a estratégia de internacionalização de empresas brasileiras. Constatou-se que apesar de ser um processo tímido ainda no Brasil, as empresas estão buscando estratégias que façam com que de certa forma acompanhe a globalização mundial. As barreiras são grandes e os desafios também, o processo de internacionalização é complexo e requer planejamento e depois de planejado buscar ser fiel ao plano traçado para o negócio. A internacionalização da empresa vai além da simples comercialização de produtos e serviços que ultrapassam as fronteiras nacionais. Para uma empresa que quer se expandir internacionalmente, o maior desafio é encontrar os recursos, soluções e conhecimentos técnicos necessários à sua atuação internacional. O Globalização trouxe um universo de possibilidades par ao mundo dos negócios, a questão é as empresas se adaptarem a essa novidade não tão nova. Todo processo precisa ser bem refletido e ter parâmetros para guiar a

v. 7 ed. especial (2021): RCMOS - Revista Científica Multidisciplinar O Saber. ISSN: 2675-9128

execução dos projetos, de modo geral as chances de negócios podem garantir um grande sucesso em um mercado cada vez mais competitivo.

REFERÊNCIAS

CORTIÑAS L., J. M. **Comércio exterior competitivo**. São Paulo: Aduaneiras, 2010.

CAVUSGIL, S. Tamer; KNIGHT, G. A; RIESENBERGER, John R. **Negócios internacionais: estratégia, gestão e novas realidades**. São Paulo: Pearson, 2010.

LAMB, P. W., LIESCH, P. W. **The internationalization process of the smaller firm: Reframing the relationships between market commitment, knowledge and involvement**. *Management International Review*, 42 (1), 7–26, 2002.

ROWDEN, Robert W. **Research note: how a small business enters the international market**. *Thunder-bird International Business Review*, v. 43, n. 2, pp. 257-268, Glendale, February, 2001.

WIEDERSHEIM-PAUL, F.; WELCH, L. S.; OLSON, H. C. **Before the first export order: A behavioral model**. Working paper, n. 10, nov., 1975.

Pesquisa AMPEX Brasil, sobre internacionaliza, 2017 [on line]. Disponível em: <http://arq.apexbrasil.com.br/midiasocial/PesquisaApexBrasilsobreInternacionaliza%C3%A7%C3%A3odeEmpresas>. 2017. Acessado em 05 out. 2020.