

REVISTA TÓPICOS

ESTRATÉGIAS PARA INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS E SEUS PRINCIPAIS DESAFIOS

DOI: 10.5281/zenodo.13950267

Renata Nice Cerquinho da Silva¹

RESUMO

No ambiente empresarial contemporâneo, caracterizado pela crescente conexão global, a internacionalização de empresas se destaca como uma estratégia essencial para o desenvolvimento econômico, tanto em âmbito nacional quanto internacional. Este trabalho tem como objetivo explicar sobre as estratégias de internacionalização de empresas e seus principais desafios no cenário global. Logo, o estudo torna-se pertinente para a compreensão desse tema, o que se confirmará pela pesquisa exploratória tendo como principal procedimento de coleta de dados a busca por pesquisas bibliográficas para aprofundar o tema através de literaturas acadêmicas. O sucesso da internacionalização de empresas não se resume apenas à ampliação geográfica, mas também à habilidade de gerenciamento eficazmente dos desafios inerentes a essa trajetória. Esse trabalho aborda sobre os diversos modelos teóricos de internacionalização, quais as principais estratégias a serem seguidas e os desafios encontrados no decorrer dessa jornada. Aspectos como diversidade cultural, complexidade das regulamentações e coordenação das operações globais exigem uma

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

abordagem estratégica e integrada das organizações. Conclui-se que os obstáculos como a instabilidade política, a burocracia excessiva e a infraestrutura precária dificultam o investimento estrangeiro em mercados emergentes. Para superá-los, é necessário ajustar as estratégias às realidades locais e estabelecer parcerias estratégicas.

Palavras-chave: Internacionalização de Empresas. Estratégias de Internacionalização. Mercado Global

ABSTRACT

In the contemporary business environment, characterized by increasing global connection, the internationalization of companies stands out as an essential strategy for economic development, both nationally and internationally. This paper aims to explain about the strategies of internationalization of companies and their main challenges in the global scenario. Therefore, the study becomes relevant to the understanding of this topic, which will be confirmed by the exploratory research having as main data collection procedure the search for bibliographical researches to deepen the subject through academic literature. The success of internationalization of companies is not only due to geographical expansion, but also to the ability to effectively manage the challenges inherent in this trajectory. This paper discusses the various theoretical models of internationalization, which are the main strategies to be followed and the challenges encountered during this journey. Aspects such as cultural diversity, complexity of regulations and coordination of global operations require a strategic and integrated approach from organizations. It concludes that obstacles such as political instability, excessive

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

bureaucracy and poor infrastructure hinder foreign investment in emerging markets. To overcome them, it is necessary to adjust strategies to local realities and establish strategic partnerships.

Keywords: Internationalization of Companies. Strategies for Internationalization. Global Market

1 Introdução

No ambiente empresarial contemporâneo, caracterizado pela crescente conexão global, a internacionalização de empresas se destaca como uma estratégia essencial para o desenvolvimento econômico, tanto em âmbito nacional quanto internacional. Nesse sentido, é crucial entender as principais abordagens adotadas pelas organizações para expandir suas atividades além das fronteiras nacionais, assim como os desafios gerenciais envolvidos nesse processo. A internacionalização de negócios exerce um papel importante para o crescimento econômico global.

Assim, a internacionalização de uma empresa proporciona grandes oportunidades, porém também apresenta desafios complexos que exigem um planejamento estratégico meticuloso, uma liderança firme e uma abordagem adaptável ao novo cenário econômico mundial.

Partindo desse novo cenário, este trabalho tem como objetivo explicar sobre as estratégias de internacionalização de empresas e seus principais desafios no cenário global. Logo, o estudo torna-se pertinente para a compreensão desse tema, o que se confirmará pela pesquisa exploratória tendo como principal procedimento de coleta de dados a busca por

REVISTA TÓPICOS

pesquisas bibliográficas para aprofundar o tema através de literaturas acadêmicas.

2 Internacionalização de Empresas

Uma organização que adota o processo de internacionalização busca expandir suas operações para o mercado externo, ou seja, atuar em outro país. Esse processo pode ocorrer de diversas maneiras, desde a exportação de produtos até a produção em grande escala em outro território. Investir na internacionalização de uma empresa é uma estratégia voltada para ampliar sua presença geográfica, contribuição para o crescimento financeiro e explorar novos modelos e oportunidades de negócios (da Silva et al, 2024).

O sucesso da internacionalização de empresas não se resume apenas à ampliação geográfica, mas também à habilidade de gerenciamento eficazmente dos desafios inerentes a essa trajetória. Aspectos como diversidade cultural, complexidade das regulamentações e coordenação das operações globais exigem uma abordagem estratégica e integrada das organizações. Desta forma, a gestão e a implementação de estratégias eficientes tornam-se essenciais para garantir que as operações internacionais sejam realizadas de maneira sustentável e eficiente, otimizando os benefícios econômicos tanto para a empresa quanto para os países envolvidos (Vieira, 2024).

2. 1 Teorias para Internacionalização de Empresas

REVISTA TÓPICOS

No campo das teorias de internacionalização, o estudo do processo de expansão de empresas para mercados externos é dividido em dois grupos teóricos principais. O primeiro grupo abrange as teorias econômicas de internacionalização, que incluem abordagens como a Teoria do Poder de Mercado, a Teoria da Internalização e o Paradigma Eclético. O segundo grupo engloba as teorias comportamentais de internacionalização, que incluem o Modelo de Uppsala, o Empreendedorismo Internacional e a Perspectiva de Redes. As abordagens econômicas buscam compreender a internacionalização a partir de conceitos como eficiência, desempenho, recursos e imperfeições de mercado, enquanto as abordagens comportamentais destacam as ações das empresas durante o processo de internacionalização, indo além dos aspectos puramente econômicos e incorporando fatores comportamentais (Sacramento, 2023).

Dependendo do modelo estratégico escolhido para a expansão internacional, as empresas ainda podem adotar uma abordagem etnocêntrica, policêntrica ou geocêntrica. Sob outra perspectiva, quanto aos modos de entrada no mercado internacional, as empresas podem selecionar entre diferentes opções: entrada por exportação, exportação direta, exportação indireta, cooperativa, entrada contratual (como licenciamento), franquia, contrato de produção, ou por meio de produção de investimentos como aquisição, greenfield ou joint venture (Cordeiro et al, 2024).

2.2 Estratégias para Internacionalização de Empresas

De modo geral, as estratégias incluem um conjunto de ações planejadas que orientam o uso dos recursos de uma organização para que ela se diferencie

REVISTA TÓPICOS

de maneira eficiente frente aos concorrentes e atinja objetivos claros e tangíveis. Os gestores desenvolvem estratégias após analisar as forças e fraquezas da empresa em relação à concorrência, além de identificarem as oportunidades existentes. Eles decidem quais consumidores serão o foco, quais produtos serão oferecidos e quais empresas serão seus concorrentes (Vieira, 2024).

No trabalho de Cordeiro et al (2024) podemos observar que a internacionalização reflete nos aspectos econômicos, sociais e culturais do bem-estar das pessoas, uma vez que é regida pelo direito público internacional. Isso vincula a empresa aos direitos e deveres socioambientais que impactam a qualidade de vida das populações estrangeiras envolvidas. Portanto, é essencial desenvolver um modelo de negócio que seja adequado às realidades além das fronteiras da empresa, ajustando suas estratégias de entrada e operação de acordo com as leis e regulamentações dos países de destino, respeitando a cultura e os valores do consumo.

Com o avanço da globalização, o mercado se torna cada vez mais competitivo e imprevisível. No entanto, as empresas podem encontrar vantagens não apenas ao inovar e transformar os seus negócios por meio de tecnologias e meios digitais, mas também por meio da internacionalização. A estratégia corporativa para expansão internacional é complexa, exigindo uma avaliação cuidadosa dos riscos e desafios específicos para identificar oportunidades no mercado desejado, contando com o apoio das partes interessadas locais. Além disso, é fundamental considerar as nuances

REVISTA TÓPICOS

políticas, econômicas, sociais e culturais, adaptando as estratégias e criando uma cultura organizacional que valorize a diversidade e a flexibilidade em diferentes contextos (Cordeiro et al, 2024).

2.3 Desafios

No trabalho de Vieira (2024) observamos que a internacionalização de empresas apresenta uma série de desafios de gestão que devem ser superados para garantir o sucesso das operações no âmbito global. Entre esses obstáculos, destacam-se a diversidade cultural e social, a complexidade das regulamentações e leis, o gerenciamento da cadeia de suprimentos internacional, além da necessidade de uma comunicação e coordenação eficiente

Um dos principais desafios enfrentados pelas empresas ao expandir suas operações internacionalmente é a adaptação à diversidade cultural e social dos mercados estrangeiros em que atuam. Essa diversidade envolve diferenças culturais, sociais, políticas, econômicas e até mesmo linguísticas, o que acrescenta um nível extra de complexidade à gestão em um contexto global (Vieira, 2024).

No trabalho de Silva et al (2024), o autor expõe as dificuldades mais comuns: problemas cambiais, onde a dívida externa elevada e a instabilidade política e financeira de um país acabam desvalorizando sua moeda; exigências e burocracia governamental, que complicam a entrada de empresas estrangeiras no mercado; tarifas e barreiras comerciais, já que muitos governos impõem tarifas elevadas para proteger suas indústrias

REVISTA TÓPICOS

locais; e o alto custo dos produtos e a necessidade de adaptar a comunicação. Uma empresa que deseja entrar em um mercado externo precisa analisar cada mercado com atenção, compreendendo a economia, legislação, política e cultura do país, além de ajustar seus produtos e estratégias de comunicação às preferências locais. Esses fatores muitas vezes dificultam a decisão de internacionalização e a escolha dos mercados a serem explorados.

No trabalho de Cavusgil (2010, citado em da Silva Jorge et al, 2021) os gestores também devem considerar outros indicadores amplos que demonstrem o potencial do mercado, como: o tamanho do mercado, a taxa de crescimento, a intensidade e capacidade de consumo, a infraestrutura comercial, a liberdade econômica, a receptividade do mercado e o risco-país. O Índice de Potencial de Mercado Emergente (Empi) tem a função de avaliar esses indicadores, oferecendo uma análise mais abrangente. Vejamos Abaixo:

- **Instabilidade Política:** a instabilidade política está ligada à corrupção e aos sistemas jurídicos frágeis, que desencorajam o investimento doméstico e o crescimento de um ambiente de negócios seguro. Isso eleva os custos operacionais, aumenta os riscos e diminui a capacidade gerencial de antecipar previsões do empreendimento;
- **Frágil proteção à propriedade intelectual:** as legislações de proteção à propriedade intelectual podem não serem executadas corretamente ou o processo jurídico pode ser demorado, dependendo do país em

REVISTA TÓPICOS

questão. Isso favorece a ocorrência de falsificações e pirataria, desencorajando o investimento de capital estrangeiro;

- Burocracia e falta de transparência: regulamentos administrativos excessivos, juntamente com uma grande quantidade de critérios para obtenção de licenças, aprovações e documentações, atrasam as operações comerciais. O excesso de burocracia costuma estar relacionado à falta de transparência, porém pode dizer que os sistemas judiciais e políticos não são seguros e confiáveis para a população;
- Disponibilidade e qualificação de parceiros: as empresas estrangeiras devem formar parcerias com empresas locais em países onde as estruturas legais e políticas são deficientes, a fim de obter acesso ao conhecimento local, criar redes de fornecimento e distribuição, e estabelecer contratos governamentais relevantes;
- Domínio de conglomerados de contrato familiar: os conglomerados dominam a maior parte das atividades econômicas e dos empregos em mercados emergentes, podendo ter uma maior fatia de mercado em diversos setores econômicos em seus países de origem.

Ainda no trabalho dos autores da Silva Jorge et al (2021) sobre economias emergentes, eles destacam que os governos de países emergentes e em desenvolvimento elaboram frequentemente planos econômicos e programas anuais para a construção e reforma de infraestrutura. Os principais desafios enfrentados pelas empresas estrangeiras são: infraestrutura deficiente, procedimentos de compras complexos, necessidade de financiamento,

REVISTA TÓPICOS

criação de empregos locais (pode não ter mão de obra qualificada) e concorrência intensa. Esses desafios podem impactar a capacidade de crescimento e desenvolvimento econômico nos países emergentes.

3 Considerações Finais

A internacionalização de empresas é uma estratégia crucial para o desenvolvimento econômico global, principalmente em países emergentes e em desenvolvimento. As empresas que expandem suas operações para o exterior enfrentam oportunidades de crescimento e diversificação de mercados. Porém, precisam lidar com desafios complexos, como a adaptação às regulamentações locais, a diversidade cultural e a cooperação das operações globais. Modelos teóricos, como o Paradigma Eclético e o Modelo de Uppsala, ajudam a entender o processo de expansão internacional, destacando a importância de uma gestão eficiente e incorporando fatores comportamentais.

Por outro lado, as empresas que se internacionalizam enfrentam vários desafios operacionais. A instabilidade política, a frágil proteção à propriedade intelectual e a burocracia excessiva em muitos mercados emergentes desestimulam o investimento estrangeiro. Além disso, é necessário encontrar parceiros específicos e lidar com a forte presença de conglomerados que dominam setores econômicos e são obstáculos adicionais. Outro fator importante é a infraestrutura precária em muitos desses países, o que pode dificultar o crescimento sustentável. Para superar essas dificuldades, é necessário desenvolver estratégias que envolvam a

REVISTA TÓPICOS

adaptação aos contextos locais, como conhecer muito bem o país, sua legislação, cultura e política econômica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cordeiro, V. F., de Queiroz Saif, M. D. A., & de Araujo Lira, K. (2024). Principais Estratégias, Oportunidades e Desafios Para Internacionalização de Empresas no Mundo Globalizado e Interconectado. *BIUS-Boletim Informativo Unimotrisaúde em Sociogerontologia*, 43(37), 1-9.

da Silva, C. G. L., Martins, G., & Ribas, E. C. O. (2024). Estratégias para Internacionalização de Empresas. *Revista Tópicos*, 2(6), 1-12.

da Silva Jorge, A. L., Troian, M. H. M., & de Carvalho, Í. B. (2021). A Internacionalização de Empresas Brasileiras: Uma reflexão crítica dos Riscos Interculturais a Transferência de Conhecimento. *Revista de Casos e Consultoria*, 12(1), e25711-e25711.

Vieira, L. D. F. T. (2024). Conectando Culturas, Expandindo Negócios: Estratégias de Internacionalização e Desafios Gerenciais na Era Globalizada. *Revista Tópicos*, 2(7), 1-12.

Sacramento, I. C. D. S. (2023). Estratégias de internacionalização da Natura: a expansão para os mercados da Austrália e Malásia.

¹ Graduação em Odontologia. Especialização em Administração Pública. Mestranda em Administração pela Must University. E-mail: renatasilva13243@student.mustedu.com.

REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672