

REVISTA TÓPICOS

A INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS NA ERA DA GLOBALIZAÇÃO

DOI: 10.5281/zenodo.14580245

Sandra Luiza de Oliveira Lima¹

RESUMO

Este estudo aborda como as empresas se expandem para mercados internacionais no cenário de uma economia global cada vez mais conectada, destacando as oportunidades e os desafios dessa jornada. A justificativa para o estudo vem das mudanças impulsionadas pela globalização e pela transformação digital, que estão remodelando a forma como as organizações operam e competem globalmente. O objetivo é entender as principais estratégias adotadas por empresas que buscam crescer além de suas fronteiras, levando em consideração aspectos econômicos, culturais e tecnológicos. A pesquisa foi conduzida por meio de uma revisão bibliográfica, com fontes extraídas do Google Acadêmico e da SciELO. Termos como "internacionalização", "globalização", "estratégia" e "desafios" guiaram a busca por referências relevantes. Esse levantamento permitiu a análise de diferentes abordagens estratégicas e destacou a importância de um planejamento cuidadoso, adaptado às particularidades de cada mercado. Além disso, foi identificado que, muitas vezes, o sucesso da internacionalização depende não só da estratégia, mas da capacidade de

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

executá-la de forma eficaz. O estudo está dividido em quatro partes. Ele começa abordando como a globalização tem criado oportunidades para empresas de todos os tamanhos. Em seguida, são discutidas as principais estratégias para internacionalização, que vão desde a exportação até investimentos mais complexos. Por fim, a conclusão aponta que o processo de internacionalização não se resume ao crescimento econômico, mas também à construção de relações mais profundas com culturas e mercados diversos, promovendo aprendizado e evolução para as empresas.

Palavras-chave: Internacionalização. Globalização. Estratégia. Desafios.

ABSTRACT

This study addresses how companies expand into international markets within the context of an increasingly connected global economy, highlighting the opportunities and challenges of this journey. The justification for the study stems from the changes driven by globalization and digital transformation, which are reshaping the way organizations operate and compete globally. The goal is to understand the main strategies adopted by companies seeking to grow beyond their borders, considering economic, cultural, and technological aspects. The research was conducted through a bibliographic review, with sources gathered from Google Scholar and SciELO. Terms such as "internationalization," "globalization," "strategy," and "challenges" guided the search for relevant references. This review enabled the analysis of different strategic approaches and emphasized the importance of careful planning, tailored to the particularities of each market. Additionally, it was identified that the success of internationalization often depends not only on the strategy itself

REVISTA TÓPICOS

but also on the ability to execute it effectively. The article is divided into four sections. It begins by addressing how globalization has created opportunities for companies of all sizes. Next, the main strategies for internationalization are discussed, ranging from exportation to more complex investments. Finally, the conclusion points out that the process of internationalization is not limited to economic growth but also involves building deeper relationships with diverse cultures and markets, fostering learning and evolution for companies.

Keywords: Internationalization. Globalization. Strategy. Challenges.

1 INTRODUÇÃO

A internacionalização de empresas é uma prática que remonta há séculos, profundamente conectada à natureza exploratória e inovadora do ser humano. Desde as grandes navegações até a era digital em que vivemos, a busca por novos mercados e oportunidades sempre esteve no centro das atividades econômicas. Com o avanço da globalização, esse movimento ganhou ainda mais força, permitindo que empresas de diferentes partes do mundo contribuam para o crescimento econômico e social em escala global.

Após a Segunda Guerra Mundial, a economia global passou por transformações profundas, com destaque para o surgimento dos mercados globais. Esses mercados emergiram como uma das mudanças mais significativas para os negócios, conforme apontado por Gaspar (2015). O desenvolvimento dos sistemas de comunicação desempenhou um papel fundamental nesse processo, criando um ambiente de competição global

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

que molda o cenário corporativo até hoje (ZANINELLI, 2013). A competição global tornou-se uma das forças mais poderosas a impactar as empresas, substituindo a atuação dos concorrentes locais por corporações globais.

A abertura de mercados, o crescente número de países adotando economias de livre mercado e a transferência de protagonismo econômico para os países em desenvolvimento são alguns dos fatores que impulsionam a internacionalização das empresas. Esses elementos, aliados aos avanços tecnológicos e à abertura de fronteiras para o comércio, investimentos e transferência de conhecimento, transformam a globalização em um motor da expansão internacional (GASPAR, 2015).

Outro ponto importante é a crescente interconexão cultural gerada pela globalização. A interação entre culturas promove uma troca constante de valores, ideias e práticas, o que, por sua vez, influencia diretamente as estratégias adotadas pelas empresas em mercados internacionais. Segundo Pinto e Gonçalves (2015), compreender essas interações culturais pode ser a chave para estabelecer uma base sólida de confiança e aceitação em novos mercados, minimizando riscos e fortalecendo laços comerciais.

No cenário atual, vivenciamos uma transformação digital que altera rapidamente as dinâmicas organizacionais e a globalização dos mercados. Tecnologias como IoT (Internet das Coisas), Big Data, Blockchain, robotização e Inteligência Artificial estão reformulando a maneira como informações são processadas, tornando os processos produtivos mais ágeis, independentes e econômicos. Zaninelli (2013) ressalta que as empresas

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

enfrentam um mundo de transformações abruptas e contínuas, o que exige ajustes em suas abordagens de negócio. Nesse ambiente competitivo e globalizado, as organizações precisam explorar as oportunidades do comércio internacional, expandindo seus produtos, serviços e investimentos para além de suas fronteiras.

Outro aspecto relevante é o impacto ambiental associado ao crescimento das atividades globais. A busca por mercados internacionais não pode ser dissociada da responsabilidade ambiental, sendo essencial que as empresas alinhem suas práticas de expansão aos princípios de sustentabilidade. Essa postura não apenas atende às exigências legais e sociais, mas também contribui para a construção de uma imagem corporativa positiva e para o fortalecimento de parcerias estratégicas, conforme observado por Zen (2021).

Neste trabalho, adotou-se a metodologia de pesquisa bibliográfica, coletando e analisando as informações relevantes disponíveis nas pesquisas. Segundo Gil (2022), a pesquisa bibliográfica é uma etapa fundamental que oferece uma visão aprofundada do que já foi pesquisado sobre o assunto proposto, permitindo uma visão mais abrangente sobre o tema escolhido.

Esta pesquisa bibliográfica envolveu a busca de referências no Google Acadêmico e na SciELO, duas plataformas reconhecidas por sua relevância acadêmica. A pesquisa foi centrada em três palavras-chave principais: "internacionalização", "globalização", "estratégia" e "desafios". Inicialmente, foram realizadas buscas amplas utilizando essas palavras-

REVISTA TÓPICOS

chave, com o intuito de identificar um panorama abrangente das obras disponíveis nessas áreas. Em seguida, foram aplicados filtros para refinar os resultados, priorizando estudos e artigos científicos que apresentassem uma abordagem teórica consistente.

Por fim, é indispensável destacar o papel das redes de colaboração internacional. A formação de parcerias com outras empresas, instituições acadêmicas e governos tem se mostrado uma estratégia eficaz para superar barreiras logísticas e culturais, além de incentivar inovações conjuntas. Essa colaboração não apenas facilita a entrada em mercados externos, mas também fortalece a competitividade global da organização, como sugere Kich e Pereira (2011).

O objetivo desta pesquisa é explorar as estratégias, oportunidades e desafios da internacionalização de empresas no contexto globalizado e interconectado. A intenção é proporcionar uma reflexão sobre as principais estratégias adotadas por empresas em seu processo de internacionalização e os desafios gerenciais associados, levando em consideração aspectos econômicos, culturais e tecnológicos.

Para atingir o objetivo principal, este trabalho está estruturado em quatro seções. Na primeira, será apresentada uma introdução, orientando o leitor sobre a composição do trabalho e sua relevância. A segunda seção destaca como a globalização transformou o comércio mundial, criando oportunidades para empresas de diferentes tamanhos expandirem suas operações por meio da internacionalização, destacando a importância de

REVISTA TÓPICOS

uma compreensão das dinâmicas locais e a execução eficaz das estratégias para garantir o sucesso dessas iniciativas.

A terceira seção explorará as principais estratégias para a internacionalização, destacando a importância de uma estratégia empresarial bem fundamentada e adaptável, enfatizando a necessidade de considerar fatores políticos, sociais, culturais e econômicos, a fim de garantir uma expansão global bem-sucedida e sustentável, ao mesmo tempo em que reflete a identidade e os valores da organização.

Por fim, na quarta e última seção, serão apresentadas as conclusões do estudo, destacando que a internacionalização de empresas vai além do crescimento econômico, buscando fortalecer laços com diversas culturas e mercados. E que embora enfrente desafios, essa jornada oferece oportunidades para aprendizado e adaptação.

2 A GLOBALIZAÇÃO E A INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

A globalização transformou profundamente o comércio mundial, criando oportunidades para empresas de todos os tamanhos expandirem suas operações. Com a redução das barreiras comerciais e a maior integração dos mercados, muitas organizações buscam explorar essas possibilidades, mas essa expansão exige uma compreensão detalhada das dinâmicas econômicas, políticas e sociais dos países de destino.

Embora a globalização não seja um fenômeno recente, ela continua a impactar de maneira ampla diversos setores, impulsionada pela

REVISTA TÓPICOS

intensificação da competição entre empresas e pela livre movimentação de capital e outros fatores produtivos. Pinto e Gonçalves (2015) ressaltam que a globalização atua como um agente de transformação em diversos aspectos da vida cotidiana, devendo ser entendida a partir de múltiplas perspectivas, incluindo as dimensões financeira, comercial, cultural e de comunicação.

Já a internacionalização é o processo pelo qual as empresas passam a atuar fora de seus mercados de origem, seja por meio de atividades comerciais ou investimentos que visam atender novos consumidores em mercados estrangeiros. No entanto, como Caldeira e Kallás (2016) afirmam, o desenvolvimento de boas estratégias por si só não garante o sucesso das operações. A execução eficaz é um fator crucial, e muitas iniciativas falham em atingir seu pleno potencial, apesar do investimento significativo em pesquisas de mercado e planejamento estratégico (KICH & PEREIRA, 2011).

Em linhas gerais, as empresas se internacionalizam em busca de crescimento e expansão. Os benefícios incluem a geração de mais receitas, a diversificação de riscos, o acesso a novos mercados e oportunidades de investimento, além da possibilidade de recrutar talentos globais. Como destaca Zen (2021), a globalização e a internacionalização são processos modernos que resultam dos avanços em tecnologia, sistemas de informação e logística, os quais tornam es. Todavia, o processo de internacionalização também expõe desafios que podem comprometer os resultados previstos.

REVISTA TÓPICOS

A adequação aos aspectos culturais, legais e regulatórios dos países de destino é primordial para evitar conflitos e assegurar a aceitação local. Ademais, a obscuridade dos mercados internacionais exige das empresas maior flexibilidade estratégica e capacidade de se adaptar rapidamente às transformações. Essas exigências reforçam a importância de uma gestão competente, que seja capaz de conciliar os interesses globais com as particularidades das regiões.

Outro aspecto categórico é o impacto da globalização e da internacionalização sobre as cadeias de valor. Ao introduzir operações em diferentes localidades, as empresas frequentemente reconfiguram seus modelos de produção e distribuição, buscando obter maior eficiência e redução de custos. Contudo, essa reestruturação pode gerar implicações sociais e ambientais, como aumento da desigualdade ou exploração de recursos naturais. Assim, é essencial que as empresas adotem práticas sustentáveis e éticas em suas estratégias globais, colaborando para um equilíbrio entre crescimento econômico, responsabilidade corporativa e desenvolvimento local.

3 PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS PARA INTERNACIONALIZAÇÃO

A estratégia empresarial pode ser vista como a trilha que uma organização escolhe para traçar seu futuro, planejando suas ações para o médio e longo prazo, e estabelecendo como se dará sua expansão comercial e o acesso a novos mercados. Segundo Gaspar (2015), a forma como uma empresa entra no mercado internacional representa um arranjo institucional que

REVISTA TÓPICOS

transforma o fluxo de informações, recursos, conhecimentos e práticas de gestão.

Dependendo do modelo estratégico adotado para a internacionalização, as empresas podem seguir diferentes abordagens, como etnocêntricas, policêntricas ou geocêntricas. No que diz respeito às opções de entrada no mercado externo, as alternativas incluem exportação (direta, indireta ou cooperativa), licenciamento, franquias, contratos de produção e formas de investimento, como aquisições, projetos greenfield e joint ventures.

Além disso, a escolha da estratégia de internacionalização precisa ser acompanhada por uma análise cuidadosa do ambiente competitivo e das particularidades culturais de cada mercado. Cada região traz consigo características únicas que influenciam a aceitação de produtos e serviços, além das práticas de negócios e das expectativas dos consumidores. Como destaca Gaspar (2015), compreender essas nuances é essencial para evitar erros que podem prejudicar a reputação da empresa e sua atuação em novos mercados. Por isso, é fundamental que o planejamento estratégico considere essas variáveis, garantindo que a entrada em mercados internacionais seja não apenas bem-sucedida, mas também sustentável ao longo do tempo.

Caldeira e Kallás (2016) ressaltam que a internacionalização é uma decisão estratégica fundamentada em teorias que avaliam fatores políticos, sociais, culturais e econômicos. O principal objetivo desse processo é descobrir novas oportunidades, reduzir custos, otimizar rotas de transporte e promover o comércio e a comunicação entre países.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

Para que uma empresa atue internacionalmente de maneira eficaz, é essencial que ela defina sua estratégia com base em uma análise cuidadosa dos riscos e retornos, além de uma avaliação minuciosa dos ambientes internos e externos. Esse cuidado permitirá a determinação do modelo organizacional mais apropriado para atingir os resultados almejados.

Assim, ao adotar uma abordagem estratégica bem fundamentada e adaptável, as empresas podem não apenas expandir suas operações globalmente, mas também fortalecer sua posição competitiva no mercado internacional.

A estratégia empresarial não é apenas uma ferramenta para o crescimento, mas sim um reflexo da identidade e dos valores da organização. Ao escolher seu caminho no mercado internacional, cada empresa não apenas busca expandir seus horizontes, mas também se compromete a estabelecer conexões significativas e a construir relacionamentos sustentáveis com os diversos stakeholders. Essa jornada, repleta de desafios e oportunidades, é uma verdadeira reflexão do compromisso da empresa em se adaptar e evoluir em um mundo em constante mudança, reafirmando que, no cerne de qualquer estratégia, está o ser humano, com suas aspirações e necessidades.

Em síntese, a internacionalização é mais do que uma expansão territorial; trata-se de um processo que engloba visão estratégica, inovação e sensibilidade cultural. As empresas que se destacam nesse cenário são aquelas que compreendem a importância de equilibrar objetivos econômicos com a construção de parcerias duradouras e práticas éticas. Ao adotar estratégias fundamentadas em análise, adaptação e

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

comprometimento, elas não apenas garantem sua competitividade em mercados globais, mas também reforçam sua contribuição para um ambiente empresarial mais colaborativo, inclusivo e sustentável. Essa trajetória, portanto, consolida a internacionalização como um instrumento poderoso para transformar desafios em oportunidades e criar valor em escala global.

4 A IMPORTÂNCIA DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

A inovação tecnológica desempenha um papel primordial na internacionalização de empresas, transformando barreiras antes vistas como intransponíveis em oportunidades de cunho estratégico. No contexto atual, a incorporação de tecnologias emergentes como Inteligência Artificial, IoT e análise de Big Data possibilita não apenas uma maior eficiência operacional, mas também a personalização e adaptação de produtos e serviços às características dos mercados locais (ZANINELLI, 2013).

Um exemplo prático é a utilização de plataformas digitais para análise de mercado. Estas tecnologias permitem às empresas acessar dados relevantes sobre comportamento do consumidor, tendências de mercado e padrões culturais específicos. Como observado por Caldeira e Kallás (2016), esse nível de detalhamento não só facilita o desenvolvimento de estratégias mais eficazes, mas também reduz os riscos associados à entrada em mercados desconhecidos.

REVISTA TÓPICOS

Além disso, a transformação digital reformula as cadeias de suprimentos globais, possibilitando a criação de redes integradas e transparentes. Isso oportuniza uma comunicação mais ágil entre as mais diferentes partes interessadas, desde fornecedores até clientes finais, garantindo maior adaptabilidade às flutuações do mercado (GASPAR, 2015). Por meio de soluções como Blockchain, é possível assegurar maior confiabilidade e segurança nas transações, fatores cruciais para o sucesso em um ambiente global competitivo.

Outro ponto relevante é como a inovação tecnológica promove a inclusão e acessibilidade de pequenos e médios negócios no mercado internacional. Plataformas de e-commerce, por exemplo, eliminam a necessidade de intermediários tradicionais, permitindo que empresas de menor porte alcancem consumidores de diferentes partes do mundo. Segundo Pinto e Gonçalves (2015), essa democratização do comércio global impulsiona a competitividade, ao mesmo tempo que amplia as oportunidades de colaboração e aprendizado.

Todavia, é importante que as empresas equilibrem a adoção tecnológica com as demandas culturais e sociais dos mercados-alvo. A tecnologia deve ser vista como uma ferramenta para facilitar a compreensão e interação com o ambiente local, e não como um substituto para o relacionamento humano. Nesse sentido, a inovação precisa ser acompanhada de uma abordagem que valorize a conexão interpessoal, conforme sugerem Kich e Pereira (2011).

REVISTA TÓPICOS

Além de transformar a forma como as empresas interagem com mercados internacionais, a inovação tecnológica também incentiva a criação de novos modelos de negócio. Startups globais e empresas consolidadas têm aproveitado tecnologias como realidade aumentada e virtual para oferecer experiências imersivas que transcendem barreiras físicas e culturais. Tais ferramentas se mostram especialmente eficazes na promoção de produtos e serviços, proporcionando aos consumidores uma visão mais próxima e realista do valor entregue pelas marcas.

Por outro lado, o uso de tecnologia também exige um olhar atento à gestão ética e sustentável. A rápida adoção de sistemas inovadores deve vir acompanhada de práticas responsáveis que assegurem a proteção de dados e o respeito à privacidade dos consumidores. Essa apreensão reflete uma tendência crescente entre os mercados globais, onde questões éticas estão diretamente ligadas à imagem e à reputação corporativa. Empresas que priorizam a ética no uso de tecnologia não apenas conquistam vantagem competitiva, mas também estabelecem um vínculo de confiança duradouro com seus públicos, o que atualmente é um enorme diferencial.

Por fim, a integração de inovações tecnológicas à estratégia de internacionalização pode ser vista como um estímulo para a resiliência empresarial. Em um ambiente marcado por incertezas, a capacidade de utilizar tecnologias emergentes para antecipar mudanças e adaptar-se rapidamente torna-se um diferencial indispensável. Assim, a combinação de visão estratégica e investimento tecnológico posiciona as empresas de

REVISTA TÓPICOS

maneira favorável para liderar a transformação global, enquanto promovem impactos positivos no ambiente econômico e social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A internacionalização de empresas se configura como uma jornada intrinsecamente ligada ao espírito humano de exploração e inovação. As organizações que buscam expandir suas operações para além das fronteiras nacionais não apenas visam o crescimento econômico, mas também o fortalecimento de laços com culturas e mercados diversos. Esse processo, embora repleto de desafios, oferece oportunidades inestimáveis para aprender, adaptar-se e evoluir. Como discutido ao longo do estudo a escolha de estratégias eficazes deve ser acompanhada de uma compreensão profunda das dinâmicas locais e globais, o que, por sua vez, garante que as empresas não apenas sobrevivam, mas prosperem em um mundo interconectado.

Além disso, a adoção de uma abordagem humanizada e centrada nas pessoas é fundamental para o sucesso dessa internacionalização. Ao priorizar as aspirações e necessidades tanto de seus colaboradores quanto dos clientes nos novos mercados, as empresas podem cultivar relacionamentos mais significativos e sustentáveis. A essência de qualquer estratégia empresarial reside, portanto, na capacidade de se adaptar e responder aos desafios do ambiente global, reafirmando que, ao final, a verdadeira conquista não está apenas na expansão geográfica, mas na construção de um futuro em que as organizações se tornam agentes de transformação e impacto positivo em suas comunidades e no mundo.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

Dessa forma, o presente estudo respondeu aos objetivos propostos ao demonstrar como estratégias empresariais bem fundamentadas podem potencializar o sucesso na internacionalização. A análise evidenciou que a adaptação cultural, a flexibilidade estratégica e o compromisso com a sustentabilidade são pilares indispensáveis para enfrentar os desafios de mercados globais. Em um cenário cada vez mais interdependente, as empresas que internalizam esses valores e práticas estarão mais preparadas para prosperar e liderar, consolidando-se como modelos de inovação e integração global.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CALDEIRA, C. A.; KALLÁS, D. Definindo as qualidades de uma boa estratégia: Lições do estrategista. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 56, n. 2, p. 252–253, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-759020160210>. Acesso em: 15 out. 2024.

GASPAR, R. C. A trajetória da economia mundial: da recuperação do pós-guerra aos desafios contemporâneos. *Cadernos Metrópole*, São Paulo, v. 17, n. 33, p. 265–296, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2015-3312>. Acesso em: 17 out. 2024.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2022.

KICH, J. I. D. F.; PEREIRA, M. F. A influência da liderança, cultura, estrutura e comunicação organizacional no processo de implantação do planejamento estratégico. *Cadernos EBAPE.BR*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 4,

REVISTA TÓPICOS

p. 1045–1065, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1679-39512011000400007>. Acesso em: 17 out. 2024.

PINTO, E. C.; GONÇALVES, R. Globalização e poder efetivo: transformações globais sob efeito da ascensão chinesa. *Economia e Sociedade*, Campinas, v. 24, n. 2, p. 449–479, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-3533.2015v24n2art8>. Acesso em: 18 out. 2024.

ZANINELLI, T. A gestão da informação e da comunicação como fatores que influenciam o processo de inovação no contexto colaborativo. *Perspectivas em Ciência da Informação*, Belo Horizonte, v. 18, n. 2, p. 39–59, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-99362013000200004>. Acesso em: 17 out. 2024.

ZEN, A. Internacionalização de empresas brasileiras de serviços: Um estudo de múltiplos casos. *Meritum - Revista de Direito da Universidade FUMEC*. Disponível em: <https://www.academia.edu/84147267/INTERNACIONALIZA%C3%87%C3> Acesso em: 15 out. 2024.

¹ Graduada em Engenharia de Produção. Especialista em Qualidade e Melhoria Contínua. Mestranda em Administração pela Must University. sandralima12605@student.mustedu.com.