

EDITORA MANUAL
LIVRO: ADMINISTRAÇÃO EM FOCO – VOLUME 4
ISBN: 978-65-981790-5-2 DOI: 10.29327/5343351
ORGANIZADORES: Me. Afonso Henrique Souza de
Assis e Me. Mirabel Silva dos Santos

CAPÍTULO 11

A INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS NO CENÁRIO ATUAL

Priscila Braz Leite Parreiras Araujo

RESUMO

O presente trabalho teve como metodologia a revisão bibliográfica com uma abordagem qualitativa para responder questões sobre a globalização, a internacionalização das empresas e seus impactos na economia contemporânea. A globalização refere-se à integração das diferentes economias numa só economia global, principalmente pela livre circulação de bens, capitais e pessoas. Já a internacionalização refere-se à crescente importância do comércio internacional, relações internacionais, tratados, alianças entre nações, entre

outros. A globalização é uma realidade incontornável, em que inúmeras empresas, países e outros agentes econômicos participam de uma economia cada vez mais global e afetam os fluxos de mercadorias, capital, serviços e pessoas, criando novas oportunidades, mas também desafios levando ao fenômeno da internacionalização como forma de sobrevivência. As empresas entram no mercado internacional por razões diferenciadas e em busca de benefícios e competitividade, mas também deparam-se com grandes desafios. Para obter sucesso na internacionalização de seus negócios, as empresas devem aprender como os clientes, concorrentes e autoridades públicas agem e reagem em diferentes situações e, para isso, é importante não só o conhecimento, mas também a obtenção de experiência e estratégias diferenciadas para se manterem competitivas.

Palavras-chave: Globalização. Internacionalização. Oportunidades. Desafios. Estratégias. Competitiva.

ABSTRACT

The methodology used in this work was a bibliographical review with a qualitative approach to answer questions about globalization, the internationalization of companies and their impacts to the contemporary economy. Globalization refers to integrations of different economies into a single global economy, mainly through the free movement of goods, capital and people. Internationalizations refers to the growing importance of international trade, international relations, treaties, alliance between nations, among others points. Globalizations is an unavoidable

reality, in which countless companies, countries and other economic agents participate in a increasingly global economy and affect the flow of goods, capital, services and people, creating new opportunities, but also challenges leading to the phenomenon of internationalization as a means of survival. Companies enter the international market for different reasons and in search of benefits and competitiveness, but they also face major challenges. To be successful in the internationalization of their business, companies must learn how customers, competitors and public authorities act and react in different situations and, for this, it is important not only to have knowledge, but also to obtain experience and differentiated strategies to remain competitive.

Keywords: Globalization. Internationalization. Opportunities. Challenges. Strategies. Competitive.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho teve como metodologia a revisão bibliográfica com uma abordagem qualitativa para responder questões sobre a globalização, a internacionalização das empresas e seus impactos na economia contemporânea.

Gereffi, G. (1999) sustenta que a globalização é um conceito muito mais recente que a internacionalização, porque implica a integração funcional e a coordenação de atividades internacionalmente dispersas. Daly, H. (1999) considera ainda que a globalização é frequentemente confundida com a internacionalização, mas, na verdade, consiste em algo bem diferente. Para o autor a globalização refere-se à integração das diferentes economias numa só economia global, principalmente pela livre circulação de bens, capitais e pessoas. Já a internacionalização refere-se à crescente importância do comércio internacional, relações internacionais, tratados, alianças entre nações, entre outros.

O cenário competitivo atual, determinado pelo avanço da globalização, força as empresas a procurar por estratégias diferenciadas para se manterem competitivas, tanto a nível internacional como local, através de ações individuais, parcerias com fornecedores, compradores e, até mesmo, com concorrentes . A globalização é uma realidade incontornável, em que inúmeras empresas, países e outros agentes econômicos participam de uma economia cada vez mais integrada e afetam os fluxos de mercadorias, capital, serviços e pessoas, criando novas oportunidades, mas também desafios levando ao fenômeno da internacionalização como forma de sobrevivência. (Lima e Carvalho, 2010).

GLOBALIZAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

CONTEXTUALIZAÇÃO

A globalização não é um fenômeno novo, iniciou-se em 1830 com auge em 1880, devido à expansão das

ferrovias, à eficiência dos transportes marítimos e ao crescimento das empresas manufactureiras e de comércio, na chamada Revolução Industrial. A segunda fase da globalização começou em 1900 com a produção de aço e eletricidade; a terceira fase iniciou-se em 1948 após a II Guerra Mundial e teve seu auge em 1970 com a formação do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio. A quarta fase começou com o fim da Guerra Fria e trouxe avanços na tecnologia de informação, comunicações, manufatura, privatização de empresas estatais em países em transição e crescimento econômico nos mercados emergentes. Com a globalização, as decisões de produção e comércio internacional ficaram interconectadas e a internacionalização de empresas espalhou-se pelo mundo.

Estamos vivendo a quarta fase da globalização e o início da Quinta Revolução Industrial desde 2020, onde os sistemas de informação e a inteligência artificial são usadas para ampliar o trabalho dos softwares para a gestão e automação, ainda maior, das linhas de produção.

Madeira, A.; Da Silveira, J. (2013).

A globalização desconsidera fronteiras e se manifesta pelo crescimento da mobilidade de fatores de

produção, principalmente o capital. Está baseada em dois aspectos, a distribuição geográfica dos fatores e as falhas de mercado. Algumas empresas são superiores a outras e só conseguem êxito se transferir seus recursos pelas fronteiras nacionais, expandindo-se para outros mercados. A evolução das tecnologias de transporte e comunicações contribuíram muito com os serviços de entrega rápida de fornecedores espalhados por todo o planeta.

Os principais fatores geradores da globalização dos mercados foram a redução mundial das barreiras ao comércio internacional e aos investimentos; a liberação de mercado e adoção ao livre comércio; a industrialização, desenvolvimento econômico e modernização e a integração dos mercados financeiros mundiais. **Madeira, A.; Da Silveira, J. (2013).**

Gereffi, G. (1999) sustenta que a globalização é um conceito muito mais recente que a internacionalização, porque implica a integração funcional e a coordenação de atividades internacionalmente dispersas. Daly, H. (1999) considera ainda que a globalização é frequentemente confundida com a internacionalização, mas, na verdade, consiste em algo bem diferente. Para o autor a

globalização refere-se à integração das diferentes economias numa só economia global, principalmente pela livre circulação de bens, capitais e pessoas. Já a internacionalização refere-se à crescente importância do comércio internacional, relações internacionais, tratados, alianças entre nações, entre outros.

A globalização da economia tem contribuído positivamente para alguns países e regiões, demonstrando uma oportunidade de inserção nos mercados mundiais, com criação de empregos, rendimento e crescimento econômico nos países de destino das empresas. Também se verifica que a globalização e a facilidade de transporte e comunicação fomentaram uma onda de terceirização, em que as empresas transferiram suas instalações para locais com baixo custo constituindo várias dificuldades, nomeadamente, um deflúvio econômico, perda de mercado e desemprego nos países sede da empresa. Porter, M. (2000).

De acordo com **Madeira, A.; Da Silveira, J. (2013)**, a globalização, na atualidade, manifesta-se através de alguns aspectos específicos:

- Globalização financeira – o total das reservas em divisas disponíveis nos principais países industrializados não alcança a metade do montante de dinheiro circulante no mercado financeiro internacional. Isso sugere uma bolha especulativa que coloca em risco todo o sistema monetário internacional.
- Globalização comercial – o aumento de exportações, investimentos no exterior, fusões, alianças estratégicas e inovação tecnológica formatam novos modelos de transações comerciais.
- Globalização cultural – a troca cultural intensificou-se com a globalização, com a informatização e redes globais de comunicação, levando costumes regionais a serem conhecidos em todo o mundo.
- Globalização das comunicações – resultado dos progressos tecnológicos, da internet e dos dispositivos de computação pessoal.

Dentre as consequências negativas da globalização, pode-se destacar a perda de soberania nacional, com operações comerciais que transcendem seus países de origem; evasão de empregos com empresas que deixam de ofertá-los localmente; efeitos sobre a população de baixa renda que enfrenta baixos salários, exploração de mão de obra, trabalho infantil, etc e efeitos sobre o meio ambiente como poluição e deterioração da camada de ozônio, principalmente em países que não possuem leis socioambientais. A globalização abriu diversas oportunidades às empresas se internacionalizarem, deixando-as mais competitivas e fortes nos mercados nacional e internacional. Ao mesmo tempo, criou barreiras de crescimento à empresas que não possuem estrutura para ampliar suas atividades em mercados internacionais. Além disso, a globalização resulta em compradores mais exigentes que buscam as melhores ofertas de fornecedores mundiais. Madeira, A.; Da Silveira, J. (2013).

O contexto atual é caracterizado por uma certa ambiguidade, com o avanço contínuo das telecomunicações e, por outro lado, a turbulência econômica e política em virtude das tensões geradas pelo

intenso dinamismo da globalização no cenário político mundial. A globalização traz em si a convergência e divergência, a uniformidade e a diversidade, a competição e a cooperação, a centralização e a descentralização, o individual e o comunitário, tudo simultaneamente. Madeira, A.; Da Silveira, J. (2013).

ESTRATÉGIAS PARA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS EM UM MERCADO GLOBALIZADO

A globalização é uma realidade incontornável, em que inúmeras empresas, países e outros agentes econômicos participam de uma economia cada vez mais global e afetam os fluxos de mercadorias, capital, serviços e pessoas, criando novas oportunidades, mas também desafios levando ao fenômeno da internacionalização como forma de sobrevivência. (Lima e Carvalho, 2010).

Teixeira, F. (2016) refere ainda que as recentes inovações tecnológicas alteraram o cenário competitivo em que atuam as empresas. Os mercados procuram por

redução de custos, tempos de produção mais curtos e aumento da qualidade de produtos e serviços, o que definiu um novo paradigma para as empresas, estimulou a competitividade entre as organizações e alterou a distribuição das operações produtivas. Por outro lado, Gereffi, G. (2001) demonstra que as inovações tecnológicas, institucionais e organizacionais determinam a competitividade global.

O cenário competitivo atual, determinado pelo avanço da globalização, força as empresas a procurarem por estratégias diferenciadas para se manterem competitivas, tanto a nível internacional como local, através de ações individuais, parcerias com fornecedores, compradores e, até mesmo, com concorrentes.

O modelo de Uppsala é o mais citado, influente e aplicável a diferentes economias na pesquisa sobre o processo de internacionalização de uma empresa. Criado por Johanson e Vahlne (1977), ele consiste em explicar as características do processo de internacionalização de uma empresa e considera que a internacionalização é consequência de uma série de decisões tomadas pelas empresas com o intuito de adquirir conhecimento sobre os

mercados externos investindo mais recursos à medida que o processo vai progredindo. Skudiene, Auruskeviciene e Sukeviciutec (2015).

É importante ressaltar que, a falta de conhecimento sobre os mercados constitui um obstáculo para o desenvolvimento de operações internacionais, logo, é possível adquiri-lo principalmente por meio de operações no exterior Johanson e Vahlne (1977). Os autores identificaram a importância da “distância psíquica” na realização das atividades para novos mercados, que assume um papel importante no modelo. Os maiores exemplos são as diferenças linguísticas, educacionais, práticas de negócios, diferenças culturais e o progresso industrial. A Escola Nórdica de negócios internacionais adota os preceitos da Escola de Uppsala e acrescenta ainda o empreendedorismo, a estratégia e as redes de relacionamentos como fatores importantes nos negócios internacionais. **Madeira, A.; Da Silveira, J. (2013).**

As empresas entram no mercado internacional por várias razões. Para alguns, a entrada no mercado externo resulta da necessidade de fornecer mercadorias a um custo

mais reduzido utilizando a força de trabalho em outros países ou através da aquisição de matérias-primas de baixo custo. Para outras, a seleção de novos mercados pode ser resultado da saturação no mercado doméstico, onde a única possibilidade de aumentar as vendas é entrar em novos mercados e encontrar novos consumidores, prolongando assim o ciclo de vida dos produtos (Saen e Vazifehdoodt, 2013). O fortalecimento da posição comercial da empresa no exterior, coloca a empresa em uma posição dominante no mercado internacional e a permite beneficiar economias de escala e de experiência. A diminuição da carga tributária pela utilização de incentivos fiscais e a melhoria da qualidade do produto devido às diferentes exigências do mercado externo também são vantagens da internacionalização das empresas. **Madeira, A.; Da Silveira, J. (2013).**

Os blocos econômicos surgiram nesse contexto amplo de difusão da globalização, em que as economias do mundo todo se conectam, transformando o planeta em uma grande rede de trocas comerciais, culturais, políticas, sociais e várias outras possíveis. Seu objetivo principal é facilitar as transações comerciais entre governos e

empresas inseridas no bloco, diminuindo impostos, tributos, barreiras comerciais e alfandegárias entre os países membros e fortalecer suas atividades comerciais com os demais mercados. Dentre os principais blocos econômicos, destacam-se:

- União Européia – formada por 27 países, é o bloco econômico mais integrado do planeta. Busca promover a paz e a prosperidade por meio da cooperação econômica e política e possui um mercado comum e regras comerciais padronizadas.
- USMCA – formado por Estados Unidos, México e Canadá, tem por objetivo eliminar tarifas para bens e serviços comercializados dentro do bloco. Há regulamentação aduaneira uniforme e proíbe barreiras comerciais entre seus membros.
- Mercosul – bloco econômico formado por Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai, é uma zona de livre comércio entre os países membros e visa o fortalecimento comercial destes com os demais países do mundo.
- Apec – Cooperação econômica da Ásia e do Pacífico, formado por 21 países asiáticos, é a maior associação econômica em termos populacionais e busca integrar as

economias através de uma zona livre de comércio. **Madeira, A.; Da Silveira, J. (2013).**

A forma de entrada nos mercados externos é uma das atitudes mais complexas na internacionalização, por isso, é de se considerar que, qualquer entrada num mercado externo exige a aplicação de uma estratégia de internacionalização, tendo em consideração os fatores endógenos (por exemplo, o potencial competitivo de uma empresa) e exógenos que caracterizam o mercado-alvo em questão. Vale ressaltar que cada modo de entrada representa riscos e custos significativamente diferentes e depende das aspirações de cada empresa.

DESAFIOS DE GESTÃO PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Diversos fatores dificultam o início da internacionalização das empresas. Pode-se destacar o financiamento e conhecimento insuficientes das empresas

sobre o mercado em questão; a falta de conexões com o mercado externo; a falta de capital e capacidade produtiva para financiar a expansão da empresa; a carência de canais de distribuição; a ênfase da gestão no desenvolvimento do mercado doméstico; o aumento dos custos com a produção, distribuição e financiamento, dentre outros.

De acordo com **Madeira, A.; Da Silveira, J. (2013)**, as barreiras no processo de internacionalização podem ser divididas em quatro grupos principais:

1. Risco comercial – riscos relacionados a operações comerciais como atrasos de pagamentos, falha da entrega, recebimento de mercadorias defeituosas, inadimplência etc.
2. Risco cambial (financeiro) – risco de perder dinheiro com base nas variações do câmbio internacional.
3. Risco-país – indicador utilizado para orientar os investidores a respeito da situação financeira de um mercado emergente, calculado por bancos de investimentos e agências de classificação de riscos.
4. Risco intercultural – uso de cultura própria como padrão de referência no julgamento de outros países.

Os obstáculos à internacionalização possuem duas orientações: internas ou externas e domésticas ou estrangeiras. As barreiras internas correspondem às carências internas da empresa, e as externas estão ligadas ao local em que elas estão inseridas. Em contrapartida, as barreiras domésticas dizem respeito a problemas nos países de origem, e as estrangeiras relacionam-se com dificuldades nos mercados externos para onde a empresa quer desenvolver a sua atividade internacional. Johanson e Vahlne (2003) consideram que quando uma empresa opta pela internacionalização deverá ter em consideração que, cada mercado, de cada país apresenta barreiras econômicas, institucionais e culturais e que, estas barreiras poderão impedir a entrada nesses mercados externos.

Desta forma, com o intuito de vencer estas barreiras, apenas ao fazer negócios num país específico é possível aprender como os clientes, intermediários, concorrentes e autoridades públicas agem e reagem em diferentes situações e, para isso, é importante não só o conhecimento, mas também a obtenção de experiência. Johanson e Vahlne (2003)

Em suma, a internacionalização e globalização sujeita as empresas, em especial as pequenas e médias, a diversos riscos e incertezas que devem ser medidos antes de iniciar o processo de internacionalização. (Monteiro, 2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que a globalização e a internacionalização são realidades imutáveis, em que diferentes empresas, países e agentes econômicos relacionam-se em uma economia cada vez mais integrada e dependentes entre si. Suas relações afetam os fluxos de mercadorias, capital, custo e qualidade de produtos e serviços, câmbio, políticas públicas e qualidade de vida das pessoas, criando novas oportunidades, mas também muitos desafios. A internacionalização das empresas torna-se uma valiosa opção de sobrevivência em um mercado cada vez mais competitivo.

Para obter sucesso na internacionalização de seus negócios, as empresas devem aprender como os clientes, intermediários, concorrentes e autoridades públicas agem e reagem em diferentes situações e, para isso, é importante não só o conhecimento, mas também a obtenção de experiência. Além disso, deve procurar por estratégias diferenciadas para se manterem competitivas, tanto a nível internacional como local, através de ações individuais, parcerias com fornecedores, compradores e, até mesmo, com concorrentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DALY, H. (1999). Globalization versus internationalization – some implication. *Ecological Economics*, 31, 31-37.
- GEREFFI, G. (1999). International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain. *Journal of International Economics*, 48, 37–70.
- JOHANSON, J.; VAHLNE, J. (1977). The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8, 23–32.
- HOLLENSSEN, S. (2011). *Global Marketing - A Decision-Oriented Approach*. Pearson Education Limited. Fifth edition.
- LIMA, G.; CARVALHO, D. (2010). *Globalização e Internacionalização de Empresas - Estratégia de Internacionalização de Empresas: A Experiência do Grupo Ourofino Agronegócio*. XIII SEmeAD, Seminários em Administração, setembro de 2010.
- MADEIRA, A.; DA SILVEIRA, J. (2013). *Internacionalização de empresas: teorias e aplicações*. Editora Saint Paul.

MONTEIRO, V. (2016). Internacionalização - Estudo multi-caso: PME do Setor das Tecnologias de Informação, Comunicação e Eletrónica: Portugal 2020. Dissertação de Mestrado. Escola Superior de Ciências Empresariais. Instituto Politécnico de Setúbal.

PORTER, M. (2000). Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1), 15-34.

TEIXEIRA, F. (2016). A influência das especificidades culturais locais na competitividade de clusters: estudo de caso do cluster da malacocultura da região da Grande Florianópolis. Tese de Doutoramento. Escola de Engenharia. Universidade do Minho. Portugal.

SKUDIENE, V.; AURUSKEVICIENE, V.; SUKEVICIUTE, L. (2015). Internationalization model revisited: e-marketing approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 918–924.

SAEN, A.; VAZIFEHDOOST, H. (2013). The use of data envelopment analysis for international market selection in the presence of multiple dual-role factors. *International Journal Business Information Systems*, 13(4).