EDITORA MANUAL
LIVRO: ADMINISTRAÇÃO EM FOCO – VOLUME 3
ISBN: 978-65-981790-4-5 DOI: 10.29327/5343350
ORGANIZADOR: Me. Afonso Henrique Souza de Assis

CAPÍTULO 9

ESTRATÉGIAS PARA INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Carlos Gustavo Lopes da Silva
Geisse Martins
Erlon Christian Oliveti Ribas

RESUMO

Várias são as razões para que uma empresa venha a projetar um avanço e implantar suas operações no mercado internacional, além de expandir sua marca e projetar lucros. Uma destas razões e é legitima, seria a oportunidade de quebrar barreiras no mercado estrangeiro e conquistar oportunidades no mercado exterior. Com a globalização e o avanço tecnológico se tornou mais acessível desenvolver operações internacionais dentro de um cenário global, neste sentido, o grande desfaio para as empresas é como se comportar neste mercado externo, cheio de diversidades culturais, políticas, econômicas e sociais. A liderança da organização junto aos seus gestores terá papel fundamental na estratégia, implantação e desenvolvimento de uma operação internacional, devido à complexidade que esta ação vai apresentar. A apresentação deste artigo, tem como objetivo mostrar os desafios enfrentados de gerência pelos líderes da organização, quais as estratégias de gerenciamento necessárias para a implantação de uma empresa no mercado internacional, bem como quais os benefícios que os países podem obter com uma operacionalização internacional. Como suporte para este trabalho, foram utilizadas referências bibliográficas e o método de pesquisa foi exploratório, considerando as diversas concepções dos autores da área.
Palavras-chave: Tecnologia. Gestão. Negócios. Liderança.

ABSTRACT

There are several reasons for a company to design a breakthrough and deploy its operations in the international market, in addition to expanding its brand and projecting profits. One of these reasons, and it is legitimate, would be the opportunity to break barriers in the foreign market

and conquer opportunities in the foreign market. With globalization and technological advancement, it has become more accessible to develop international operations within a global scenario, in this sense, the great challenge for companies is how to behave in this foreign market, full of cultural, political, economic and social diversities. The leadership of the organization with its managers will have a fundamental role in the strategy, implementation and development of an international operation, due to the complexity that this action will present. The presentation of this article aims to show the management challenges faced by the leaders of the organization, what management strategies are necessary for the implementation of a company in the international market, as well as what benefits countries can obtain with an international operationalization. As support for this work, bibliographic references were used and the research method was exploratory, considering the various conceptions of the authors of the area.
Keywords: Technology. Management. Business. Leadership.

INTRODUÇÃO

Com o avanço da globalização e a da tecnologia muitas oportunidades para as empresas tem se apresentado, com a finalidade de gerarem lucros em suas relações de negócios. E uma das formas de expansão de uma empresa, é sua internacionalização, que é a capacidade que uma empresa tem de gerir seus negócios em um outro país, aproveitando as oportunidades que o mesmo oferece. Atuar em regiões geográficas diferentes é uma grande possibilidade de buscar novos mercados e ter certamente a probabilidade de vantagens competitivas para seu negócio.

Porém a trajetória de migração de uma empresa para outros países, tem suas peculiaridades e desafios que as organizações irão enfrentar nesse processo, tornando este movimento bastante trabalhoso e de grande responsabilidade. Pois haverá um envolvimento de toda uma cadeia de gestão, e o papel da liderança da organização será de fundamental importância neste processo de mudanças.

A internacionalização de uma empresa requer uma análise cuidadosa das condições locais, como cultura, regulamentações, concorrência e demanda do mercado. Esses fatores podem variar significativamente de um país para outro e exigir adaptações substanciais na estratégia de negócios. Além disso, questões logísticas, como cadeia de suprimentos, transporte e distribuição, muitas vezes se tornam mais complexas em âmbito internacional. Portanto, as empresas precisam investir tempo e recursos significativos na pesquisa e planejamento antes de expandirem suas operações globalmente.

Outro desafio importante é a gestão de equipes e recursos humanos em diferentes partes do mundo. Culturas de trabalho, leis trabalhistas e expectativas dos funcionários podem variar amplamente. A liderança da empresa deve ser capaz de gerenciar equipes multidisciplinares e multiculturais, promovendo uma cultura corporativa coesa e alinhada com os objetivos globais da organização.

Além disso, a empresa deve estar preparada para lidar com flutuações cambiais, riscos políticos e econômicos nos países em que atua, bem como a possibilidade de mudanças nas políticas comerciais internacionais. A diversificação geográfica pode ser uma estratégia eficaz para reduzir riscos, mas também exige uma análise constante e uma capacidade de adaptação ágil.

Por conseguinte, a internacionalização de uma empresa oferece oportunidades significativas, mas também traz consigo desafios complexos que requerem planejamento estratégico cuidadoso, liderança sólida e uma abordagem flexível para enfrentar as complexidades do mercado global.

Entender as estratégias para internacionalizar empresas, os desafios que os gestores enfrentaram, como desenvolver um crescimento econômico eficiente no processo de internacionalização, como posicionar sua empresa e respeitar as particularidades referente as diversidades culturais, governamentais, sociais, bem como entender como se comporta o consumidor, no que tange aceitação de seu produto, sua marca ou serviço será um grande desafio para gerir a essa expansão. Seguindo por estas observações sobre o assunto, iremos abordar o tema deste artigo.

Esta atividade teve como metodologia, a revisão bibliográfica a partir do referencial teórico abordado na disciplina e selecionado de acordo com os temas discutidos.

DESENVOLVIMENTO

Uma organização que pratica o processo de internacionalização, tem o interesse de migrar suas operações para o mercado externo, isto é, atuar em um novo país. E esse processo pode ser escalado de algumas formas, desde a exportação de produtos até uma produção de

larga demanda em outro país. Fazer um investimento de internacionalizar uma empresa é uma forma interessante de expandir seus negócios geograficamente e ter a oportunidade de crescimento financeiro e identificar novos modelos e oportunidades de negócios.

Esse movimento proporciona a empresa, uma experiencia no que tange o compartilhamento de experiencias e interações no ambiente internacional, como novas parcerias, novos fornecedores e interação pessoal. Para que o processo de internacionalização seja viável, a empresa deve fazer uma análise bastante rigorosa de suas ações e adaptar os serviços e produtos a realidade do país onde será efetivada a operação de negócios. Uma operação em mercado externo, não quer dizer que a empresa não mais atuará em seu mercado de origem, apenas é uma forma de expandir novos negócios e ter sucesso no mercado nacional e também no mercado internacional. A internacionalização é o momento em que a empresa inicia suas atividades no comércio internacional, mais precisamente principiando sua participação nas exportações. Quando uma empresa pratica a importação, está, de certo modo, internacionalizando-se. Mas sua real internacionalização só ocorre efetivamente quando passa a exportar, afirma (Junior, 2005, p. 182).

Um fator indiscutível a se considerar no processo de internacionalização das empresas, foi o avanço da globalização. É um acontecimento de forte impacto sob vários aspectos econômicos, sociais, políticos e culturais. A globalização abriu diversas oportunidades de negócios, levando as organizações a gerirem suas atividades de forma mais completa, no que se refere a organizarem seus mix de marketing, cadeia de suprimentos, manufaturas e outras de valor agregado, sendo assim a internacionalização é uma extensão da globalização. A globalização pode ser entendida como diferentes conexões e inter-relações nas mais diversas áreas, englobando todas as nações que compõem o sistema mundial atual. O processo de globalização pode estimular a expansão quando facilita a busca de empresas por atividades de negócio internacional e de expansão internacional, afirma (Cavusgil 2010, pg.27).

Uma boa parte das economias mundiais tem bom relacionamento e parcerias entre si, de forma que acontecimentos, principalmente econômicos podem afetar outros países, isso ratifica que as trocas comerciais são de natureza global, e a necessidade das empresas de expansão de seus produtos ou serviços viraram uma necessidade, oportunidades, bem como preocupação. Isso mostra que a globalização é a intensificação da internacionalização das organizações pelo planeta.

Extem varias formas de uma empresa desenvolver o processo de internacionalização e expor sua empresa, a exportação é um dos canais mais utilizados, é a comercialização de serviços ou produtos no mercado externo. Uma pratica bastante utilizada pelos empreendedores pois seu custo de operação é mais atraente e risco relativamente baixo.

O Joint venture, também é uma forma de internacionalização de empresas em outros países, ela funciona com a parceria de empresas com objetivo de desenvolver uma ação, um projeto. Neste formato existe um tempo para que o projeto chegue a sua conclusão, é uma pratica bastante utilizada, as empresas se associam a outras empresas internacionais com objetivo de trocar experiencias, tecnologias e adquirir conhecimentos. No joint venturi o negócio conta com um suporte do parceiro internacional, este fornecerá todos os contatos e oportunidades sobre o comercio exterior. Sendo assim, o tempo será mitigado, bem como os custos para atingir os clientes e se adaptarem ao mercado.

Outo formato de internacionalização de empresas é o investimento direto, neste modelo a empresa interessada em expandir adquirirá parte ou o total de uma empresa a qual se tenha interesse. É um formato complexo pois o investimento pode ser alto e arriscado, praticamente este modelo são operações que iniciam do zero. No entanto neste formato, existe total autonomia de atuação e seu potencial de crescimento econômico pode ser bastante alto, devido a gestão estar sob seu controle e não de outra empresa. Isso é uma vantagem

Um outro modelo de internacionalização bastante interessante, onde a empresa ganha muito na sua expansão é o sistema de Franchising. Neste modelo a empresa simplifica seu potencial de obter lucros e internacionalizar sua marca, é um formato onde franqueador recebe participação ou royalties do franqueado e a operação de gestão não passa pelas suas mãos. Toda a responsabilidade está sobre o adquirente da franquia.

Mas o processo de internacionalização de uma organização tem diversos desafios a serem considerados, o primeiro é o mercado que estará na mira da empresa e esta avaliação deve ser precisa, pois em um mercado estrangeiro a moeda tem seu valor diferente, a questão cultural é algo significativo a observar, a geografia do país e suas sazonalidades, histórico do desenvolvimento de mercado, os avanços sociais precisam ser avaliados com cautela, bem como as leis jurídicas e as burocracias governamentais.

As dificuldades recorrentes são: Problemas de câmbio: a alta dívida externa e a instabilidade política e financeira reduzem o valor da moeda de um país; Exigências e burocracia governamentais para entrada de empresas estrangeiras no mercado; Tarifas e outras

barreiras comerciais: os governos frequentemente impõem altas tarifas para proteger as indústrias de seu país; Alto custo do produto e adaptação da comunicação: uma empresa que vai se ingressar no mercado externo deve avaliar cada mercado cuidadosamente, conseguir entender a economia, as leis, a política e a cultura de outros países e adaptar seus produtos e sua forma de comunicação às preferências de cada mercado . Esses problemas muitas vezes têm dificultado as empresas na decisão de internacionalizar, e também na escolha dos mercados pretendidos. Tendo em conta que a inserção nos mercados internacionais traz várias dificuldades para as empresas inseridas nesse processo de expansão de sua produção para outros territórios em busca de novas oportunidades. (Kotler 2000, pg. 390).

Um time competente é um fator impostíssimo que as organizações devem desenvolver no processo de internacionalização. Não é nada fácil encontrar pessoas capacitadas para gerir um negócio internacional, e o papel da liderança da empresa é encontrar pessoas qualificadas para ajudarem na administração. Esse é um grande desafio para o pessoal de recursos humanos internacional, e uma solução é encontrar pessoas capazes que residam no local onde a empresa vai se estabelecer.

Os canais de distribuição apresentam outro desafio que a internacionalização de empresa encontra, de nada adianta levar produtos ou produzi-los se não tiver bons distribuidores e parceiros para difundir com qualidade os bens ou serviços. A gestão da organização precisa analisar este importante processo gerencial. As empresas enfrentam diversas barreiras no processo de internacionalização, muitas dessas barreiras acabam dificultando a inserção das empresas no mercado exterior, afim de expandir os seus produtos porque dentre essas barreiras algumas são mais significantes como as do ambiente competitivo e as políticas governamentais. (Junior 2010, pg. 101).

Para se manter competitivo em um mercado altamente veloz, a inovação é outro desafio que as empresas precisam estar atentas. Uma organização que tem a pretensão de se instalar suas bases no exterior não pode deixar de investir em inovação e tecnologia, seria um erro não se atualizar em um mercado global e competitivo. Sem inovação a qualidade e entrega de produtos ou serviços ficará comprometida, e fatalmente a empresa perderá espaço no mercado pela concorrência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os desafios inerentes ao processo de internacionalização das empresas são facilmente identificáveis. Uma liderança sólida e coesa pode facilitar consideravelmente a jornada rumo à atuação em mercados internacionais. Para tanto, é imprescindível realizar uma análise profunda das particularidades do país em questão. Aspectos culturais, socioeconômicos, cambiais, implicações governamentais, disponibilidade de mão de obra e fornecedores devem ser minuciosamente estudadas e alinhadas para evitar erros ou, pelo menos, minimizar suas consequências.

A contratação de mão de obra local é um aspecto de grande relevância para as organizações que ingressam no mercado externo. Optar por profissionais locais pode representar uma alternativa economicamente vantajosa em comparação com a despesa de deslocar e manter uma equipe expatriada no país de estabelecimento da empresa. Uma estratégia inteligente, muitas vezes adotada pelo setor de planejamento, é a designação temporária de um gestor para treinar a equipe local. Isso simplifica consideravelmente a logística de deslocamento e os custos associados a essa experiência.

Em última análise, uma gestão competente e eficaz na condução do processo de internacionalização é a receita principal para o sucesso da empresa nessa empreitada. A harmonização das forças de todos os setores envolvidos na organização, por meio de uma comunicação eficaz e uma estrutura organizacional bem definida, faz toda a diferença no caminho para o êxito internacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cavusgil, T. (2010). Negócios internacionais. 1ª ed. São Paulo: Pearson.

Junior, A. (2005). Marketing internacional. 1ª ed. São Paulo: Thomson.

Kotler, P. (2000). Administração de marketing. 1ª ed. São Paulo: Prentice Hall.

Oliveira, M. (2010). Internacionalização e estratégia global. 1ª ed. Rio Grande do Sul: Bookman.