



PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS, OPORTUNIDADES E DESAFIOS PARA INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS NO MUNDO GLOBALIZADO E INTERCONECTADO.

Valdelario Farias Cordeiro¹
Maria Dailiana Andrade de Queiroz Saif²
Karla de Araújo Lira³

RESUMO

O presente *Papper* pretende observar as principais estratégias, oportunidades e desafios para internacionalização de empresas no mundo globalizado e interconectado. A grande transformação digital que vivenciamos no cenário atual, onde cada vez mais as mudanças ocorrem de forma veloz e profunda impactando as organizações e por consequência com reflexos na globalização do mercados é resultante da inserção de tecnologias disruptivas como *IoT*, *Big Data*, *Blockchain*, Robotização, Inteligência Artificial (IA) dentre outras, que transformaram a forma como os dispositivos recebem e utilizam as informações, resultando na otimização dos processos produtivos, deixando-os rápidos, independentes e diminuindo custos. Diante de um mercado globalizado e altamente competitivo, as empresas são compelidas a encontrarem alternativas aproveitando oportunidades no comércio exterior para ofertarem seus produtos e serviços em mercados além fronteiras. Esta atividade acadêmica está fundamentada no método de pesquisa bibliográfica realizada a partir do referencial teórico abordado na disciplina *Business Strategies in the Global Economy* e artigos científicos selecionados de acordo com as discussões no contexto das principais estratégias, oportunidades e desafios para internacionalização de empresas no mundo globalizado e interconectado.

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

ABSTRACT

This Paper aims to observe the main strategies, opportunities and challenges for the internationalization of companies in the globalized and interconnected world. The great digital transformation that we are experiencing in the current scenario, where more and more changes occur quickly and profoundly, impacting organizations and consequently with repercussions on the globalization of markets, is the result of the insertion of disruptive technologies such as IoT, Big Data, Blockchain, Robotization, Artificial Intelligence (AI) among others, which transformed the way devices receive and use information, resulting in the optimization of production processes, making it fast, independent and reducing costs. Faced with a globalized and highly competitive market, companies are compelled to find alternatives, taking advantage of opportunities in foreign trade to offer their products and services in markets across borders. This academic activity is based on the bibliographical research method carried out based on the theoretical framework covered in the Business Strategies in the Global Economy discipline, and scientific articles selected according to discussions in the context of the main strategies, opportunities and challenges for the internationalization of companies in the world globalized and interconnected.

Keywords : Strategic. Internationalization. Globalization. Interconnection.

1 Introdução

A grande transformação digital que vivenciamos no cenário atual, onde cada vez mais as mudanças ocorrem de forma veloz e profunda impactando as organizações e por consequência com reflexos na globalização dos mercados é resultante da incorporação das tecnologias disruptivas como *IoT*, *Big Data*, *Blockchain*, Robotização, Inteligência Artificial (IA) dentre outras, que transformaram a forma como os dispositivos recebem e utilizam as informações, resultando na otimização do processo produtivo, deixando-o rápido, independente e diminuindo custos.

De acordo com Czinkota (2008), o mundo se tornou um ambiente de transformações rápidas e abruptas, obrigando as empresas a buscarem modificar sua forma de fazer negócios, criar novas estratégias e planos. E diante de um mercado integrado e altamente competitivo, as empresas são compelidas a encontrarem alternativas aproveitando as oportunidades no comércio internacional para ofertarem seus

produtos, serviços e fazer investimentos além de suas fronteiras, como forma de adaptação a essa nova realidade.

Esta atividade acadêmica está fundamentada no método de pesquisa bibliográfica realizada a partir do referencial teórico abordado na disciplina *Business Strategies in the Global Economy* e artigos científicos selecionados de acordo com as discussões no contexto das principais estratégias, oportunidades e desafios para internacionalização de empresas no mundo globalizado e interconectado.

De início o presente trabalho acadêmico pretende promover uma reflexão partindo das seguintes questões: Quais as principais estratégias para internacionalização de empresa e que elementos devem ser considerados para definição da estratégia corporativa? Quais as oportunidades e desafios no processo de internacionalização? De forma os meios de comunicação avançados impactam na globalização? Ao tempo em que serão registrados alguns conceitos que visam auxiliar na compreensão do assunto, culminando com o resultado proposto por esta pesquisa.

2 Desenvolvimento

2.1 A Globalização e Internacionalização de Negócios

A primeira tarefa a fazer é registrar os conceitos de globalização e internacionalização, uma vez que há equívocos na equiparação de ambos os termos. Entretanto, podemos dizer que a globalização apesar de não ser um evento novo é amplo e possui algumas dimensões, resultado da intensificação da competição entre as empresas, desconsiderando fronteiras e manifestando-se pela movimentação dos fatores produtivos, em especial do capital. Para Gomes (2020), a globalização é agente de mudanças nos diversos aspectos do dia a dia, podendo ser entendida sob a ótica multi e interdisciplinar,

não se limitando a apenas um ramo do conhecimento, uma vez que é observada nas dimensões financeira, comercial, cultural e de comunicações.

Já a internacionalização se refere a toda forma de atuação da empresa no exterior, ou seja, é um processo de atuação das empresas em atividades comerciais para suprir as necessidades de determinados consumidores ou de investimentos fora do seu mercado de origem. Madeira & Silveira (2013a), informam que a globalização e a internacionalização das empresas são uma consequência moderna do desenvolvimento das tecnologias e sistemas de informação e de logística.

2. 2 Principais Estratégias para Internacionalização

A estratégia pode ser definida como a disposição da empresa, uma mudança de rumo, prospectar o futuro do que poderá ser a organização em médio e longo prazo, ou seja, a forma como se dará o acesso ao mercado da expansão comercial. Para Madeira & Silveira (2013b), o modo de ingresso no mercado internacional é considerado como um arranjo institucional que altera a forma como se dá o fluxo de informação, de recursos, de conhecimento, de competências e gestão.

Dependendo do modelo estratégico estabelecido para a expansão internacional, as empresas podem decidir pela forma etnocêntrica, policêntrica ou geocêntrica. Por outro prisma, em relação aos modelos de entradas no mercado internacional, as empresas podem optar por: entrada por exportação, exportação direta, exportação indireta, cooperativa, entrada contratual(licenciamento), franquia, contrato de produção e entrada por investimentos(aquisição, *greenfield*, e *joint-venture*).

De acordo Belisario (2021), a internacionalização é uma decisão estratégica baseada por meio do uso de estruturas teóricas para avaliação de fatores políticos, sociais, comportamentais, culturais e econômicos a fim encontrar novas oportunidades de

negócios, reduzir custos operacionais, favorecer rotas de transportes, estimular o comércio e a comunicação entre países.

Existem variadas configurações organizacionais nas quais as empresas que pretendem atuar além de suas fronteiras estabeleçam sua estratégia corporativa, com destaque para a avaliação dos riscos e retorno do empreendimento, a análise de ambientes internos e externos, e assim definir o desenho organizacional que melhor se adeque para alcançar os resultados pretendidos.

2.3 Oportunidades e Desafios para Internacionalização

Para uma análise das oportunidades e desafios para internacionalização de uma empresa é preciso ter em mente os impactos gerados pelas tecnologias disruptivas que garantem suporte a internacionalização do empreendimento, e ainda levar em consideração o fenômeno da globalização. Dentre as vantagens para empreender além de suas fronteiras podemos citar: acesso a novos mercados e clientes, diversificação de riscos, aumento da competitividade, potencial de crescimento econômico, transformação digital e as tecnologias da informação facilitam a comunicação e gestão em ambientes internacionais.

De acordo com Nunes *et al* (2024), a globalização está em desenvolvimento resultando em um mercado muito mais competitivo e incerto, entretanto, as empresa podem vislumbrar vantagens não só pela inovação de transformar o empreendimento pelos avanços da tecnologias e mídias digitais mas também pela internacionalização. A estratégica corporativa para se internacionalizar os negócios de uma empresa é uma questão complexa devendo ser avaliados os riscos e desafios específicos para identificar oportunidades do mercado pretendido com auxílio de *stakeholders* locais, todavia, sem perder de vista as nuances políticas, econômicas, sociais e culturais para adaptar suas

estratégias, criando uma cultura organizacional que valorize a diversidade e a adaptação a contextos diferentes.

Conforme Culpi (2020), a internacionalização espelha na parte econômica, social e cultural do bem-estar dos indivíduos, visto que estão regidos pelo direito internacional público, o que relaciona a empresa com direitos e obrigações socioambientais que afetam a qualidade de vida das populações estrangeiras envolvidas. Desta forma é importante estabelecer um modelo de negócio que seja apropriado as realidades além das suas fronteiras, adequando suas táticas de entrada e operação conforme a legislação e os regulamentos dos países-alvo, observando a cultura e valores dos consumidores.

As organizações necessitam ter em seu planejamento bem definidas as estratégia de como alcançar novos mercados para poderem ter segurança ao expandir fatores como cultura dos países, barreira linguística dentre outros são desafios que devem ser levados em consideração. Segundo Zambon (2023), para os negócios em mercados internacionais, envolve saber como lidar com diferenças culturais, regulamentares, linguísticas e econômicas entre os países, e ainda fazer a adaptação dos produtos e serviços às necessidades dos locais, e fazer a gestão dos riscos cambiais e políticos. Tais fatores se não forem bem ajustados poderão trazer desvantagens significativas e figuram como entraves que podem comprometer sua expansão internacional.

2. 4 A Interconexão Global

O comércio internacional está diante de grandes desafios e mudanças de paradigmas com o surgimento de inovações tão disruptivas, como a tecnologia *blockchain*, que afetam todo cenário mundial em sua forma de operar e transacionar seus negócios. No contexto atual de um mundo cada vez mais interconectado e globalizado, onde se sobressai a circulação de bens e serviços entre países, os mercados globais

entendidos como rede de interações econômicas entre os países e regiões, permitindo a circulação de serviços, informações, bens e capitais, promovendo a integração econômica entre as nações e a interdependência entre as economias nacionais, concorrem para que as empresas adequem um mundo tecnologicamente e logisticamente interconectado.

Para Monticelli *et al.* (2017), o objetivo da internacionalização vai muito além do desenvolvimento empresarial e ampliação das vendas e ganhos, incluindo a construção de redes de relacionamento e geração de aprendizado, sendo uma estratégia essencial para as empresas no atual contexto econômico, cultural e tecnológico globalizado.

A expansão dos fluxos comerciais entre os diversos países tem tornado possível a integração dos mercados em uma base mundial de negócios, o que tem trazido novos modelos de negócios em um contexto de intensa competição. As novas tecnologias terão grande impacto e na medida em que forem amplamente implementadas causarão uma disrupção cada vez maior, principalmente dos meios de comunicações, afetando a globalização alterando as formas de consumo, bem como a forma de como usamos e nos conectamos as coisas.

3 Considerações Finais

Por meio dos achados da pesquisa, é possível notar que no mundo cada vez mais competitivo e imerso no emprego das tecnologias disruptivas, observa-se mudanças na forma de consumo das pessoas e na conexão das coisas. E para o cenário atual, de grandes desafios e mudanças de paradigmas, que afetam todo mercado global em sua configuração de operar e transacionar seus negócios, sendo imprescindível o estabelecimento de estratégias sobrevivência para atuarem de forma competitiva.

Também se observar que a evolução da globalização econômica tem resultado em oportunidades de novos empreendimentos, sendo um dos fatores mais importantes, a definição da estratégia corporativa quanto ao modelo de negócio a ser adotado, devendo estar alinhado aos objetivos da empresa, de igual modo o desenvolvimento das capacidades organizacionais necessárias e o ajuste das técnicas de produção e comercialização, que pode determinar o sucesso ou não na expansão de negócios internacionais.

4 Referências Bibliográficas

Belisario, M. Z. (2021). A Relevância do Planejamento Estratégico no Processo De Internacionalização da Jbs-Friboi Mediante A Globalização Econômica. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, 7(5), 518-535. Disponível em <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/1210>. Acessado em 06 de março

Culpi, L. A. (2020). *Internacionalização de empresas*. Contentus. Disponível em <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acessado em 05 de março.

Czinkota, M.; R. & Ronkainen Ilkka, A. (2008). *Marketing internacional*. São Paulo: Cengage Learning

Gomes, E. B. (2020). *Globalização e processos de integração*. (4a ed.) Intersaberes. Disponível em <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acessado em 08 de março de 2024.

Madeira, A. B. & Silveira, K. A. G. (2013). Internacionalização de empresas: teorias e aplicações. São Paulo. BR: Saint Paul.

Monticelli, J.M.; Calixto, C.V; Vasconcellos, S.V. & Garrido, I.L. (2017).The influence of formal institutions on the internationalization of companies in an emerging country. *Review Of Business Management*, [s.l.], v. 19, n. 65, p.358-374. Disponível em <https://rbgn.fecap.br/RBGN/article/view/3040>. Acessado em 09 de março de 2024.

Nunes, T.B, Engel, E.P.J. & Zilli, J. C. (2024). Inovação Digital e Internacionalização do Negócio: estudo de caso em uma empresa de cintas modeladoras Linfodreaening. *Revista P2P & Inovação*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 1-20, e-6683. Jan/jun. Disponível em <https://revista.ibict.br/p2p/article/view/6683/6461>. Acessado em 06 de março de 2024.

Zambon, M. (2023). Análise Comparativa das Diferentes Teorias da Internacionalização das Empresas. *Revista Científica Zoom Business Review - ISSN 2764-5142*, 2(1), 1-17. Disponível em <https://www.zoom.zamboneducacional.com/index.php/zbr/article/view/10>. Acessado em 06 de março de 2024.