

e-book

As vantagens da internacionalização de micro e pequenas empresas



SEBRAE



Olá! Hoje vamos debater sobre as vantagens que os pequenos negócios têm ao se internacionalizarem. Vamos lá?

O debate sobre a importância das MPE's no cenário no desenvolvimento da economia local certamente não é novo: todos os dias ouvimos falar delas em veículos on-line, em jornais ou programas de TV.

A inserção internacional dos pequenos negócios é tema sempre atual e de grande relevância, não só para as empresas como para os governos e demais atores envolvidos no mundo dos negócios. Sabemos que as motivações para a internacionalização das empresas são variáveis e que dependem de uma série de fatores. Entre eles, obter escala nas vendas, expandir o ciclo de vida dos produtos ou serviços, utilizar os benefícios fiscais, aumentar a lucratividade, bem como o acesso a novas tecnologias.



Por outro lado, existem incertezas e riscos neste processo, os quais, muitas vezes, são alheios ao domínio dos empreendedores. Concorrência, novos entrantes, necessidade de inovação, incertezas políticas e barreiras comerciais são alguns deles. Muito se tem observado sobre a estratégia de internacionalização como forma de não dependência de um único mercado consumidor e a diversificação dos riscos, lembrando a máxima: “Não coloque todos os ovos na mesma cesta”.

Clientes globais exigem planejamento de maior prazo

Sabemos também que o comércio internacional pode ser explorado de forma muito mais abrangente e intensa pelas nossas médias, micro e pequenas empresas. Apesar de o nosso mercado interno ser grande, diverso e atrativo, muitos dos pequenos negócios acreditam que a internacionalização é uma atividade para as grandes empresas.

A internacionalização é reconhecida como um fator de competitividade para os negócios e, também, como motor de crescimento das economias, sendo, desta forma, uma constante prioridade dos governos promover políticas de incentivo a este processo. Estatísticas demonstram que muitas economias perdem oportunidades de crescimento já que os pequenos negócios tendem a exportar menos, não aproveitando os benefícios trazidos pela internacionalização.



A internacionalização permite que as empresas - de qualquer porte e de praticamente todos os segmentos -, ao entrarem em mercados externos, se tornem mais competitivas.

Mas, afinal, o que é internacionalização?

Os debates sobre o conceito de internacionalização trazem duas visões em relação ao seu modo de operação e à realidade das empresas. Podemos dizer que a internacionalização se refere ao processo de transformar uma empresa brasileira em uma empresa multinacional atuando em vários países com sua estrutura própria. Mas o termo internacionalização pode ser visto de forma bem mais ampla, quando ele se apresenta como um processo contínuo e crescente de envolvimento de uma empresa em mercados fora da sua base.

São estratégias de internacionalização:

- Exportações ou importações (de produtos e serviços),
- Participação em feiras e missões,
- Captação de investimento estrangeiro,
- Transferência de tecnologia,
- Abertura de filiais ou subsidiárias no exterior
- Participação da cadeia de suprimentos de uma empresa que seja exportadora e que faça negócios diretamente com o exterior.

Dentre as estratégias de internacionalização mais comuns se destacam as exportações, as importações, as *joint ventures* (associações entre duas ou mais empresas) e o investimento direto.

A internacionalização é um compromisso de toda a empresa, um esforço permanente.

O Portal da Indústria da CNI, apresenta uma definição precisa sobre o tema, onde identifica que internacionalização é o processo de ampliação da atuação de uma empresa no mercado internacional, abrangendo desde a importação e exportação de produtos, até a produção de artigos e serviços em outros países. A internacionalização consiste em tornar os produtos e serviços mais adequados possível, para que possam ser aceitos facilmente em diferentes mercados.



Por que internacionalizar?

Quando a empresa aumenta sua base de clientes, consequentemente dilui seus riscos, pois terá chances de se recuperar se algo de errado estiver acontecendo em um determinado país ou outro mercado.

Muitos segmentos de empresas estão sujeitos a grandes variações sazonais nas demandas de seus produtos como, por exemplo, alimentos, artigos de vestuário.

É possível também para as empresas obter uma maior rentabilidade com a internacionalização quando conseguem melhores preços de venda no exterior do que no país de origem. Além disso, há vantagens tributárias na exportação, que fazem com que a empresa possa reduzir o preço final do produto no mercado externo ou aumentar sua margem de lucro.

Outro fator que pode compensar internacionalizar é quando um produto que está no final de seu ciclo de vida no país, mas ainda se encontra nas fases iniciais ou intermediárias em mercados no exterior. Melhorando a gestão da empresa, as empresas ganham musculatura para enfrentar a concorrência.



Por que Internacionalizar?



Internacionalização e competitividade

O movimento de internacionalização das empresas foi intensificado pela globalização em escala mundial e teve como vetor a grande empresa. No entanto, este movimento das grandes abriu várias possibilidades para as pequenas e médias ao promover sua incorporação às cadeias produtivas mundiais.



A partir da internacionalização, os pequenos negócios enfrentam desafios, mas conquistam muitas oportunidades. Entre os principais desafios recorrentemente apontados pelas empresas estão:

- O fomento e dificuldades de financiamento
- Estar preparado para enfrentar maior concorrência
- A estrutura e os custos logísticos brasileiros
- A volatilidade cambial
- Já as oportunidades sinalizam para as empresas:
 - Geração de inovação e incorporação de novas ideias
 - Acesso às novas tecnologias para os processos e produtos
 - Fortalecimento do poder de competição
 - Aumento da competitividade interna e externa

As empresas que conseguem vencer os desafios, identificar as oportunidades e conquistar seu espaço, atuando internacionalmente, estarão fortemente aumentando sua capacidade de competir a partir da melhoria do seu desempenho e da geração de novos negócios.

A internacionalização não só melhora a competitividade das empresas como sua produtividade.

Se tornar mais competitivo é ter capacidade de se adaptar aos novos mercados e novas culturas, de se adaptar às novas demandas dos consumidores, de criar novas estratégias de vendas, de se adaptar às exigências que o novo mercado impõe. As pequenas e médias empresas têm naturalmente, pela sua estrutura, a capacidade de maior adaptação quando comparada com a grande empresa.

Internacionalização e inovação

Para que o processo de internacionalização seja sustentável no longo prazo, é preciso estar sempre atento às novas formas de fazer negócio. A inovação significa pensar de diferentes maneiras, sempre buscando a melhor maneira de entender o momento atual do mercado.

Inovar continuamente! Esta é a palavra de ordem.

As empresas que estão inseridas no mercado internacional devem estar continuamente atentas às mudanças nos padrões de consumo, no perfil do consumidor, no comportamento da concorrência, nas estratégias de venda.

Sistematizar a inovação nos processos, produtos e negócios tende a ser uma característica para as empresas, principalmente quando se fala de um mercado global onde os desafios são constantes.

Vantagens da Internacionalização

Impactos positivos para a empresa

- Aumento do valor da marca pela presença internacional
- Maior capacidade de atendimento e resposta a clientes globais
- Diferenciação frente a concorrentes domésticos e/ou menos internacionalizados
- Proximidade com seus consumidores finais
- Diminuição de riscos pela diversificação de mercados
- Acesso a fatores de produção mais baratos
- Economia de escala

Benefícios para a organização

- Aquisição de novos conhecimentos e expertises
- Elevação do nível técnico
- Desenvolvimento de novos produtos/serviços
- Diversificação da fonte de receitas do país de origem e exterior
- Maior controle sobre canais de distribuição e venda no mercado externo.

Conclusão

As empresas, mesmo não operando em mercados externos, já estão competindo com empresas estrangeiras em território nacional, certo? De uma maneira geral, podemos dizer que as empresas no mercado nacional estão expostas à concorrência internacional.

Dessa forma, há de se considerar que, a partir do momento em que a empresa decide se estruturar para o comércio exterior, ela tende a se desenvolver devido à busca de aprimoramento para atender aos novos mercados e clientes. Isto ocorre, seja por meio de profissionalização da gestão, modernização produtiva, inovação de produtos ou por busca ativa de informações sobre mercados e concorrência, entre outros fatores.

Em outras palavras, os ganhos obtidos com a internacionalização irão refletir na capacidade de competir no próprio mercado de origem da empresa. Afinal, ao se capacitar para concorrer com empresas estrangeiras, adquire expertise para ter boa performance e padrão global, se destacando no mercado doméstico.

Referências

CNI. Portal da Industria

<https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/internacionalizacao/>

SISCOMEX. Aprendendo a exportar - Exportação passo a passo

<https://www.gov.br/siscomex/pt-br/servicos/aprendendo-a-exportar/>

SEBRAE. Quais as formas de internacionalizar um negócio

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/bis/quais-as-formas-de-internacionalizar-um-negocio>

APEX BRASI. Benefícios da internacionalização no seu negócio

<http://www.apexbrasil.com.br/beneficios-da-internacionalizacao-no-seu-negocio>

SEBRAE. Internacionalização

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conteudos/internacionalizacao>

