

Quais as formas de internacionalizar meu negócio?

A internacionalização pode trazer não só uma perspectiva de ganhos adicionais, mas também a redução de custos em escala, assim como o crescimento e a expansão da marca no país de origem. Para que isso aconteça, existem diversas formas e modelos de internacionalização de empresas, os quais variam de acordo com o volume de investimento e riscos da operação e o grau de controle por parte da empresa.

Assim, quanto mais a empresa conhece e se relaciona com o mercado-alvo, mais serão exigidos conhecimentos e comprometimento com esse mercado ao longo do tempo.

Os modos de entrada estão relacionados ao nível de gestão do negócio, seja uma gestão operacional ou gestão estratégica. Neste infográfico serão abordados os modos de entrada do ponto de vista estratégico da empresa, como licenciamento, franquia, joint ventures e subsidiária.



Dica

Antes de iniciar um processo de internacionalização, certifique-se de que a sua empresa tem o que precisa. Faça uma **autoanálise**, verifique a capacidade de adaptação para inserir-se no mercado estrangeiro. É também importante, além disso analisar a concorrência, construir redes de contato e garantir que a sua equipe de gestão tem as competências necessárias perante a expansão.

As vantagens são inúmeras para internacionalização:

Mercado

- Presença internacional no mercado
- Produtos com capacidade de atender diferentes públicos
- Identificação de nichos de consumidores
- Ampliação da margem de lucro
- Gerir riscos para projetar mercados
- Valorização dos consumidores

Inovação

- Transferência de conhecimento e tecnologia
- Alta produtividade e bom custo/benefício
- Novos padrões de competitividade
- Economia de escala para produzir e vender mais

Finanças

- Retorno positivo sobre investimentos
- Bom cenário para captação de recursos e incentivos fiscais
- Aprimoramento da gestão com foco na economia global
- Tecnologia para sincronizar a gestão financeira

Capital Humano

- Desenvolvimento de lideranças com foco em mercados globais
- Intercâmbio entre profissionais de diferentes setores
- Novas experiências para o crescimento intelectual
- Internacionalização de carreiras
- Tecnologia social aplicada à dinâmica de trabalho

Para saber mais sobre exportação, consulte o Infográfico número 2 da Série Mercado!

O Sebrae

Tem como missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável, estimulando o empreendedorismo, de forma ética e justa, bem como a visão de ser referência internacional em sustentabilidade para os pequenos negócios.

Conteúdo:

Mirael França Praeiro
André Luiz Spinelli Schelini

Projeto: Pequenos Negócios no Vale do Rio Cuiabá, São Lourenço e do Guaporé, com foco em internacionalização.

Código: MTO00538PJAT

A série

Uma série que simplifica as informações para você acessar novos mercados. Aqui você fica sabendo as melhores formas de acessar os mercados nacional e internacional, tornando-se mais competitivo e gerando mais resultados para o seu negócio.



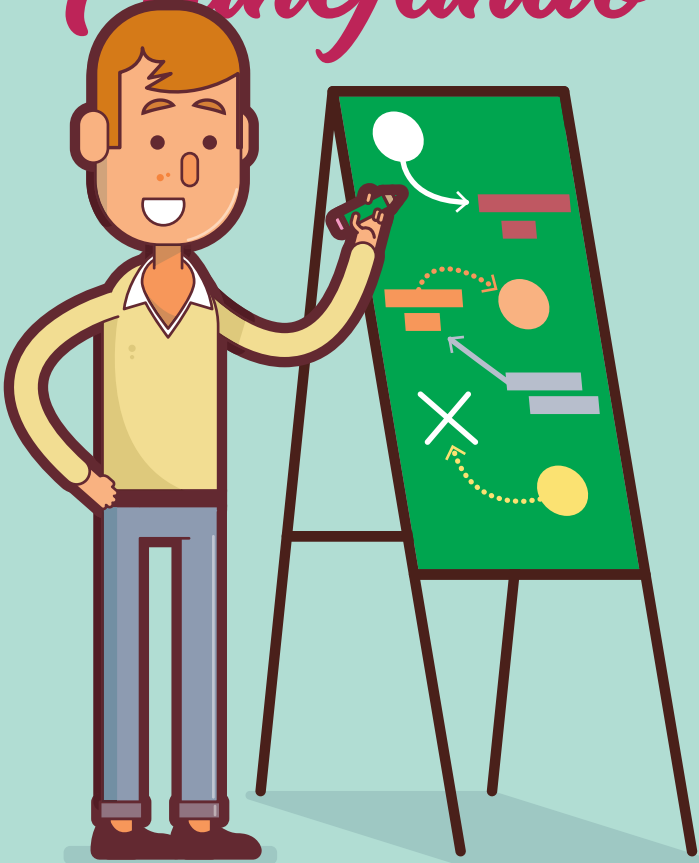
www.mt.sebrae.com.br

0800 570 0800



Formas de Acesso ao Mercado Internacional

1 Planejando



Uma vez que a empresa decida qual seu mercado-alvo, deve observar qual será o melhor modelo de entrada nesse mercado.

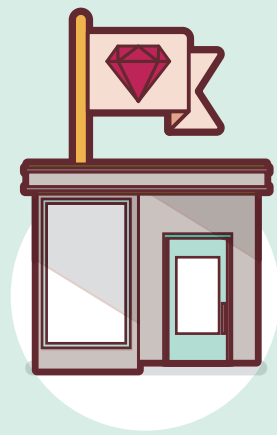
Faça uma análise de sua empresa sob a ótica do comprometimento, risco, controle e potencial de lucro. Elabore um plano de internacionalização considerando as condições do mercado e os recursos disponíveis pela empresa para explorar as oportunidades. Identifique e estude bem seu mercado-alvo, suas regras de mercado, políticas comerciais, tratamento sobre investimento estrangeiro, entre outros aspectos.

Conhecendo o mercado internacional



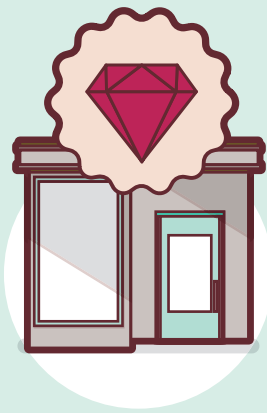
- Pesquise os requisitos legais (Documentações comercial, aduaneira e de transporte) e as Medidas Sanitárias e Fitossanitárias (MAPA, ANVISA, entre outras).
- Conheça as Barreiras e Acordos Comerciais, bem como as Preferências Tarifárias entre os países. NCM significa "Nomenclatura Comum do Mercosul". É um código numérico utilizado para classificar mercadorias importadas ou compradas no Brasil, sendo obrigatória sua inclusão nos documentos fiscais. A NCM é baseada no Sistema Harmonizado – SH (também conhecido por HS CODE), que é um sistema internacional de classificação de mercadorias, contendo informações referentes à origem do produto, materiais e aplicação.
- Em relação à compra e venda de mercadorias, o que deve ser observado, tanto pelo exportador quanto pelo importador, são as condições que norteiam a venda das mercadorias. As regras utilizadas para esse fim estão definidas nos International Commercial Terms (Incoterms), editados pela Câmara de Comércio Internacional (CCI). A utilização dos Incoterms é um procedimento a ser seguido e deverá estar pactuado entre as partes no contrato internacional de compra e venda de mercadorias.

2 Modelos



Licenciamento

Refere-se a dar **direito de uso**, através de contrato, para que outra empresa no exterior explore sua patente, segredo comercial ou marca (nomes e logotipos), tendo como contrapartida o pagamento de royalties. Ex.: a Coca-Cola, que licencia sua marca para empresas em diversos países.



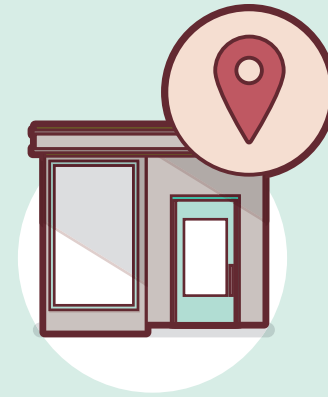
Franquia

É considerada uma forma de licenciamento, porém mais **detalhada e mais formatada**. Consiste na estratégia de penetração em mercado estrangeiro através de acordo contratual entre duas partes interessadas para conceder ao franqueador o direito de vender o produto ou fazer uso da marca em troca do pagamento de royalties. Assim, o franqueador deve fornecer ao franqueado conhecimentos e habilidades, bem como compartilhar recursos e capacitações com os franqueadores.



Joint Venture

De modo geral, as **alianças** entre empresas e joint ventures representam formas semelhantes para a entrada de uma empresa num país estrangeiro, podendo existir diferentes razões para uma empresa decidir se internacionalizar. Nesse caso, em especial, por meio de equity joint ventures, do lado da empresa estrangeira pode haver o interesse em utilizar os recursos e as capacidades da empresa local para reduzir os custos ou riscos de entrada no mercado, bem como falta de conhecimento institucional e legal. Do lado da empresa local podem existir motivos que justifiquem a modalidade de equity joint venture que ajudem a superar obstáculos como, por exemplo, o acesso às novas tecnologias, desenvolvimento de novos processos e produtos, incorporação de novas linhas de produtos e de marcas, práticas de gestão, associação com marcas internacionalmente reconhecidas e acesso aos mercados internacionais.



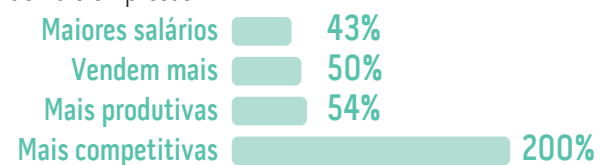
Subsidiárias

É a abertura de **filiais de propriedade integral** em mercados externos que não sejam o país sede (matriz) da empresa proprietária. A nova filial (subsidiária) pode começar do zero ou através da aquisição de uma empresa já existente. Pode ser uma subsidiária de vendas e distribuição. Essa estratégia representa o maior nível de comércio exterior, correspondendo a um alto grau de controle da empresa sobre o processo de acesso a mercados internacionais e alto investimento, principalmente se forem subsidiárias de produção, retorno mais alto e nível máximo da escala de risco.



Dica

Segundo estudo realizado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) em 2017, as empresas internacionalizadas possuem diferenciais com as demais empresas:



Fontes de conteúdo: www.mdic.gov.br, www.sebrae.com.br, www.normaslegais.com.br e www.aedb.br
Infográfico: Anderson Araujo/Heyboo Design Studio

3 Preparando a empresa



Nessa fase, é importante que a empresa se prepare **para acessar** o comércio exterior, pois, uma vez já estabelecida internamente, esse é o destino natural para estas que querem buscar novos e atrativos mercados.



Faça um **cronograma para implantação** de melhorias, expansão da organização, alteração nos processos produtivos e de gestão, atendimento aos pré-requisitos para mercado específico e outros.



Envolve sua **equipe de trabalho** para entender o quanto é importante o acesso ao comércio exterior.



A internacionalização leva ao desenvolvimento da empresa, ao aumento da competitividade, seja para conquistar novos mercados, seja para **preservar suas posições** no mercado doméstico.

