



DESAFIOS E OPORTUNIDADES DA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS BRASILEIRAS

CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF THE INTERNATIONALIZATION OF BRAZILIAN COMPANIES

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS BRASILEÑAS



10.56238/bocav25n77-001

Ricardo Alex Bruhn Otero

Mestrando em Negócios Internacionais

Instituição: Must University

E-mail: ricardootero18995@student.mustedu.com

RESUMO

Este artigo analisa os desafios e oportunidades da internacionalização das empresas brasileiras no atual cenário global, considerando as barreiras estruturais e regulatórias que dificultam a inserção do país no comércio internacional. O objetivo é compreender como fatores como inovação, digitalização e fortalecimento das relações comerciais podem contribuir para a competitividade das empresas nacionais. A metodologia utilizada baseia-se em uma revisão de literatura, que investiga como a burocracia, a dependência de commodities e a infraestrutura deficiente impactam o processo de internacionalização e quais estratégias podem ser adotadas para ampliar a presença brasileira no mercado global. Entre os aspectos discutidos, destacam-se o papel da tecnologia na expansão das empresas, a importância de políticas públicas para incentivar a competitividade e o impacto da qualificação profissional no sucesso da internacionalização. O estudo conclui que a superação das barreiras estruturais, aliada à adoção de estratégias inovadoras e políticas de incentivo, é fundamental para que as empresas brasileiras consolidem sua presença internacional e fortaleçam sua posição na economia global.

Palavras-chave: Internacionalização. Competitividade. Inovação. Comércio Exterior. Estratégias Empresariais.

ABSTRACT

This article analyzes the challenges and opportunities of the internationalization of Brazilian companies in the current global scenario, considering the structural and regulatory barriers that hinder the country's insertion into international trade. The objective is to understand how factors such as innovation, digitalization, and the strengthening of commercial relations can contribute to the competitiveness of national companies. The methodology used is based on a literature review that investigates how bureaucracy, dependence on commodities, and deficient infrastructure impact the internationalization process and what strategies can be adopted to expand Brazil's presence in the global market. Among the aspects discussed are the role of technology in business expansion, the importance of public policies in fostering competitiveness, and the impact of professional qualification on the success of internationalization. The study concludes that overcoming structural barriers,

combined with the adoption of innovative strategies and incentive policies, is essential for Brazilian companies to consolidate their international presence and strengthen their position in the global economy.

Keywords: Internationalization. Competitiveness. Innovation. Foreign Trade. Business Strategies.

RESUMEN

Este artículo analiza los desafíos y oportunidades de la internacionalización de las empresas brasileñas en el actual escenario global, considerando las barreras estructurales y regulatorias que obstaculizan la inserción del país en el comercio internacional. El objetivo es comprender cómo factores como la innovación, la digitalización y el fortalecimiento de las relaciones comerciales pueden contribuir a la competitividad de las empresas nacionales. La metodología utilizada se basa en una revisión de la literatura, que investiga cómo la burocracia, la dependencia de los commodities y la infraestructura deficiente impactan el proceso de internacionalización y qué estrategias pueden adoptarse para expandir la presencia de Brasil en el mercado global. Entre los aspectos discutidos destacan el papel de la tecnología en la expansión de las empresas, la importancia de las políticas públicas para fomentar la competitividad y el impacto de la cualificación profesional en el éxito de la internacionalización. El estudio concluye que la superación de barreras estructurales, combinada con la adopción de estrategias innovadoras y políticas de incentivos, es esencial para que las empresas brasileñas consoliden su presencia internacional y fortalezcan su posición en la economía global.

Palabras clave: Internacionalización. Competitividad. Innovación. Comercio Exterior. Estrategias de Negocios.

1 INTRODUÇÃO

A globalização modificou profundamente as relações comerciais entre os países, exigindo que empresas adotem estratégias de internacionalização para expandirem suas operações e garantirem competitividade no mercado global. Esse cenário, marcado por avanços tecnológicos e dinâmicas econômicas em constante transformação, exige que organizações se adaptem às novas exigências internacionais para manterem sua relevância. No entanto, o Brasil enfrenta desafios estruturais que dificultam sua inserção no comércio exterior, sendo a burocracia excessiva, os altos custos logísticos e a forte dependência da exportação de commodities alguns dos principais entraves que limitam o crescimento de empresas no mercado internacional (Rattner, 1995).

Apesar dessas dificuldades, o avanço da digitalização e o crescimento de setores como e-commerce e inovação sustentável oferecem oportunidades estratégicas para empresas brasileiras ampliarem sua atuação global. A conectividade proporcionada por plataformas digitais tem permitido que negócios de diferentes portes alcancem consumidores em diversos países, reduzindo barreiras geográficas e tornando o comércio exterior mais acessível. Segundo o relatório da Interbrand (2024), marcas que utilizam a inovação e a tecnologia como diferenciais têm conquistado maior reconhecimento internacional, evidenciando a importância da modernização dos processos empresariais para alcançar mercados estrangeiros.

Outro fator que pode contribuir para a presença brasileira no cenário global é o fortalecimento das relações comerciais com grandes economias. A ampliação de acordos internacionais favorece a exportação de produtos e reduz barreiras tarifárias, permitindo que as empresas nacionais diversifiquem sua pauta exportadora. No vídeo “Competitividade Brasil: fatores que nos distanciam do mercado” (2024), destaca-se a necessidade de investimentos em infraestrutura e reformas regulatórias para reduzir os custos operacionais e tornar os produtos brasileiros mais competitivos no exterior.

Diante desse contexto, este artigo tem como objetivo analisar os desafios e as oportunidades relacionadas à internacionalização das empresas brasileiras, abordando as barreiras que dificultam sua expansão global e as estratégias que podem ser adotadas para fortalecer sua competitividade. Além disso, será discutido o papel do empreendedorismo corporativo na inserção das empresas no comércio internacional e a importância de políticas públicas para incentivar esse processo, promovendo um ambiente mais favorável à internacionalização.

A metodologia utilizada baseia-se em uma revisão bibliográfica, considerando estudos acadêmicos, pesquisas de mercado e análises de especialistas sobre globalização e competitividade internacional. Também serão analisados casos de empresas brasileiras que conseguiram expandir suas operações globalmente, identificando fatores que contribuíram para o sucesso e desafios que precisaram ser superados. Essa abordagem permite uma compreensão mais ampla sobre como o Brasil

pode fortalecer sua presença no comércio exterior e quais medidas são necessárias para reduzir os obstáculos enfrentados pelas empresas nacionais.

A estrutura do artigo está organizada de forma a explorar os diferentes aspectos do tema. O primeiro capítulo aborda o impacto da globalização na economia brasileira e como isso influencia a expansão das empresas para mercados internacionais. Em seguida, são analisados os principais desafios enfrentados pelas organizações que buscam internacionalização. O terceiro capítulo discute as oportunidades estratégicas que podem ser exploradas para fortalecer a presença brasileira no exterior. Portanto, são apresentadas reflexões sobre os caminhos que podem ser seguidos para melhorar a competitividade do Brasil no cenário global, garantindo um crescimento mais sustentável e estruturado.

2 O CENÁRIO ATUAL DA GLOBALIZAÇÃO E SEU IMPACTO NO BRASIL

A globalização alterou significativamente as dinâmicas do comércio internacional, reduzindo barreiras geográficas e aumentando a interdependência econômica entre países, pois, segundo Rattner (1995), esse fenômeno resultou em mercados mais integrados, exigindo das empresas uma adaptação constante às novas condições do cenário global, em que a tecnologia desempenhou um papel fundamental ao permitir a comunicação instantânea e a criação de redes de suprimentos globais mais eficientes, sendo que, no Brasil, essa transformação foi acompanhada pelo crescimento das exportações, especialmente no setor agrícola e de commodities, consolidando o país como um grande fornecedor de recursos naturais.

Entretanto, essa inserção global não foi homogênea para todos os setores econômicos brasileiros, pois algumas indústrias, como a de tecnologia e inovação, enfrentam dificuldades em alcançar o mesmo nível de competitividade das grandes economias, sendo que, de acordo com o relatório da Interbrand (2024), as marcas mais valiosas do mundo são dominadas por empresas de tecnologia, como Apple, Microsoft e Amazon, enquanto o Brasil ainda carece de marcas de peso nesse segmento, o que evidencia uma lacuna significativa na capacidade do país de se posicionar como um protagonista na economia digital global.

Além disso, a volatilidade do cenário econômico global tem impacto direto na estabilidade das relações comerciais do Brasil, pois a dependência de exportações de commodities torna o país vulnerável a oscilações nos preços internacionais, afetando a balança comercial e dificultando um crescimento sustentável, sendo essa uma questão abordada por Rattner (1995), ao destacar que, para lidar com essas incertezas, o Brasil precisa diversificar suas exportações, investindo em setores de maior valor agregado e promovendo políticas que incentivem a inovação e o empreendedorismo.

A crescente digitalização do comércio internacional também representa desafios e oportunidades para as empresas brasileiras, pois a adoção do comércio eletrônico e o fortalecimento

de plataformas digitais facilitaram a expansão de negócios além das fronteiras nacionais, no entanto, segundo Desiderio (2019), diretor de RI e Novos Negócios da Netshoes, empresas que desejam se internacionalizar precisam se preparar para desafios como tributações complexas, logística global e adaptação às regulamentações locais, o que reforça a necessidade de um planejamento estratégico adequado para a internacionalização.

Um fator determinante para a competitividade do Brasil no cenário global é a eficiência logística e a infraestrutura, pois o vídeo “Competitividade Brasil: fatores que nos distanciam do mercado” destaca que o alto custo do transporte e a burocracia alfandegária limitam o crescimento das exportações brasileiras, sendo que a falta de investimentos em portos, rodovias e ferrovias gera entraves logísticos, tornando os produtos brasileiros menos competitivos quando comparados aos de países que possuem infraestrutura mais avançada.

Dessa forma, para melhorar seu desempenho na economia global, o Brasil precisa investir em políticas públicas que incentivem a inovação, além de fortalecer a infraestrutura para facilitar o comércio exterior, pois o país tem potencial para ampliar sua representatividade no mercado internacional, mas, para isso, é essencial que as empresas adotem práticas de internacionalização mais eficientes, como o uso de tecnologia, parcerias estratégicas e adaptação aos novos modelos de negócio impostos pela globalização.

3 EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO INTERNACIONAL

O empreendedorismo corporativo tem sido um motor de inovação para empresas que buscam expandir suas operações globalmente e, em um cenário de intensificação da concorrência, a capacidade de adaptação e reinvenção se tornou essencial para a sobrevivência no mercado, exigindo que as organizações adotem estratégias diferenciadas, capazes de agregar valor e competitividade, indo além da simples oferta de produtos ou serviços, mas desenvolvendo modelos de negócios inovadores que atendam às exigências do consumidor internacional, como destaca Rattner (1995) sobre a necessidade de adaptação constante diante da globalização.

O Brasil tem demonstrado avanços nesse aspecto, com algumas corporações se destacando no cenário global, como a Embraer, que se consolidou como referência no setor aeronáutico ao investir em inovação e parcerias estratégicas para expandir sua presença internacional, sendo um exemplo de como empresas podem crescer globalmente ao adotar estratégias bem estruturadas, o que é confirmado pela Interbrand (2024), ao apontar que organizações com alto grau de inovação conseguem aumentar seu valor de mercado e conquistar posições de destaque globalmente, reforçando a importância da pesquisa e do desenvolvimento como fatores essenciais para a competitividade brasileira.

No entanto, o empreendedorismo corporativo no país ainda enfrenta barreiras que dificultam seu crescimento em escala global, pois a burocracia excessiva, a carga tributária elevada e a

instabilidade econômica representam desafios constantes para empresas que buscam internacionalização, tornando o processo mais complexo e oneroso, como alerta Desiderio (2019), diretor de RI e Novos Negócios da Netshoes, ao enfatizar que a falta de incentivos e infraestrutura adequada limita a expansão das empresas brasileiras para mercados estrangeiros, exigindo delas um nível de resiliência e planejamento muito maior do que o necessário em economias mais estáveis.

Apesar dessas dificuldades, algumas estratégias podem contribuir para a inserção de empresas brasileiras no mercado internacional, como a adoção de ecossistemas digitais, a criação de redes de colaboração e o investimento em novas tecnologias, pois são caminhos que permitem uma entrada mais competitiva e estruturada em mercados estrangeiros, o que é reforçado pelo relatório da Interbrand (2024), que destaca como empresas que utilizam a inovação como diferencial competitivo conseguem se posicionar com mais solidez no cenário global, evidenciando a necessidade de modernização dos processos corporativos brasileiros para garantir maior presença internacional.

A digitalização também tem sido uma aliada nesse processo, permitindo que negócios alcancem consumidores de diversas partes do mundo sem a necessidade de investimentos físicos elevados, especialmente com o crescimento do e-commerce e a popularização de plataformas digitais, que facilitaram a expansão de empresas brasileiras ao possibilitarem a oferta de produtos e serviços a um público global, sendo esse um aspecto abordado no vídeo “Como conquistar mercados internacionais?”, onde se ressalta que o sucesso da internacionalização depende da adaptação das empresas às exigências culturais e regulatórias de cada país.

Para fortalecer o empreendedorismo corporativo e aumentar a competitividade global, é essencial que o Brasil implemente políticas públicas que incentivem a inovação e reduzam as barreiras burocráticas, pois o fortalecimento da cultura empreendedora, aliado a investimentos em tecnologia e capacitação profissional, pode criar um ambiente mais favorável à internacionalização, garantindo que as empresas brasileiras tenham melhores condições para competir globalmente e consolidar sua presença em mercados estratégicos, ampliando sua influência no comércio internacional e diversificando suas oportunidades de crescimento.

4 DESAFIOS DA INTERNACIONALIZAÇÃO PARA EMPRESAS BRASILEIRA

A internacionalização é um passo estratégico para empresas que desejam expandir seus mercados, mas no Brasil esse processo enfrenta desafios estruturais que limitam o crescimento global dos negócios, pois a burocracia excessiva e a complexidade do sistema tributário tornam a exportação e a operação internacional mais custosas e demoradas, criando um ambiente pouco favorável para empresas que buscam competir globalmente, como destaca Desiderio (2019), ao afirmar que a falta de incentivos fiscais e a instabilidade regulatória dificultam a inserção de empresas brasileiras no mercado internacional.

Além das questões regulatórias, a infraestrutura deficiente representa um obstáculo significativo para a competitividade brasileira, pois a precariedade de rodovias, portos e ferrovias eleva os custos logísticos, tornando os produtos nacionais menos competitivos no exterior, sendo essa uma preocupação destacada no vídeo “Competitividade Brasil: fatores que nos distanciam do mercado”, que aponta como a ausência de investimentos adequados em transporte e armazenagem compromete o tempo de entrega e aumenta os custos de exportação, prejudicando diretamente as empresas que buscam expandir suas operações além das fronteiras.

Uma outra dificuldade enfrentada pelas empresas brasileiras é a baixa diversificação da pauta exportadora, pois a economia do país é fortemente baseada na exportação de commodities, como soja e minério de ferro, o que torna o Brasil vulnerável a oscilações do mercado internacional e limita a inserção de produtos com maior valor agregado, sendo esse um fator crítico destacado por Rattner (1995), ao evidenciar que economias excessivamente dependentes de matérias-primas enfrentam maior dificuldade em construir uma posição sólida no comércio global, principalmente em setores tecnológicos e industriais.

A falta de incentivos à inovação também se reflete na competitividade internacional das empresas brasileiras, pois, enquanto países como Estados Unidos e Alemanha investem pesadamente em pesquisa e desenvolvimento, o Brasil ainda enfrenta dificuldades para criar um ambiente de estímulo à inovação, impactando diretamente sua capacidade de gerar produtos e serviços diferenciados para o mercado externo, como demonstra o relatório da Interbrand (2024), que aponta a baixa presença de marcas brasileiras entre as mais valiosas do mundo, evidenciando a necessidade de investimentos mais robustos em inovação e tecnologia para fortalecer a competitividade global do país.

Além dos desafios econômicos e estruturais, a falta de conhecimento sobre os mercados internacionais é uma barreira para muitas empresas brasileiras, pois operar em outros países exige um entendimento aprofundado das regulamentações locais, das diferenças culturais e das exigências de cada mercado, o que demanda investimentos em capacitação e planejamento estratégico, sendo essa uma questão abordada no vídeo “Como conquistar mercados internacionais?”, que destaca a importância da adaptação das empresas às normas e preferências do consumidor de cada país para garantir uma inserção bem-sucedida.

Superar esses desafios exige um esforço conjunto entre setor privado e governo para a criação de políticas que incentivem a internacionalização, pois é fundamental reduzir a burocracia, melhorar a infraestrutura, diversificar a pauta exportadora e investir em inovação, garantindo que as empresas brasileiras tenham condições mais favoráveis para competir globalmente, consolidando sua presença em mercados estratégicos e ampliando suas oportunidades de crescimento no comércio internacional.

5 OPORTUNIDADES PARA O BRASIL NO MERCADO GLOBAL

A digitalização dos negócios e a expansão do e-commerce abriram novas possibilidades para empresas brasileiras no mercado internacional, pois permitem que pequenos e médios empreendimentos alcancem consumidores de diversas partes do mundo, tornando seus produtos mais acessíveis. De acordo com a Interbrand (2024), as plataformas digitais têm uma importante função na valorização das marcas globais, ampliando sua visibilidade e facilitando a inserção no comércio exterior, o que representa uma oportunidade significativa para o Brasil fortalecer sua presença internacional.

A crescente demanda por produtos sustentáveis e socialmente responsáveis também favorece a internacionalização das empresas brasileiras, pois a biodiversidade e a riqueza de recursos naturais do país possibilitam a criação de produtos inovadores alinhados às novas exigências dos consumidores. Setores como cosméticos e alimentos orgânicos vêm ganhando espaço ao adotar práticas sustentáveis, o que reforça a importância da diferenciação para competir globalmente, sendo esse um fator destacado por Rattner (1995), ao evidenciar como o valor agregado pode ampliar a competitividade de um país no cenário internacional.

O fortalecimento das relações comerciais com grandes economias pode impulsionar as exportações brasileiras, pois acordos bilaterais e regionais facilitam a entrada de produtos nacionais em mercados estratégicos e reduzem barreiras tarifárias. No vídeo “Competitividade Brasil: fatores que nos distanciam do mercado”, destaca-se que a ampliação de parcerias internacionais é fundamental para o Brasil aumentar sua competitividade global, garantindo maior estabilidade econômica e permitindo uma diversificação da pauta exportadora.

As startups de tecnologia brasileiras também encontram um cenário favorável para expansão internacional, pois setores como inteligência artificial, fintechs e plataformas digitais apresentam crescimento acelerado e conseguem se inserir com mais facilidade no comércio exterior. Andrade (2013) evidencia que a inovação tecnológica tem sido um diferencial competitivo para empresas que buscam se consolidar globalmente, mostrando que o avanço tecnológico pode ser um grande impulsionador da presença brasileira no mercado global.

A qualificação da mão de obra brasileira é outro fator relevante para a internacionalização das empresas nacionais, pois o país conta com profissionais altamente capacitados em áreas estratégicas, como engenharia, agronegócio e tecnologia da informação, setores nos quais a expertise nacional já é reconhecida internacionalmente. O vídeo “Como conquistar mercados internacionais?” reforça a importância da capacitação profissional como um fator decisivo para o sucesso da internacionalização, destacando que a preparação adequada permite uma inserção mais eficiente e competitiva no comércio exterior.

Para que essas oportunidades sejam bem aproveitadas, o Brasil precisa adotar estratégias que incentivem a inovação, ampliem os acordos comerciais e fortaleçam a infraestrutura logística, pois essas medidas são essenciais para criar um ambiente de negócios mais favorável à internacionalização. Dessa forma, as empresas brasileiras poderão expandir sua atuação global, consolidando a presença do Brasil como um país competitivo no cenário internacional, o que exige um esforço conjunto entre governo e setor privado para garantir investimentos em tecnologia, qualificação profissional e políticas que facilitem a inserção dos negócios nacionais no mercado global.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A internacionalização das empresas brasileiras é essencial para ampliar a competitividade do país no mercado global, exigindo adaptação e inovação para acompanhar as transformações econômicas e tecnológicas. No entanto, a expansão para mercados estrangeiros ainda enfrenta barreiras significativas, como burocracia excessiva, infraestrutura precária e dificuldades regulatórias, que dificultam a inserção de produtos e serviços nacionais com maior valor agregado.

Apesar desses desafios, o Brasil possui oportunidades estratégicas para fortalecer sua presença internacional, principalmente com o avanço da digitalização, o crescimento do setor tecnológico e a demanda crescente por produtos sustentáveis. A ampliação das exportações e o fortalecimento das relações comerciais podem proporcionar novas possibilidades para empresas de diversos segmentos, permitindo a expansão para mercados estrangeiros de forma mais estruturada e competitiva.

Para que essas oportunidades sejam plenamente aproveitadas, é necessário adotar estratégias que incentivem a inovação, melhorem a infraestrutura logística e promovam novos acordos comerciais. A criação de um ambiente mais favorável para a internacionalização das empresas pode impulsionar o crescimento econômico, garantindo maior presença no comércio global e ampliando a competitividade brasileira em setores estratégicos.

A internacionalização não deve ser vista apenas como um desafio, mas como uma oportunidade para impulsionar o desenvolvimento e diversificar a economia do país. Com esforços conjuntos entre o setor público e privado, é possível superar barreiras, expandir mercados e consolidar o Brasil como um participante relevante no comércio global, garantindo crescimento sustentável e maior relevância econômica no cenário internacional.

REFERÊNCIAS

Andrade, A. M. F. D., & Galina, S. V. R. (2013). Efeitos da internacionalização sobre o desempenho de multinacionais de economias em desenvolvimento. *Revista de Administração Contemporânea*, 17, 239-262.

Competitividade Brasil: fatores que nos distanciam do mercado [Vídeo]. YouTube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=yRam9GrPvdk>

Como conquistar mercados internacionais? [Vídeo]. YouTube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Ok3raz7D6UMs>

Desiderio, G. (2019). Estratégia de Internacionalização. ECommerce Brasil. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Tm464dA7DAM>

Interbrand. (2024). Best Global Brands 2024. Disponível em <https://interbrand.com/best-brands/>

Rattner, H. (1995). Globalização: em direção a um mundo só?. *Estudos Avançados*, 9(25), 65–76. <https://doi.org/10.1590/S0103-40141995000300005>

TEDx. (2024). A Atitude Empreendedora [Vídeo]. YouTube. Disponível em <https://youtu.be/o379shgwFQc>