

5 ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS PARA SE INSPIRAR!

Quando uma companhia se prepara para ultrapassar sua fronteira e começar a fazer negócio em outro país, é essencial contar com uma boa estratégia de internacionalização de empresa. O planejamento evita que ela se atrapalhe no caminho. Dependendo do mercado de atuação e do modelo de negócio, é preciso adaptar a abordagem. Pensando nisso, foram selecionadas **5 estratégias de internacionalização de empresas** para ajudar a explorar uma oportunidade fora do Brasil. Confira!

1 OPTAR PELA EXPORTAÇÃO

Um caminho tradicional para a internacionalização de uma empresa é a exportação de mercadoria. Nesse modelo, a companhia pode se envolver diretamente no processo ou ter um intermediário que negocie e distribua seu produto no exterior.

A **exportação** pode ser realizada com investimento e risco relativamente baixos, em especial se já existe um canal aberto ou demanda pelo produto desenvolvido pela empresa.

Mas, dependendo do mercado, pode ser necessário realizar uma adaptação no processo produtivo a fim de atender a uma necessidade específica do local. Um exportador de carne que pretende atuar em um país árabe, por exemplo, deve seguir a tradição do Halal na criação e no abate do animal.

2 ADQUIRIR UMA EMPRESA NO EXTERIOR

Outra possibilidade de alcançar o mercado externo é o investimento direto na aquisição total ou parcial de uma empresa que já **opera no exterior**. Apesar do custo mais alto, essa alternativa pode ser interessante para reduzir o risco de entrar em um novo país.

Ao investir em uma empresa que já atua lá fora, o risco de implementação é minimizado. O negócio existente já tem certa expertise sobre a especificidade do mercado de atuação.

3 FAZER UM JOINT VENTURE COM UM PARCEIRO FORA DO PAÍS

O joint venture é uma associação entre duas ou mais empresas com um objetivo em comum, durante um período predeterminado e limitado. Essa estratégia pode ser interessante para internacionalizar um negócio com o suporte de um parceiro que já conhece o mercado externo.

Há ainda outras vantagens: a divisão do risco, o compartilhamento de tecnologia e o apoio na **divulgação da marca**, por exemplo.

4 ADOTAR UMA ESTRATÉGIA DE LICENCIAMENTO

O licenciamento é um modelo de internacionalização no qual duas ou mais partes fecham acordo para que o licenciado possa utilizar o recurso de propriedade do licenciador por determinado período, mediante o pagamento de royalties.

Nessa técnica, a internacionalização da marca acontece com a ajuda de um empreendedor fora do país. Ele se beneficia da sua imagem para estabelecer a parceria no novo mercado.

A principal desvantagem é que a companhia do exterior não faz parte da matriz. Por isso, pode acabar se tornando concorrente caso o contrato de licenciamento chegue ao fim.

5 ABERTURA DE UMA SUBSIDIÁRIA NO EXTERIOR

Outra estratégia de internacionalização tradicional é a abertura de uma **subsidiária** ou filial no exterior. O objetivo é expandir a empresa de forma semelhante à que acontece dentro do país, porém, com um **investimento** mais expressivo — já que se trata da abertura de uma nova organização.

Fonte: Santander Negócios e Empresas

Elaboração: Unidade de Gestão Estratégica e Mercado - UGEM
Responsável técnico: Rosana Barreiros Viana
Apoio: Victor César Siqueira Magalhães