

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO UNIBRA
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

ANTÔNIO MANOEL DE ANDRADE NETO
CAIO CEZAR PAIXÃO LOBO
RODRIGO PRADO LIMA

**COMÉRCIO EXTERIOR: UMA REVISÃO
BIBLIOGRÁFICA**

RECIFE/2024

ANTÔNIO MANOEL DE ANDRADE NETO
CAIO CEZAR PAIXÃO LOBO
RODRIGO PRADO LIMA

COMÉRCIO EXTERIOR: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharelado em Administração.

Professor Orientador: Dr. Bruno Melo Moura

RECIFE/2024

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Laís Cardoso, CRB-4/PE-1753/P.

A553c Andrade Neto, Antônio Manoel de.
 Comércio exterior: uma revisão bibliográfica / Antônio Manoel de
 Andrade Neto, Caio Cezar Paixão Lobo, Rodrigo Prado Lima. -
 Recife: Edição do Autor, 2024.
 27 p. : il. color.

 Orientador(a): Dr. Bruno Melo Moura.

 Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro
 Universitário Brasileiro – Unibra. Bacharelado em Administração,
 2024.
 Inclui Bibliografia.

 1. Comércio exterior. 2. Administração. 3. Internacionalização. 4.
 Estratégia. I. Lobo, Caio Cezar Paixão. II. Lima, Rodrigo Prado. III.
 Centro Universitário Brasileiro - Unibra. IV. Título.

CDU: 658

ANTÔNIO MANOEL DE ANDRADE NETO
CAIO CEZAR PAIXÃO LOBO
RODRIGO PRADO LIMA

COMÉRCIO EXTERIOR: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Artigo aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharelado em Administração, pelo Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, por uma comissão examinadora formada pelos seguintes professores:

Professor Orientador: Dr.Bruno Melo Moura

Professor(a) Examinador(a)

Professor(a) Examinador(a)

Recife, _____ de _____ de 2024.

NOTA: _____

Dedicamos esse trabalho anossos pais e familiares.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Deus força cuja qual, depositamos nossa fé para continuidade de nossas lutas.

Aos nosso familiares pelo apoio, incentivo e por sempre nos compreender nas nossas ausências.

Aos nossos companheiros de curso pelas angústias e alegrias vivenciadas e toda troca de aprendizado.

A UNIBRA pela oportunidade em aprender e puder desempenhar na prática essa habilidade.

Ao nosso Orientador Bruno Melo Moura, sem o qual esse trabalho não teria sido desenvolvido.

À TODOS NOSSO MUITO OBRIGADO!

“Maior que o temporal é a fé que habita em mim”.

Hungria Hip Hop

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços
OMC	Organização Mundial do Comércio
SECEX	Secretaria de Comércio Exterior

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 COMÉRCIO EXTERIOR.....	10
2.2 INTERNACIONALIZAÇÃO.....	12
3 DELINEAMENTO METODOLÓGICO.....	13
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	15
4.1 O IMPACTO DO COMÉRCIO EXTERIOR.....	19
4.2 INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS.....	20
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	23

COMÉRCIO EXTERIOR : UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Antônio Manoel De Andrade Neto
Caio Cezar Paixão Lobo
Rodrigo Prado Lima
Bruno Melo Moura¹

Resumo: Em meados da década de 80 a política de importação e exportação no Brasil passou por mudanças significativas em razão da liberação comercial que reduziu alíquotas e criou medidas para barreiras tarifárias e não-tarifárias. Esse processo foi consolidado nos primeiros anos de 1990, com o advento do Plano real criado pelo presidente até então, na época Fernando Henrique Cardoso que projetou uma nova fase para o Comércio exterior, igualando o valor da moeda nacional ao Dólar americano, o que estimulou o aquecimento do comércio e o mercado nacional de produtos importados e de alta qualidade, com preços às vezes até mais baixos do que os que eram produzidos no país. Esse contexto trouxe diversas mudanças econômicas e sociais para o Brasil, exigindo que uma nova política administrativa que soubesse lidar com as estratégias de internacionalização dos produtos e serviços dos diversos países. Diante do que foi exposto, o presente estudo tem pretende realizar um mapeamento do comércio exterior na perspectiva da administração, discutindo sobre seu impacto e a internacionalização das empresas. Para chegar a esse objetivo, buscou-se realizar uma Revisão Bibliográfica, com coleta de dados no método SPEEL- *Scientific Periodicals Electronic Library*, definido como um sistema de indexação e pesquisa gratuita de documentos científicos, tipo, artigo, teses, monografias que contribui com a problematização e discussão de determinado tema. Verificou-se com os estudos analisados que o Comércio exterior é um instrumento estratégico para a área da administração, devido o processo de internacionalização.

Palavras-chave: Comércio exterior. Administração. Internacionalização. Estratégia.

1 INTRODUÇÃO

Para compreensão do comércio exterior e como ele se organiza na prática é necessário entender a estrutura de sua funcionalidade, que no caso do sistema brasileiro, consiste na elaboração de tratados, promovida pelos ministérios das relações exteriores e pelos governos por meio de organismos internacionais, com negociações apoiadas e gerenciadas por órgãos governamentais envolvidos, que também atuam no controle de medidas ou práticas impostas pelo

¹ Professor da UNIBRA, Doutor em Administração. E-mail: bruno.moura@grupounibra.com

setor público ou privado nas transações comerciais entre os países, controlando as chamadas barreiras comerciais, ou seja, lei, regulamentos, políticas, práticas, ou medidas governamentais que restringem o comércio exterior (Chagas, 2020).

A implementação dessas barreiras, ou medidas tem efeitos diversos, sendo capaz de melhorar a balança comercial, incentivar a produção nacional, mas também distorce r os fatores de produção e aumentar os preços no mercado interno. Uma série de regras internacionais, derivadas de décadas de negociações comerciais, disciplinam a maioria das barreiras comerciais existentes para o processo de importação e exportação (Soares Nunes, 2024).

A exportação como ato de comercializar, despachar ou ceder mercadorias, produtos e serviços de uma nação para outra, ou saída de um produto ou serviço nacional para um país estrangeiro; e a importação que envolve a aquisição de bens, mercadorias ou serviços provenientes do exterior para serem utilizados em outros países (Silva *et al.*, 2018).

Sobre importação e exportação, dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) apontam no relatório mensal da Secretaria de Comércio exterior (SECEX) sobre o desempenho da Balança Comercial Brasileira em 2023 que o Brasil registrou um novo recorde de exportações no ano passado, totalizando 339,7 bilhões de dólares, o que representou um crescimento de 1,7% em relação a 2022. O saldo comercial também foi histórico, atingindo 98,8 bilhões de dólares, o que equivale a um aumento de 60,6% em comparação ao ano anterior, que foi de 61,5 bilhões (MIDIC 2023).

Na prática, pode-se dizer, com isso, que ocorreu a diminuição de barreiras no Comércio exterior possibilitando as competições, outrora restritas ao âmbito nacional, tornando-se crucial para as empresas estarem alertas às oportunidades de expandir seus mercados mundialmente, verificando, para tanto, as possibilidades de reestruturação administrativa para isso (Silva, *et al.*, 2018).

Com base nas táticas de expansão global adotadas pela organização, foi constatado que, devido à evolução acelerada e contínua do comércio de produtos e serviços em ambientes cada vez mais desafiadores, concorridos e

imprevisíveis, torna-se indispensável a adoção de estratégias visando o crescimento do negócio em âmbito internacional (Elias *et al*; 2023). Diante do que foi exposto, esse estudo tem como objetivo realizar um mapeamento do comércio exterior na perspectiva da administração, discutindo sobre seu impacto e a internacionalização das empresas. O comércio exterior possibilita a construção de habilidades e competências necessárias para que as organizações possam adaptar-se de forma competitiva no mercado.

Consequentemente, a referida pesquisa justifica-se, para a área da administração pelo fato de que a compreensão do comércio exterior e as operações de importação e exportação são fundamentais para o crescimento da economia e da lucratividade das empresas. Nesse sentido, as empresas precisam compreender a funcionalidade do Comércio exterior e desenvolver estratégias de negócios para a compreensão desse mercado, para promover a competitividade, dentro do processo de internacionalização.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 COMÉRCIO EXTERIOR

O fenômeno da globalização teve um impacto significativo nas relações entre os países, promovendo um aumento expressivo nas trocas de bens e serviços entre eles. Embora o Comércio exterior tenha existido desde os primórdios da civilização, foi somente a partir do século XV que ele adquiriu a forma prática e teórica que conhecemos atualmente (Coelho;Oliveira, 2022).

O comércio exterior envolve as transações comerciais realizadas entre diferentes nações. Em termos econômicos, a vantagem do comércio está na diversidade de habilidades que os países têm na produção de diferentes mercadorias. Dessa forma, enquanto os países desenvolvidos têm vantagens comparativas em bens intensivos em capital e tecnologia, os países em desenvolvimento têm vantagens em produtos intensivos em mão-de-obra. Isso leva à troca de produtos e benefícios mútuos (Antunes, 2023).

Esse tipo de comércio tem crescido de forma impressionante, devido à necessidade de desenvolvimento socioeconômico entre as nações. A compra e venda internacional é definida como a negociação de uma mercadoria entre dois

ou mais agentes econômicos de diferentes países, envolvendo transporte internacional e operações cambiais. O comércio exterior é basicamente dividido em exportação e importação, sendo importante destacar que a importação se refere à aquisição de produtos estrangeiros, enquanto a exportação é a venda de produtos em mercados fora do país, seguindo normas específicas (Pires, 2021).

As normas de cada país influenciam o Comércio exterior, com estruturas e regulamentações alinhadas às regras internacionais. Muitas das normas que regem o comércio internacional são originadas de acordos ou organizações internacionais que visam facilitar, harmonizar e padronizar o comércio, tornando-o mais complexo, por meio de acordos internacionais (Santos, 2021).

A assinatura de acordos comerciais internacionais beneficia ambas as partes, uma vez que os exportadores podem vender produtos a preços competitivos em novos mercados, aumentando seus lucros, enquanto os importadores podem adquirir mercadorias a preços mais baixos para revenda a preços inferiores aos praticados por seus concorrentes. Os países buscam cumprir as normas estabelecidas por meio de acordos devido aos benefícios que estas podem trazer ao comércio nacional. Além disso, as organizações internacionais desempenham um papel fundamental no comércio internacional, facilitando e auxiliando os fluxos globais e, em sua maioria, promovendo a teoria do livre comércio (Souza *et al.*, 2023).

A Organização Mundial do Comércio (OMC) é uma dessas organizações, atuando como um fórum para negociações e simplificação das normas de comércio entre os países. A OMC foi criada para expandir rapidamente os acordos comerciais e alcançar novas áreas de atuação (Pires, 2021).

Diante disso, é fundamental que as empresas exportadoras e importadoras conheçam e estudem os riscos de cada mercado-alvo que pretendem explorar. A condição econômica do país, evidenciada principalmente através do perfil do mercado consumidor é dos principais indicadores macro e microeconômicos, especialmente em relação à estrutura industrial e distribuição de renda, são elementos cruciais que a empresa exportadora precisa compreender, pois representam possíveis riscos para o sucesso das vendas ou

até mesmo para o recebimento dos negócios realizados (Marques, 2023).

É essencial ter conhecimento dos principais indicadores econômicos do país importador para avaliar adequadamente sua situação. Ao analisar os dados, o exportador deve questionar se esse mercado tem capacidade de adquirir o produto e se os importadores têm recursos para efetuar pagamento, como também, se o governo não irá bloquear os créditos (Gois, 2021).

Ou seja, o exportador e importador devem selecionar cuidadosamente o mercado e manter-se atualizado sobre a situação do país importador. As empresas também precisam considerar outros aspectos do comércio internacional, como a taxa de câmbio da moeda local em relação a outras, balança de pagamentos, restrições de importação, e regulação para investidores estrangeiros (Luz, 2019).

Logo, quando uma empresa opta por expandir suas atividades para o mercado internacional, é essencial considerar os diversos aspectos envolvidos nesse processo, incluindo a influência do ambiente externo nos negócios, como cultura, legislação e demanda local (Marques, 2023).

2.2 INTERNACIONALIZAÇÃO

O processo de internacionalização tem despertado o interesse das empresas, uma nova dinâmica que envolve a expansão das operações comerciais da empresa em mercados estrangeiros. A abertura dos países para o comércio internacional tornou-se cada vez mais relevante, impactando diretamente a forma como as empresas conduzem seus negócios (Guedes, 2022).

Mesmo aquelas acostumadas a atuar apenas no mercado interno agora enfrentam a concorrência de empresas estrangeiras. Nesse contexto de transformações rápidas e bruscas, as empresas precisam adaptar-se, desenvolver novas estratégias e planos. O crescimento das operações no exterior é uma resposta à necessidade de lidar com um mercado integrado e altamente competitivo (Bueno, 2023).

A escolha de ingressar no comércio internacional pode ser motivada por diversos fatores, como a busca por novos mercados, recursos e tecnologia, além da pressão competitiva. Um número crescente de países participa da economia

global, aumentando a competição mundial. Portanto, as empresas precisam ter um bom conhecimento do mercado estrangeiro em que desejam atuar e desenvolver estratégias adequadas para garantir uma vantagem competitiva sustentável. A internacionalização exige que as empresas estejam preparadas para enfrentar desafios e obstáculos, adaptando-se conforme o mercado externo e suas variáveis (Elias *et al.*; 2023).

O modo de entrada no mercado estrangeiro é crucial, podendo determinar o sucesso ou fracasso da empresa. As empresas devem considerar e estar preparadas para possíveis barreiras que possam surgir nesse processo de expansão. A internacionalização, embora apresente riscos e incertezas, também oferece grandes oportunidades para o desenvolvimento de vantagens competitivas. Com o ganho de experiência, as empresas se tornam mais eficientes e podem passar por diferentes estágios de atuação internacional. É importante que a estratégia de internacionalização esteja alinhada com os objetivos e recursos da empresa, garantindo assim maiores lucros, expansão de mercado, inovação de produtos, aumento de produtividade, entre outros benefícios (Jerônimo, 2020).

3 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

Este trabalho se baseia em uma Revisão Bibliográfica com abordagem quali-quantitativa. Essa abordagem é desenvolvida por meio de material já elaborado, como teses, dissertações, livros, e artigos científicos, cuja finalidade é a atualização dos conhecimentos científicos de maneira sintetizar e avaliar as informações publicadas, analisando as contribuições teóricas de determinado assunto ou ideia (Campos *et al.*, 2023).

Essa metodologia tem o objetivo de buscar aspectos qualitativos para identificar textos e realizar de forma analítica e sintética os estudos que serão relevantes para o estudo. Após isso, permite-se alcançar o conhecimento sobre a temática a ser pesquisada (Palmatie, *et al.*, 2018).

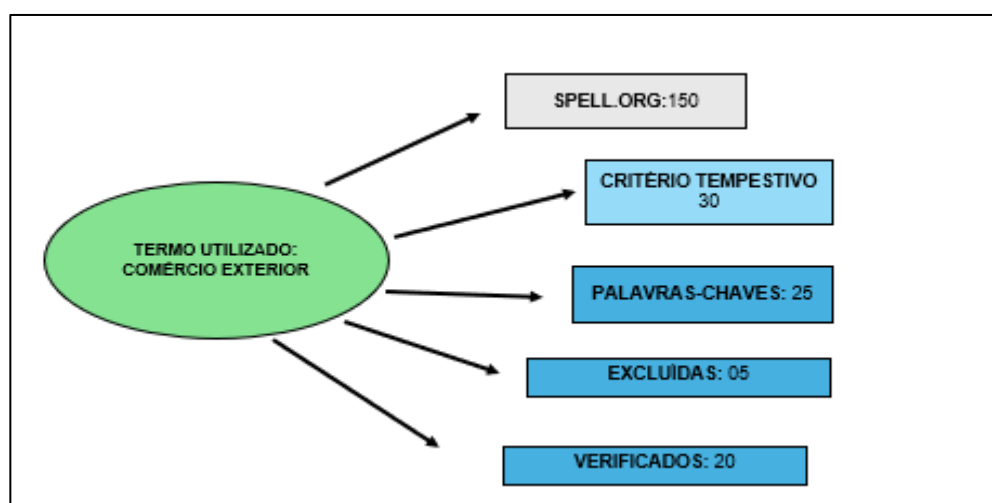
Esse estudo tem como objetivo mapear o comércio exterior na perspectiva da administração, discutindo sobre seu impacto e a internacionalização das empresas. Dessa forma, a empresa poderá competir de forma mais eficaz e

fortalecer sua posição no mercado. Para tanto, utilizou-se como palavras-chaves: Comércio exterior. Administração. Internacionalização. Estratégia. Para chegar a esse objetivo utilizou-se uma Revisão Bibliográfica quali-quantitativa, com coleta dados na plataforma SPEEL- *Scientific Periodicals Electronic Library*. Essa plataforma foi criada no ano de 2012 pela ANPAD (Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa) e atende áreas de Administração Pública, de Empresas, Turismo, Contabilidade (Avelino, 2023).

A partir disso, optou-se em escolher artigos científicos relacionados ao comércio exterior que estavam armazenados na plataforma SPELL. O método de busca SPEEL possibilita maior visibilidade da produção científica, principalmente de periódicos que são publicados no Brasil, disponibilizando o uso dos mesmos e facilitando a reprodução desse material.

A base da pesquisa foi o comércio exterior e partir desse descritor foi possível encontrar uma quantidade de artigos que possibilitaram a construção da discussão sistemática realizada de novembro de 2022 a março de 2023, com delimitação temporal o período de 10 anos (2013 a 2023) utilizando as seguintes palavras-chaves: Comércio exterior. Administração. Internacionalização, conforme figura 1 abaixo:.

Figura 1: Critérios de inclusão e exclusão



Fonte: elaborado pelos autores, 2024

Depois da análise e dos critérios de seleção iniciou-se, a investigação no SPELL, com o objetivo de verificar conteúdo referente ao tema por meio da

palavra-chave: “comércio exterior”, chegando ao total de 150 resultados na da coleta de dados no primeiro instante. Novamente aplicou-se o critério de artigos publicados nos últimos 10 anos, entre 2013 e 2023, como critério tempestivo, encontrando então 30 artigos. Então foi inserida as palavras-chaves: “Comércio exterior”. “Administração”. “Internacionalização”, “Estratégia”, restando 25, onde se excluíram 05 artigos que não tratavam do assunto, restando, portanto, 20 estudos encontrados.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Dos 20 artigos encontrados verificou-se que os autores abordavam em suas pesquisas duas categorias de temas: “o impacto do comércio exterior” e “a internacionalização das empresas”., conforme quadro 1 abaixo:

Quadro 1: seleção de artigos que compuseram o trabalho

Título do Artigo	Ano de Publicação	Sobrenome dos Autores	Revista/ Periódico	Palavra-chave	Grupo
Mercado futuro: a importância no comércio exterior	2019	Miqueleti <i>et al.</i> , (2019)	Desafios da inovação na nova economia e na sociedade do conhecimento	Mercado futuro, importância, comércio exterior.	Impacto do comércio exterior
Cadeias globais de valor, redes de negócios, estratégia e negócios internacionais: convergências	2019	Humphrey. <i>et al.</i> , (2019)	Rev. Bras. Gest. Neg.	Cadeias globais de valor; Redes de negócios; Convergência da literatura; Estratégia de negócio; Negócios internacionais	Impacto do comércio exterior
Logística de Comércio exterior brasileira: Uma análise do Índice de Desempenho Logístico brasileiro no cenário mundial	2020	Chagas, <i>et al.</i> ; (2020)	Brazilian Journal of Development	Desempenho logístico brasileiro; Barreiras; Comércio exterior	Impacto do comércio exterior
Política externa e desenvolvimento no Brasil (1985-2018): os efeitos da ação	2020	Valente (2020)	Revista da universidade Federal de Minas Gerais	Política Externa do Brasil; Comércio Exterior; Avaliação de Política Pública; Modelo Gravitacional	Impacto do comércio exterior

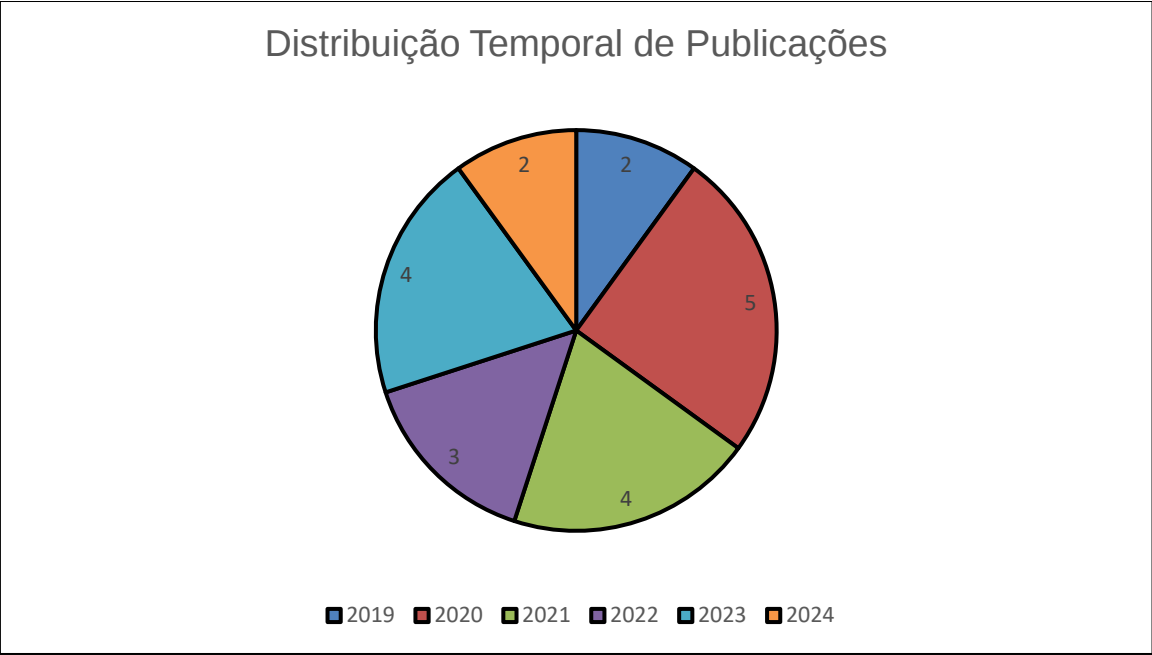
externa do estado brasileiro sobre comércio exterior					
Relacionamentos na internacionalização de empresas franqueadoras brasileiras.	2020	Sirimarco et al., (2020)	Revista Ibero-Americana de Estratégia,	Sistema de franquias. Internacionalização de franquias. Relação franqueador-franqueado. Licenciamento	Internacionalização das empresas
A importância das redes para a internacionalização: estudo de caso	2020	Teixeira (2020)	Faculdade de economia de Porto	Rede; Internacionalização ; PMEs; Dificuldades de internacionalização	Internacionalização das empresas
Aspectos dificultadores no processo de internacionalização de empresas Um estudo de caso no município de três pontas-mg	2020	Jerônimo (2020)	ACINET Journal: Research, academic mobility and innovation	Internacionalização . Comércio internacional. Estratégia de negócio	Internacionalização das empresas
Apoio à internacionalização de empresas: uma leitura das ações das agências de promoção de exportação a partir das teorias de internacionalização	2021	Rezende (2021)	Interações	internacionalização de empresas; políticas de apoio à internacionalização ; agências de promoção de exportação	Internacionalização das empresas
O comércio exterior brasileiro na década de 1990	2021	Machado (2021)	Revista de Administração de Roraima-UFRR,	Brasil, Década de 90, Comércio exterior.	Impacto do comércio exterior

Internacionalização, financeirização e transformações organizacionais O estudo do grupo Gerdau como entendimento de ação política dos empresários brasileiros	2021	Julian; Donadone (2021)	NORUS	Sociologia Económica, empresário, Gerdau e Elite	Internacionalização das empresas
Dimensões empresariais e institucionais da internacionalização acelerada	2021	Zacanaro, <i>et al.</i> , (2021)	Future studies research journal	Internacionalização Acelerada. Empresa de Base Tecnológica. Born Global. Inovação. Parque Tecnológico	Internacionalização das empresas
Fatores de sucesso quando da internacionalização de empresas	2022	Guedes (2022)	Administração & Gestão: um olhar para o futuro organizacional	Expatriado. globalização. internacionalização de empresas. crescimento empresarial. mercados globais. estratégias.	Internacionalização das empresas
O efeito do comércio exterior no desenvolvimento econômico dos tigres asiático	2022	Coelho; Oliveira (2022)	Revista Digital de Gestão e negócio	Comércio exterior. Crescimento econômico. Tigres asiáticos.	Impacto do comércio exterior
Estratégia de internacionalização de empresa: panorama da produção científica de 2013 a 2023	2022	Mendes; Gomes (2022)	Revista Gestão e Secretariado (GeSec)	Internacionalização de Empresa. Estratégia Empresarial. Scopus. New	Internacionalização das empresas
A internacionalização das empresas como forma de diferencial competitivo	2023	Fonseca; Santos (2023)	Revista científica eletrônica de ciências aplicadas da FAIT	Comércio exterior, Oportunidades e Riscos, Desenvolvimento	Impacto do comércio exterior
Estratégias de empresas no contexto da internacionalização.	2023	Elias, <i>et al.</i> ; (2023)	Revista Amor Mundi	Internacionalização .Estratégia. Implementação. Habilidade	Internacionalização das empresas

A internacionalização das empresas como forma de diferencial competitivo	2023	Bueno (2023)	Revista científica eletrônica de ciências aplicadas da FAIT	Comércio exterior, Oportunidades e Riscos, Desenvolvimento	Internacionalização das empresas
O Conceito de Internacionalização: Análise Comparativa das Teorias Clássicas e Abordagens Recentes.	2023	Neto; Fernandes (2023)	Revista de Economia Mackenzie,	born global; estratégias de internacionalização ; internacionalização ; Modelo OLI; Modelo de Uppsala.	internacionalização das empresas
Perspectivas, motivações e desafios na internacionalização das empresas.	2024	Lira (2024)	BIUS -Boletim Informativo Unimotrisaúde em Sociogerontologia	Processo de Internacionalização . Internacionalização de Empresas. Estratégias de Internacionalização .	internacionalização das empresas
Estratégias para internacionalização de empresas.	2024	Silva, et al; (2024)	Revista Tópicos,	Tecnologia. Gestão. Negócios. Liderança.	internacionalização das empresas

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024

Gráfico 1: Distribuição temporal de publicações



Fonte: Elaborado pelos autores com base no Excel, 2024

4.1 O IMPACTO DO COMÉRCIO EXTERIOR

De acordo com Fonseca; Santos (2023), para o administrador que decidir atuar na área do comércio internacional, deverá compreender os seus ganhos de escala e o aumento de produtividade, além do fluxo monetário entre os países e um acesso maior de mercadorias. Fatores, que se tornam desafios a serem vencidos para adentrar no mercado de maneira competitiva, e que necessitam do reconhecimento das medidas políticas implementadas através dos tempos.

Coelho; Oliveira (2021) apontam que as medidas políticas implementadas têm o objetivo de garantir o êxito econômico através de estratégias e da oferta de incentivos fiscais a investimentos estrangeiros tanto em organizações, quanto em capital humano.

Sobre isso, segundo Machado (2021) afirma que o reconhecimento dessas medidas políticas se solidificaram em princípios teóricos para o comércio internacional, que garantiram a redução de impostos, a criação de normas e regras e o estímulo da produtividade e competitividade. Essa competitividade de acordo com Chagas *et al.*; (2020) vem ganhando cada vez mais um diferencial tornando-se ponto crucial a ser estudado e otimizado, o que sugere estratégias para mitigar a aplicação de técnicas para atuação no mercado do comércio exterior.

Essas técnicas assim como Humphrey. *et al.*, (2019) sugere, para transformar as estruturas devem acompanhar essa mudança que ocorreu na economia global no comércio exterior nas últimas três décadas. As técnicas, segundo Miquelietti *et al.*; (2019) determinam os preços no mercado futuro e na flutuação das taxas de câmbio e em contingências internas de um país, o que ocasiona em variações diárias. Rezende (2021) diz que no comércio internacional, os valores dos produtos comercializados são afetados pela oferta e demanda, pelas condições climáticas, entre outros elementos que impactam diretamente nesses produtos, resultando em variações para se adequarem ao mercado global.

O mercado futuro e o comércio exterior são ambientes instáveis que possuem uma relação direta, e essa instabilidade pode gerar diversos desdobramentos, abrindo espaço para um campo de estudo contínuo e passível

de aprimoramentos conforme as circunstâncias de expansão, conforme, Valente, (2020). Dessa forma, enquanto as empresas buscam expandir sua presença no mercado global, as agências de promoção de exportação buscam aumentar a diversificação de mercados e setores exportadores da região. Embora esses objetivos sejam complementares, sua realização requer uma governança eficiente, com um planejamento que assegure o uso eficaz dos recursos públicos e a resolução eficaz de questões socioeconômicas.

Diante do que foi analisado percebeu-se que comércio exterior é essencial para o crescimento econômico dos países. As vantagens estão ligadas à produção especializada de bens e serviços nos quais um país se destaca, o que permite uma distribuição mais eficiente dos recursos e o aumento da eficiência. Contudo, o impacto do comércio exterior na economia vai além do que é teoricamente esperado. Pesquisas têm analisado como as políticas comerciais, como a abertura comercial, afetam as economias em desenvolvimento. Muitos estudos ressaltam a importância de características específicas de cada país, como a relação entre a renda e as importações, e o ambiente institucional, na definição dos efeitos do comércio no crescimento econômico, mas também as implicações das políticas comerciais e do ambiente institucional.

4.2 INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

A globalização, vista como uma estratégia essencial para o crescimento das empresas no mercado internacional, expandiu as operações global por meio diversas ações, como exportação, importação, investimentos, empréstimos, licenciamento, entre outras. E esse movimento, de acordo com Jerônimo (2020) é fundamental para as empresas se manterem competitivas em escala global e passou a ser uma questão vital para a sobrevivência das empresas em um ambiente cada vez mais competitivo.

Guedes (2022) destaca que essas mudanças são denominadas de internacionalização, onde as empresas por meio de estratégias competitivas, otimizam suas operações para se reestruturarem organizacionalmente, para seu acesso a mercados especializados, com novas fontes de informações e com o desenvolvimento de produtos inovadores. Para Elias *et al*; (2023), a participação

ativa das empresas nesse processo de internacionalização é essencial, sendo uma condição fundamental para manter sua competitividade e sobrevivência através do desenvolvimento de vantagens competitivas e potencialização de operações empresariais.

Reiterando essa afirmação, Lira (2024) aponta que a internacionalização é um processo interligado e complexo, que promove a interdependência entre os mercados financeiros de diferentes países, ainda que ocorram alguns desafios.

Segundo Silva *et al.*, (2024) esses desafios das organizações são facilmente reconhecíveis e uma liderança forte e unida pode ajudar consideravelmente na jornada em direção à presença em mercados estrangeiros, sendo necessário realizar uma análise aprofundada das especificidades do país do qual se deseja adentrar, a partir dos elementos culturais, socioeconômicos, cambiais, regulamentações governamentais, disponibilidade de mão de obra e de fornecedores para evitar equívocos ou, ao menos, reduzir seus impactos.

No que se refere a mão-de-obra, de acordo com Sirimarco (2020), verifica-se a preferência por associar-se a empresas renomadas que já comercializavam produtos da marca e detinham expertise no ramo de comércio exterior, além de possuir uma sólida infraestrutura nos mercados internacionais. Desse modo, a incerteza e os riscos são minimizados através de parcerias onde as licenças são concedidas a parceiros com os quais a empresa já mantém relações comerciais estabelecidas na internacionalização.

Dessa forma, para que esse processo de internacionalização seja efetivado conforme descrevem Julian; Donadone (2021) é necessário analisar a identidade dos recém-chegados que desempenham funções de gestão e mediação das modernas formas de propriedade financeira, assim como sua influência no ambiente institucional conhecido como "empresariado", ou ambiente composto por empresários.

Conforme Silva *et al.*; (2024) a possibilidade diante disso, identificar os obstáculos enfrentados pelas empresas ao se internacionalizarem e analisar de que maneira as redes podem ajudar a mitigá-los e, conseqüentemente, a promover a internacionalização das organizações. No entanto, para que as redes

se estabeleçam e perdurem existem elementos essenciais que precisam ser observados, como a confiança mútua e a comunicação aberta entre todos os integrantes da rede.

Zacanaro (2021) salienta que é possível concluir a relevância da implementação de medidas econômicas que promovam as exportações, considerando a história e cultura de cada país, respeitando suas características específicas e buscando um equilíbrio entre a competição nos setores tecnológicos e inovadores e os incentivos necessários para tornar a indústria nacional competitiva internacionalmente.

Logo, de acordo com Mendes; Gomes (2022) o processo de internacionalização permite uma análise aprofundada sobre os impactos culturais e linguísticos na expansão global dessas organizações poderia oferecer valiosas visões para estratégias de negócios mais eficazes em diferentes cenários. Entender as táticas de saída e o ciclo de vida dessas empresas, além de promover abordagens interdisciplinares e comparações setoriais, enriqueceriam consideravelmente a literatura sobre o assunto.

Assim sendo, conforme Bueno (2023) perspectivas futuras ressaltam a possibilidade de pesquisas que não só ampliem o conhecimento já existente, mas também orientem estratégias práticas para companhias e formuladores de políticas lidarem com os desafios e oportunidades de lucro no cenário global. O que para Neto; Fernandes (2023) é uma vantagem para as empresas, pois mantem as operações no exterior, contribuindo para o controle das ações de forma mais lógica e racional, tendo em vista o reconhecimento dessas estratégias.

Assim, para se expandir internacionalmente, as empresas precisam se preparar adequadamente, elaborar uma estratégia com base em análises detalhadas e implementar ações comerciais eficazes para garantir uma presença duradoura no mercado global. É fundamental que os pequenos negócios estejam familiarizados com os procedimentos formais de exportação e com os recursos simplificados disponíveis para facilitar suas atividades no exterior.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, em relação ao impacto do comércio exterior o gestor que optar por trabalhar no campo do comércio exterior precisa ter conhecimento sobre a importância dos ganhos de escala e o aumento da eficiência, bem como entender a circulação financeira entre as nações e a ampliação do acesso a produtos. Esses aspectos representam obstáculos a serem superados para ingressar no mercado de forma competitiva, demandando a compreensão das políticas adotadas ao longo do tempo, no processo de internacionalização das empresas. A partir disso, constatasse que o Comércio exterior vem sendo discutido acerca de duas temáticas: O impacto do comércio exterior e Internacionalização das empresas.

No primeiro âmbito, em relação ao impacto do comércio exterior é preciso entender a funcionalidade desse tipo de comércio, as barreiras e normas regem a implementação de políticas comerciais que facilitam o acesso ao mercado especializado.

No segundo âmbito no que se refere a internacionalização das empresas, entendeu-se que esse processo é essencial para que as empresas mantenham sua competitividade em âmbito global e se tornou uma questão crucial para a sobrevivência empresarial em um cenário cada vez mais acirrado no qual se busca o aprimoramento das operações por meio de estratégias competitivas.

Portanto, é importante salientar que este estudo se limitou a uma abordagem bibliográfica. Assim sendo, percebe-se que essa limitação também é uma oportunidade para futuras agendas de pesquisa. Quando trabalhos posteriores abordarão esse tema a partir de dados de ordem primária, como entrevistas e questionários acerca do comércio exterior.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, M.G. Desafios ao Comércio exterior **brasileiro: uma análise dos regimes aduaneiros especiais à luz da integração do direito comunitário sul-americano**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) — Universidade de Brasília, Brasília 2023. Disponível em: <https://bdm.unb.br>. Acesso em: 11 mai. 2024.
- COELHO, *et al.* O efeito do comércio exterior no desenvolvimento econômico dos tigres asiático. **Aten@-Revista Digital de Gestão & Negócios-**, 2022. Disponível em: <https://periodicosunimes.unimesvirtual.com.br/index.php/gestaoenegocios/article/view/1340>. Acesso em: 11 mai. 2024.
- CAMPOS, L.R. Revisão Bibliográfica e a Pesquisa Bibliográfica Numa Abordagem Qualitativa. **Cadernos da Fucamp**, 2023, Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu> Acesso em: 11 mai. 2024.
- CHAGAS, *et al.* O. Logística de Comércio exterior brasileira: Uma análise do Índice de Desempenho Logístico brasileiro no cenário mundial. **Brazilian Journal of Development**, 2020. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs>. Acesso em: 11 mai. 2024.
- COELHO, O. P. O efeito do comércio exterior no desenvolvimento econômico dos tigres asiático. **Aten@-Revista Digital de Gestão & Negócios-**, v. 2, n. 4, p. 89-111, 2022. Disponível em: <https://periodicosunimes.unimesvirtual.com.br/>Acesso em: 11 mai. 2024.
- ELIAS, S.I *et al.* Estratégias de empresas no contexto da internacionalização. **Revista Amor Mundi**, 2023. Disponível em: <https://journal.editorametrics.com.br/index.php/> Acesso em: 14 maio. 2024.
- FERREIRA, C.R. **Existirá alguma relação entre liberalização comercial e proteção social no Brasil?**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Recife, Pernambuco. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream>. Acesso em: 11 mai. 2024.
- GUIMARAES, H.R. **Brasil e China: a trajetória do comércio de minério de ferro durante os governos de Dilma Rousseff e Michel Temer**. Curso de Ciências Biológicas, Universidade Federal do Tocantins, Porto Nacional, 2023. Disponível em: <https://repositorio.uft.edu.br/handle/11612/6245>. Acesso em: 11 mai. 2024.
- GOIS, T.F. **Análise da competitividade e estrutura de mercado internacional do café: no período de 2001 a 2019**. 2021. Dissertação

(Mestrado em Agronegócios)—Universidade de Brasília, Brasília, 2020.
Disponível em: <http://icts.unb.br/jspui>. Acesso em: 11 mai. 2024.

HUMPHREY, *et al.* Global Value Chains, Business Networks, Strategy, and International Business: Convergences. **Revista Brasileira De Gestão De Negócios**, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v21i4.4014>
Acesso em: 11 mai. 2024.

JULIAN, *et al.* Internacionalização, Financeirização e Transformações Organizacionais. **Novos Rumos Sociológicos**. 2021. Disponível em: <https://revistas.ufpel.edu.br/index.php/sociologicos/article/view/3616> Acesso e
Acesso em: 11 mai. 2024

LIRA, K. *et al.* Perspectivas, Motivações E Desafios Na Internacionalização Das Empresas. **BIUS-Boletim Informativo Unimotrisaúde em Sociogerontologia**, v. 43, n. 37, p. 1-11, 2024.
<https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/BIUS/article/view/14830>
Acesso em: 11 mai. 2024.

LUZ, P. A importância do siscomex nas operações de comércio exterior: importação e exportação de bens. **South American Development Society Journal**,. 2019. Disponível em:
<https://www.sadsj.org/index.php/revista/article/view/172> Acesso em: 11 mai. 2024.

MARQUES, A.E. **Comércio internacional e crescimento a longo prazo: o contexto mundial, notas sobre Portugal**. Leya, 2023.

MENDES, T. D. *et al.* Estratégia de internacionalização de empresa: panorama da produção científica de 2013 a 2023. **Revista de Gestão e Secretariado**, 2024. Disponível em: <https://ojs.revistagesec.org.br/secretari>.
Acesso em: 17 maio. 2024.

SIRIMARCO, *et al.* Relacionamentos na internacionalização de empresas franqueadoras brasileiras. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, 2020.
Disponível em: <https://uninove.emnuvens.com.br>. Acesso em: 17 mai. 2024.

SOUSA, *et al.* A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da FUCAMP**, v. 20, n. 43, 2021.
<https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336> Acesso em: 11 mai 2024.

PEREIRA, J.P. A Desindustrialização do Brasil e seu Impacto nas Relações de Comércio exterior: Causas, Consequências e Estratégias de Recuperação. **Journal of Technology & Information (JTni)**,.2024. Disponível em|: <http://jtni.com.br/index.php/JTni/article/view/98>, Acesso em: 11 mai 2024.

PIRES, F.R. **Análise das exportações da região centro-oeste entre 2011 e 2020. 2021.** trabalho de Conclusão de Curso. Universidade de Brasília, Brasília, 2021. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/29317>. Acesso em: 11 mai 2024.

REZENDE, *et al.* Apoio à internacionalização de empresas: uma leitura das ações **das agências de promoção de exportação a partir das teorias de internacionalização. Interações** (Campo Grande) DISPONIVEL EM: <https://doi.org/10.20435/inter.v22i1.2129> Acesso em: 11 mai 2024.

SANTOS, B. P. **O Brasil e o Mercosul: uma análise das vantagens e desvantagens para o país.** 2021 Trabalho de conclusão de curso de graduação da Universidade de Caxias do Sul. Rio Grande do Sul. Disponível em : <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/11453/TCC%20Bruna%20Pezzi%20dos%20Santos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 11 mai 2024.

SOUZA, *et al.* Impactos para o comércio exterior brasileiro: os movimentos no cenário da liderança de crescimento econômico mundial, a desaceleração da china e a elevação da Índia. **Caderno PAIC.** 2023. Disponível em : <https://cadernopaic.fae.emnuvens.com.br/cadernopaic/article/view/521> Acesso em: 11 mai 2024.

SILVA, *et al.* O Conceito de Internacionalização: Análise Comparativa das Teorias Clássicas e Abordagens Recentes. **Revista de Economia Mackenzie**, [S. l.], v. 19, n. 2, p. 252–274, 2023. Disponível em: <https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/rem/article/view/15551>. Acesso em: 17 maio. 2024.

TEIXEIRA, D. S. A Importância das Redes para a Internacionalização: estudo de caso. **Faculdade de Economia de Porto.** 2020. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/129934/2/428102.pdf> Acesso em: 11 mai 2024.

ZANCANARO, *et al.* Dimensões Empresariais e Institucionais da Internacionalização Acelerada. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, 2021. Disponível em: <https://www.revistafuture.org> Acesso em: 17 mai.2024.