

DOI: 10.5748/20CONTECSI/REX/ECO/7261

eLocator: e207261

ESTRATÉGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL PARA EMPRESAS B2B

Bruno José Viana Kortz – <https://orcid.org/0000-0002-9813-3148>

Centro Paula Souza - Fatec Itapetininga

Jefferson Biajone – <https://orcid.org/0000-0002-2278-6556>

Centro Paula Souza - Fatec Itapetininga

Aquilino Salustiano Vieira Junior – <https://orcid.org/0009-0005-2687-9927>

Centro Paula Souza - Fatec Itapetininga

Layssa Vitória De Almeida Ribeiro – <https://orcid.org/0009-0004-5834-9042>

Centro Paula Souza - Fatec Itapetininga

ESTRATÉGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL PARA EMPRESAS B2B INTERNATIONAL MARKETING STRATEGIES FOR B2B COMPANIES

RESUMO: Este trabalho se concentra na análise das estratégias de marketing internacional adotadas por empresas B2B no contexto brasileiro. Exploramos as complexidades do mercado brasileiro, ressaltando a importância da adaptação das estratégias de marketing para atender às demandas locais, ao mesmo tempo em que se busca uma presença global. Discutimos aspectos como a seleção de mercados-alvo, estratégias de entrada, marketing digital, e como lidar com desafios regulatórios e culturais específicos do Brasil. A pesquisa oferece insights valiosos para empresas B2B que buscam expandir suas operações com sucesso neste mercado em crescimento.

ABSTRACT: This work focuses on the analysis of international marketing strategies adopted by B2B companies in the Brazilian context. We explore the complexities of the Brazilian market, highlighting the importance of adapting marketing strategies to meet local demands, while seeking a global presence. We discuss aspects such as selecting target markets, entry strategies, digital marketing, and how to deal with regulatory and cultural challenges specific to Brazil. The research offers valuable insights for B2B companies looking to successfully expand their operations in this growing market.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing. Empresas. B2B. Global. Estratégias.

KEYWORD: Marketing. Companies. B2B. Global. Strategies.

1 INTRODUÇÃO

No cenário empresarial globalizado e altamente competitivo dos dias de hoje, as empresas B2B (Business-to-Business) enfrentam desafios complexos e emocionantes ao buscar oportunidades de expansão além das fronteiras nacionais. A internacionalização de operações tornou-se uma estratégia fundamental para muitas organizações, impulsionada pela busca de novos mercados, diversificação de riscos e crescimento sustentável (CONTENT MARKETING INSTITUTE, 2023).

Empresas que operam no mercado B2B têm características distintas em comparação com aquelas que atendem diretamente aos consumidores finais (B2C), o que exige uma abordagem única em suas estratégias de marketing internacional (EXPERT XP, 2023). A pesquisa aqui apresentada busca identificar as melhores práticas, desafios e oportunidades que envolvem a expansão internacional de empresas B2B.

A compreensão das estratégias de marketing internacional para empresas B2B é fundamental não apenas para a sobrevivência, mas também para o sucesso em um mercado global em constante evolução. Esta pesquisa visa fornecer uma base sólida para empresas, em especial brasileiras, que buscam expandir suas operações internacionalmente e enfrentar os desafios inerentes a esse empreendimento. À medida

que avançamos, examinaremos de perto as estratégias bem-sucedidas adotadas por empresas B2B, destacando exemplos e estudos de caso que ilustram como essas estratégias podem ser aplicadas de maneira eficaz em contextos variados..

2 METODOLOGIA

A metodologia adotada neste estudo visa fornecer uma base sólida para a análise das estratégias de marketing internacional empregadas por empresas B2B, com foco especial nas experiências e desafios enfrentados no contexto global. Para alcançar os objetivos deste trabalho, foram adotados os seguintes passos metodológicos:

Revisão da Literatura, por meio da qual foi realizada uma extensa revisão da literatura, explorando fontes acadêmicas, livros, artigos de periódicos e publicações relacionadas a estratégias de marketing internacional e empresas B2B. Essa revisão proporcionou uma compreensão aprofundada dos conceitos, teorias e tendências existentes nesse campo.

Estudo de Caso, com o propósito de examinar as estratégias de marketing internacional na prática, foram selecionados diversos estudos de casos de empresas B2B que tiveram sucesso em sua expansão internacional. Esses estudos de casos abrangeram uma variedade de setores e regiões geográficas, permitindo a análise de estratégias específicas e adaptações bem-sucedidas.

Já para se complementar a análise, foram conduzidas entrevistas qualitativas com profissionais de marketing e gestores de empresas B2B que têm experiência direta na internacionalização de seus negócios. As entrevistas buscaram capturar insights práticos, desafios enfrentados e lições aprendidas ao longo do processo de internacionalização.

E, por fim, os dados coletados por meio da revisão da literatura, estudos de casos e entrevistas foram analisados de forma qualitativa. A análise dos dados concentrou-se na identificação de tendências comuns, melhores práticas e desafios específicos enfrentados pelas empresas B2B que buscam expandir internacionalmente.

Isto posto e com base nos resultados da revisão da literatura, estudos de casos e entrevistas, foi possível realizar uma síntese dos principais insights e conclusões, o que possibilitou na elaboração de recomendações práticas para uma empresa B2B que deseje desenvolver estratégias de marketing internacional bem-sucedidas.

É importante ressaltar, contudo, que esta pesquisa utiliza uma abordagem qualitativa, focando na compreensão aprofundada das estratégias de marketing internacional para empresas B2B. A combinação de revisão da literatura, estudos de

casos e entrevistas proporcionará uma visão abrangente e prática desse tema, auxiliando na geração de insights valiosos para o mundo dos negócios e da academia.

2 DESENVOLVIMENTO

O marketing internacional é uma disciplina que se concentra na aplicação de estratégias e táticas de marketing em um contexto global, permitindo que as empresas atinjam sucesso em mercados internacionais. Ele se baseia nas mesmas fundamentações do marketing tradicional, mas leva em consideração as complexidades e desafios específicos que surgem quando as empresas operam em diferentes países e culturas (NEIL PATEL BLOG, 2023).

Uma definição amplamente aceita de marketing internacional é fornecida por Cateora et al. (2016), que descreve o marketing internacional como:

O desempenho de atividades de negócios projetadas para planejar, precificar, promover e direcionar a empresa em mercados cujas fronteiras nacionais são cruzadas regular e reciprocamente com os objetivos de satisfazer as necessidades dos clientes, e atingir as metas organizacionais de longo prazo de rentabilidade (CATEORA et al. 2016, p.28).

Isso implica que o marketing internacional envolve a expansão deliberada e estruturada das operações de uma empresa para mercados fora de seu país de origem, reconhecendo que esses mercados podem diferir em termos de cultura, legislação, concorrência e comportamento do consumidor. Portanto, é uma disciplina que requer um profundo entendimento das nuances globais, bem como a capacidade de adaptar as estratégias de marketing para atender às demandas específicas de cada mercado.

Além disso, autores como Michael Czinkota e Ilkka A. Ronkainen, em (2019), enfatizam que o marketing internacional vai além da simples venda de produtos e serviços em mercados estrangeiros, abrangendo também a pesquisa de mercado global, a adaptação de produtos e serviços para atender às necessidades locais e a construção de relacionamentos com clientes e parceiros internacionais.

Em resumo, o marketing internacional é uma disciplina fundamental para empresas que buscam expandir suas operações globalmente utilizando estratégias de marketing B2B, e sua definição engloba a expansão estruturada, a coordenação eficaz e a adaptação às complexidades dos mercados internacionais. É uma área em constante evolução devido à globalização e à rápida mudança tecnológica, e a compreensão das suas nuances é essencial para o sucesso no cenário empresarial global.

Em relação ao marketing B2B, ou *business-to-business*, é uma disciplina essencial que se concentra na promoção e venda de produtos e serviços de uma empresa para outras empresas. Segundo Reade et al.(2015):

O que define a relação B2B, ou de marketing industrial ou institucional, é quem compra o bem ou serviço. Sendo assim, uma mesma empresa pode fornecer um produto que tanto servirá ao consumidor final, para uso pessoal, como a um cliente institucional, que pode revendê-lo, utilizá-lo na manufatura de outro produto ou serviço, ou como material de consumo em uma atividade empresarial. Essa relação entre a empresa e quem compra o produto é resultado claro do desenvolvimento dos websites das empresas, pois em muitos deles não há imposição de restrições quanto à compra dos produtos por parte de pessoas físicas (READE et al. 2015, p.11).

4 RESULTADOS OBTIDOS

Nesta seção, apresentamos os principais resultados obtidos durante a pesquisa, que se concentra na análise das estratégias de marketing internacional da empresa Ambev no Brasil que se utilizou de estratégias B2B. A investigação abrangeu revisão da literatura e estudos do caso, visando compreender as práticas bem-sucedidas, desafios e tendências relevantes.

4.1 AMBEV

Uma das maiores empresas de bebidas do mundo, um exemplo notável de uma empresa que utiliza o modelo B2B business-to-business em suas operações. Embora seja mais conhecida por suas marcas de bebidas populares, como Budweiser, Skol e Pepsi, a Ambev também desempenha um papel fundamental no fornecimento de produtos e serviços para outras empresas, especialmente no setor de food service e cervejarias artesanais.

Pesquisa referenciada por Rodrigues (2022), evidência um estudo de caso AmBev sobre como ela criou seu ecossistema de negócios. Apresenta algumas maneiras pelas quais a Ambev utiliza o modelo B2B em sua estratégia da Ambev, um importante fornecedor de bebidas alcoólicas e não alcoólicas para restaurantes, bares, hotéis e outros estabelecimentos do setor de food service.

A empresa fornece uma ampla gama de produtos, incluindo cervejas, refrigerantes, água e sucos, atendendo às necessidades específicas de seus clientes comerciais. Essa relação B2B permite Ambev estabelecer parcerias de longo prazo com restaurantes e bares, ajudando-os a atender as preferências de bebidas de seus clientes. Apoio a

Cervejarias Artesanais A Ambev também se envolve em iniciativas B2B que apoiam o crescimento de cervejarias artesanais.

4.2 BENEFÍCIOS OBTIDOS PELA AMBEV COM A ESTRATÉGIA B2B

Em termos de **Parcerias Estratégicas**, a Ambev tem se destacado na construção de parcerias estratégicas sólidas com fornecedores, distribuidores e outros parceiros-chave na cadeia de suprimentos. Essas parcerias têm permitido à empresa otimizar seus processos de produção, reduzir custos e garantir a qualidade consistente de seus produtos (ALÉM AMBEV, 2023).

No que se refere à **personalização da experiência do Cliente**, o marketing B2B permite uma abordagem mais personalizada na interação com os clientes corporativos. A Ambev utiliza dados analíticos avançados para compreender as necessidades específicas de seus clientes empresariais, proporcionando soluções personalizadas que agregam valor ao seu negócio (PRESCOTT, 2022).

Sobre a **Criação de Valor Compartilhado**, a Ambev adota uma abordagem de criação de valor compartilhado, buscando não apenas maximizar seus próprios lucros, mas também contribuir para o sucesso de seus parceiros de negócios. Isso fortalece as relações a longo prazo e cria um ambiente propício para a inovação colaborativa, para exemplificar, a empresa encerrou o terceiro trimestre de 2023 com um lucro líquido consolidado estimado em R\$ 4,015 bilhões, o que representa um aumento de 24,9% se comparado ao mesmo período do ano passado (BMC NEWS, 2023).

No tangente à **Inovação e Tecnologia**, o marketing B2B tem sido instrumental na introdução de inovações e tecnologias avançadas na Ambev. A empresa busca constantemente parcerias com fornecedores inovadores como a Via Floresta, TRC sustentável e Aterra, empresas estas, focadas em desenvolvimento sustentável. Incorporando assim, novas tecnologias em seus processos de produção, embalagens e logística para se manter à frente da concorrência (BLOG QUINTESSA, 2022).

Por fim, em termos de **Resultados e Impactos Financeiros**, os resultados financeiros da Ambev refletem a eficácia de suas estratégias de marketing B2B. O aumento nas receitas, a expansão de mercado e a maximização da eficiência operacional são indicadores tangíveis dos benefícios obtidos por meio dessas práticas (ALÉM AMBEV, 2023).

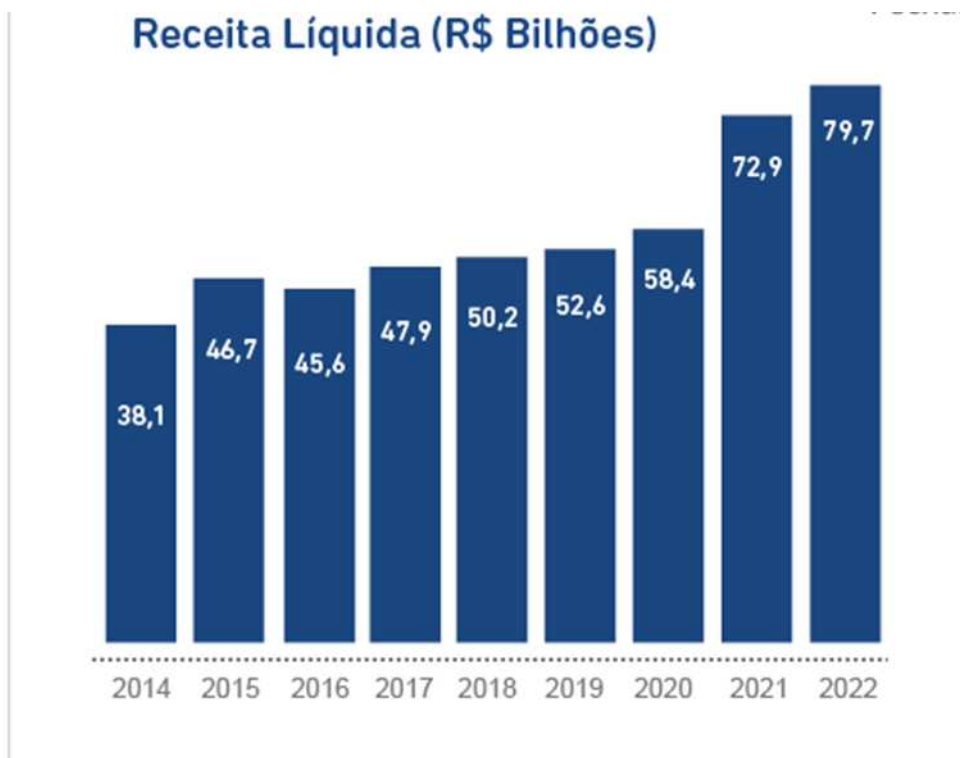


Gráfico 1: Receita ao longo dos anos em Bilhões R\$.
Fonte: Ambev (2023).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como conclusão, a importância da segmentação de mercado é uma prática que permite às empresas se adaptarem de maneira mais eficaz às necessidades variadas dos clientes em diferentes regiões. A pesquisa destacou que as empresas que adotam uma abordagem orientada por nichos têm maior probabilidade de obter sucesso em mercados internacionais altamente competitivos.

A adaptação cultural também emergiu como um fator crítico para o sucesso global. Compreender e respeitar as diferenças culturais não apenas melhora a aceitação da marca, mas também constrói relacionamentos sólidos com clientes internacionais, fortalecendo a reputação da empresa no mercado global.

A crescente importância da digitalização e do marketing em mídias sociais nas estratégias de marketing internacional foi evidente. As empresas B2B estão explorando plataformas online para alcançar audiências globais, o que exige uma compreensão sólida do marketing digital e das estratégias de conteúdo.

Em síntese, a pesquisa destaca a complexidade e a importância das estratégias de marketing internacional para empresas B2B em um cenário global em constante evolução.

A segmentação de mercado, a adaptação cultural, a digitalização, a flexibilidade e a aprendizagem contínua são elementos-chave que influenciam o sucesso nesse contexto. Empresas no Brasil que buscam expandir suas operações internacionalmente devem abraçar essas práticas como parte fundamental de sua abordagem, reconhecendo que a adaptabilidade e expansão é a chave para prosperar em um ambiente de negócios cada vez mais globalizado.

REFERÊNCIAS

AMBEV. **Além**. Disponível em: <<https://www.ambev.com.br/alem>>. Acesso em: 01 dez. 2023.

AMBEV. **Destaques Financeiros**. Disponível em: <<https://ri.ambev.com.br/visao-geral/destaques-financeiros/>>. Acesso em: 01 dez. 2023.

BMCNEWS. **Ambev apresenta Lucro líquido de R\$ 4,015 Bilhões e Crescimento de 24,9%**. Disponível em: <<https://bmcnews.com.br/2023/11/02/ambev-apresenta-lucro-liquido-de-r-4015-bilhoes-e-crescimento-de-249/#:~:text=9%25%20%2D%20BM%26C%20NEWS->>>. Acesso em: 3 dez. 2023.

CATEORA, P. R.; GILLY, M. C.; GRAHAM, J. L. **Marketing Internacional - 15ed.** [Porto Alegre] AMGH Editora, 2013. E-book. ISBN 9788580551464. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580551464/>>. Acesso em: 05 set. 2023.

CONTENT MARKETING INSTITUTE. **B2B Content Marketing**. Disponível em: <<https://contentmarketinginstitute.com/b2c/>>. Acesso em: 10 set. 2023.

CZINKOTA, M. R. **Marketing Internacional - Tradução da 8ª Edição Norte Americana**. [São Paulo]. Cengage Learning Brasil, 2012. E-book. ISBN 9788522108886. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522108886/>. Acesso em: 07 set. 2023.

EXPERT XP. **O que é B2B? Entenda como funciona o business to business!** Disponível em: <<https://conteudos.xpi.com.br/aprenda-a-investir/relatorios/o-que-e-b2b/>>. Acesso em: 25 out. 2023.

NEIL PATEL BLOG. **Marketing Internacional: O Que É e as 8 Melhores Estratégias**. Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/marketing-internacional/>>. Acesso em: 09 set. 2023.

PRESCOTT, R. **Ambev Opta por Fazer Tecnologia e Analytics Dentro de Casa**. Disponível em: <<https://www.convergenciadigital.com.br/Negocios/Ambev-opta-por-fazer-tecnologia-e-analytics-dentro-de-casa-60811.html?UserActiveTemplate=mobile>>. Acesso em: 1 dez. 2023.

QUINTESSA. **Conheça 10 Startups de Impacto que Apoiam a AMBEV Nas Metas de Sustentabilidade**. Disponível em: <<https://blog.quintessa.org.br/10-startups-de-impacto-que-apoiam-a-ambev/>>. Acesso em: 1 dez. 2023.

READE, Dennis V.; ROCHA, Marcos; OLIVEIRA, Sérgio Luis Ignácio de; CHERNIOGLO, Andréa. **Marketing B2B**. [São Paulo]: Editora Saraiva, 2015. E-book. ISBN 978-85-02-

63884-6. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-02-63884-6/>>. Acesso em: 08 set. 2023.

RODRIGUES, I. **Estudo de caso AmBev: como ela criou seu ecossistema de negócios.** Disponível em: <<https://g4educacao.com/portal/estudo-de-caso-ambev>>. Acesso em: 11 set. 2023.