

A internacionalização ainda é uma qualidade rara

André Vieira
De São Paulo

Petrobras, Vale, Gerdau, Odebrecht, Votorantim e Camargo Corrêa são apontadas por especialistas como os bons exemplos de grandes empresas brasileiras participantes do processo de internacionalização, ocorrido mais intensamente nos últimos 15 anos. Embora essas companhias tenham mobilizado bilionários recursos e obtido sucesso na conquista de participação no mercado externo, poucas companhias obtiveram o mesmo êxito da Embraer. É o que conclui um estudo recém-publicado pelo economista Alexandre Minda, professor do Instituto Leaps, da Universidade de Toulouse, na França. Para Minda, a fabricante brasileira de aviões é o melhor exemplo de companhia que avançou mais em seu processo de internacionalização.

Na visão do economista francês, a Embraer é um exemplo de companhia latina “aspirante” a transformar-se em um verdadeiro “global player”. “A maioria das multilatinas são companhias regionais ou bi-regionais”, escreve o estudioso no trabalho ‘As estratégias das multilatinas: da busca pela liderança regional ao mito da corporação global’, o qual o Valor teve acesso.

Privatizada em 1994, com con-

Verde-amarelas e globais

Embraer detém o maior grau de internacionalização da América Latina, segundo pesquisador

Empresa	Vendas totais (em US\$ bilhões)	% de vendas no exterior	Operações nos mercados regionais					Categoria de internacionalização*			Tipo de corporação multinacional
			América Latina	América do Norte	Europa	Ásia/Pacífico	Outros	+50%	25-50%	-25%	
Petrobras	52,109	21,2	✓	✓	✓	✓	✓	—	—	✓	Multiregional
Vale	10,380	90,5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—	—	Multiregional
Gerdau	6,973	49,1	✓	✓	✓	—	—	—	✓	—	Multiregional
Embraer	3,854	92,3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—	—	Aspirante a “global player”

Fonte: Alexandre Minda, com base nos dados da Unctad (2006) e relatório anual das empresas *Calculada como % das vendas realizadas pela empresa fora do país

trole pulverizado, grande participação de capital estrangeiro e acordos de troca de tecnologia com grupos internacionais, a Embraer transformou-se em menos de uma década na quarta maior empresa do setor aeronáutico do mundo e líder global no segmento de aviões com menos de cem passageiros. Possui unidades nos Estados Unidos, Europa e Ásia, e mais de 90% de sua receita advém de contratos fechados no exterior. Para Minda, a empresa representa a rara exceção na América Latina ao lado da mexicana Cemex, fabricante de cimentos.

Utilizando da definição de acadêmicos especializados em internacionalização, como o economista inglês John H. Dunning, Minda lembra que a Embraer possui qualidades incomuns em outras companhias latinas. Suas motivações para internacionali-

zação incluem a busca de novos mercados, recursos, redução de custos e ativos estratégicos.

“A maioria das multilatinas — as multinacionais latino-americanas — é de corporações com vocação regional”, sustenta. Para o autor do trabalho, que analisou a participação das empresas brasileiras, mexicanas, venezuelanas e argentinas, entre outras, no exterior, a principal motivação para o avanço das companhias fora de suas fronteiras é a busca por recursos naturais e a entrada em novos mercados. “Isso está refletido na base produtiva e tecnológica da América Latina”, afirma o economista.

Ele lembra que, em alguns casos, a ida ao exterior é uma ação defensiva contra o ingresso de rivais no mercado doméstico. Outro determinante é o fato de empresas brasileiras aproveitarem oportunidades em períodos de crise, como foi a compra das

companhias argentinas Pérez Compac pela Petrobras ou da Loma Negra pela Camargo Corrêa.

Mesmo em âmbito global, Alexandre Minda cita estudos de colegas que apontam apenas nove empresas que poderiam ser ditas verdadeiramente globais: as americanas IBM, Intel e Coca-Cola, as japonesas Sony e Canon, holandesa Philips, a finlandesa Nokia, a francesa LVMH e a cingapuriana Flextronics — esta última é o único exemplo fora das economias desenvolvidas. Ou seja, o grau máximo de internacionalização das companhias parece ser algo para poucas e raras empresas de excelência.

“A história da Embraer foge do padrão de todos os manuais”, diz o professor do núcleo de internacionalização da Fundação Dom Cabral, Álvaro Cyrino. Embora não tenha visto o trabalho de Minda, Cyrino avalia que a Em-

braer já seja uma empresa global e lembra que a empresa construiu um projeto estratégico que hoje completa 40 anos: criou um centro de tecnologia (CTA) e uma escola de engenharia (ITA), “bases para criação das competências da empresa”, afirma.

Cyrino entende que as empresas brasileiras que usam suas vantagens comparativas — como a exploração de recursos naturais — estão aumentando seu grau de internacionalização. “A Vale pode escolher ser uma mineradora global, expandindo sua operação a partir do Brasil”, afirma. Ele vê virtudes no processo de internacionalização, que classifica como um fenômeno que vem acontecendo rapidamente no país. “Ajuda a colocar o Brasil no mundo”, diz. Para Cyrino, muitos brasileiros começam a viver experiências no exterior e transferir experiências e tecnologias para outras empresas.

No entanto, a internacionalização em si, avalia o professor da Dom Cabral, não é condição para o desenvolvimento econômico. “Qual o país que se desenvolveu nos últimos anos com base em recursos naturais?”, questiona Cyrino. “Se a locomotiva da China parar, são as empresas de commodities que vão ser as primeiras a sentir o fim do ciclo.”

Em seu trabalho, o economista francês traça um paralelo das multilatinas com as multinacionais que emergiram na Ásia e chega à conclusão de que as rivais asiáticas conseguiram, ao competir globalmente desde o início em economias abertas, fazer a transição e se transformar em multinacionais focadas em alta tecnologia e setores intensivos em capital.

Para o Alexandre Minda, o fato de poucas companhias latinas terem se internacionalizado até agora está ligado ao processo histórico de industrialização da região, onde impera a baixa taxa de acumulação de capital. Minda aponta também a falta ou escassez de recursos públicos destinados à indústria, aos setores de educação, pesquisa e desenvolvimento. “Todos esses elementos geram um baixo nível de produtividade e uma baixa capacidade de inovação”, escreve o especialista.