

Rumo à internacionalização de pequenos e médios empreendimentos

Raimundo Vasconcelos

Consoante ao adágio de que não se constrói a casa pelo telhado, a capacidade competitiva internacional também exige alicerce prévio edificado no mercado nacional.

No curto espaço de que dispomos aqui, intentamos destacar ao menos duas categorias necessárias pertencentes a esse alicerce: (i) proteção aos empreendimentos nascentes; e, (ii) funcionários satisfeitos, compromissados e recompensados.

Minimizar os custos desse apoio significa buscá-lo junto à incubadoras de empresas, aos conglomerados empresariais face aos spillovers que promovem, à empresas juniores, ao Cebrae, ao Centro Internacional de Negócios – CIN/Fiesp e ao Estado. E neste último caso, diferente da proteção “a fundo perdido” praticada no passado, cabe ainda hoje sim a proteção via acordo-recíproco, no qual o protegido se comprometa a mostrar anualmente resultados positivos e crescentes em termos de produtividade/rentabilidade/lucratividade dos negócios.

Tal proteção deve ter ainda seus limites, digamos não mais que cinco anos, findo o qual o nascente empreendimento espera-se tenha atingido a capacidade para enfrentar seus pares em suas ações competitivas. Denotará assim ou não mais precisar da proteção ou então não a merecer, conforme dizia o economista Roberto Campos.

Quanto ao papel dos funcionários, no intuito de fomentar a competição dos negócios, não nos esqueçamos de que instituições e empresas por si só são estáticas. Logo, são movidas por pessoas, as quais influem incessantemente na cultura organizacional e por esta também são afetadas, embora de modo mais lento.

O mito da empresa dinâmica por excelência esconde o contributo de seus funcionários. E no descompasso entre o ethos organizacional e pessoal, reside uma espécie de pontos-cegos, com potencial para alterar rotas elaboradas e retardar o alcance de resultados quando não abortá-los.

É preciso, portanto, primar pelo binômio resultado-recompensa, a fim de que a meta desejada seja cumprida e seus colaboradores sejam recompensados, não só e estritamente em termos pecuniários, mas ao menos quanto ao grau de satisfação, ao perceber o implemento de suas sugestões ou parte delas, ao visualizarem a possibilidade concreta de ascensão profissional, enfim, fazendo-os se sentirem importantes e partícipes dos procedimentos organizacionais.

No atual processo de globalização, a competição se intensifica mesmo para as empresas que permanecem em seus respectivos mercados domésticos, ora enfrentando a concorrência efetiva de bens e serviços importados, ora a dos investimentos diretos externos, além de uma latente competição potencial externa, pois continua muito atual o alerta schumpeteriano de que, mesmo um posicionamento monopolista não é uma almofada sobre a qual se durma.

E nesse ambiente ultracompetitivo, estratégias competitivas focadas nos preços não terão sustentabilidade ao longo do tempo, pois são mais fáceis de serem imitadas, conforme já antecipou M. Porter. Assim, inovação e diferenciação é o que importa.

E montar uma equipe vencedora significa ainda reforçar o alicerce competitivo com a formatação, por exemplo, de um núcleo de relações internacionais, ancorado por profissionais dessa área, visto serem os únicos a absorver, numa só graduação, expertise nas esferas econômica, política, estratégica, diplomática, negociadora, jurídica e intercultural, possibilitando-lhes uma especialização (estrategista) multifacetada.

Disponível em: <<http://www.mundori.com>>. Acesso em 4/4/2007.