

Mais empresas vão para o exterior

Lucia Rebouças

O índice de internacionalização e o número de companhias brasileiras que atuam no exterior cresceram em 2007. E a expansão continua neste ano, puxada principalmente por áreas onde as empresas apresentam vantagens competitivas como agronegócio, mineração, celulose e siderurgia.

A partir deste ano, o País também deverá ver seu nível de internacionalização aumentar no setor de tecnologia - que já tem uma forte penetração na América Latina -, além de um movimento de companhias de médio porte buscando novos desafios no exterior. São empresas médias que tem evoluído na exportação e começam a pensar na internacionalização, diz o professor Álvaro Cyrino, que participa da elaboração do ranking das transnacionais brasileiras da Fundação Dom Cabral.

O ranking de 2007 listou 32 empresas brasileiras com operações fora do País, oito a mais que no ano anterior. Apesar do crescimento, o Brasil ainda tem menos transnacionais que países como a Turquia, com Produto Interno Bruto (PIB) inferiores ao do Brasil. A comparação foi feita pelo ex-ministro da Fazenda Máilson da Nóbrega para mostrar o potencial do movimento de internacionalização das companhias brasileiras. Em 2007, o PIB da Turquia era de US\$ 482 bilhões e o do Brasil, de US\$ 1,3 trilhão.

Em 2007, a Gerdau liderou o ranking de transnacionais brasileiras com um índice (calculado pela média entre ativos, vendas e empregados no exterior sobre ativos, empregados e vendas totais do grupo) de 46%. De acordo com o professor, a Gerdau é um bom exemplo de setores em que o Brasil se destaca por competência industrial.

A empresa desenvolveu um conjunto de competências ligadas à excelência operacional e gestão industrial. "São competências iguais ou melhores que nos países em que essas competências começaram, o que tem efeito importante inclusive para a retenção de talentos", conta o professor Cyrino. Nos Estados Unidos, esse é um setor no qual as empresas não conseguem mais atrair talentos. No Brasil, isso ainda não acontece. A empresa pode transferir talentos daqui para o exterior, garantindo eficiência de atuação e retenção de seus talentos, acrescenta.

A elaboração do ranking de transnacionais de 2007 obedeceu a parâmetros diferentes do de 2006, que incluía as exportações no item de vendas internacionais. No de 2007, foram consideradas apenas as vendas feitas no exterior em relação às vendas totais da companhia. Esse será o padrão de agora em diante. Segundo o professor Cyrino, ainda não dá para comparar o Brasil com os outros integrantes do grupo Bric (Rússia, Índia e China), seus principais concorrentes nos mercados emergentes, porque os índices de transnacionalidades comparáveis ainda estão sendo confeccionados.

Grau de investimento

O grau de investimento obtido pelo Brasil este ano não teve impacto nas estratégias de atuação das empresas no exterior. Sua classificação como seguro para investir, porém, foi muito positiva para sua projeção internacional, o que facilita a penetração das empresas e de produtos no exterior. "O grau de investimento foi o reconhecimento de que o Brasil está melhor, o que facilita e barateia a captação de recursos", afirma o professor da Fundação Dom Cabral. Capitalizadas, as empresas ficam à vontade para aproveitar boas oportunidades de expansão dentro e fora do País.

Nas estratégias de internacionalização, a aquisição tem sido uma opção mais freqüente do que a criação de novas unidades no exterior. "Difícilmente compensa fazer uma nova empresa. É melhor comprar e aproveitar a capacidade de mercado e clientela de uma que já está operando, até porque isso apressa a entrada no mercado", avalia Cyrino.

A valorização do real frente ao dólar também não foi decisiva, mas está ajudando a internacionalização. Flávio Balestrin, diretor comercial da Totvs - que há dez anos atua fora do Brasil -, afirma que a queda do dólar facilitou a comercialização dos produtos e novas aquisições.

Mercado e qualidade

A primeira incursão da Totvs no exterior foi na Argentina, com a instalação de unidade própria. Hoje, a empresa atua em 15 países da América Latina. Possui filiais na Argentina, México e Portugal. Já no Chile e Paraguai tem franquias. No México, a Totvs adquiriu a Sipro e através dela atua em várias regiões do país, como Queretaro, Distrito Federal, Guadalajara e Monterrey. "A América Latina é nosso target", diz Balestrin, mas a Totvs já atravessou o Atlântico. Em 2007, iniciou uma operação em Lisboa e a partir dela atende clientes em países africanos de língua portuguesa, como Angola e Moçambique. "A experiência em Portugal tem sido muito boa. Agora, a Espanha tem mostrado interesse pelos serviços e pode ser um novo alvo," afirma o executivo.

A Sof Informática especializada em processos de negócios (incluindo fábrica de software), projetos e programas CRM está avaliando montar sua primeira operação fora do Brasil a partir de 2009. Sylvio de Sousa Filho, diretor comercial, diz que a empresa está trabalhando para obter a CMMI, certificação condicional para a empresa atuar no exterior. "Nosso objetivo é prestar serviços nos Estados Unidos e Europa."

AS DEZ MAIS				
Nível de internacionalização (em %)				
2007				
	Índice*	Vendas	Ativos	Empregados
Gerdau	46	54	39	46
Vale	29	18	46	24
Sabó	29	43	16	27
Marcopolo	27	30	29	22
Odebrecht	27	20	15	47
Embraer	23	12	45	13
Weg	22	30	24	11
Tigre	20	17	27	17
Camargo Correa	19	13	26	18
Duas Rodas	17	6	40	7
2006				
	Índice	Vendas**	Ativos	Empregados
Gerdau	44	61	38	35
Marcopolo	41	55	46	22
Odebrecht	40	75	10	35
Sabó	38	57	28	30
Embraer	36	92	1	14
Weg	30	56	24	11
Vale	28	77	2	4
Petrobras	28	10	7	11
Andrade Gutierrez	27	38	20	22
Tigre	15	18	13	15

Fonte: Fundação Dom Cabral * O Índice é a média entre ativos, empregados e vendas no exterior sobre ativos, empregados e vendas totais do grupo empresarial ** Incluiu as exportações

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 13, 14 e 15 jun. 2008, Finanças & Mercados p. B1.