

Crise abre oportunidades para expansão das múltis brasileiras

Grupos como o Braskem estudam aquisições no exterior, motivados pela queda no preço de ativos

Marianna Aragão

A crise financeira global está abrindo espaços para o crescimento das multinacionais brasileiras. Protegidas por um mercado doméstico forte e “treinadas” para períodos difíceis, por causa das inúmeras crises regionais que já atravessaram, as múltis do País já começam a aproveitar as boas oportunidades que vêm surgindo. Segundo a espanhola Lourdes Casanova, professora da escola de negócios Insead e especialista em empresas latino-americanas, o desinvestimento realizado por multinacionais de países desenvolvidos – os mais afetados pela crise – já rendeu bons negócios no Brasil e também em outros países latino-americanos, como o Chile.

“Elas estão cortando gastos e investimentos em lugares mais distantes e difíceis de administrar”, afirma Casanova. Um “desinvestimento” que beneficiou uma multinacional brasileira foi feito pela mineradora anglo-australiana Rio Tinto, que vendeu seus ativos em Mato Grosso do Sul para a Vale, em janeiro. Um negócio nos mesmos moldes foi fechado pelo banqueiro André Esteves, do BTG, que conseguiu retomar o comando de seu Pactual, anos depois de vendê-lo por US\$ 2,5 bilhões ao suíço UBS.

As brasileiras também saem ganhando em outra ponta. Com os preços de ativos no exterior relativamente baixos, apareceram oportunidades de expansão internacional. Na semana passada, o presidente da petroquímica Braskem, Bernardo Gradin, reafirmou o interesse em adquirir uma companhia nos Estados Unidos, e disse que um negócio pode ser fechado ainda este ano. “Muitas empresas dos Estados Unidos estão anunciando a intenção de se desfazerem de ativos”, ressaltou o executivo durante a apresentação dos resultados da empresa, na semana passada. A entrada da companhia no mercado americano deve marcar o início do processo de internacionalização do grupo, que já tem projetos traçados para construir fá-



CRESCIMENTO – Fábrica da Tigre na Argentina: grupo vai abrir fábricas no Uruguai e na Argentina este ano, e estuda aquisições no México e em um país da América Central

FRASES

Evaldo Dreher
Presidente da Tigre

“Tivemos crises econômicas praticamente todos os anos, por isso somos disciplinados para administrar o dia a dia e fazer investimentos no futuro”

Luiz Gonzalo G. Souto
Diretor da Sabó

“Na hora da crise, os concorrentes também procuram onde está bom”

bricas na Venezuela, Peru e Bolívia.

No primeiro semestre, no entanto, as multinacionais do País colocaram um pé no freio no processo de internacionalização. Foram apenas 12 aquisições de empresas no exterior por grupos brasileiros, enquan-

to em todo o ano de 2008 esse número chegou a 60, segundo dados da consultoria KPMG. Mas especialistas acreditam que nos próximos meses esse quadro pode ter uma virada.

No ano passado, as multinacionais brasileiras tiveram forte avanço nos mercados globais, segundo estudo elaborado pela Fundação Dom Cabral. De acordo com o estudo, mesmo com a crise, que abalou o resultado financeiro de boa parte das empresas no último trimestre, as 20 maiores múltis brasileiras conseguiram aumentar seus níveis de internacionalização. A receita dessas companhias com operações no exterior passou a representar 25,3% do total em 2008, ante 24,1% em 2007. Os ativos estrangeiros responderam por 27% do total das múltis nacionais no

ano passado, ante 24% no ano anterior.

Para Álvaro Cyrino, professor da Dom Cabral, esse quadro deve voltar agora, com um impulso extra da valorização da moeda nacional. Segundo ele, nenhuma empresa brasileira pensa em interromper o processo de internacionalização. O que pode ocorrer, no entanto, é uma mudança de foco: com a crise, as companhias preferirão investir em mercados que continuem crescendo – caso dos países emergentes, como a China – e que tenham proximidade, seja cultural ou geográfica. Hoje, a América Latina concentra 46% dos ativos das companhias brasileiras internacionalizadas, de acordo com o estudo da Fundação.

A Tigre, empresa de tubos e conexões de PVC, manteve seu

plano de internacionalização inalterado para 2009. Com sete fábricas no Brasil e oito no exterior, a companhia pretende inaugurar duas fábricas, no Uruguai e na Argentina, até o fim do ano. E continua com ânimo para aquisições. Segundo o presidente do grupo, Evaldo Dreher, estão sendo avaliadas aquisições no mercado mexicano e no da América Central. “Tivemos crises econômicas praticamente todos os anos, por isso, somos disciplinados para administrar o dia a dia e fazer investimentos no futuro, com ou sem crise”, justifica Dreher.

Na Sabó, multinacional da indústria de autopeças que abriu uma fábrica nos EUA em 2007 e na China no ano passado, a crise foi responsável por mudanças na estratégia de internacionalização. Segundo o diretor ge-

ral da empresa para a América do Sul, Luis Gonzalo Guardia Souto, mercados emergentes como China, Índia e Brasil ganharam importância por terem se recuperado mais rápido da turbulência mundial. A companhia pretende abrir uma nova unidade na Índia até o ano que vem. Será a oitava fábrica da Sabó fora do Brasil.

O movimento de internacionalização da empresa começou em 1992, com uma aquisição na Argentina. Hoje, mais da metade dos ativos da Sabó está no exterior. Mas a atuação sólida no país de origem também garante uma travessia tranquila nos momentos de crise, diz Souto. “Na hora da crise os concorrentes também procuram onde está bom. Saímos na frente pelo conhecimento que temos do mercado nacional.” ●