Executivos brasileiros que são globais

Profissionais têm ganhado cada vez mais destaque no exterior em diversas áreas

Maurício Oliveira
ESPECIAL PARA O ESTADO

Embora o Brasil não esteja entre os países mais competitivos, seus executivos certamente não estão fazendo mau papel – muitos têm assumido funções importantes em empresas globais.

Os brasileiros são reconhecidos pela facilidade de relacionamento e pelo jogo de cintura, características que os especialistas costumam atribuir à diversidade de influências típicas da formação nacional e à necessidade de adaptação às instabilidades econômicas que o País enfrentou nas últimas décadas.

Em contrapartida, algumas das dificuldades mais evocadas, como a falta de experiência internacional e o domínio insuficiente de idiomas, começaram a ser superadas pelo maior intercâmbio com universidades de ponta mundo afora e pela ampliação das políticas de expatriação promovidas pelas grandes corporações.

Quando se falava nesse assunto há dez anos, os exemplos citados vinham sempre de setores tradicionais da economia e invariavelmente passavam por Alain Belda, 69 anos, que liderou a Alcoa mundial, e Carlos Ghosn, 58 anos, CEO do grupo Nissan-Renault. Com o advento das novas tecnologias e das redes sociais, uma nova geração de "brazucas" antenados com as tendências e formados pelas melhores instituições de ensino despontou como protagonistas do mercado global.

Em junho, coube ao mineiro Hugo Barra, 35 anos, egresso do Massachusetts Institute of Technology (MIT), apresentar ao mundo o Nexus 7, novo tablet do Google. Ele trabalha na empresa desde 2008 e, à frente da diretoria de produtos móveis, enfrenta desafios como desenvolver o primeiro tradutor simultâneo portátil, capaz de fazer duas pessoas se entenderem mesmo falando idiomas diferentes – um sonho da ficção científica que está próximo de se tornar realidade.

No Facebook, que acaba de alcançar um bilhão de contas ativas ao redor do mundo e tem o Brasil como o segundo principal mercado, com 54 milhões de contas, Alexandre Hohagen, 44 anos, formado em Relações Públicas pela Universidade de São Paulo (USP) e pós-graduado em Administração pelo prestigiado Internacional Institute for Management Development (IMD), na Suíça, destaca-se como vice-presidente de vendas para a América Latina – cargo para o qual foi contratado em fevereiro de 2011, depois de ter sido responsável por montar a filial do Google na América Latina e ter chegado ao cargo de vice-presidente para o continente.

"Muitos brasileiros estão preparados para enfrentar o desafio do mercado global. A maior dificuldade talvez seja o nosso grande apego ao País", diz Amintas Neto, 43 anos, diretor de novas tecnologias e plataformas da Microsoft para o Oriente Médio e a África. Sediado em Dubai, nos Emirados Árabes Unidos, seu cargo, que ocupa há dois anos, cobre 79 países. A possibilidade de carreira internacional é algo incentivado dentro da empresa e Amintas se preparou gradualmente ao longo de dez anos, incluindo um MBA no Canadá e alguns períodos de intercâmbio nos Estados Unidos e em países da América Latina, até ter a primeira oportunidade oficial no exterior.

No início, conta o executivo, ele tinha o hábito de comparar as situações que enfrentava com as práticas do Brasil e de usar o País como referência constante nas conversas com outros executivos. "Com o tempo, percebi que isso dava a sensação de um excesso de orgulho pelo meu país que nem sempre era bem-visto, então comecei a me policiar para estabelecer referências mais globais", descreve.

Empreendedorismo. Há também os casos de empreendedores brasileiros cujos negócios se tornam grandes e globais, como é o caso de Michel "Mike" Krieger, 27 anos, fundador do Instagram, rede social de compartilhamento de fotos que fundou há três anos com um colega americano da Universidade de Stanford. Em abril, a empresa foi vendida ao Facebook por US$ 1 bilhão, dos quais Krieger embolsou US$ 100 milhões, como proprietário de 10% das ações. A venda incluiu a incorporação de toda a equipe – incluindo os fundadores, que continuam à frente da empresa. Outra possibilidade de "ascensão" de executivos brasileiros é a compra de empresas que já são globais, como ocorreu com o Burger King, rede de restaurantes adquirida no final de 2010, por US$ 3,3 bilhões, pela empresa de investimentos 3G Capital, sediada no Rio de Janeiro. O cargo de CEO foi assumido por Bernardo Hees, 42 anos, ex-CEO da ALL Logística, que havia ingressado na 3G como sócio alguns meses antes da oficialização da compra do Burger King.

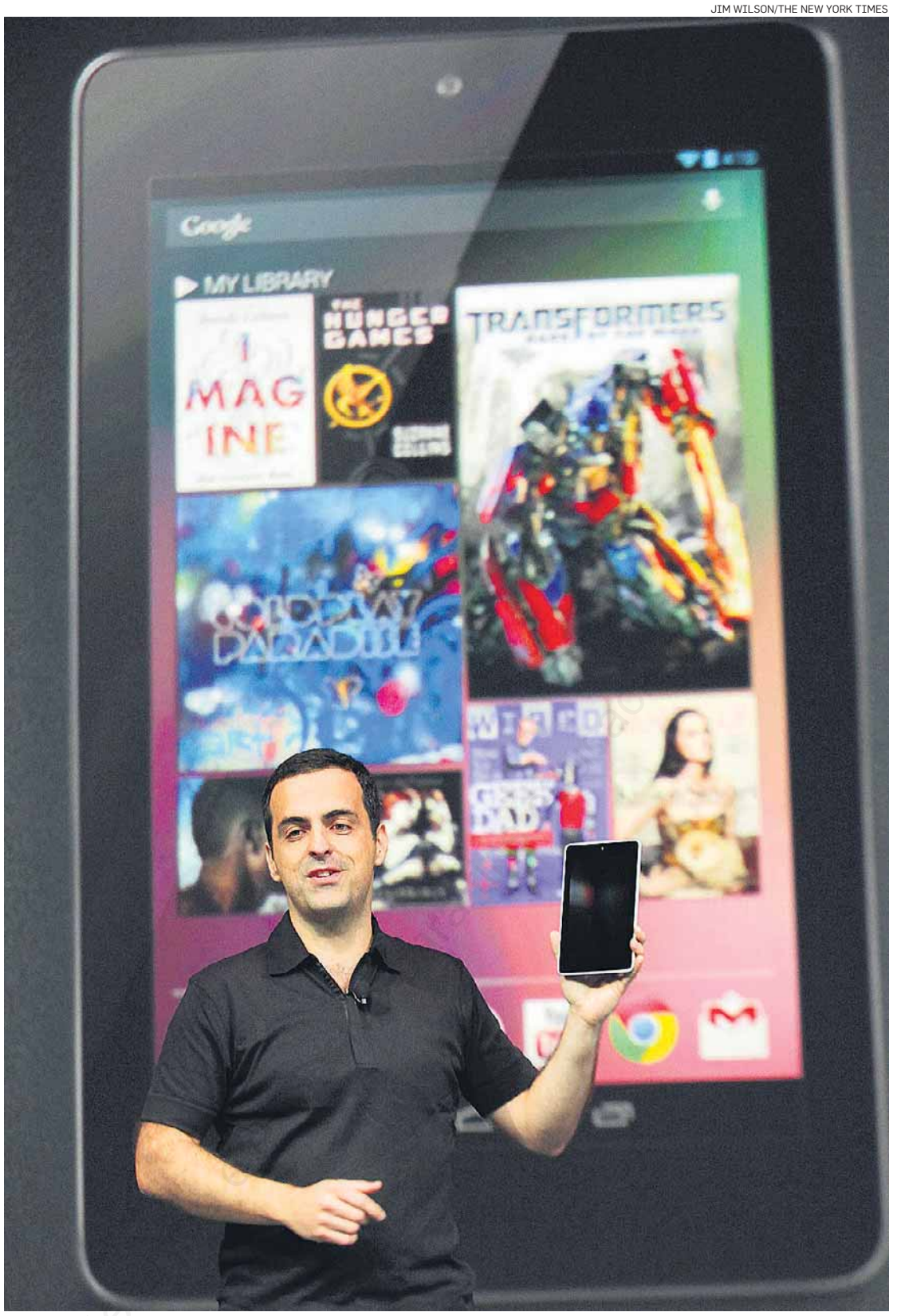
Gafes. O tão citado "jogo de cintura" dos brasileiros não impede, no entanto, que estejam livres de cometer gafes típicas do choque de culturas. Hees descobriu em março de 2011 o potencial devastador da globalização. Ao fazer uma palestra na Universidade de Chicago e tentar ser simpático com os estudantes, ele elogiou a comida local e a beleza das mulheres, mas o contraponto não caiu nada bem: acrescentou que, durante o MBA que fez na Universidade de Warwick, na Inglaterra, não tinha motivos para se distrair, pois a comida era ruim e as mulheres não eram muito atraentes – comentário que, como era de se prever, teve péssima repercussão.

Já Amintas Neto, ao procurar uma escola para a filha assim que chegou a Dubai, percebeu uma súbita mudança de comportamento da secretária da instituição de ensino que visitava. "Ela estava superatenciosa, mas de repente fechou a cara, entregou uns folders e praticamente me despachou", lembra o executivo. Coube ao amigo que o estava acompanhando, mais familiarizado com os costumes locais, esclarecer o que havia acontecido: ao sentar-se e cruzar as pernas, Amintas deixou à mostra a sola do sapato, ato considerado ofensivo na cultura local.

"Tornar-se um executivo global é aprender e surpreender-se todos os dias", diz o diretor da fábrica da Embraco no México, Carlos Alberto Xavier. A fabricante de compressores fundada há 41 anos em Joinville (SC) tornou-se uma corporação global, com subsidiárias em três continentes e vendas em mais de 80 países. Aos 54 anos, Xavier está no México desde o ano passado, onde comandou a implantação da nova unidade, depois de experiências sólidas na China e na Eslováquia – ficou seis anos em cada um desses países. Ele conta que sua maior dificuldade sempre foi lidar com um grau maior de formalidade nas relações.

"Os chineses são fechados e não gostam do contato físico. Já os mexicanos são calorosos, mas têm um respeito quase irracional à hierarquia e simplesmente não contra-argumentam ao receber uma ordem. Apenas concordam, mesmo sabendo que não vão conseguir cumprir o que foi combinado, o que frequentemente causa problemas lá adiante", descreve. "Lidar com essas diferenças culturais é o maior desafio para todo executivo global", alerta Xavier.

JIM WILSON/THE NEW YORK TIMES

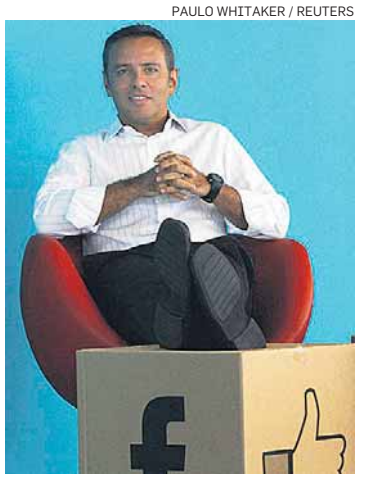


Google. Hugo Barra, na empresa desde 2008, à frente da diretoria de produtos móveis

PETER DASILVA/THE NEW YORK TIMES

Instagram. Krieger (E), um dos fundadores

PAULO WHITAKER / REUTERS



Facebook. Alexandre Hohagen, da área de vendas para América Latina

● **Flexibilidade**

AMINTAS NETO
DIRETOR DE NOVAS TECNOLOGIAS E PLATAFORMAS DA MICROSOFT
"Muitos brasileiros estão preparados para enfrentar o desafio do mercado global. A maior dificuldade talvez seja o nosso grande apego ao País."

CARLOS ALBERTO XAVIER
DIRETOR DA EMBRACO NO MÉXICO
"Tornar-se um executivo global é aprender e surpreender-se todos os dias."

Fonte: O Estado de S. Paulo, São Paulo, 15 out. 2012, Caderno Especial Desafios Brasileiros, p. H8.