



Berlim, 19 de abril de 2020

A evolução conceitual da Internacionalização

A evolução conceitual da internacionalização consiste no abandono do conceito operacional e a adoção do conceito estrutural baseado no investimento direto estrangeiro (IDE) como parâmetro de referência.

O novo **conceito estrutural de internacionalização** é extremamente relevante, porque ele se encontra intrinsecamente relacionado com a questão da **inserção do Brasil nas cadeias globais de valor**. Esta somente se dará através da inserção de uma geração de empresas brasileiras, devidamente internacionalizadas, nas respectivas cadeias globais.

Uma empresa nacional que implementou um IDE, através de constituição de filiais ou representações próprias no exterior, encontra-se devidamente inserida nas cadeias globais. Uma empresa brasileira que somente exporta sem a implementação de um IDE pode ser qualificada como uma empresa nacional exportadora (ENE). Uma ENE apenas fornece para as cadeias globais mas não se encontra inserida nas mesmas. Uma estrutura nacional de empresas focada em ENEs e a ausência de empresas com IDE **perpetua economicamente a condição de um Brasil eternamente extrativista**.

I. A evolução conceitual da internacionalização de empresas na esfera científica

O desenvolvimento conceitual da internacionalização pode ser percebido por volta de 2010. Anteriormente falava-se na **internacionalização operacional** que consistia no desenvolvimento de operações internacionais. Neste contexto, a internacionalização era entendida como um processo e englobava uma série de atividades, entre elas a exportação. Um dos modelos mais utilizados foi o "Modelo de Internacionalização de Uppsala" (Johansson e Vahne, 1977, 1990).

No entanto, o conceito operacional começa a ser questionado no contexto dos desenvolvimentos e das novas realidades comerciais internacionais e passa-se a adotar o conceito da **internacionalização estrutural** (p.e. Ramsey; Barakat; Cretoiu, 2012; Botelho, 2015) baseado no IDE. O IDE se tornou um fator determinante para o desempenho internacional das empresas através da presença corporativa nos respectivos mercados alvos.

Esta mudança de paradigma é um verdadeiro salto quântico, eis que o cerne conceitual não são mais as operações comerciais, mas sim a existência de um IDE e conseqüentemente uma **estrutura transnacional própria** da empresa. Conceitualmente a internacionalização inicia, portanto, com o aporte do IDE.

Conseqüentemente meras operações internacionais de uma empresa nacional sem IDE podem ser vistas como uma fase preparatória à internacionalização, mas elas **não integram** o conceito da internacionalização propriamente dito. Por isto uma empresa que exporta não é uma empresa internacionalizada mas somente uma empresa nacional exportadora.

Ser uma empresa nacional exportadora (ENE) não constitui nenhum "diminutivo" para a empresa. Trata-se simplesmente de uma definição conceitual. Pelo contrário, os desafios para tornar-se uma ENE no Brasil já são consideráveis. A classificação como ENE já é uma grande conquista da empresa e lhe proporciona diversos benefícios de natureza financeira, estrutural e operacional.

A internacionalização, no entanto, é um passo além e implica conceitualmente na **transformação de uma empresa nacional em uma empresa multinacional**. Não podemos qualificar uma ENE como uma empresa multinacional devido à ausência de estruturas internacionais próprias.

II. O desenvolvimento da internacionalização de empresas na esfera prática.

O desenvolvimento conceitual no ambiente científico condiz com os desenvolvimentos no meio empresarial e de natureza prática.

Uma empresa que se apresenta em um ambiente internacional (p.e. uma feira de negócios) como **empresa não internacionalizada** incorrerá em uma série de **entraves competitivos**. A crescente concorrência internacional tornou comum a presença de fornecedores nos mesmos ambientes em que se encontram os seus clientes. **As vantagens de uma empresa internacionalizada** são evidentes e consistem, entre outros, em uma comunicação superior, uma logística aprimorada e maior segurança jurídica. O cliente, em via de regra, **concederá a preferência** a uma empresa estabelecida em seu próprio ambiente comercial.

Uma empresa que se apresenta em um ambiente internacional como empresa internacionalizada sem dispor de estruturas internacionais próprias, provocará, no mínimo, reações humorísticas. Em via de regra, ela simplesmente não será levada a sério, impossibilitando assim a realização dos negócios almejados.

O ambiente empresarial internacional não aceita a adoção de "**conceitos tropicalizados**". A ausência de uma cultura de internacionalização empresarial no Brasil não justifica o **descompasso com o ambiente internacional** através de um conceito de internacionalização destoante. Ou você é uma empresa internacionalizada ou você não é. Ou você dispõe de estrutura internacional própria ou não. O ambiente empresarial não aceita um meio-termo.

Ao mesmo tempo, o estabelecimento de estruturas internacionais não constitui mais uma barreira insuperável para as empresas brasileiras. **Toda e qualquer empresa com um fundamento nacional sólido tem atualmente condição de se internacionalizar.** Isto não é mais um privilégio de empresas de grande porte. Em tempos de comunicação via internet, escritórios virtuais, armazéns de fulfillment, marketplaces digitais e plataformas *SaaS omnichannel*, **só não internacionaliza quem não quer.**

Óbvio que a internacionalização de uma empresa requer o desenvolvimento de uma estrutura consolidada no próprio ambiente nacional, bem como a maturidade operacional e financeira para a execução do IDE. Os problemas encontrados na internacionalização de empresas brasileiras são, em via de regra, conotados com o **desenvolvimento e a saúde operacional da empresa a nível nacional.**

A indústria nacional brasileira, por sua vez, dispõe de produtos competitivos no mercado internacional. Observamos que muitas vezes o empresário brasileiro justifica a sua ausência internacional na falta de competitividade de seus produtos. Esta afirmação, no entanto, não procede na maioria das vezes. O que ocorre é a **falta de esforços** para a internacionalização baseada na zona de conforto do mercado nacional. Também podemos contemplar adicionalmente a **falta de visão e empreendedorismo internacional** das empresas brasileiras. Isto se reflete em uma **cultura de internacionalização insuficiente** bem como a respectiva exclusão do Brasil das cadeias globais de valor.

O ambiente científico e empresarial brasileiro também conhece o conceito estrutural. A Fundação Dom Cabral, por exemplo, contempla nos estudos sobre a internacionalização de empresas somente empresas internacionalizadas com base no IDE.

O que chama a atenção, é que ainda existem uma série de empresas e entidades no Brasil que continuam adotando **conceitos ultrapassados**. Os motivos para tanto podem ser diversos, desde o mero desconhecimento até a aplicação propositalmente equivocada da terminologia para a venda de serviços de consultoria sob o chamariz da internacionalização.

Exportar não é internacionalizar! A internacionalização de uma empresa implica intrinsecamente em um IDE. Este pode ser considerado uma *condicio sine qua non* para a internacionalização da empresa bem como a sua inserção nas cadeias globais de valor.

Persistir em conceitos ultrapassados significa perpetuar a condição de um **Brasil eternamente extrativista** em detrimento do desenvolvimento, da competitividade e da rentabilidade do empresariado brasileiro.

Em **tempos de crise e fragilidade** do mercado nacional as empresas brasileiras necessitam considerar, mais do que nunca, a internacionalização de suas atividades e a sua inserção nas cadeias globais de valor para o **aumento da rentabilidade** e a **compensação de perdas** no ambiente nacional.

Uma internacionalização devidamente executada através de um IDE traz uma série de **benefícios operacionais** para a empresa, desde aumento da rentabilidade, conhecimento, competitividade e inovação. A internacionalização de empresas é um fator de desenvolvimento nacional bem como de **geração de emprego e riqueza** em um contexto macro-econômico.

O que a sua empresa está esperando para internacionalizar?

Internacionalize com quem entende. A Europa espera por você no CEBRAS!

Paulo Henrique Boelter,
Diretor Executivo do CEBRAS