



Berlim, 25 de fevereiro de 2020

A internacionalização e a atração de investimentos

I. A internacionalização de empresas e a atração de investimentos são dois lados da mesma moeda. A cara se refere à atração de capital estrangeiro para o Brasil e a coroa à constituição de empresas de capital brasileiro no exterior.

Ambas são medidas destinadas a promover o ambiente empresarial em um contexto macroeconômico. No entanto, a internacionalização ainda aparenta sofrer o destino da gata borralheira, quando comparada a sua meia-irmã mais glamourosa, a atração de investimentos.

Aparentemente a internacionalização de empresas brasileiras não tem sido devidamente percebida ou reconhecida como fator de desenvolvimento nacional no Brasil. Um dos exemplos neste sentido pode ser visto na Alemanha. A internacionalização das empresas alemãs contribuiu substancialmente para o seu sucesso econômico. Da mesma forma, a internacionalização de empresas brasileiras pode ser entendida como o fator determinante para a inserção do Brasil nas cadeias globais de valor.

Fato é que durante épocas só se falava de atração de investimentos no Brasil. Ainda existem aqueles que o continuam fazendo. É o discurso no qual as empresas e os investidores estrangeiros trarão o desenvolvimento ao Brasil, gerarão empregos, pagarão impostos e contribuirão para o crescimento regional, estadual e nacional.

Isto, durante séculos, aparentemente também foi assim. Sejam mencionados a extração do pau-brasil, a indústria cafeeira, a extração de minério, os planos de extração de borracha da Ford na Amazônia, as montadoras de veículos no ABC paulista, os investimentos estrangeiros durante os anos áureos das décadas de 60 e 70 e assim por diante. Tudo isto, de uma certa forma, perpetuou a narrativa da atração de investimentos e contribuiu para o caráter extrativista do Brasil.

Até hoje, diversos políticos brasileiros buscam ser medidos pelo seu empenho na atração de investimentos. Os casos mais recentes podem ser encontrados nas esferas do governo federal e do estado de São Paulo. Denota-se que os protagonistas se vangloriam dos investimentos atraídos para as suas respectivas regiões, por exemplo durante o fórum mundial em Davos. Fato é que a atração de investimentos continua monopolizando claramente a maioria dos esforços brasileiros em detrimento de medidas relacionadas à internacionalização de empresas brasileiras.

II. E a internacionalização de empresas brasileiras? Podemos afirmar que até recentemente (abertura comercial sob FHC) ela foi praticamente inexistente, salvo raras exceções. Quantas empresas multinacionais brasileiras você consegue contar em uma primeira reflexão? São elas muitas? Aposto que não. Estudos recentes da Fundação Dom Cabral (FDC) desde 2006 ainda demonstram números bastante modestos. Tudo é muito incipiente.

O alvo principal da internacionalização de empresas brasileiras continuam sendo os Estados Unidos, depois o ambiente sul-americano e na sequência a Europa. Com a ratificação do acordo UE-Mercosul provavelmente a Europa ganhará mais força neste *ranking*. O ambiente europeu também aparenta ser muito mais estável e previsível, ao contrário do americano, ora pautado pela beligerância da guerra comercial com a China. As dificuldades com os diversos idiomas ainda tendem a assustar os empresários brasileiros, mas podemos afirmar que isto é algo superado no ambiente dos negócios internacionais. O mercado comum europeu definitivamente é uma excelente alternativa ao americano.

III. Por que a internacionalização é importante? Porque somente através dela conseguiremos inserir o Brasil nas cadeias globais de valor. Isto não é algo abstrato! Governo não faz economia, economia ocorre no mercado! A inserção do Brasil nas cadeias globais de valor, portanto, se dá através da presença das empresas e dos empresários brasileiros nos ambientes internacionais. Para tanto, o Brasil necessita de uma nova geração de empresas multinacionais com estruturas físicas no exterior.

O Brasil pode auxiliar os empresários através de uma política econômica condizente e regulamentos (fiscais) destinados a apoiar a internacionalização da base empresarial brasileira. O empresário precisa poder contar com o apoio dos entes públicos no processo de internacionalização. O apoio presenciado durante décadas até a atualidade ainda está muito aquém.

Um exemplo notório foi o chefe de um departamento de promoção comercial do Brasil no exterior que afirmava que "somente empresários brasileiros incompetentes buscavam o seu auxílio", demonstrando assim o seu desprezo como servidor público pela comunidade empresarial brasileira. Ao mesmo tempo o seu despreparo e a falta de sensibilidade para interagir com ela. Óbvio, ele só atuava na atração de investimentos.

Também existem muitos equívocos e tentativas de "vender gato por lebre" em relação ao termo internacionalização de empresas. Ao contrário de diversas tentativas de corromper a terminologia, uma empresa brasileira que exporta ainda não é uma empresa internacionalizada, mas somente uma empresa nacional exportadora. Tais empresas somente fornecem para as cadeias globais de valor, mas não se encontram inseridas nas mesmas.

Somente quando tivermos estruturas próprias no exterior poderemos falar de uma empresa multinacional brasileira devidamente internacionalizada. Somente nestes casos existe a inserção do Brasil nas cadeias globais de valor com os respectivos benefícios.

Um fenômeno recente são programas de fomento às exportações e consultorias que utilizam a terminologia da internacionalização, sendo que em nenhum momento ocorre uma internacionalização nos padrões estabelecidos pela UNCTAD e aplicados pela FDC. Aparentemente a internacionalização se tornou a palavra da hora e vem sendo explorada pelo *marketing* empresarial para atração de clientes em uma forma próxima à propaganda enganosa.

IV. Por que precisamos inserir o Brasil nas cadeias globais de valor? Tudo não pode ficar como está? Não pode! As consequências são claramente visíveis e se refletem no baixo grau de competitividade internacional e a falta de rentabilidade da indústria brasileira nos mais diversos segmentos. Isto culmina no nefasto "custo Brasil" e na exclusão do Brasil das cadeias globais de valor.

Basta ver quantas empresas que atuavam exclusivamente no mercado nacional foram vítimas da mais recente crise econômica. Muitas sofreram impactos gravíssimos e diversas foram forçadas a encerrar as suas atividades. A internacionalização permite compensar os impactos do mercado nacional através das operações no estrangeiro.

Em um mundo globalizado não será mais possível se esconder no fundo do quintal por meio de protecionismo e uma política de substituição das importações. Ainda há tempo, mas se a indústria brasileira não for imediatamente aos mercados, os mercados em breve virão com força à ela, e aí será um salve-se quem puder. Os acordos internacionais de livre comércio já estão engatilhados. Sejam mencionados, entre outros mais, somente o acordo UE-Mercosul e a recente aproximação comercial do Brasil com os Estados Unidos. Este processo não poderá mais ser revertido.

Não é nenhum segredo que a atração de investimentos será potenciada pelos acordos de livre comércio. Diversas empresas europeias somente estão esperando a ratificação do acordo. Isto resultará em um ambiente muito mais competitivo através do estabelecimento de multinacionais estrangeiras e a presença de produtos muito mais em conta no mercado nacional. A zona de conforto para o empresário brasileiro dentro do mercado nacional definitivamente acabou!

V. Mas por que isto é assim? Por que a internacionalização de empresas continua sendo tão menosprezada apesar da sua extrema importância para o nosso desenvolvimento econômico e empresarial?

Os motivos possivelmente são diversos. Primeiramente a internacionalização carece do fator "manchete de capa". Os políticos brasileiros ainda não identificaram ou não lhes interessa promover a internacionalização de empresas brasileiras como fator de desenvolvimento nacional. Motivo para tanto é que isto não lhe dá o mesmo grau de visibilidade para a clientela eleitoral como a atração de investimentos. Isto se reflete consequentemente nas políticas e nos esforços destinados às respectivas áreas.

O que aparenta ser desconsiderado é que a internacionalização de empresas brasileiras assegura e aumenta os empregos das matrizes no Brasil através de uma maior competitividade, aumento das exportações e do PIB regional bem como melhores tecnologias e maiores mercados a nível mundial para a indústria brasileira. A internacionalização definitivamente é fator de desenvolvimento e geração de riqueza no território nacional.

No âmbito empresarial, por sua vez, a cultura de internacionalização de empresas brasileiras em caráter estratégico também é incipiente. Elas ainda focam a maioria dos seus esforços no mercado nacional. Somente com a mais recente crise econômica do Brasil é que foi exposta a fragilidade de uma atuação meramente nacional. A partir disto é que as empresas começaram a pensar na internacionalização de suas atividades.

VI. O que fazer? A internacionalização necessita partir intrinsecamente do empresário. A empresa precisa alocar verbas e promover a internacionalização em caráter estratégico. A internacionalização parte de uma preparação sólida à nível nacional. Sem este alicerce não será possível empreender a internacionalização com sucesso.

Resultados também não vem do dia para a noite. A empresa necessita de produto, planejamento, fôlego econômico e perseverança para promover a sua internacionalização com êxito. Os benefícios são óbvios, entre eles o aumento da rentabilidade da empresa através da presença nas cadeias globais de valor.

O CEBRAS pode ajudar o empresário brasileiro com infra-estrutura no coração da economia mais pujante da Europa. A sua sede situada na principal avenida comercial de Berlim possibilita todo o apoio necessário para a execução do *softlanding* em um dos mercados mais atrativos e eficientes à nível mundial. Tudo isto com o conforto da comunicação e apoio de profissionais brasileiros altamente qualificados e soluções sob medida para o êxito do seu empreendimento. Tudo isto levou a constituição do *cluster* empresarial brasileiro na capital da Alemanha que conta hoje com diversas empresas brasileiras já instaladas.

Agora, meu amigo empresário, diga-me: o que exatamente você está esperando para internacionalizar a sua empresa? Lembre-se, a zona de conforto do mercado nacional acabou: ou você vai para o mercado internacional ou o mercado internacional virá com força para você!

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

Paulo Henrique Boelter,
Diretor Executivo do CEBRAS