

Internacionalização, um caminho sem volta



Das 15 maiores economias do mundo, o grau de internacionalização da economia brasileira no comércio mundial tem sido dos mais baixos. Também poucas empresas e marcas brasileiras são conhecidas no exterior.

No entanto, com a globalização, que ganhou maior dimensão no final do século XX, nossas empresas tiveram que mudar de escala e se internacionalizar. Operar exclusivamente no mercado interno perdeu sentido. O exterior, quer como fornecedor de componentes ou mesmo fabricante, seja individualmente ou em associações, entrou na estratégia corporativa.

Em passado distante, as que operaram no exterior no processo de internacionalização foram as grandes empreiteiras Odebrecht, Mendes Jr., Camargo Correa e Gutierrez. Por sua dimensão, Vale e Petrobras, também marcaram posição. Os bancos, com honrosas exceções, tinham presença na América Latina e representação em Nova Iorque (Banco do Brasil, Real, Unibanco e Banespa). O Mercosul também deve ser lembrado, principalmente por expressivos investimentos na Argentina, quando aumentou substancialmente o mercado bilateral.

Nesse novo século, o mercado global entrou no quadro conjuntural. Temos agora novos atores se projetando. Adicionalmente, nos últimos anos dois fatores estimularam a ida ao exterior, o baixo crescimento da economia interna e a valorização do real.

São casos recentes de expressivos investimentos externos: Gerdau, Sadia (BRF), Embraer, Marcopolo, Votorantim, SP Alpargatas, WEG, Natura, entre outros. Cabe destacar que a Ambev marcou forte presença com formação da InBev, inclusive, exportando *know how* gerencial brasileiro.

Devido a questões culturais, algumas empresas buscaram essa participação por meio de associações para se estabelecerem com empresas locais ou, mais tarde, comprando empresas já existentes ou mesmo partindo do zero, projetos "green field".

Ao longo de minha vida profissional e tendo participado de mais de duas dezenas de Conselhos de Administração, as experiências mais negativas de incursão no exterior aconteceram com aquisições que chamaria de oportunistas, ou seja, compra de controle de empresas existentes para fazer o chamado "turn around". Nunca conseguimos que as projeções se materializassem. Os compromissos assumidos pelos vendedores foram de difícil execução judicial, também o uso de uma marca brasileira no exterior não teve a receptividade esperada. O caso recente da Petrobras em Pasadena é um exemplo.

A crise financeira global de 2008 trouxe alguns obstáculos. A sobrevivência interna passou a ser prioritária, e a abertura para o exterior foi afetada.

O que se pergunta é se a internacionalização das empresas brasileiras será paralisada.

A valorização da taxa de câmbio não incentivará novamente a internacionalização? Dúvidas maiores sobre nosso crescimento, enquanto os Estados Unidos e Europa parecem estar saindo da crise, não seria fator a estimular nossa presença? E o nosso mercado interno? É possível crescer externamente sem sacrificar a participação no mercado interno? O fato dos bancos brasileiros do primeiro escalão estarem migrando para o exterior, principalmente para América Latina para assessorar seus clientes, não seria também fator a considerar?

Porque a internacionalização? Listo algumas vantagens: diversificação - uma empresa não difere dos indivíduos que necessitam de um certo nível de diversificação do seu patrimônio.

Mão dupla - grandes benefícios são aprendidos com novas técnicas gerenciais, inclusive com aumento da produtividade.

Impacta a cultura da empresa, dando-lhe presença internacional o que, inclusive, deve beneficiar seu custo de capital.

Mudança de escala para atender o mercado global.

Adquire maior vivência mundial, fundamental num mundo globalizado.

Não consigo enxergar um país de dimensão continental, como o nosso, manter-se fechado e olhando apenas para seu próprio umbigo!

Independente de possíveis momentos de dificuldades conjunturais, não podemos deixar de ocupar o papel de ator principal, e não atuar como um mero coadjuvante. Sob todos os aspectos a presença brasileira no exterior é uma realidade que deve prosseguir. Somos um gigante que estrategicamente tem que desempenhar esse papel no contexto dos países emergentes.

Para tanto, a posição do governo brasileiro deve ser a de estimular essa presença, ou pelo menos, não criar entraves burocráticos e não impor tributações adicionais aos lucros oriundos do exterior, e não é o que está acontecendo. Se no curto prazo pode até significar uma sangria de divisas, a médio prazo receberemos os frutos desse investimento e benefícios estratégicos.

A nova lei que trata da tributação do lucro das multinacionais brasileiras no exterior tem sido questionada por desincentivar a nossa presença, como também por ter concedido um desconto de 9% exclusivamente para três setores: bebidas, alimentos e construção civil.

Pela nova regra aprovada pela presidente da República, as multinacionais brasileiras tem de recolher o Imposto de Renda integral (34% de alíquota) repatriando ou não os ganhos obtidos no exterior, descontando somente o percentual pago no país de origem. Vale mencionar que nos Estados Unidos apenas existe tributação quando houver remessa de dinheiro e as empresas europeias só pagam o imposto de renda local. Com essa tributação estamos certamente dando um passo atrás e retardando nossa inserção internacional.

***Roberto Teixeira da Costa**, membro do grupo de análise da conjuntura (Gacint) da USP, foi um dos fundadores do Conselho de Empresários da América Latina (CEAL) e do Centro Brasileiro de Relações

Internacionais (Cebri).

[box type="bio"] Este artigo foi divulgado anteriormente no jornal Valor Econômico. A equipe do CIÊNCIAemPAUTA esclarece que o conteúdo e opiniões expressas nos artigos assinados são de responsabilidade do autor e não refletem necessariamente a opinião do site. [/box]