

3 TEORIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

As teorias de internacionalização, usualmente buscam dar respostas à questões do tipo: por quê, quando, onde e como as empresas se envolvem nos negócios internacionais (Törnroos, 2002).

Este capítulo se presta ao levantamento de idéias conceituais em torno do tema, que venham posteriormente guiar a análise descritiva do processo de internacionalização da Gerdau, fornecendo subsídios e instrumentos para o entendimento das ações gerenciais adotadas na empresa no decorrer de sua internacionalização, em outras palavras, servindo de roteiro para análise descritiva desse processo.

3.1. Formas de Entrada

Uma vez tomada a decisão de internacionalização por parte da empresa, surge a questão da forma de penetração nos mercados externos.

O modo ou forma de entrada nos mercados internacionais pode assumir diversas formas em face do amplo conjunto de atividades que os negócios internacionais apresentam.

Autores como Beamish, Makino e Woodcock (1994) e Guisinger e Li (1991), pesquisaram os efeitos do modo de entrada escolhido no desempenho das empresas, encontrando resultados significativos, que apontam para a existência de uma relação entre forma de entrada no mercado internacional e performance.

Dunning (1988) afirma que determinadas características dos países de destino, como a dimensão do mercado, riscos políticos existentes, e perspectivas de crescimento dos mercados, condicionam a forma escolhida pelas empresas para penetrarem nesses mercados. Nos casos em que a dimensão do mercado é restrita ou existem alguns riscos políticos, muitas empresas optam pela exportação ou licenciamento, não se justificando investimentos físicos nos países de destino.

Maia *et al.* (2000) afirmam que, as características do produto, a natureza da procura e as barreiras alfandegárias, poderão igualmente influenciar as opções das empresas quando da decisão sobre a forma de entrada no mercado externo. Somados a isso, estes mesmos autores afirmam que alguns fatores internos à própria empresa, ou seja, suas estratégias de internacionalização, seus os objetivos em relação ao processo de internacionalização, o grau de controle das operações requerido e a velocidade com que a firma pretende entrar nos mercados, também são condicionantes da forma de entrada nos mercados externos.

Deste modo, é possível identificar diversas modalidades de entrada nos mercados externos, desde a exportação e a via contratual, até à realização de investimentos produtivos no país de destino, conforme detalhado a seguir:

3.1.1. Exportação

A exportação pode ser entendida como a atividade voltada para o mercado externo, desenvolvida pela organização quando não há implantação estável e permanente no exterior sob forma de subsidiária ou filial (Cerceanu e Tavares, 2002).

Segundo Jain (1990), as exportações caracterizam-se por uma demanda mínima de capital, são relativamente simples de serem iniciadas e representam uma forma interessante de se adquirir experiência internacional. Segundo este autor, as exportações podem se dar de três maneiras: 1) direta; 2) intermediada e auxiliada; 3) cooperativa.

- Exportação direta: a organização estabelece o seu próprio departamento de exportação para a venda de seus produtos no mercado externo. A exportação direta traz como vantagem um maior controle, por parte do exportador, sobre o seu produto, além da possibilidade de construção de uma rede própria de distribuição no mercado externo.
- Exportações intermediada e auxiliada: apresentam como vantagem um contato rápido da empresa com o mercado externo. Não são muitos os riscos envolvidos no processo, os custos são menores se comparados aos da exportação direta, porém o comprometimento da empresa, por ser relativamente pequeno, pode levar à falta de controle sobre a comercialização de seus produtos no mercado externo.

- Exportação cooperativa, ou *piggyback*: ocorre quando uma empresa exportadora utiliza a rede de canais de distribuição de outra empresa local, para vender seus produtos no mercado externo. Tal estratégia caracteriza-se como uma inovação na distribuição internacional. Segundo Keegan e Green (1999), o sucesso dessa estratégia exige que as linhas de produtos distribuídos se complementem e que contenham apelo para o mesmo tipo de consumidor. Os custos e os investimentos são relativamente menores e a organização dispõe de mais controle sobre seus produtos no mercado externo do que se utilizasse a exportação intermediada e a exportação auxiliada.

3.1.2. Via Contratual

- Acordos de licença

As organizações podem utilizar os acordos de licença para fabricação de bens e produtos, para utilização da marca, para distribuição, para patentes e segredos comerciais, para tecnologia, processos produtivos e *know-how*, serviços, entre outros. Tais acordos vêm se caracterizando como a maneira lucrativa de penetração em mercados externos, representando uma opção de baixo custo de conquista de novos mercados (Cerceau e Tavares, 2002).

De acordo com Keegan e Green (1999), a grande desvantagem dessa estratégia é que o licenciado de hoje pode tornar-se o concorrente de amanhã.

- Franquia

A franquia constitui um acordo segundo o qual o franqueador fornece ao franqueado o direito de utilização do conceito do seu negócio, incluindo os planos de marketing, os manuais, as marcas, a competência, o sistema de gestão e os serviços, os padrões e procedimentos e monitoração da qualidade, em troca do pagamento de *royalties*. Em contrapartida, o franqueado se compromete pessoalmente na gestão do negócio (Cerceau e Tavares, 2002).

Marques (1995) citando Leite (1991) destaca como vantagens para o franqueador a rapidez de expansão do negócio, o aumento da cobertura geográfica, da participação de mercado e da rentabilidade, a redução dos custos de propaganda, de compras e de distribuição e a melhoria da publicidade. Como

desvantagens para o franqueador, a autora destaca a perda do controle total sobre o negócio, as despesas de formatação e o aumento da dificuldade de se manter a padronização do negócio.

No que se refere às vantagens para os franqueados, Marques (1995) mais uma vez citando Leite (1991) destaca o aumento das chances de sucesso pelo fato de se utilizar uma marca forte e consagrada, maiores garantias de mercado e economias de escala, retorno sobre o investimento mais rápido e a presença do franqueador garantindo assessoria e orientação. Em relação às desvantagens, ressalta a autonomia parcial em relação ao negócio, os riscos de descumprimento do contrato, o risco do *mix* de produtos não ser respeitado, o peso das taxas de franquias e a localização forçada do negócio.

- Contrato de Gestão

No contrato de gestão, uma organização se compromete a gerir todas ou parte das operações de uma outra empresa estrangeira, através de um rendimento fixo ou de participação nos lucros (Cerceau e Tavares, 2002).

Para Kotabe e Helsen (1998), tal estratégia pode ser entendida como um acordo estabelecido entre uma empresa estrangeira (contratante) e uma local (contratada) no qual a empresa local produz parte ou todo o produto da estrangeira.

Segundo Kotabe e Helsen (1998), utilizando-se essa estratégia, não são necessários elevados investimentos por parte da empresa estrangeira e as estratégias de marketing do bem produzido continuam sob sua responsabilidade. Também, nesse caso, a grande desvantagem é de a empresa contratada tornar-se um futuro concorrente.

- Alianças estratégicas

As alianças estratégicas podem ser entendidas como uma coalizão entre duas ou mais organizações para alcançar objetivos significativamente estratégicos e que são mutuamente benéficos a todas as empresas envolvidas (Cerceau e Tavares, 2002).

Segundo Lorange e Roos (1996), as alianças estratégicas devem proporcionar aos parceiros maior probabilidade de sucesso em um contexto competitivo do que se entrassem sozinhos em um determinado empreendimento.

Estes mesmos autores colocam que uma forma teórica de definir alianças estratégicas é examinar a escala contínua entre, de um lado, transações em um mercado livre (“mercado”) e, de outro, a internalização total (“hierarquia”).

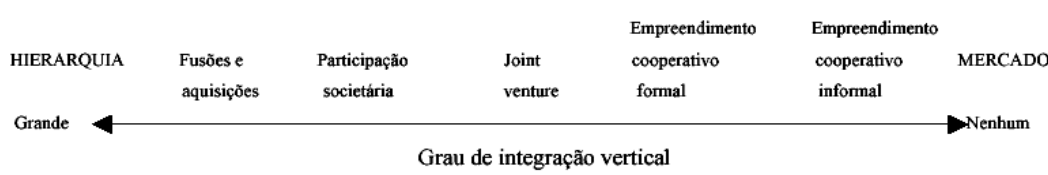


Figura 4 – Opções de alianças estratégicas em termos do grau de integração vertical com a empresa-mãe.

O lado esquerdo da escala representa a integração total das atividades dentro da organização. Qualquer fusão ou aquisição representa um grau menor de integração vertical do que a organização subsidiária. E no lado direito da escala encontramos o mercado em que somos livres para trocar bens e serviços, onde não há qualquer integração vertical. As alianças estratégicas podem ser definidas como empreendimentos de risco ao longo dessa escala. Com destaque para:

- *Joint ventures*

Segundo Dutra (1997), as *joint ventures* são empreendimentos comuns formados por parceiros individuais diferenciados. Segundo esse conceito, duas empresas, geralmente uma estrangeira e uma nacional, concordam em estabelecer papéis e dividir recursos, no intuito de estabelecer uma nova empresa no mercado-alvo. Se comparadas à implantação de subsidiárias e filiais, as *joint ventures* apresentam investimentos, controle e riscos menores.

Suarez (1990) afirma que a formação de *joint ventures* constitui uma alternativa ao crescimento autônomo de uma organização. Dessa forma, proporcionam melhor acesso ao conhecimento geral do ambiente necessário ao estabelecimento de estratégias de marketing eficientes; redução dos riscos inerentes ao processo; melhor acesso aos recursos financeiros e gerenciais e aos insumos e matérias-primas locais; melhor controle sobre o mercado local e, por fim, maior velocidade de entrada no mercado local.

Keegan e Green (1999) argumentam que a vantagem dessa estratégia, na qual os sócios compartilham a posse e os riscos, inclui a

capacidade de combinação de distintos pontos fortes da cadeia de valor, como a capacidade de comercialização internacional e de fabricação e a suplementação de seus pontos fracos. Além disso, em mercados nos quais o governo proíbe o controle acionário estrangeiro e em áreas nas quais os blocos econômicos desempenham um papel importante, as *joint ventures* apresentam-se como uma boa alternativa de entrada.

No entanto, Vasconcellos e Henriques (1988) afirmam que algumas variáveis devem ser observadas por facilitarem ou dificultarem o gerenciamento conjunto, dentre as quais, as diferenças de estilo gerencial entre as empresas associadas. Tais diferenças podem estar relacionadas à maior ou menor propensão ao risco, à maneira de se tomar decisões, à disparidade/diversidade de objetivos iniciais e das metas dos parceiros, às dificuldades de obtenção de recursos, às dificuldades no processo de absorção de tecnologia e diferenças culturais entre os parceiros.

– Consórcios em negócios internacionais

Segundo a Agência de Promoção às Exportações - APEX - do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, os consórcios de exportação constituem um agrupamento de empresas com interesses comuns, reunidas em uma entidade estabelecida juridicamente.

De acordo com o estudo desenvolvido por Rodrigues (1999), as vantagens trazidas pelos consórcios podem variar segundo alguns aspectos, tais como: o tipo de produto, o estágio de desenvolvimento atingido pelo consórcio, entre outros. As dificuldades, segundo a mesma autora dizem respeito aos problemas financeiros (tanto no que se refere ao risco financeiro inicial, quanto à questão da lucratividade), ao medo das empresas em relação à perda de sua identidade própria, aos receios em relação à proteção de informações confidenciais, à concorrência interna entre os parceiros do consórcio, às mudanças posteriores à composição do consórcio e à carência de pessoal qualificado tanto em administração, quanto em marketing.

3.1.3. Investimentos diretos

Este tópico será desenvolvido em maiores detalhes no item 3.4.2. De forma complementar ao que será apresentado, tecem-se aqui considerações sobre as formas que estes investimentos diretos podem tomar.

Algumas organizações que querem expandir suas atividades para o mercado global optam pelo controle total das operações. Segundo Kotabe e Helsen (1998), são duas as opções para essas empresas: a aquisição de uma planta já existente no mercado-alvo, ou início de um novo negócio, através da construção e implantação de subsidiárias e filiais (investimento *greenfield*).

- *Projetos Greenfield*

A opção por iniciar um novo negócio pode significar para a organização maior flexibilidade no que se refere à tomada de decisões relativa aos recursos humanos, suprimentos, logística, *layout* da nova planta, tecnologia de produção, entre outros. Além disso, não há necessidade de integração entre organização compradora e organização comprada. Todavia, os riscos são maiores, já que são necessários investimentos de capital, de recursos e de tempo (Cerceanu e Tavares, 2002).

- *Aquisição*

Já a opção pela aquisição de uma empresa já estabelecida no mercado local é fundamentada em várias razões. Dentre as quais o acesso rápido ao mercado local, a possibilidade de acesso a marcas já estabelecidas, aos canais de distribuição e às tecnologias. A aquisição, embora possa representar uma série de vantagens em relação a outras formas de entrada, apresenta obstáculos importantes como problemas de comunicação e conflitos de culturas resultantes da necessidade de integração entre a empresa compradora e a adquirida (Cerceanu e Tavares, 2002).

3.1.4.

Vantagens e Limitações das Principais Formas de Entrada

A tabela 6, a seguir, resume os modos de entrada nos mercados externos, apontando para suas principais vantagens e limitações:

Modo de entrada		Vantagens	Limitações
Exportação	Indireta	Permite conhecer os mercados, com reduzido risco e baixo investimento.	Não permite uma estratégia própria e a empresa não tem contato direto com o mercado
	Direta	Permite um maior controle sobre as vendas e uma aproximação da firma à realidade do mercado.	Necessidade de investir em redes de comercialização.
	Exportação Cooperativa (<i>Piggyback</i>)	Menores custos com a utilização dos canais de distribuição do parceiro local.	Necessidade de que os produtos complementem a linha do parceiro e tenham apelo para o mesmo público.
Contratual	Acordos de Licença	Não exige investimento inicial e permite uma entrada rápida nos mercados.	Não permite um retorno financeiro elevado e poderá criar um competidor potencial.
	Franquia	Investimento inicial é reduzido e o esforço de gestão é do franqueado.	Necessidade de controle financeiro e de qualidade dos franqueados.
	Contratos de Gestão	Inexistência de investimentos iniciais, permitindo uma entrada rápida no mercado.	Necessidade de efetuar controle de qualidade.
	Alianças Estratégicas	Reduz o capital necessário para entrar no mercado, divide o risco e permite o acesso a contatos locais.	Potenciais conflitos entre os parceiros, problemas relacionados à divisão do controle da gestão.
Investim. Direto (IDE)	Investimento <i>greenfield</i>	Permite a instalação de tecnologias no "estado da arte" e o design operacional pretendido.	Custo do investimento e tempo necessário para a sua implementação.
	Aquisição	Permite a entrada rápida no mercado, o acesso aos canais de distribuição, reduzindo igualmente a concorrência.	Problemas relacionados à comunicação e coordenação com a estrutura existente.

Fonte: "Estratégias de internacionalização das empresas Portuguesas". ICEP, 1996.

Tabela 6 - Síntese dos modos de entrada nos mercados externos.

3.2. Evolução da Atividade Internacional

A partir do momento que a empresa entende que está apta à atividade internacional e opta por ela, resta-lhe decidir qual estratégia garantirá a sua continuidade, de forma sustentada, nos mercados internacionais.

A análise da evolução da atividade internacional, neste trabalho refere-se ao estudo das formas que as empresas escolhem para atuar no mercado internacional no que tange ao maior ou menor comprometimento de recursos, à escolha das localidades que receberão seus investimentos e ao ritmo de expansão da atividade internacional

Em grande parte, a análise da evolução da atividade internacional descrita aqui, sobrepõe-se às análises das formas de entrada escolhidas pelas empresas ou aos fatores que determinam a escolha pela a atividade internacional, que são apresentadas nos demais itens desse capítulo.

Porém, dada importância da evolução das estratégias de internacionalização no desempenho das empresas nos mercados externos, sua análise, através dos principais estudos sobre o tema, sobretudo aqueles oriundos escola sueca (Uppsala), é de grande contribuição para o entendimento de todo o processo de internacionalização da Gerdau.

3.2.1. Modelos de Aprendizado e Inovação (Gradualismo no Processo de Internacionalização)

Os modelos representando a perspectiva do aprendizado baseiam-se em noções gerais de aprendizado organizacional, como por exemplo a idéia de que as ações das organizações são fundamentalmente humanas e dependentes de experiências passadas (Björkman, I. e Eklund, M., 1996, citado por Benito, 1997).

O coração desta perspectiva está no modelo Uppsala de internacionalização, sugerido por pesquisadores suecos em meados da década de 1970: Johanson e Wiedersheim-Paul (1975) e Johanson e Vahlne (1977). O modelo explica a internacionalização das empresas como um processo de aprendizagem em que a empresa investe seus recursos gradualmente e adquire conhecimentos sobre um determinado mercado internacional de maneira incremental.

A idéia de gradualismo no processo de internacionalização das empresas está associada, num primeiro momento, à pesquisa conduzida por Johanson e Wiedersheim-Paul (1975), que observaram através de estudos empíricos sobre empresas suecas, que suas trajetórias em mercados internacionais apresentavam algumas características comuns as quais foram denominadas de **cadeia de estabelecimento e distância psíquica**.

O conceito de **cadeia de estabelecimento** refere-se à idéia de que a empresa se desenvolve em determinado mercado internacional investindo recursos de forma seqüencial. O montante de recursos investido no mercado-alvo é, por sua vez, dependente do grau de conhecimento da empresa a respeito dele. Em linhas gerais, quanto maior o grau de conhecimento da empresa sobre o mercado, maior a tendência em investir recursos nele.

Os autores ilustram o conceito de cadeia de estabelecimento propondo cinco estágios sucessivos na evolução da internacionalização das empresas, cada um representando um maior grau de envolvimento internacional. Um primeiro estágio de nenhuma atividade exportadora, seguido por um estágio de exportações ocasionais. Um terceiro estágio envolvendo exportações sistemáticas através de agentes intermediadores independentes. Um quarto estágio onde a empresa estabelece subsidiárias para gerir as vendas no exterior e, em um quinto e final estágio, quando a empresa parte para o estabelecimento de unidades produtivas no exterior.

Johanson e Wiedersheim-Paul (1975) reconhecem que nem todas as empresas seguem os quatro estágios da cadeia de estabelecimento, como por exemplo, empresas que possuem muitos recursos e que podem não percorrer os estágios iniciais. Da mesma maneira, se o tamanho do mercado-alvo não for suficientemente atrativo, as empresas não irão investir montante substancial de recursos nesse mercado que, normalmente, é representado pela produção local.

A segunda característica observada por Johanson e Wiedersheim-Paul (1975) é a **distância psíquica**, definida como as diferenças percebidas entre valores, práticas gerenciais e educação de dois países. A distância psíquica possui papel importante em processos de internacionalização, já que restringe investimentos iniciais da empresa em países considerados culturalmente distintos.

Em outras palavras, esses autores encontraram evidências de que a empresa começa o seu processo de internacionalização em países considerados culturalmente próximos.

Além disso, ao transferir suas operações para países culturalmente próximos, a empresa adquire conhecimentos não só do mercado-alvo, mas também sobre como internacionalizar suas atividades. Enquanto o primeiro tipo de conhecimento não pode ser transferido para outros países, pois refere-se às características específicas do mercado-alvo, o segundo tipo de conhecimento pode ser utilizado posteriormente para penetrar outros mercados internacionais, uma vez que se refere a *know-how* em internacionalização (Casson, 1994).

Em 1977, a compilação desses resultados deu origem ao modelo de Uppsala (Johanson e Vahlne, 1977). O modelo é baseado em três pressupostos:

- 1) a falta de conhecimento é o maior obstáculo em processos de internacionalização;
- 2) o conhecimento necessário à internacionalização é adquirido principalmente através das operações atuais da empresa em determinado mercado-alvo. Penrose (1959) considera o conhecimento adquirido através da experiência como o mais importante nos processos de internacionalização;
- 3) a empresa internacionaliza suas operações investindo recursos de maneira gradual.

Assim, o processo de internacionalização é visto como um processo de aprendizagem em que a empresa adquire conhecimentos gradualmente e investe recursos em determinado mercado internacional de forma paulatina.

Baseados nesses pressupostos, Johanson e Vahlne (1977) introduzem dois conceitos para explicar o modelo: **conhecimento**, que se refere ao conhecimento do mercado-alvo e **comprometimento** que diz respeito ao montante de recursos investidos em determinado mercado internacional e ao grau de especificidade desses recursos, ou seja, a possibilidade de utilizar-se esses recursos em outros mercados sem que ocorra uma desvalorização deles.

Conhecimento e comprometimento são entendidos como os estados do modelo. Esses dois aspectos interagem com o que Johanson e Vahlne (1977) denominam de aspectos transitórios: as decisões de comprometimento e as operações atuais.

O primeiro aspecto transitório (as decisões de comprometimento) refere-se às decisões de investimentos de recursos em determinado mercado internacional. A idéia básica é a de que as empresas investem recursos em alternativas que já foram testadas no passado com o intuito de minimizar o grau de incerteza inerente às atividades internacionais (Cyert e March, 1963).

O segundo aspecto transitório (as atividades atuais) diz respeito às operações atuais da empresa no mercado-alvo que, conforme exposto anteriormente, se constituem na principal fonte de conhecimento da empresa sobre esse mercado (Penrose, 1959).

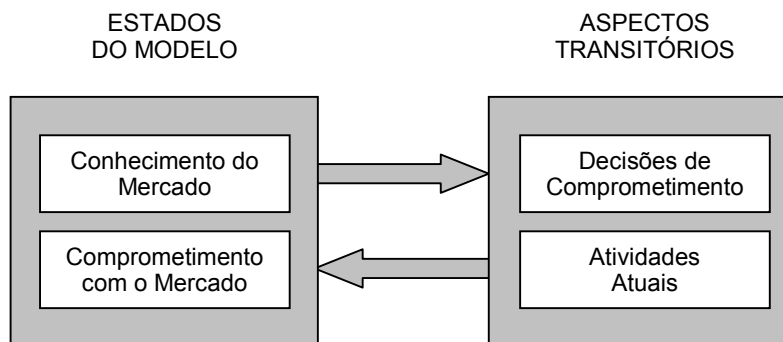


Figura 5 - Modelo Uppsala de Internacionalização (Johanson e Vahlne, 1977).

Johanson e Vahlne (1977) sugerem que a interação entre estados e aspectos transitórios confere dinâmica ao modelo. De maneira geral, essa dinâmica pode ser ilustrada pelas seguintes relações:

- quanto mais uma empresa investe em determinado mercado internacional, mais ela adquire conhecimentos sobre esse mercado;
- quanto maior o grau de conhecimento da empresa sobre esse mercado, maior o seu grau de aptidão para efetuar novos investimentos;
- quanto maior o grau de aptidão da empresa, maior a probabilidade de que os investimentos sejam realizados; e assim sucessivamente.

Portanto, os aspectos transitórios possuem duplo papel no processo de internacionalização da empresa. Eles não só resultam de conhecimento e comprometimento efetuados no passado, como também determinam os níveis de conhecimento e de comprometimento a serem efetuados no futuro.

3.3. Descontinuidade no Processo de Internacionalização

Várias críticas têm sido feitas ao modelo Uppsala de internacionalização, como em Andersen (1993), Petersen e Pedersen (1997) e Edwards e Buckley (1998).

Forsgren (2000), por exemplo, sugere que a relação entre o conhecimento de mercado e o comportamento incremental é negativa em vez de positiva, como sugerido pelo modelo de Uppsala. O autor afirma que à medida que a empresa aprende sobre determinado mercado internacional, ela reduz o grau de incerteza

em relação a esse mercado. Consequentemente, também diminui sua necessidade de desenvolver-se gradualmente a fim de minimizar a incerteza. A empresa entrará e desenvolver-se-á no mercado-alvo de maneira mais ousada e menos incremental (Pedersen e Shaver, 2000).

Outros autores acreditam que a cadeia de estabelecimento, que na verdade é uma manifestação da idéia de gradualismo do modelo de Uppsala, é demasiadamente determinista (Andersen, 1997), já que a empresa pode seguir diferentes seqüências do modo de operação em determinado mercado internacional.

Hedlund e Kverneland (1993) defendem a idéia de que a seqüência e a velocidade do processo de internacionalização das empresas podem ser afetadas pelo fato de o ambiente de negócios ser mais incerto, volátil e interdependente do que o ambiente de negócios implícito no modelo de Uppsala.

Como esse ambiente, qualitativamente diferente, muda de maneira mais rápida, as empresas tendem a apresentar reações mais imediatas em termos de internacionalização. Elas aceleram o processo de internacionalização a fim de usufruir os benefícios de operar em diferentes países. Em outras palavras, em virtude do ambiente se tornar mais interdependente em nível global, as empresas evoluem de maneira mais rápida em mercados internacionais a fim obter economia de escala, escopo e aprendizagem por meio da integração de suas operações (Kobrin, 1992).

Algumas pesquisas também retratam empresas internacionalizando operações de maneira bem distinta em relação à cadeia de estabelecimento, desinvestindo em mercados internacionais, o que significa seguir uma trajetória inversa à do modelo de Uppsala (Benito e Welch, 1997); (Zander, 1997); (Fletcher, 2001). Da mesma maneira, tem sido sugerido que empresas param de evoluir no mercado-alvo, não alterando, portanto, o modo de operação (Bell, 1995). Outras evoluem sem seguir, necessariamente, uma seqüência lógica quanto ao modo de operação (Turnbull e Ellwood, 1986).

Paralelamente às críticas feitas ao modelo de Uppsala, diversos outros trabalhos têm sido publicados com o objetivo de estender a capacidade de explicação do modelo, com destaque para os trabalhos que derivam da teoria de redes industriais. Esses trabalhos sugerem analisar processos de internacionalização como resultados de relacionamentos intra e inter-organizacionais.

Em outras palavras, por meio da teoria de redes industriais pode-se enfocar não só as seqüências do modo de operação, mas também os fatores

que explicam tais seqüências, e portanto, são mais adequados à análise das estratégias de internacionalização da Gerdau e dos fatores que as motivaram.

3.3.1. Teoria das Redes Industriais e de Negócios

O desenvolvimento teórico, desde os anos 60 até os dias atuais (Törnroos 2002), começou com a predominância da perspectiva econômica como base da teoria da internacionalização das empresas. Mais tarde, a perspectiva comportamental ganhou destaque e surgem seus modelos, atribuídos sobretudo à escola de Uppsala, posteriormente a perspectiva das “redes”, vem somar-se ao conhecimento anteriormente desenvolvido na área de internacionalização de empresas.

As redes são geralmente definidas como conjuntos de relacionamentos de troca (Cook e Emerson, 1978).

Os modelos e teorias referentes às redes de negócios, incluindo os modelos teóricos da internacionalização na perspectiva das redes foram desenvolvidos nos anos 80. A partir do conhecimento gerado referente ao relacionamento entre empresas e indivíduos das organizações, evoluiu-se para teorias como a das redes industriais, apresentada por (Axelsson e Easton, 1992), que sugere que gradualismo e descontinuidade não são conceitos necessariamente opostos em processos de internacionalização.

De maneira geral, a teoria enfatiza os relacionamentos que uma determinada empresa constrói com outros atores econômicos a fim de alcançar os seus objetivos. Em termos de processos de internacionalização, essa teoria enfoca os relacionamentos que a empresa desenvolve com diversos atores externos, como fornecedores e compradores, em distintos países.

Segundo Wilkinson *et al.* (2000), na perspectiva de redes, a performance das empresas, incluindo a sua competitividade internacional, depende não só dos próprios esforços, da experiência e dos recursos, mas também da performance das outras empresas e da natureza dos relacionamentos existentes entre elas. Para esses autores os mercados são vistos como redes de relações de troca e de outras formas de relações entre os agentes econômicos.

As empresas necessitam de recursos especializados de outras organizações para criarem e entregarem valor aos consumidores finais na forma de produtos e serviços, e competem com seus rivais para estabelecer relações de cooperação com elas. Estas outras organizações incluem: fornecedores de

materiais, de máquinas e equipamentos, de componentes, de informação, de serviços técnicos e financeiros, vários tipos de canais intermediários, organizações de clientes, fornecedores de produtos e serviços complementares além de organizações governamentais (Wilkinson *et al.*, 2000 citando Brandenburger e Nalebuff, 1996).

Essa teoria também considera a importância dos relacionamentos que as diversas unidades de uma mesma empresa multinacional desenvolvem entre si. Nesse último caso se tem, como exemplo, relacionamentos entre matriz e subsidiária e os relacionamentos entre as subsidiárias.

Tantos os relacionamentos construídos dentro da empresa quanto com outras empresas, são desenvolvidos de maneira gradual, o que significa dizer que os processos de internacionalização são o resultado de relações desenvolvidas de forma incremental (Hakansson e Snehota, 1995).

Porém, como a empresa e os atores com os quais ela estabelece relacionamentos estão inseridos em redes de negócios compostas por diversos outros atores, a empresa torna-se suscetível às mudanças originadas em diferentes partes dessas redes. Ocasionalmente, essas mudanças resultam em descontinuidades na seqüência do processo de internacionalização.

Geralmente, a presença de empresas com ligação e experiência pode facilitar a internacionalização de outras empresas na rede industrial (Wilkinson *et al.*, 2000 citando Bonaccorsi, 1992).

Wilkinson *et al.* (2000) destacam que a competitividade internacional de algumas empresas na rede, bem como a sua ligação e experiência, pode dar uma contribuição importante para o potencial de internacionalização de outras empresas, dependendo do tipo de relacionamento existente entre elas.

Em resumo, o papel dos dirigentes da empresa, a rede de relacionamentos interna da organização, os relacionamentos externos com outras empresas, como estes fatores se sobrepõem e qual o grau de influência deles sobre a decisão de internacionalização, são temas de abordagem relativamente nova e que não podem ser negligenciados.

Ao extremo, pode-se adotar o pensamento de Axelsson e Agndal (2000) que indica que um comportamento de internacionalização pode ser explicado pela infra-estrutura da rede de indivíduos e rede de contatos pessoais (considerada a essência da interação entre as empresas), que podem funcionar como facilitadores desses movimentos.

3.4. O Investimento Direto no Exterior

3.4.1. Aspectos Conceituais Relacionados ao IDE

O investimento direto pode ser definido como o resultado de um ato de compra realizado por pessoa ou instituição domiciliada no exterior de ativo emitido por pessoa ou instituição domiciliada no país (Franco e Fritsch, 1988).

Desde o período entre-guerras, tem-se distinguido o investimento estrangeiro entre os que acarretam e os que não acarretam o controle ou participação ativa na gerência de empresas no país receptor pelo investidor estrangeiro (U.S. Department of Commerce, 1930).

Desta forma, aos empréstimos e financiamentos recebidos para fins de investimento, ou compra de participação acionária de tipo ou volume que não implique este tipo de controle, convencionou-se⁵ chamar de investimentos de carteira (ou de portfólio), enquanto que os investimentos diretos (ou de risco⁶) seriam aqueles que resultariam na transferência de parte significativa do poder de decisão gerencial da empresa que emite o ativo a residentes no exterior.

A razão para a distinção entre esses dois tipos de investimento é essencialmente analítica, e é realizada em função das diferenças quanto aos efeitos destas duas formas de investimento estrangeiro sobre a estrutura financeira da empresa (Czinkota *et al.*, 1992).

Deve-se notar, no entanto, que a distinção entre as duas formas de investimento estrangeiro não é totalmente precisa. A definição do que seja a extensão da participação acionária que garanta o controle é, de certa forma, arbitrária, pois mesmo com maioria acionária em um empreendimento, o sócio majoritário se defronta com dificuldades para fazer valer seus pontos-de-vista e interesses. Outro motivo é que nos últimos vinte anos ocorreu um substancial crescimento das associações, ou *joint-ventures*, dos acordos de *franchising* e de

⁵ Vários autores como Czinkota *et al.* (1992) propõem este mesmo critério de classificação dos tipos de investimentos estrangeiros, caracterizando a sua adequabilidade.

⁶ Canuto (1993) usa o termo capital de risco para referir-se ao investimento direto no exterior.

licenciamento, estabelecidos sob as mais variadas formas, e considerados por alguns como investimento direto (Oman,1984), dificultando a utilização da classificação exposta.

Outra questão é a complementaridade entre as duas formas básicas de investimento estrangeiro, uma vez que parte ponderável do financiamento das operações no exterior pode provir de financiamentos bancários e de créditos comerciais de empresas não-coligadas, isto é, investimentos de carteira.

Apesar da dificuldade de definição entre as duas formas de investimento estrangeiro, a necessidade de avaliação estatística dos fluxos de investimento direto, seja para a elaboração de registros com vistas ao controle e verificação dos requisitos legais referentes a remessas de lucros e repatriação de capital, seja para elaboração de estatísticas da balança de pagamentos, cria regras práticas para a definição do fluxo e do estoque de investimento direto.

Conforme apresentado em Franco e Fritsch (1988), o Fluxo de Investimento Direto seria o valor contábil da parcela dos lucros que é reinvestida pelos acionistas estrangeiros, suas compras líquidas de ações e os empréstimos feitos por eles à empresa.

Finalmente, além da definição de IDE apresentada no item 1.7 deste trabalho, outra definição de grande importância para esta dissertação é a de Estoque de Investimento Direto no Exterior, que seria o valor contábil do capital investido e reservas (incluindo-se lucros retidos), mais o resultado líquido de empréstimos, créditos comerciais e outras formas de dívida para com os acionistas estrangeiros da empresa (Franco e Fritsch, 1988).

Deve-se observar ainda que o investimento direto está relacionado a muito mais fatores do que a simples aquisição de ativos (como instalações industriais, imóveis, máquinas e equipamentos) e ao simples envio de capital ao exterior. A atividade no exterior engloba também fatores como a transferência de tecnologia, o gerenciamento dos recursos humanos, a implantação de processos de produção, o relacionamento e integração com clientes e comunidade local.

3.4.2.

Fatores Determinantes do Investimento Direto no Exterior

A internacionalização da produção pode ser analisada por diversas óticas, explorando questões como a transferência de tecnologia e o gerenciamento da produção internacional, dentre outras. Especificamente para este estudo, o foco de interesse é a motivação para a internacionalização da atividade produtiva das empresas.

Tais motivações que levam as empresas a darem início a processos de expansão para novas localizações, criando novos estabelecimentos, são refletidas nas teorias que explicam o investimento direto estrangeiro.

Autores como Levi (1990) e sobretudo Dunning com sua originalmente denominada Teoria Eclética da Internacionalização das Firms (Dunning, 1980) e posteriormente redefinida como Paradigma Eclético da Produção Internacional (Dunning, 1988)⁷, constituída de forma pragmática com a pretensão de ser uma teoria geral do investimento estrangeiro, agregando elementos parciais de explicações até então efetuadas, focaram sua análise nos fatores determinantes da realização de investimentos estrangeiros por parte das empresas multinacionais, buscando identificar motivações para a atividade internacional, além das próprias razões estratégicas dessas empresas, tais como:

- a disponibilidade de matérias-primas e demais recursos externos à empresa necessários para a produção;
- os ganhos de eficiência com a integração das operações;
- a possibilidade de se evitar regulamentações;
- a proteção de patentes e de marcas;
- as necessidades de expansão quando as capacidades da economia de origem estão esgotadas;
- a possibilidade de se evitar barreiras ao comércio internacional;
- aumento da flexibilidade da produção;
- os ganhos resultantes de depreciação real das moedas dos países de destino dos investimentos;
- a proximidade com os clientes no exterior;

⁷ Para maior entendimento da evolução cronológica do desenvolvimento do Paradigma Eclético da Produção Internacional, ver Dunning, 2000a.

- a redução do risco para os acionistas, com a diversificação dos investimentos, dentre outros.

A teoria mais popular sobre os fatores determinantes do IDE é o Paradigma Eclético ou OLI. Este Paradigma elaborado por Dunning tem experimentado uma evolução ao longo do tempo, desde seus primeiros esboços (Dunning 1958, 1977 e 1980) até a sua consolidação (Dunning 1988 e 1995) e posteriores incrementos e atualizações (Dunning 2000b e 2002), e ainda é considerado pela academia como um dos mais abrangentes paradigmas explicando o IDE. O item a seguir apresenta a proposição de John Dunning para a explicação da atividade produtiva internacional.

3.4.3.

O Paradigma Eclético da Internacionalização da Produção ou Paradigma OLI

Por mais de duas décadas, o Paradigma⁸ Eclético (ou OLI – *Ownership, Location e Internalization*) tem permanecido como a estrutura analítica dominante do processo de internacionalização da produção por acomodar uma variedade de teorias econômicas operacionalmente testáveis referentes aos determinantes do investimento direto no exterior (IDE) e das atividades estrangeiras das empresas multinacionais (EMNCs).

A teoria procura explicar a decisão de produzir ou não em um mercado externo, partindo da premissa que determinadas falhas de mercado (custos de informação e transação, oportunismo dos agentes e especificidades de ativos) levariam uma empresa a utilizar o investimento direto, ao invés de licenciamento ou exportação, como modo de entrada em um mercado externo, quando dispusesse de vantagens diferenciais em relação a outras firmas e desejasse proteger tais vantagens, utilizando-se de sua própria estrutura.

O Paradigma Eclético declara que a dimensão, localização geográfica e composição da produção industrial por parte das EMNCs são determinadas pela interação de três conjuntos de variáveis independentes. De um modo geral, estas vantagens específicas, apresentadas como pré-condições para o processo de internacionalização de uma empresa, se dividem em três tipos - vantagens de propriedade, de localização e internalização – as quais ficaram conhecidas na

⁸ Um paradigma se define, em termos gerais, pelo conjunto de idéias, teorias e doutrinas construídas com a intermediação do método e que caracterizam uma tendência científica.

academia como o “paradigma OLI” (*Ownership, Locational e Internalisation advantages*).

A primeira delas são as vantagens competitivas da empresa que busca engajar-se na atividade produtiva internacional (ou aumentar seu IDE já existente), as quais são de propriedade específica dessas empresas investidoras, ou seja, suas “**vantagens específicas de propriedade**” (**O – Ownership**). Este sub-paradigma, como denomina Dunning (2000b), declara que, *ceteris paribus*, quanto maiores as vantagens competitivas das empresas investidoras - em relação às demais empresas e em particular aquelas domiciliadas nos países onde buscam realizar seus investimentos – maior a probabilidade de que realizem (ou venham a aumentar) atividades produtivas no exterior.

Em Dunning (1983a e 1983b), as vantagens de propriedade de uma firma são distinguidas em dois tipos, podendo ser de natureza estrutural - derivadas da posse de ativos específicos (Oa)⁹ tais como patentes, marcas, capacidades tecnológicas e de gerenciamento, habilidade para a diferenciação de produtos, economias de escala, recursos humanos etc, e/ou de natureza transacional (Ot) - derivada da capacidade de hierarquia, decorrente do *common governance* de atividades diversas que resultam da própria característica multinacional da empresa.

Uma vez estabelecida a vantagem anterior, devem ser pesadas a importância dos atrativos **locais (L – Locational)** de diferentes países ou regiões de destinos dos investimentos diretos. Este sub-paradigma define que quanto maiores as dotações de fatores de determinada localização, sejam elas naturais ou criadas, que não possam ser deslocadas através das fronteiras (imóveis), e que sejam necessárias para a exploração das suas próprias vantagens competitivas, mais as empresas optarão por aumentar ou explorar suas vantagens específicas de propriedade (O) através da produção internacional (Dunning, 2000b).

Podem se destacar como vantagens de localização (L): a dimensão do mercado consumidor e as perspectivas de seu crescimento, o nível de

⁹ Geralmente intangíveis. Dado um determinado contexto legal e econômico, a decisão de produzir no exterior, ao invés de licenciar ou exportar, está fortemente influenciada pela natureza dos ativos intangíveis, alguns dos quais, especialmente os que resultam das práticas tecnológicas, de gerenciamento, ou de comercialização da firma. São conhecimentos implícitos, que a firma pode usar, mas não vender nem licenciar.

desenvolvimento econômico, a dotação de infra-estrutura do país, a presença de concorrentes locais e as políticas públicas de promoção ao investimento, dentre outras.

Por último, satisfeitas as duas condições anteriores, a empresa terá que decidir sobre a forma de aproveitá-las, podendo optar entre a **internalização (I)** das atividades no exterior, ou a cessão do uso dessa vantagens mediante o estabelecimento de um contrato ou licença.

O terceiro sub-paradigma do tripé OLI oferece uma estrutura para avaliação dos caminhos alternativos pelos quais as empresas podem organizar a criação e exploração de suas competências centrais, dadas as atrações locais dos diferentes países ou regiões.

O Paradigma Eclético propõe que quanto maior a rede de benefícios da internalização de mercados de produtos intermediários transnacionais, maiores as chances da empresa optar por se engajar na atividade produtiva internacional por conta própria, ao invés de licenciar o direito de fazê-lo, seja por serviços técnicos ou acordos de franquia, para uma firma estrangeira (Dunning, 2000b).

Quando aborda as vantagens de internalização, a teoria incorpora aspectos referentes à incerteza quanto ao desconhecimento da cultura do outro país, que pode ser minimizado com o acúmulo de conhecimento advindo da atividade direta no exterior, flexibilizando o modelo de análise, que deixa de enfatizar aspectos puramente econômicos.

A tabela 7, a seguir, apresenta alguns exemplos das principais pré-condições (ou vantagens) sob as quais a decisão de internacionalização da produção de uma empresa estaria baseada no modelo OLI:

Vantagens de propriedade	Vantagens de Localização	Vantagens de Internalização
1. Propriedade tecnológica 2. Dimensão, economias de escala 3. Diferenciação do produto 4. Dotações específicas, como o trabalho, capital e organização 5. Acesso aos mercados, fatores e produtos 6. Multinacionalização anterior	1. Diferenças no preço dos insumos e matérias-primas 2. Qualidade dos insumos e matérias-primas 3. Custos de transporte e de comunicação 4. Distância física, língua, cultura 5. Distribuição espacial dos insumos e matérias-primas	1. Redução do custo das transações 2. Proteção do direito de propriedade 3. Redução da incerteza 4. Controle da oferta 5. Ganhos estratégicos 6. Controle das vendas 7. Compensar a inexistência de mercados 8. Aproveitamento de externalidades

Fonte: Dunning, 2000.

Tabela 7 –Vantagens inerentes ao investimento internacional (Paradigma OLI).

Segundo Dunning (1988), sempre que se verificarem os três tipos de vantagens acima enunciados estão reunidas as condições para a existência de IDE. Exemplificando: caso não exista vantagem de localização, mas a empresa possua as demais, esta tenderá a assegurar o controle do mercado externo através da exportação, preferencialmente através de redes comerciais próprias, ou então, caso a empresa detenha apenas vantagens de propriedade, tenderá a adotar uma solução contratual, via licenciamento a uma empresa do país receptor, ficando esta última com a tarefa de explorar diretamente o mercado.

Tipo de vantagem Via de penetração	Propriedade	Internalização	Localização
	IDE	✓	✓
Exportação	✓	✓	
Licenciamento	✓		

Fonte: Dunning, 1998.

Tabela 8 - As vantagens específicas e as vias de internacionalização.

Deste modo, Dunning (1988) articula uma teoria que, além de criar uma metodologia de análise capaz de explicar vários tipos de IDE, também se propõe a definir as melhores formas de envolvimento econômico internacional para as empresas.

Esta teoria propõe uma visão dinâmica do IDE, visto que a cada configuração OLI corresponde uma combinação de vantagens de propriedade,

de internalização e de localização, resultantes da interação do dinamismo das empresas, das atividades e dos países.

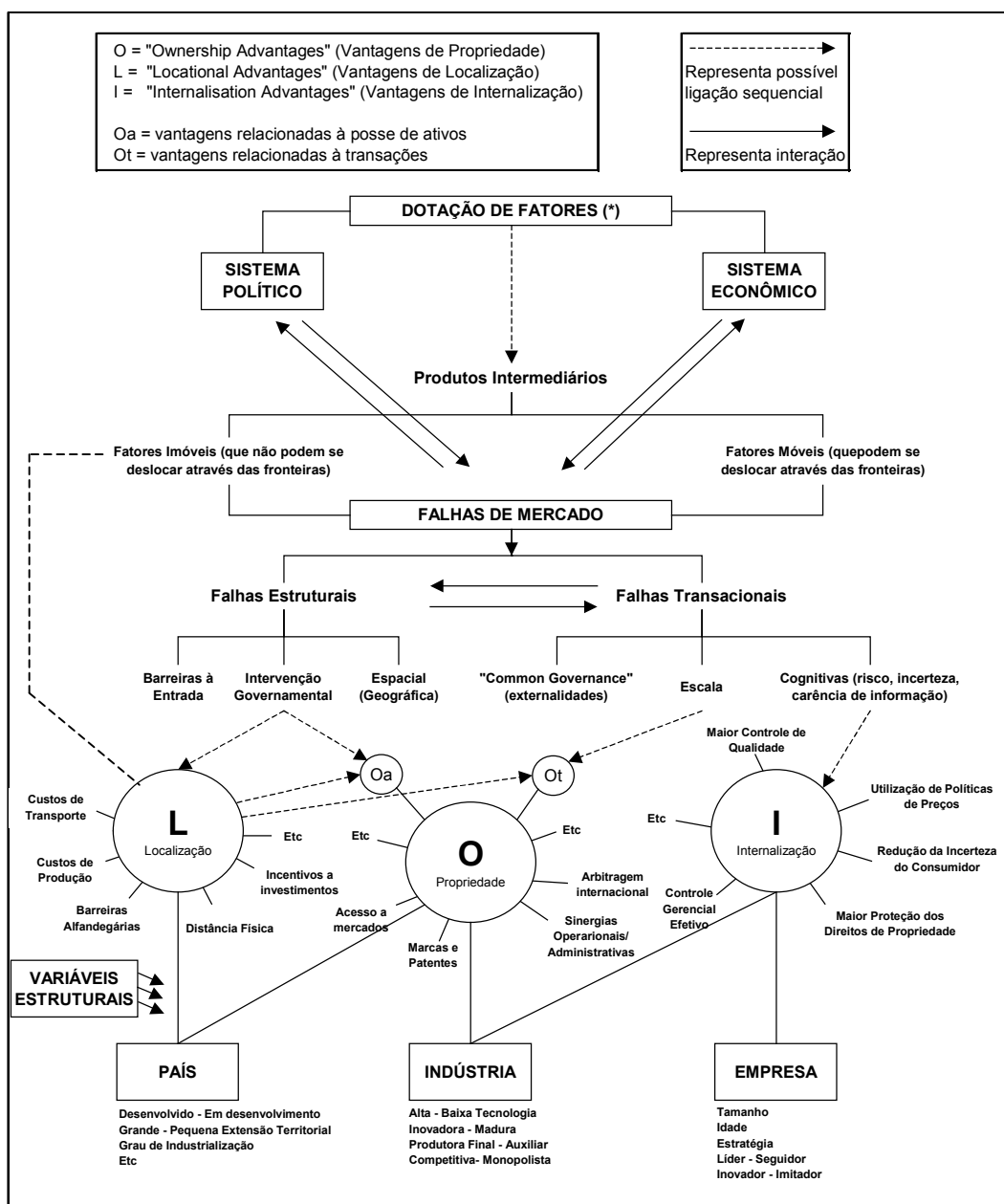
Uma vez identificadas as vantagens que permitem que a empresa internacionalize suas atividades, a opção por fazê-lo depende de uma análise de custos e benefícios entre as distintas alternativas, que são afetadas por um conjunto de fatores, tais como: forma de concorrência no setor, grau de imperfeição da informação disponível no país de destino, nível de proteção dos direitos de propriedade, características do país emissor e receptor do investimento e variedade e tipo de produtos que a firma pretende produzir no mercado externo.

Dunning e Rugman (1985) fazem distinção analítica entre imperfeições dos mercados que tendem a ser exploradas pelas EMNCs, classificando-as como:

- estruturais, oriundas de algum tipo de intervenção governamental que acaba por afetar os custos de produção (ou ganhos) em diferentes localidades, podendo encorajar ou desencorajar o fluxo de investimentos, e;
- transacionais, resultantes da gestão comum de atividades em diferentes localidades, incluindo redução dos riscos de desequilíbrios cambiais, proteção do suprimento através de múltiplas fontes, dentre outras.

O Paradigma Eclético coloca que a configuração precisa dos parâmetros OLI diante de qualquer empresa em particular, e sua reação para tal configuração, é extremamente contextual. Em particular, refletirá as características políticas (sistema político) e econômicas (sistema econômico) do país de origem da empresa investidora e do país ou região onde esta empresa está buscando alocar seus investimentos, a indústria e a natureza da atividade de agregação de valor no qual a empresa está engajada, as características individuais das empresas investidas, incluindo seus objetivos e estratégias para obtenção dos mesmos, e a razão de ser para o IDE. (Dunning, 2000b).

A figura 4, a seguir, apresenta de forma esquemática o modelo original de Dunning (1988), que é a base sobre a qual são incorporadas as diversas atualizações do Paradigma, incorporando novas contribuições da academia sobre o tema e a própria evolução da dinâmica da produção internacional ao longo dos anos.



(*) Dotação de Fatores como força de trabalho, recursos naturais, infra-estrutura, tecnologia, estoque de capital e tamanho da população.

Fonte: Dunning, 1988.

Figura 6 - Dotação de Fatores/Falhas de Mercado e a o Paradigma OLI.

Levando-se em conta tais variáveis contextuais, como uma maneira de ordenar as inúmeras alternativas que podem surgir das diferentes combinações das vantagens de propriedade, internalização e localização, Dunning (1993) classifica o investimento estrangeiro em quatro grandes tipos¹⁰, de acordo com o seu objetivo principal: *Busca de Recursos*, *Busca de Mercados*, *Busca de*

*Eficiência e Busca de Ativos Estratégicos e Capacitação*¹¹, conforme consolidado na tabela 9, a seguir.

Além destes quatro grandes tipos de investimento definidos por Dunning (1993), vale ressaltar os investimentos do tipo “*de Fuga*”, que correspondem à transferência do capital do país de origem da empresa em função de fatores como a existência de uma legislação restritiva, nos âmbitos: ambiental, trabalhista e tributário, de políticas de regulação da competição e políticas econômicas em geral que possam comprometer o desempenho da empresa e o retorno do acionista.

Um bom exemplo dos investimentos do tipo “*de Fuga*” é a transferência de atividades altamente poluidoras para países em desenvolvimento que não apresentam restrições legais para proteção do meio ambiente.

Busca de Mercados	
Investimentos que buscam primordialmente a exploração do mercado doméstico do país que os recebe. Os principais fatores que estimulam a decisão por este tipo de	
1.	O tamanho dos mercados domésticos e/ou seu potencial de crescimento, além dos mercados regionais adjacentes (ex.: NAFTA e União Européia).
2.	Presença de empresas relacionadas à atividade da empresa investidora competitivas, como por exemplo fornecedores industriais de primeira qualidade.
3.	Infra-estrutura local de qualidade e instituições competentes que permitam a melhor exploração desses mercados.
4.	Poucas distorções de mercado relacionadas à geografia e com estrutura de serviços locais desenvolvidos.
5.	Políticas macroeconômicas e macro-organizacionais realizadas pelos governos locais que permitam a melhor exploração desses mercados.
6.	Necessidade por parte da empresa investidora de presença próxima aos consumidores, geralmente em setores intensivos em conhecimento.
7.	Melhor acesso à agências de publicidade já desenvolvidas no local ou região.
8.	Menores custos de transporte, e transposição de barreiras tarifárias e não-tarifárias ao comércio internacional.
9.	Poucas restrições governamentais ao IDE e/ou sobre repatriação dos capitais e dos dividendos, mas também (quando relevante) acesso privilegiado a licenças de importação.

continua...

¹⁰ Para maior detalhamento sobre esses e outros tipos de IDE (como por exemplo investimento de “escape”, de “apoio” e “passivos”) ver Dunning (1993).

¹¹ Os termos foram mantidos em inglês pelo seu uso difundido em publicações brasileiras que tratam desse mesmo tema.

Busca de Recursos	
São aqueles investimentos que têm como objetivo explorar os recursos naturais, mão-de-obra pouco qualificada e recursos financeiros do país de destino. Os principais fatores que estimulam a decisão por este tipo de investimento são:	
1.	Disponibilidade de recursos naturais a baixos preços e de qualidade.
2.	Infra-estrutura para exploração dos recursos e escoamento da produção.
3.	Incentivos aos investimentos, isenção de impostos.
4.	Oportunidades locais para melhoria na qualidade dos recursos, transformação e transporte de bens finais.
5.	Disponibilidade de parceiros locais para promoção conjunta de recursos intensivos em capital ou conhecimento.
6.	Oferta de capital a baixo custo de captação. Mercado financeiro desenvolvido.
Busca de Eficiência	
São investimentos que buscam racionalizar uma estrutura de recursos estabelecida, de maneira a aproveitar economias de escala e de escopo resultantes da gestão unificada de unidades geograficamente dispersas. Os principais fatores que estimulam este tipo	
1.	Baixo custo de produção daquele país em relação aos demais países investidos (ou cotejados para investimento), como por exemplo: trabalho, materiais, equipamentos etc.
2.	Liberdade de comercialização de bens intermediários e finais entre as filiais.
3.	Presença de economias de aglomeração, como por exemplo zonas de processamento para exportação.
4.	Incentivos aos investimentos que sejam refletidos nos custos de produção, como por exemplo: redução de impostos, subsídios no preço dos terrenos, aceleração na contabilização da depreciação, etc.
5.	Preferências dos consumidores semelhantes a de outros países investidos onde a empresa atua (ou pretende atuar).
6.	Disponibilidade de parceiros locais para exploração conjunta de recursos intensivos em capital ou conhecimento.
7.	Existência "clusters" especializados (como parques industriais e científicos, sistemas de suporte aos serviços) e de recursos especializados. Oportunidade para novas iniciativas de investimento, ambiente empreendedor que encoraje a competitividade.
Busca de Ativos Estratégicos	
São investimentos que buscam a aquisição de ativos que possam alavancar as capacitações da empresa e ajudá-la a atingir seus objetivos estratégicos regionais ou globais. Os principais fatores que estimulam este tipo de investimento são:	
1.	Disponibilidade de recursos e mercados relacionados ao conhecimento necessário para a promoção e desenvolvimento de vantagens de propriedade (O) específicas dos investidores, a baixos preços.
2.	Variáveis institucionais ou de outras naturezas que venham a influenciar/facilitar a aquisição de tais recursos por parte das empresas estrangeiras.
3.	Canais de comercialização já estabelecidos.
4.	Oportunidades para troca de conhecimento, idéias e aprendizado interativo de conhecimentos tácitos locais.
5.	Acesso informações sobre a culturas, as instituições e diferentes demandas e preferências dos consumidores das localidades investidas.
6.	Governos atuantes na promoção do desenvolvimento dos recursos humanos através de programas educacionais e treinamento apropriados.

Fonte: adaptado de Dunning (1998)

Tabela 9 - Investimento Estrangeiro Segundo seus Tipos Principais.

3.4.4. Abordagens recentes sobre Determinantes do IDE

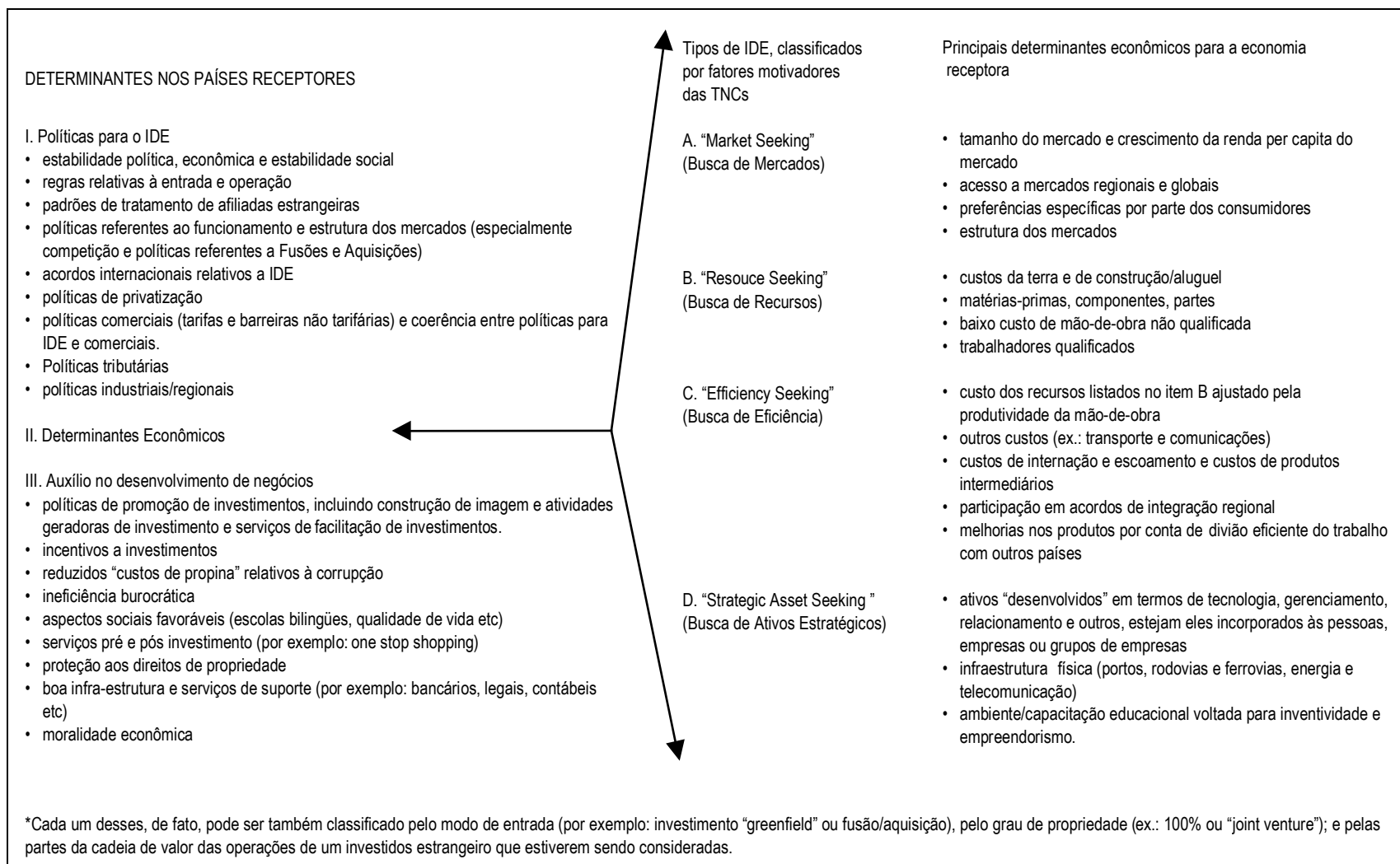
Novas abordagens sobre fatores determinantes dos investimentos diretos das empresas no exterior vieram acrescentar (ou aprofundar) ao arcabouço clássico das teorias de internacionalização das firmas questões como alianças estratégicas, políticas de atração de investimentos diretos de EMNCs, globalização e integração regional.

Dunning (1995, 2002) aponta novas razões para investimentos diretos das firmas no exterior intensificados nos anos 90, algumas delas apenas resultado de um alinhamento global em torno de fatores já contemplados na teoria anteriormente desenvolvida, como busca de capacitação gerencial/tecnológica ou de mercados, agora amplificados pelo fenômeno da globalização:

- O crescimento dos esquemas de Integração Regional, resultado da maturação dos blocos econômicos regionais como NAFTA e União Européia.
- Políticas de atração de investimentos diretos de empresas estrangeiras resultantes do entendimento por parte dos governantes da importância das EMNCs na atração de capital estrangeiro, na geração de empregos e na difusão e absorção de tecnologia.
- As chamadas “alianças estratégicas”, e suas implicações na teoria eclética da internacionalização das firmas:
 - Mesmo havendo uma tendência à “desverticalização”, com as empresas concentrando-se nas suas competências centrais e aproveitando-se de ganhos de especialização de terceiros nas demais atividades (fornecedores, por exemplo), mantém-se a necessidade de algum controle sobre a qualidade, preço e inovação de modo que a “desinternalização” é substituída por modelos de cooperação inter-firma, mantendo a necessidade de atividade direta no exterior.
 - Devido às pressões competitivas, os crescentes custos de P&D, e ciclos de vida dos produtos mais curtos, as empresas têm um incentivo para estabelecer parcerias que ultrapassam as suas fronteiras e as do setor. Essa perspectiva incentiva as empresas a manter internas apenas as atividades onde os seus recursos (valiosos, raros, não imitáveis, não substituíveis) permitam sustentar uma vantagem competitiva, as demais atividades podem ser transacionadas através de redes relacionais com empresas de outros países, aproveitando seus recursos específicos.

- As parcerias aceleram a inovação, a partilha de custos e riscos associados a novos investimentos e a concentração nas competências centrais, removendo algumas barreiras à atividade em outros países.
- As empresas procuram alargar a sua matriz produtos/mercado de modo a beneficiar de economias de escala. A detecção de parceiros com credibilidade e de confiança pode influenciar na escolha do destino dos investimentos de uma empresa no exterior.

A tabela 10 resume a nova modelagem proposta por Dunning, no que concerne aos determinantes para os investimentos no país de destino, considerando as novas implicações do chamado “capitalismo de mercado” no processo de internacionalização das firmas:



Fonte: Dunning, 2002.

Tabela 10 - Determinantes do IDE na Economia Receptora dos Investimentos.

3.4.5. O IDE nas Companhias dos Países em Desenvolvimento

Uma das mais comuns definições de empresa multinacional de país em desenvolvimento, e de certo modo a mais intuitiva, diz que são companhias que apresentam a matriz, o controle e a propriedade estabelecidos em países em desenvolvimento (Lall, 1986).

O termo EMNC de país em desenvolvimento é utilizado na bibliografia por vários autores, com definição semelhante ao de Lall (1986). O autor indiano, Sanjaya Lall (1983), porém, propõe que o termo multinacional de PED seja utilizado por empresas que, além do investimento de capital, contribuam com outros elementos, tais como tecnologia, gerenciamento, técnicas de marketing, etc, no processo de expansão através de IDE.

Grande parte dos investimentos em manufatura no exterior originários de PED provém de países com setores industriais de porte. Na América Latina: Argentina, Brasil e México são as principais fontes destes investimentos. Na Ásia, a maior parte dos investimentos provém de Hong Kong, Coréia do Sul, Malásia e Singapura e Taiwan. Estes PED alcançaram elevado grau de industrialização e apresentaram níveis relevantes de IDE nos últimos anos.

Seguindo estas tendências, tomando as 50 principais EMNCs de PED segundo o ranking da Unctad (WIR-2003), observamos que 31 dessas firmas vêm do sul, sudeste e leste asiáticos e outras 12 são da América Latina. Em geral, o índice de multinacionalidade das firmas dos países asiáticos é superior ao das latino-americanas.

Além disso, segundo Chudnovsky e López (1999), o padrão de especialização das EMNCs asiáticas, muitas das quais operam em setores intensivos em conhecimento ou tecnologia (eletrônica, equipamento elétrico, automotriz, química), é mais “sofisticado” do que o de seus pares latino-americanos, concentradas em atividades vinculadas a vantagens naturais (petróleo, alimentos e bebidas, cimento, minério etc.).

Apesar de crescente, este não é um fenômeno novo, desde a primeira metade do século XX já haviam operações de IDE por empresas de PED, porém tratava-se de casos isolados, como por exemplo o das empresas argentinas, que já desempenhavam atividades produtivas, comerciais e financeiras em países vizinhos (apesar de não terem sobrevivido com o passar dos anos) (Lall, 1986).

O crescimento de fato das EMNCs de PED se deu a partir do início dos anos 70, estando estas empresas presentes em mais de 30 países ao início da década de 80 (Tollentino, 1993).

Whitmore *et al.* (1989) definem este período como a “primeira onda” de IDE de PED, que incluiu firmas da Argentina, Brasil, Hong Kong, Singapura, Malásia, Índia etc., que entraram em diferentes classes de projetos de investimento, desde operações em setores extrativos (mineração, petróleo) e obras de engenharia civil e de construção, até iniciativas para substituir importações no país receptor. A maioria dessas operações localizava-se nos países vizinhos, geralmente através de *joint ventures* e as vendas destinavam-se principalmente ao mercado interno, tendo como motivação evitar barreiras comerciais.

Alguns dos países que, em fins dos anos 70, faziam parte importante desta “primeira onda” de internacionalização, como Argentina, Brasil, Colômbia, México, Venezuela, Filipinas e a Índia, não mantiveram o mesmo dinamismo na década de 80.

A “segunda onda” foi dominada por firmas de Hong Kong, Taiwan, Singapura e Coréia do Sul, economias que vinham crescendo rapidamente desde os anos 60, e que se caracterizavam por forte orientação exportadora. Os investimentos, em geral, eram motivados pela necessidade de manter ou aumentar a competitividade das firmas nos mercados locais e externos. Fatores próprios do processo de desenvolvimento de tais países (como a valorização cambial ou o aumento dos custos trabalhistas) conjugaram-se com outros de tipo estrutural (carência de matérias-primas), e elementos do entorno competitivo global (necessidade de acesso a marcas, capacidades tecnológicas, contatos com os usuários etc.) para explicar as crescentes operações de investimento no exterior (Whitmore *et al.*, 1989).

Comparados aos da “primeira onda”, os investimentos desta fase eram, em média, de maior escala, orientados para segmentos de maior sofisticação tecnológica, a maior parte voltada para exportações. Por outro lado, mantinha-se a preferência pelas *joint ventures* e por investir em outros PED, porém, neste caso, um fator determinante da localização era o custo da mão-de-obra no mercado receptor. Outro aspecto desta “segunda onda” é uma maior tendência de investir em PD, especialmente por parte das firmas asiáticas (Dunning *et al.*, 1997).

Por outro lado, as asiáticas que investiam em outros países já consideravam, naquele momento, que essas operações eram peça essencial

para sua estratégia competitiva a longo prazo. Isso se refletia na divisão de tarefas que estabeleciam com os sócios locais: os asiáticos ficavam responsáveis pela compra do equipamento de capital, o *know how* tecnológico e gerencial, distribuição e comercialização externas, treinamento e controle de qualidade; os sócios locais gerenciavam os assuntos administrativos, as relações trabalhistas e os vínculos com o governo (Whitmore et al., 1989).

3.4.6.

Características das EMNCs de Países em Desenvolvimento

Segundo Cleto (1996), a maior partes dos IDEs realizados por economias periféricas localizam-se em outros PED, que gozam de nível de industrialização igual ou inferior, com tendência a concentração nas regiões onde se encontra a sede da EMNC. Contudo, alguns setores se destacam com IDE em países em desenvolvimento, como o bancário, o de hotelaria e o de construção civil.

Cleto (1996) afirma que, de modo geral, as EMNCs dos PED tendem a ser mais interessadas em comercializar e produzir em outros PED, em parte estarem mais aptas a se adaptar aos contextos econômico e social desses países. Também por seu menor tamanho (em relação às EMNCs dos PD), suas menores ligações econômicas e menor alavancagem financeira, prestam maior atenção às políticas do país onde se estabelecem, tornando-se reduzido o perigo de intervenções ou confrontos com o governo do país escolhido. Representam, assim, alternativas às EMNCs tradicionais para os países onde se instalam, o que fortalece o seu poder de barganha nas negociações e as torna bem-vindas.

Segundo Wells (1981), as EMNCs dos PED parecem responder mais claramente às preocupações do país escolhido e também de forma mais diplomática do que as EMNCs tradicionais. Para ele, as empresas dos PED focalizam nichos mercadológicos e atendem segmentos de mercado não atendidos pelas grandes companhias dos PD. Em função de suas próprias características, na maioria dos casos adotam uma estratégia de conquista de partes do mercado sem entrar em choque frontal com grandes concorrentes.

A grande maioria das filiais de subsidiárias de empresas de PED no exterior cumpre a finalidade de dar suporte às atividades de exportação (escritórios comerciais e depósitos) e fábricas de montagem final, com os componentes trazidos da matriz. Além disto, o IDE de companhias de PED são localizados na região próxima à da matriz . Tollentino (1993) desenvolve um modelo que propõe a explicação da expansão geográfica do IDE de companhias

dos PED a partir do conceito de "distância psíquica", proposto por Hornell e Vahlne (1972), o qual é apresentado e discutido no item 3.2.

A grande maioria dos projetos de IDE de PED emana de companhias privadas. O caso brasileiro foge à regra, já que a empresa que liderou seus investimentos diretos no exterior foi a Petrobrás, companhia estatal de petróleo, na década de 70 (Wells, 1988).

Segundo Cleto (1996) evidências sugerem que as empresas estatais são mais inclinadas a vender seu *know-how*, ao passo que as companhias privadas são mais propensas a fornecer sua tecnologia através de investimento direto. As companhias estatais também encontram obstáculos no seu próprio país para a adoção de uma política consistente de investimentos no exterior, face à carência de capital existente nestas nações.

Deve-se notar que as firmas dos PED com operações no exterior defrontam-se com dois grupos de empresas na sua arena competitiva. O primeiro composto pelas companhias locais, normalmente preferidas pelo governo local e com contato íntimo com o mercado. O segundo composto pelas companhias multinacionais dos países desenvolvidos, normalmente com elevadas disponibilidades de capital e tecnologia. Assim, as firmas oriundas dos PED devem apresentar significativo conjunto de habilidades para prosperar neste ambiente.

A tabela 11, a seguir, retirada de Vernon-Wortzel e Wortzel (1988), apresenta as características das EMNCs dos PED e dos PD. Algumas destas características não encontram concordância com alguns autores da área, como por exemplo, a questão da utilização de mão-de-obra intensiva, a escala de produção da planta e as fontes de tecnologia utilizadas.

Tópico	MN's dos PD's	MN's dos PED
MANUFATURA:		
Fábricas	Mais dispersas geograficamente	Mais concentradas nas regiões vizinhas
Utilização de M.O. Intensiva	Menor	Maior
Flexibilidade	Pouca	Grande
Escala de Produção	Plantas com grande escala	Plantas com pequena escala
TECNOLOGIA:		
Fontes	Desenvolvida internamente	Comprada (geralmente importada)
Nível	Liderança mundial e inovação	Seguidores e adaptadores
LINHA DE PRODUTOS:		
Características	Linha ampla, foco produtos com maior valor agregado	Linha pequena, foco nos nichos e baixos preços
Modificada para Operação no Exterior	Não	Sim
Parcela nos Mercados Estrangeiros	Média ou dominante, raramente pequena	Pequena ou média, raramente dominante
MARKETING:		
Adaptação	Mais padronizados, enfoque global	Mais ajustados às condições locais, do país/região-alvo.
Uso de distribuidores	Baixo	Alto
Uso de Marcas	Produtos com marca	Produtos sem Marca, poucos com Marca
Estágio do Produto no seu Ciclo de Vida	Crescimento	Maturidade, crescimento se dispõe de moderna tecnologia de manufatura
ESTRUTURA:		
Porte das atividades no Exterior	Grande	Pequeno
Integração Vertical	Maior	Menor
Forma das Operações no Exterior	Filiais próprias	<i>Joint-ventures</i> , licenciamento e acordos técnicos

Fonte: Vernon-Wortzel e Wortzel (1988).

Tabela 11 - Características das Multinacionais dos Países em Desenvolvimento e dos Países Desenvolvidos.

O número das "novas multinacionais" é substancial e tem crescido muito na última década. Estimativas apresentadas por Vernon-Wortzel e Wortzel (1988) contaram em cerca de 1.000 as EMNCs de PED em 1985. Já no início dos anos 90, segundo dados do World Investment Report - 1993, o número de EMNCs originárias de PED era de 2.700, em 2002 este número superou 13.900 empresas, conforme apresentado no World Investment Report - 2003. Apesar da crescente importância, o referencial acadêmico sobre o tema especificamente voltado para as EMNCs de PED ainda é escasso.

Dunning, *et al.* (1997) traça um comparativo entre as principais características dos IDE oriundos de países em desenvolvimento da chamada "primeira onda" de investimentos, da "segunda onda" e da EMNC que denominou de convencional, oriunda de PD, apresentadas no item 3.4.5.

	“1ª onda”	“2ª onda”	EMNCs Convencionais
Destino	IDE regional: países vizinhos e outros países em desenvolvimento.	A maioria ainda regional, mas expandindo para bases globais.	Bases globais.
Motivação	<i>Resource Seeking e Market Seeking</i> em países em desenvolvimento.	<u>Em PED</u> : Resource Seeking e Market Seeking. <u>Em PD</u> : Asset Seeking e Market Seeking.	<i>Efficiency Seeking</i> : Motivação da EMNC com o objetivo de otimizar o uso das vantagens comparativas e competitivas de cada país.
Tipo de IDE	Em países em desenvolvimento: ativos intensivos em recursos naturais, pequena escala de produção em indústrias leves.	<u>Em PED</u> : setores intensivos em ativos naturais como na 1ª onda. <u>Em PD</u> : (a) Market Seeking em empresas pouco diferenciadas (como siderúrgicas e montadoras de automóveis); (b) Investimentos Asset Seeking em empresas de intensivas em tecnologia (como computadores).	Setores intensivos em capital e tecnologia. Taxa capital/trabalho dependente de ativos naturais/criados da economia receptora dos investimentos.
Vantagens de Propriedade	Sobretudo associadas ao país de origem da EMNC. Fundamentalmente vantagens relacionadas a posse de ativos que as diferenciam dos concorrentes.	Vantagens tanto relacionadas ao país de origem da empresa como relativas à própria empresa, que desenvolveu internamente capacitação para o seu negócio.	Fundamentalmente vantagens relacionadas à capacitação da própria empresa. Maior aproveitamento das vantagens transacionais, com redução de custos de transação sobretudo por conta da grande escala da organização.
Exemplos de Vantagens de Propriedade	1 - Propriedade de Grupo Conglomerado. 2 - Tecnologia (na maior parte adaptações). 3 - Gerenciamento adaptado para a realidade do terceiro mundo. 4 - Baixo custo dos fatores de produção (incluindo pessoal gerencial e técnico). 5 - Vantagens Étnicas.	1 - Propriedade de Grupo Conglomerado. 2 - Gerenciamento adaptado para a realidade do terceiro mundo. 3 - Baixo custo dos fatores de produção (incluindo pessoal gerencial e técnico). 4 - Vantagens Étnicas. 5 - Alguma diferenciação do produto. 6 - Limitada capacitação em marketing. 7 - Controle vertical sobre mercados de fatores/produtos. 8 - Capital subsidiado.	1 - Economias de escala. 2 - Acesso ao mercado de capitais. 3 - Tecnologia. 4 - Diferenciação do Produto. 5 - <i>Know-how</i> em marketing. 6 - Capacitação gerencial para gestão internacional. 7 - Atividade intra-firma em termos globais mais eficiente. 8 - Controle vertical sobre mercados de fatores/produtos.

Tabela 12 - Características dos IDEs em diferentes estágios do processo de internacionalização da produção.

3.4.7. O IDE de Empresas Brasileiras

O objetivo deste item é analisar brevemente a experiência brasileira de investimento direto no exterior a título de contextualização da atividade internacional da Gerdau em diferentes períodos. Para isso, revisam-se as tendências agregadas do investimento no exterior, as diferentes fases e alguns de seus determinantes e apresentam-se resumidamente os resultados de alguns estudos de casos de empresas/setores brasileiros que realizaram investimentos fora do país.

Os autores pesquisados para a elaboração deste item analisaram a evolução e as características do investimento brasileiro no exterior apontando para a existência de diversas fases no processo de internacionalização das empresas brasileiras, com diferenças nas especificidades setoriais, nas

motivações estratégicas, nas modalidades de financiamento e nas formas de implementação do investimento.

Esses autores coincidem em vincular os determinantes dessas fases ao macrocontexto econômico e político do país. Assim, por exemplo, o controle da inflação a partir da segunda metade da década de 90 ou o processo de integração regional (Mercosul) tiveram impactos muito fortes no processo de investimento no exterior.

O trabalho de Dias (1994) que analisou investimentos no exterior por parte de uma amostra de 22 empresas brasileiras entre 1989 e 1991, identificou que:

- a maioria era de controle familiar, mas com administração profissionalizada.
- na quase totalidade desse grupo de empresas, as receitas com as exportações representavam entre 10% e 20% de sua receita total.
- a maioria era fornecedora de peças e componentes ou de produtos acabados para grandes consumidores industriais ou comerciais.
- empresas da amostra apresentavam elevado grau de desenvolvimento tecnológico dentro de tecnologias e produtos de conhecimento disseminado.
- uma das principais razões identificada para o investimento no exterior era a necessidade de estabelecer parcerias com as empresas compradoras, em função das mudanças nas relações ocorridas entre as empresas e os seus fornecedores. Para essa amostra de firmas, a instalação de subsidiárias era vista como necessária para oferecer soluções a problemas tecnológicos e de especificação do produto.

A pesquisa de Leonel, Arruda e Goulart (1996) detectou que, entre 1990 e 1994, 150 empresas brasileiras tinham realizado algum tipo de investimento produtivo ou instalado escritórios ou depósitos no exterior, sendo a maioria na América Latina.

Tal como nos estudos de caso de Dias (1994), a razão principal identificada na amostra para o investimento direto no exterior foi a necessidade de estar próximo ao cliente, para ajustar a especificação do produto, melhorar a logística de fornecimento ou oferecer serviços de assistência técnica.

O estudo do BNDES (1995) foi realizado com as respostas de 30 grandes grupos econômicos nacionais, que instalaram 101 subsidiárias no exterior em um período que vai desde o começo da década de 70 até 1994. As subsidiárias da amostra estavam concentradas nos setores de mecânica, material de transporte e construção. Tal como nos dois estudos anteriormente citados (Leonel, Arruda e Goulart, 1996 e Dias, 1994), também foi identificado que o investimento no exterior pressupunha uma expansão anterior das exportações.

A pesquisa do BNDES (1995) apontou para o fato de a maioria das subsidiárias produtivas implantadas (63%) foi resultado de compras ou de associação com firmas existentes no país receptor (81% das novas subsidiárias não produtivas foram unidades novas).

A principal motivação identificada nessa mesma pesquisa do BNDES foi a maior competitividade decorrente da proximidade com o mercado consumidor. A segunda razão mais apontada foi a necessidade de suprir o mercado regional, que representou uma motivação importante para os produtores de bens intermediários não-metálicos e para as subsidiárias instaladas na América do Sul e no Mercosul. O processo de integração regional gerou oportunidades de investimento no exterior, e por isso foi apontado como o terceiro motivo mais importante para a instalação de subsidiárias no exterior, tendo sido um argumento importante para a indústria metal-mecânica e para a decisão de instalação na Europa e no Mercosul.

A seguir são apresentados de forma resumida algumas importantes características do investimento de empresas brasileiras no exterior ao longo das últimas décadas identificadas na bibliografia analisada:

3.4.7.1. Anos 60 e 70

Segundo Iglesias e Veiga (2002) o período entre meados dos anos 60 e início da década de 80 pode ser considerado como a primeira fase do investimento de empresas brasileiras no exterior, sendo concentrado basicamente na Petrobras, instituições financeiras e construtoras.

Segundo Lopez (1999), o investimento no exterior não teve importância significativa até o início da década de 70. Entre 1972 e 1976, as cifras oficiais registram um investimento acumulado de US\$ 238 milhões, passando a US\$ 863 milhões entre 1977 e 1982. O autor enfatiza que as cifras oficiais de investimento no exterior, particularmente nos PEDs nos anos 70, subestimavam o valor dos recursos domésticos no exterior. As cifras oficiais incluíam somente operações autorizadas e realizadas à taxa de câmbio oficial, mas havia um outro conjunto de operações realizadas com recursos existentes no exterior e não ingressados no país.

De acordo com Iglesias e Veiga (2002), os investimentos da Petrobras tiveram como principal motivação a busca de fontes alternativas de fornecimento de petróleo para o país.

A expansão dos investimentos de instituições financeiras no exterior, foi considerada “chamativa” por Guimarães (1986), uma vez que normalmente os bancos seguem, e não precedem, o movimento de investimento no exterior das firmas nacionais produtoras de bens e serviços. Segundo sua interpretação, os investimentos de bancos no exterior estavam vinculados à atividades de captação no mercado financeiro internacional e, em menor escala, com os fluxos de residentes para o exterior.

Os investimentos das empresas construtoras, conforme apontam Iglesias e Veiga (2002), estavam relacionados ao desenvolvimento de “know-how” em grandes obras, resultado do processo de expansão da construção de obras públicas, realizado pelo Brasil na década de 70. As companhias construtoras se inseriram basicamente nos países produtores de petróleo, aproveitando o “boom” de investimentos públicos, reflexo das altas do preço internacional do petróleo.

Segundo Guimarães (1986), até 1982 os investimentos estavam concentrados em poucas firmas, sendo que as três primeiras firmas respondiam por 66% dos investimentos e as 21 primeiras tinham uma participação de 90% do total investido no exterior. Os países desenvolvidos foram o principal destino dos IDEs brasileiros (64% do total investido), basicamente por causa dos investimentos da Petrobras.

A implementação de instrumentos cambiais, fiscais e financeiros encorajou o crescimento e a mudança da composição das exportações até 1980, mas não houve uma expansão dos investimentos produtivos no exterior. Além dos setores anteriormente descritos, os poucos que foram efetuados correspondiam aos da Copersucar, do grupo Gerdau, da Gradiente e da Caloi (Iglesias e Veiga, 2002).

3.4.7.1.1. Anos 80

Como afirmam Iglesias e Veiga (2002), a economia brasileira enfrentou sérios problemas macroeconômicos ao longo da década de 80, com dificuldades com os instrumentos de promoção do comércio exterior e estagnação da produção industrial, o que influenciou negativamente o ritmo de expansão das exportações de produtos brasileiros, sobretudo na sua segunda metade.

Esses mesmos autores argumentam que apesar da manutenção de alguns incentivos à exportação e às altas taxas de câmbio reais, o que criou um ambiente favorável ao crescimento da internacionalização das firmas

domésticas, os problemas macroeconômicos e as incertezas decorrentes da alta inflação levaram à redução dos incentivos à expansão da produção industrial, levando à diminuição ou postergação dos investimentos, tanto no mercado local como no exterior.

De acordo com Ruiz (1997), a alta instabilidade macroeconômica induziu os grupos econômicos brasileiros a adquirirem firmas ou ativos que serviam como reserva de valor (mineração, imóveis, reflorestamento, por exemplo), sendo isso extensivo aos ativos no exterior. Diante da situação do mercado interno, alguns grupos procuraram aumentar suas exportações, embora o atendimento do mercado doméstico tenha continuado a ser prioritário.

Este mesmo autor aponta que privilegiou-se também a utilização de capital próprio em detrimento do capital de terceiros.

O setor financeiro, segundo dados apresentados no trabalho de Lopez (1999), continuou sendo um investidor importante, com 37% do total investido no período, a Petrobras participou com 30% e as demais empresas do setor industrial representaram apenas 10%. Como aponta o autor, no período 1983/92, os investimentos diretos no exterior totalizaram US\$ 2,5 bilhões, porém concentrados nos últimos três anos.

A pesquisa realizada pelo BNDES (1995), caracterizando o processo de internacionalização de empresas brasileiras, identificou importantes diferenças entre os investimentos dos anos 80 e 70, das quais destacam-se:

- Diferentemente dos anos 70, quando apenas grandes empresas tinham investimentos no exterior, observou-se uma participação maior de empresas de médio porte (com faturamento entre US\$ 200 milhões e US\$ 500 milhões) e de pequeno porte (com faturamento inferior a US\$ 100 milhões).
- O número de subsidiárias instaladas no exterior aumentou em ritmo mais acelerado, especialmente o número de subsidiárias produtivas.
- Os autores detectaram um forte crescimento da participação da América do Sul como localização dos investimentos, chegando a ser a região com o maior número de implantações de subsidiárias na década de 80.
- Houve uma diversificação dos setores da indústria de transformação com investimentos no exterior, deixando de ser um processo concentrado na indústria mecânica e de alimentos para apresentar implantação de subsidiárias em material de transporte, têxtil e siderurgia, entre outros gêneros da indústria.

3.4.7.2. Anos 90

Na primeira metade da década de 90, segundo Iglesias e Veiga (2002), a abertura econômica estimulou um processo de reestruturação empresarial, havendo simultaneamente uma nova fase de internacionalização exportadora das empresas industriais brasileiras.

Segundo Goulart, Brasil e Arruda (1994), as importações e a concorrência externa foram estímulos para que as firmas brasileiras se adequassem e passassem a investir e concorrer no mercado internacional, como maneira de enfrentar a dura concorrência no mercado doméstico das multinacionais. Além disso, a liberalização comercial reduziu o grau de controle das firmas locais sobre o mercado doméstico, levando-as a enxergar as exportações e a presença nos mercados externos como uma estratégia mais duradoura.

Algumas das características identificadas pela pesquisa do BNDES (1995) referentes aos anos 80, acentuaram-se nos no início da década seguinte. Tal estudo aponta para uma maior diversificação no que tange ao porte das empresas, uma forte concentração dos investimentos no Cone Sul e uma maior parcela do investimento produtivo no exterior de natureza produtiva.

Tanto na década de 80 quanto início dos anos 90 a construção foi o setor individual com o maior número de instalações de unidades no exterior. A difusão de investimentos em faixas menores de faturamento se aprofundou nos anos 90, com os grupos com vendas inferiores a US\$ 500 milhões chegando a participar com 53% dos investimentos realizados entre 1990 e 1994 (BNDES, 1995).

A mesma pesquisa ainda revelou que o crescimento do número de subsidiárias de empresas do setor industrial continuou crescente (representado 45% do total das unidades no exterior em 1994), a participação da América do Sul na localização dos investimentos no exterior foi maior que na década de 80, chegando a mais de 50% do total investido no período.

Em termos de setores da indústria a pesquisa do BNDES (1995) apontou os segmentos de material de transporte e mecânica como os de maior número de investimentos, com uma forte participação de unidades produtivas no total de unidades implantadas no período.

Em meados da década de 90, com o resultado da estabilização dos preços, houve uma ampliação significativa no potencial de consumo doméstico, o que juntamente com uma apreciação da taxa de câmbio real acabaram por desestimular a expansão internacional das firmas domésticas, particularmente

nos dois primeiros anos do programa de estabilização. Por esse motivo observou-se um menor investimento no exterior naquele momento, porém as estratégias de internacionalização exportadora não foram totalmente revertidas (Iglesias e Veiga, 2002).

Após a interrupção temporária na expansão da internacionalização devido às oportunidades geradas pela estabilização no mercado doméstico, conforme destacado acima, o investimento no exterior, na segunda metade da década de 90, concentrou-se no Mercosul, fruto das oportunidades abertas pelo processo de integração, representou uma nova fase de expansão da internacionalização de firmas brasileiras.

Iglesias e Veiga (2002), contudo, destacam que a desvalorização do real e a crise recessiva da Argentina reduziram a intensidade do processo investidor naquele país por parte das firmas brasileiras ao final da década de 90.

Os mesmos autores observam que há evidências que indicam que o processo investidor foi mais intenso nas empresas produtoras de bens manufaturados, particularmente siderurgia, material de transporte e bens intermediários. As firmas produtoras de bens intermediários internacionalizaram sua produção como parte de estratégias de integração em redes de produção global, especialmente na indústria de autopeças. O crescimento das exportações da indústria e as demandas de mercados exigentes, como o americano, estimularam a maior presença de unidades produtivas no exterior.

3.4.7.3. Período 2000-2003

Apesar da escassa publicação de dados referentes ao período em questão, dada a sua atualidade, pôde-se observar através de pesquisa realizada por de Paula (2003) que o ritmo de fusões e aquisições de empresas estrangeiras por parte de empresas de capital predominantemente brasileiro tem sido significativo nesse curto período.

Segundo dados apresentados por tal autor foram realizadas aquisições por empresas brasileiras dos setores:

- Petróleo: com aquisições de participação por parte da Petrobras em importantes empresas argentinas de exploração e refino de petróleo (Perez Companc, Petrolera Companc e Petrolera Santa Fé), além da aquisição dos ativos da também argentina Repsol YFP (refinaria e distribuidora de combustíveis).

- Siderurgia: a CSN – Companhia Siderúrgica Nacional adquiriu a norte americana Heartland Steel e o grupo Gerdau deu um passo bastante significativo no seu processo de internacionalização com a aquisição da Ameristeel (EUA) e com a posterior fusão das suas empresas na América do Norte com a Co-Steel (Canadá).
- Bebidas: nesse período a AMBEV adquiriu a Cerveceria Internacional (Paraguai) e adquiriu uma participação de 37,5% da Quilmes da Argentina.
- Cimento: a Votorantim Cimentos adquiriu os ativos da Blue Circle (St. Marys Cement), com unidades nos EUA e Canadá e adquiriu 50% da Suwannee American Cement, uma planta recém construída localizada na Florida (EUA).
- Mineração: a CVRD – Companhia Vale do Rio Doce adquiriu 50% da GIIC – Gulf Industrial Investment Corporation (Bahrain), que é proprietária e opera uma das maiores plantas independentes de pelletização de minério de ferro do mundo.
- Outros Setores:
 - A WEG (motores elétricos industriais) adquiriu as empresas Morbe e Intermática na Argentina e a Fábrica de motores AAB no México (além dessas aquisições, no início de 2004 colocou em operação uma nova planta também no México).
 - A Busscar (fabricação de ônibus) adquiriu a Omnibus Integrales (México) e uma planta em Guanajay (Cuba).
 - Suzano (Celulose) adquiriu participação na Portucel (Portugal).