

A integração da Empresa em Redes Industriais: minimizar os efeitos da distância psíquica na internacionalização de empresas

Autoria: João Carvalho Santos, Manuel Portugal Ferreira, Nuno Rosa Reis

RESUMO

A abordagem de redes para a internacionalização tem sido estudada por diversos investigadores na área dos negócios internacionais. As empresas envolvem-se crescentemente em negócios internacionais, pelo que necessitam de aprender a adaptar-se às diferenças que encontram nos mercados externos. Neste artigo propomos um modelo conceptual que sugere que a integração em redes industriais reforça a capacidade competitiva das empresas nos mercados externos. Pertencer a redes de empresas permite ter acesso a conhecimento que facilita a entrada nos mercados internacionais, melhor adaptação a ambientes económica, política, legal e culturalmente diferentes do seu país de origem. A integração em redes permite, portanto, reduzir a distância psíquica percebida. A partir da revisão de literatura das teorias da internacionalização, com especial enfoque na escola de Uppsala, das redes industriais e do conceito de performance, discutimos a importância das redes de industriais na internacionalização das empresas.

Palavras-chave: Redes Empresariais. Teorias da Internacionalização. Distância Psíquica.

1 INTRODUÇÃO

A crescente globalização dos mercados e da produção, mais saliente nas últimas três décadas, tem induzido múltiplos desafios para as empresas e governos. As empresas têm uma necessidade crescente de pensar as suas estratégias a nível global, não apenas no acesso a mercados externos, onde se incluem as decisões de selecção das melhores localizações para cada fase da cadeia de valor (Aulack, Kotabe e Teegen, 2000). Com a gradual mitigação das tradicionais barreiras alfandegárias e a diminuição dos custos de transporte os mercados locais nacionais vão ficando expostos à concorrência das empresas multinacionais (Buckley e Casson, 1998) pelo que a influência internacional é sentida mesmo dentro dos territórios nacionais. Para os governos o desafio é de promover a competitividade da economia, no reforço da capacidade competitiva, inclusive internacional, das empresas.

Uma dimensão importante na economia mundial contemporânea é o desenvolvimento e acesso ao conhecimento. As transferências internas de conhecimento acedido em espaços de excelência, como por exemplo, nos clusters industriais de alta tecnologia (Porter, 1998; Giuliane, 2005), levantam múltiplas questões relativas, nomeadamente, à transferibilidade desse conhecimento e aos mecanismos internos para a sua mobilidade. Levantam, igualmente, questões importantes aos gestores relacionadas com a própria identificação das fontes – recursos ou *capabilities* – de vantagem competitiva internacional (Barney, 1991). Em qualquer dos casos são as próprias estratégias das empresas multinacionais que têm de ser adaptadas.

A presença internacional das empresas nem sempre é apenas uma opção e, é muitas vezes imposta como um requisito para própria sobrevivência (Ghemawat, 2007). Do ponto de vista da estratégia de internacionalização importa, assim, identificar as melhores formas de desenvolver a presença externa. São bem conhecidos os modos de entrada nos mercados externos. Por exemplo, a presença internacional pode ser mantida por exportações, mas crescentemente obriga a, pelo menos, formas de parceria internacional, por exemplo, em forma de rede. *Joint ventures*, alianças estratégicas ou o licenciamento a parceiros locais