

A INTERNACIONALIZAÇÃO EMPRESARIAL NUMA ECONOMIA MUNDIALIZADA

ANTÓNIO ALEXANDRE DA COSTA ABRANTES *

* Professor Adjunto da ESTV - Departamento de Gestão

"... Nenhuma empresa nacional está, de todo, livre da influência de forças envolventes estrangeiras ou internacionais, porque existe sempre a possibilidade da concorrência de importações ou de concorrentes estrangeiros que estabelecem operações no seu próprio mercado." (Donald A. Ball e Vendell H. McCulloch, Jr Negócios Internacionais, IRWIN, 5ª edição, 1996, p.16))

1. A Internacionalização das Empresas

1.1. Porquê estudar a internacionalização das empresas

O estudo da internacionalização das empresas, como parte da economia e finanças internacionais, assume uma importância cada vez maior.

Vejamos apenas dois exemplos:

A exportação de mercadorias a nível mundial tem crescido a uma taxa superior à produção dessas mesmas mercadorias.

Por sua vez, os fluxos de investimento directo estrangeiro (investimento em activos, não investimento de carteira = portfólio) apresenta taxas de crescimento ainda superiores às da exportação.

Além disso, a internacionalização empresarial cresce também em complexidade.

Por exemplo, o comércio externo de serviços como transportes, serviços financeiros, turismo, publicidade, comunicação de massas, entre outros, apelam a novas regras e novas formas de negócio.

O interesse pelas questões da economia internacional não surgiu com o pós- 2ª Guerra Mundial ou com o crescimento do GATT (Acordo Geral sobre Comércio e Tarifas em 1947) como poderia eventualmente supor-se. Não surgiu sequer com o aparecimento das grandes empresas multinacionais ou transnacionais como, por exemplo, a General Motores, cujo volume de vendas é duas ou três vezes superior ao PNB português.

Esse interesse remonta à génese da própria ciência económica sendo, inclusive, um dos seus ramos mais antigos. O século XVIII e o século XIX foram, aliás, dos períodos em que o comércio internacional mais cresceu e o investimento estrangeiro adquirira montantes muito significativos.

1.2 - Razões para a Internacionalização

Com a crescente liberalização internacional das actividades comerciais e industriais e com o acentuar da concorrência por cima das fronteiras políticas, a internacionalização da actividade empresarial preocupa hoje grandes e pequenas empresas, não se restringindo a um pequeno número das mais ousadas ou especialmente vocacionadas para as actividades externas.

Por outro lado, as formas de internacionalização deixaram de ser apenas a tradicional exportação para um cliente distante e mais ou menos desconhecido ou a abertura de uma filial no exterior para aproveitamento das vantagens comparativas do país hóspede, para se repartir por formas tão diversas como o comércio intra-empresa, característica das empresas multinacionais, os investimentos cruzados entre empresas de diversos países, mas sobretudo variados tipos de acordos de cooperação industrial ou comercial em que participam empresas de diversas dimensões, empresas financeiras, governos, instituições supra-nacionais, etc.

Pode acontecer, inclusive, que a internacionalização, por parte de certa empresa, deva iniciar-se não pela exportação de bens ou serviços mas logo pela aquisição ou criação de uma unidade produtiva no país de destino.

Se os custos de transporte são elevados, se há barreiras significativas à importação, ou simplesmente se os custos de produção do país de destino são significativamente menores que no país de origem, então pode muito bem acontecer ser vantajoso empreender desde logo uma estratégia de investimento nesse país em vez de procurar previamente exportar.

Por exemplo, é sabido que se tornou uma certa moda para as empresas portuguesas instalarem-se no mercado brasileiro.

No Brasil são 135 milhões de pessoas, com uma predisposição social muito consumista, com um rendimento per capita cerca de metade de Portugal.

Podem-se mencionar dois argumentos fortes para preferir a produção in loco à exportação: eventuais barreiras alfandegárias elevadas e outras formas de protecção, tradicionais no Brasil, e um custo do factor trabalho significativamente menor (salário médio cerca de 60% do português).

O protecção, que sempre teve adeptos e críticos, pode ser uma fonte de ineficiências que se pode traduzir por preços internos demasiado altos face ao preço internacional e pela manutenção em funcionamento de empresas tecnologicamente desactualizadas ou com métodos de gestão ultrapassados.

Tudo isto pode tornar atractivo o investimento directo nesse país e uma empresa estrangeira, em vez de seguir uma estratégia exportadora, pode ter vantagem em seguir uma estratégia de investimento directo nesse mesmo país.

Por detrás destas profundas mudanças ocorridas nas duas últimas décadas estão "os crescentes níveis de inter-relação entre as economias nacionais, o crescente protagonismo adquirido por novas e mais dinâmicas formas da vantagem competitiva, o recurso a mecanismos mais complexos de concorrência, ou as alterações havidas nas formas de organização das actividades empresariais", mas a que também não é alheio o progresso nas tecnologias de informação e das telecomunicações.

J. Antonio Alonso (1994) refere três importantes mudanças recentes com repercussão na internacionalização empresarial:

1. O protagonismo adquirido pelas empresas de pequena e média dimensão que, através de métodos muito diversos, estendem a sua actividade através das fronteiras, mostrando que a actividade externa não é um exclusivo das grandes multinacionais;

2. A proliferação de novas fórmulas institucionais de acesso aos mercados internacionais, que deixa para trás o domínio da relação empresa-mãe/filial, característico da década de 60, para se estender por

fórmulas mistas e contratuais que permitem um melhor aproveitamento das vantagens competitivas e são mais flexíveis em contextos de mudança;

3. Por fim, e como resultado dos anteriores, o processo de internacionalização deixou de apresentar-se como uma aventura solitária para a empresa. Internacionalizar-se é, cada vez mais, integrar-se-á numa rede de acordos inter-empresariais erigidos por cima das fronteiras políticas. Por esta razão, a selecção de sócios e de fórmulas contratuais passaram a ser um aspecto chave na estratégia internacional da empresa.

Num contexto de crescente abertura das economias nacionais, a internacionalização de uma indústria ou de uma empresa moderna deixou, inclusivé, de ser uma questão de opção para se tornar numa questão de sobrevivência.

Pode dizer-se, pois, que a internacionalização das economias e das empresas em particular apresenta-se como um tema cada vez mais actual e continuamente renovado, suscitado por profundas alterações no posicionamento dos países e das condições em que as empresas, grandes e pequenas, têm de exercer a sua actividade.

1.3 - A definição de internacionalização empresarial

Em que consiste a internacionalização? O que é a internacionalização empresarial? Por que fases passa uma empresa para se poder dizer que tem uma actividade internacional ou que é uma empresa internacional?

São algumas das questões que se podem colocar quando às questões da internacionalização.

A internacionalização, neste caso dos mercados e das empresas que neles pretendem actuar, significa a actuação em diferentes nações conduzindo movimentos de factores de produção como transferências de capital, desenvolvendo projectos em cooperação com parceiros estrangeiros ou simplesmente comercializando os seus produtos noutros países.

A internacionalização, no sentido macro-económico, tem a ver com o conjunto dos fluxos de trocas de matérias-primas, produtos acabados e semi-acabados e serviços, dinheiro, ideias e pessoas, efectuadas entre dois Estados - Nação.

Do ponto de vista empresarial, e seguindo uma teoria que estabelece um paralelo com a concepção de Rostow das fases de desenvolvimento das economias, a internacionalização compreende todo o tipo de intervenção qualitativamente avançada nos mercados externos abrangendo todas as fases desde a exportação, até ao investimento directo no estrangeiro.

Para Hymer(1979), citado por Hagedoorn e Schakenraad, a internacionalização das empresas está ligada a uma vontade de tirar proveito de uma concentração industrial crescente e de um poder reforçado sobre o mercado que as conduzem, na sua procura de uma melhor rentabilidade, de um mercado nacional aos mercados internacionais"ii.

As modalidades de internacionalização podem agrupar-se em três categorias distintas, segundo Adriano Freire (1997)iii:

- * Transacções: comercialização de mercadorias, serviços, patentes e marcas;
- * Investimento directo: instalação de operações nos mercados externos, inclusive através de joint-ventures e subsidiárias;
- * Projectos: envolvimento em projectos específicos e limitados no tempo, nomeadamente projectos chave-na-mão e projectos BOT (Build-Operate-Transfer).iv

1.4 - Formas de exportação

Segundo alguns autores (Alonso, 1994, ob cit.), a exportação propriamente dita pode ser de quatro tipos, que resultam de uma crescente implicação internacional da empresa:

- * Ocasional, se acontece como resposta a ordens de compra não solicitadas;
- * Exploratória, geralmente iniciada através de vias de comercialização alheias à empresa, por exemplo, através da participação em feiras;
- * Sistemática, mantendo vias de penetração alheias;
- * Estabelecimento de redes próprias ou de filiais de vendas;

ou , segundo Adriano Freire, as exportações ("transacções") podem ser:

- * Exportação spot: venda ocasional nos mercados externos;
- * Exportação a médio e longo prazo: venda regular de produtos a clientes externos;
- * Exportação via agentes ou distribuidores: recurso a entidades locais para assegurar a comercialização dos produtos da empresa nos respectivos mercados;
- * Licenciamento da tecnologia ou marca mediante remuneração.

1.5 - Investimento directo estrangeiro

O investimento directo estrangeiro (IDE) consiste na posse e no controle de activos no exterior. Distingue-se do investimento de carteira (portfolio investment) cujo objectivo se resume a obter um ganho dessas participações, frequentemente obrigações públicas ou privadas.

O IDE, por sua vez, pode ser:

- * Investimentos de índole comercial, quando tem por objectivo o domínio de redes de distribuição com aposta em marketing e em publicidade próprios;
- * Investimentos de cariz industrial, quando o objectivo é produzir junto dos mercados alvo mediante várias formas de propriedade de empresa, a obtenção de licenças e patentes podendo implicar ou não uma deslocalização total da produção.

Esses investimentos podem assumir várias formas:

- * Joint-venture de distribuição e marketing, empresa de capitais mistos criada no exterior destinada a desempenhar, apenas, funções de carácter comercial;
- * Joint-venture integrada, de capitais mistos como a anterior, mas para desempenhar a totalidade das operações;
- * Subsidiária, empresa de capitais próprios que pode ser apenas de distribuição e marketing ou integrada, ou seja, para desenvolver todas as operações.

Razões para o IDE?

Segundo Rugman e Hodgets, algumas dessas razões são:

- * Aumentar os lucros e as vendas. O mercado doméstico tornou-se exíguo para as possibilidades da empresa em gerar lucros;
- * Entrar rapidamente em mercados com forte crescimento;
- * Reduzir custos: salários mais baixos no exterior, melhor e/ou mais barato fornecimento de matérias-primas, custo da energia menor, redução dos custos de transporte;
- * Os blocos comerciais entre países (União Europeia, etc.) tendem a reforçar as barreiras à importação face a países terceiros. As empresas destes países sentem-se assim compelidas a transferir as suas operações para dentro do bloco. Desta forma, o proteccionismo pode dar origem a investimento produtivo externo no país ou nos países proteccionistas.

1.6 - O conceito de globalização.

Diferente é o conceito de globalização, embora, por vezes, confundido com o conceito de internacionalização.

Segundo, o Grupo de Lisboa, "...globalização é um processo novo, diferente da internacionalização e da multinacionalização".

Globalização é o processo de produção de bens e serviços que são concebidos, desenhados, desenvolvidos, produzidos e utilizados num contexto multi-territorial e não num contexto uniterritorial.

Ora, a tendência geral é para uma crescente complexidade dos produtos e para que cada produto se componha de subconjuntos ou componentes, que podem ser fabricados de maneira autónoma.

Por exemplo, o processo de concepção e fabrico de um automóvel comporta mais de 5000 peças que podem ser reunidas em subconjuntos. O fabrico desses componentes distribui-se por dezenas de países, ou seja, dezenas de origens distintas para serem depois reunidos num mesmo local, a fábrica de montagem.

As mesmas empresas, os mesmos produtos estão ao dispor dos consumidores em qualquer parte do mundo e podem até ser pagos com os mesmos cartões de crédito, por exemplo.

No processo de globalização as economias movem-se do contexto nacional para o contexto mundial, deixando de fazer sentido falar da origem nacional de um certo produto mas sim no "made in the world", como já algumas multinacionais o fazem ou , por exemplo, o "made by Nestlé in the world".

Esta tendência é confirmada pelos fluxos de investimento internacional que, nos últimos anos, superaram a dinâmica do comércio internacional.

Isto implica, por sua vez, profundas alterações nos mercados e no funcionamento dos mesmos: normas e padrões orientados para a perspectiva mundial e não nacional ou regional, sistemas de informação globais e instituições de governação comuns à escala mundial, como é o caso da Organização Mundial do Comércio (OMC) e do Fundo Monetário Internacional (FMI).

A possibilidade de ocorrência de crises financeiras como a que começou na Ásia e ameaça estender-se a outros continentes ou mesmo à escala mundial, tem levantado a questão do reforço ou da reforma de organismos coordenadores à escala mundial já que os existentes (OMC, FMI, por exemplo), ou com as regras actuais, se mostram incapazes de dar resposta às necessidades de cooperação e de gestão dessas mesmas crises.

1.7 - Por que meios se processa a globalização?

O primeiro é pela liberalização dos mercados.

A liberalização dos mercados compreende não só os mercados de bens mas também os de serviços e de capitais. O processo de liberalização dos mercados financeiros começou com o decreto de inconvertibilidade do dólar em 1971, que, por sua vez, acelerou o comércio e a prossecução de estratégias globais, onde empresas da área financeira se misturam com empresas industriais e vice-versa.

Este processo de liberalização dos mercados, que continua, está, no entanto, a ser ameaçado por novas formas ou tendências proteccionistas que , no dizer de Ricardo Petrella, (1995) resultam de um excesso de competição que "de um meio e modo específico de funcionamento económico, se tornou numa ideologia e num objectivo agressivo de sobrevivência e hegemonia".

Um segundo meio da globalização é a desregulamentação. Por todo o lado, e na generalidade dos mercados, tem sido patente uma tendência para que esses mercados deixem de ser regulamentados. Deixe-se que o mercado funcione e logo se tem a condição essencial para obter a máxima eficiência económica.

Será assim? Veja-se, mais uma vez, como a presente crise financeira internacional fez surgir várias vozes a defender um retorno a algum controle dos movimentos de capitais a nível internacional.viii

Um terceiro meio da globalização é a privatização.

Mesmo nos países de economia de tradição mais estatizante, a privatização das actividades, até há pouco consideradas como incumbência pura do Estado, estão a ser privatizadas. Privatiza-se o fornecimento do gás, da água, da educação, etc., por todo o lado "descobrimo-se" que a competição se deve estender, com vantagem, às actividades onde a procura do máximo lucro, a curto ou médio prazo, dificilmente possa ser o fim último por parte das organizações (empresas) responsáveis pelo fornecimento desses serviços.

Todas estas importantes alterações na estrutura económica dos países são feitas em nome da competitividade e da globalização.

Ser competitivo a nível global é a única forma de actuar no interesse da sociedade como se de um credo se tratasse.

Por isso Petrella fala de "novas tábuas da lei" e que são:

A globalização, incentivando-se as empresas a operarem ou actuarem a nível global;

A utilização das novas tecnologias. Quem não inovar terá muita dificuldade em sobreviver;

A competitividade, que se traduz na necessidade de se tornar um vencedor já que só estes merecem a consideração social;

A liberalização, implicando uma crescente abertura de todos os mercados;

A desregulamentação o que implica a não interferência do Estado sobre os mercados e a não existência de regras;

A privatização pelo poder e predomínio da propriedade privada.

Mas quem são os principais actores dessa globalização?

Esses actores são as empresas que, por natureza e para serem competitivas, não podem colocar ao mesmo nível ou dar a mesma importância ao interesse comum da população mundial que dão aos seus interesses próprios que, no fundo, norteiam toda a sua acção.

Daí resulta um fosso ou um "hiato" entre o interesse comum de todas as pessoas e nações e os interesses empresariais e financeiros dos principais agentes da globalização económica, porque estes não contemplam os problemas de ordem social como a fome, os problemas resultantes da sobrepopulação, a defesa das minorias, a luta contra a doença, a educação de qualidade para todos, a defesa de um ambiente são, numa palavra, um verdadeiro desenvolvimento económico e social.

Por isso, a globalização económica está longe de corresponder ao que Petrella designou por "interesses comuns globais" da população a nível mundial.

Para que se verifique uma aproximação a esses "interesses comuns globais" torna-se necessário criar instituições de abrangência mundial que promovam a defesa desses interesses e que, sobretudo, multipliquem e desenvolvam as organizações de solidariedade não governamentais, as únicas que lutam por esses ideais.

2 - Teorias do processo de internacionalização empresarial

Existe ou não uma teoria do processo de internacionalização da empresa?

A pergunta não pode ter uma resposta directa e imediata. Muitos autores têm-se debruçado sobre este assunto mas não se poderá dizer que exista uma teoria acabada do processo de internacionalização.

Para muitos desses autores, senão para a maioria, a principal preocupação tem sido o processo de internacionalização das grandes empresas em particular das multinacionais. Mas as tendências de liberalização, de desregulamentação de privatização da actividade empresarial, características das últimas duas décadas, abriram novas perspectivas às empresas de menor dimensão, passando estas, também, a preocuparem-se com as oportunidades, as formas, os riscos, os custos e as estratégias de actuação no exterior face ao seu país de origem.

A questão que se coloca é se as teorias existentes têm em conta essas profundas alterações na realidade económica internacional, se respondem às questões da internacionalização das pequenas e médias empresas, ao fim e ao cabo, se existe um corpo teórico actualizado e suficientemente flexível para responder às situações mais típicas de internacionalização empresarial e que sirva, ao mesmo tempo, de orientação para as políticas públicas no seu objectivo de reforço da competitividade empresarial e nacional nos diversos mercados.

J. António Alonso, no artigo citado, refere as várias teorias mais completas, apontando-lhes, no entanto, limitações e acabando por apresentar uma síntese como tentativa de preencher lacunas das teorias existentes, síntese essa a que chama "uma aplicação dos custos de transacção".

São apresentadas como "teorias do investimento directo" duas das teorias mais conhecidas e que são a teoria da internalização e a teoria ecléctica.

A teoria das fases de desenvolvimento da escola de Uppsala e a teoria dos custos de transacção completam esta breve referência às teorias da internacionalização.

2.1 - A teoria da internalização

A primeira (teoria da internalização), parte da ideia central de que a empresa, como estrutura organizativa, nasce para integrar, sob o mesmo principio hierárquico, aquelas transacções que o mercado realiza de uma maneira ineficiente ou mais dispendiosa para a empresa. Estão neste caso "uma boa parte das transacções de bens intermédios de carácter intangível - conhecimentos, tecnologia, capacidade gestora e de marketing. Quando essa internalização se processa através das fronteiras estamos em presença de um processo de internacionalização.

Segundo esta teoria, a que J. António Alonso liga nomes como Buckley e Casson (1976) e Rugman (1980), apresenta dois axiomas:

- A empresa internalizará essas transacções até ao ponto e ao momento em que "os custos de transacção dessas operações sejam mais elevados que os que derivam da sua integração organizativa";

1. - O segundo diz que "a empresa cresce internalizando mercados, até ao ponto em que os benefícios da internalização compensem os seus custos".

Para esta teoria, que "nasceu com a pretensão de se converter numa teoria geral do investimento estrangeiro", não há aspecto da internacionalização que não possa ser avaliado na perspectiva dos custos de localização e/ou dos custos de transacção.

Por exemplo, as multinacionais existem porque se tornou mais lucrativo desenvolver certas transacções dentro da empresa (entre as suas filiais localizadas em cada país) que entre empresas diferentes. ix

2.2 - A Teoria eclética ou paradigma OLI

A Segunda, é a teoria eclética ou paradigma OLI de Dunning (1981, 1988), que tem também por objectivo principal explicar o investimento estrangeiro, baseando-se nas três vantagens da multinacionalização e que são:

- * A vantagem específica da firma (O - de Ownership Advantage), e que deriva da empresa possuir activos, geralmente activos intangíveis como tecnologia, economias de escala, diferenciação, recursos humanos, etc. não acessíveis, pelo menos por algum tempo, aos seus concorrentes;
- * vantagem em deslocalizar (L) alguma parte da sua actividade produtiva para o exterior por encontrar aí vantagens superiores às encontradas no seu próprio país;
- * e uma vantagem de internalização (I), que se traduz na capacidade e interesse da empresa rentabilizar, ela própria, as vantagens específicas que possui em vez de as ceder a outras empresas através de contrato ou licença.

As diferentes vantagens da multinacionalização

Vantagem específica (O)	Vantagem à localização (L)	Vantagem à internalização (I)
Propriedade tecnológica	Diferenças de preços nos inputs	Diminuição dos custos de câmbio
Dimensão, economias de escala	Qualidade dos inputs Custos de transporte e	Diminuição do volume do direito de propriedade

Diferenciação	comunicação	Redução da incerteza
Dotações específicas: Homens, capitais ,organização	Distância física, língua, cultura...	Controle da oferta, em quantidade e qualidade
Acesso aos mercados, factores e produtos	Distribuição espacial de inputs e de mercados	Controle dos mercados
Multinacionalização anterior.		Possibilidades de acordos
		Internalização das externalidades.
		Inexistência de mercados a prazo.

Fonte: Dunning, 1981, citado por Mucchielli, in *Problèmes Économiques*, nº2234, Juillet, 1991x.

Uma empresa pode, por exemplo, possuir uma vantagem específica e uma vantagem em internalizar a actividade onde possui essa vantagem específica mas não ter vantagem em deslocalizar a sua produção. Nesse caso, o mais provável é que opte pela exportação ou estabeleça mesmo uma rede de vendas no mercado de destino.

Se a empresa apenas dispõe de uma vantagem específica e não as duas restantes, o mais provável é que ceda essa vantagem específica, mediante licença, a outra empresa, abandonando de todo a ideia de explorar, ela própria, o mercado exterior em causa.

Apesar do interesse das teorias anteriores, é possível encontrar nelas três limitações que dificultam a sua utilização como instrumentos teóricos:

* A primeira, é a de que são teorias interessantes para explicar o investimento externo mas que dedicam pouca atenção a outras formas de internacionalização;

* A segunda, é a de que são teorias de carácter predominantemente estático porque investigam as razões que motivam o investimento mas dizem pouco sobre a importância da aprendizagem na internacionalização empresarial que se desenvolve ao longo do tempo;

* A terceira, é a de que se trata de teorias especialmente aptas para explicar o processo de internacionalização de grandes unidades que empreendem processos de integração vertical nos

mercados internacionais mas que dizem pouco sobre formas de cooperação empresarial a que recorrem habitualmente as empresas de pequena e média dimensão.

2.3 - A teoria das fases de desenvolvimento

Para superar essas limitações, Alonso sugere a teoria das fases de desenvolvimento baseado nas conclusões da escola de Uppsala que "atribui ao processo de internacionalização uma natureza fundamentalmente evolutiva: a empresa ascende a níveis superiores de compromisso internacional, após adaptação e acumulação de experiência em fases prévias".

Esta teoria supõe que a empresa dispõe sempre de uma informação incompleta e, por isso, desenvolve a sua actividade num ambiente de permanente desconhecimento relativo das condicionantes da internacionalização.

Daí que, "o mais importante obstáculo à internacionalização são as carências de conhecimentos e de recursos. Este obstáculo vai-se reduzindo através do gradual processo de decisão e de aprendizagem sobre os mercados e as operações exteriores".xi

Este processo cumulativo de experiência tem tradução no tipo de compromisso internacional, ou seja, na forma como a empresa desenvolve as suas relações externas.

Deste modo, a empresa começa por vender no exterior, através de representantes independentes, antes de dispor aí de uma rede própria, e só depois é que se decide por instalar uma filial de produção no exterior.

A empresa tende a projectar-se primeiro nos mercados mais conhecidos, os mais próximos geográfica e culturalmente, ou seja, naqueles que apresentam uma menor "distância psicológica" e por isso um menor risco, distância essa que tem a ver com a proximidade linguística, níveis educativos, hábitos nos negócios, climas de mercado, instituições, desenvolvimento industrial, e que afectam o nível de incerteza em que as empresas operam.

Esta teoria apresenta-se especialmente útil para pequenas e médias empresas que dispõem de recursos limitados, ou para aquelas que se encontram nas primeiras fases do seu processo de internacionalização e que necessitam de adquirir experiência e interessadas em comprometerem gradualmente a sua organização nesse processo.

A esta teoria apontam-se também algumas limitações importantes:

- * A primeira resulta do carácter pouco nítido das relações de causalidade propostas, o que dificulta a sua tradução em variáveis operativas;
- * A segunda deriva da sua excessiva visão linear e esquemática, pouco compatível com a complexidade da realidade actual e com a diversidade de opções que se apresentam a uma empresa, e ainda o seu carácter determinístico como que obrigando a que todas as empresas passem por todas as fases de comprometimento internacional.

Para Alonso, "tais críticas não invalidam globalmente a teoria proposta mas apenas expressam alguns aspectos que requerem modificação ou ulteriores desenvolvimentos".

O carácter estático da teoria da internalização e da teoria ecléctica, bem como a deficiente estrutura analítica da teoria das fases de desenvolvimento atrás referidas, poderão ser minimizados com o que Alonso (ob.cit.) chama "uma aplicação dos custos de transacção" por ser uma teoria conceptualmente mais profunda e por permitir um diálogo entre as anteriores teorias referidas.

2.4 - Uma aplicação da teoria dos custos de transacção

Os custos de transacção estão associados à livre contratação no mercado dos diversos activos da empresa. No essencial, são os custos que a empresa enfrenta quando decide explorar determinados mercados mesmo que não opte por internalizar (dominar, integrar na sua estrutura orgânica) qualquer parcela de actividade relacionada com esse mesmo mercado.

Ao decidir a forma organizativa pela qual a empresa vai explorar os mercados externos, dois tipos de custos de sinal inverso tendem a surgir:

- * Os do primeiro tipo, são custos associados à busca de informação, selecção de interlocutores e à negociação e determinação das condições do contrato - custos ex-ante ;
- * Os do segundo tipo, são os custos relacionados com os riscos que derivam do incumprimento do contrato - custos ex-post.

Uma empresa tentará integrar uma determinada operação na sua hierarquia organizativa sempre que os benefícios da internalização sejam superiores aos custos de transacção - ex-ante e ex-post.

Estas condições podem apresentar-se sob a forma de equação.

Assim, Os custos de transacção - TTC são o resultado da soma dos custos de negociação, T_a e dos custos associados ao incumprimento do contrato, T_p :

$$TTC = T_a + T_p$$

Se existe um maior cuidado na busca de informação, na selecção de interlocutores, na negociação e na determinação das condições do contrato os custos inerentes - custos ex-ante (T_a) subirão. Mas se há esse maior cuidado é natural que a probabilidade de incumprimento do contrato diminua, ou seja, os custos de incumprimento do contrato - custos ex-post - (T_p) serão menores.

T_a e T_p tendem pois a variar em sentido inverso, ou seja, quanto mais elevados for T_a (forte investimento na selecção de interlocutores, na obtenção de informação sobre o mercado alvo e nas negociações) mais baixos serão os custos de incumprimento do contrato.

Outros custos, porém, ocorrem quando uma empresa decide internalizar determinada actividade como, por exemplo, integrar tarefas de distribuição e de comercialização nos mercados externos, ou decide abrir uma filial no mercado alvo em vez de ceder a vantagem que tem a outra empresa por meio de uma patente.

Num caso como noutro surgem, geralmente, os seguintes custos:

CM - Custos com a obtenção de um melhor conhecimento de um novo mercado;

CTr - Custos resultantes da transferência dos "modos de fazer da empresa" de carácter tecnológico ou comercial;

CC - Custos de controle das novas actividades integradas na empresa;

CF - Custos de flexibilidade relacionados com a possibilidade de reversibilidade dos investimentos realizados, se necessário.

À soma destes custos dar-se-á o nome de custos de internalização - IC. e daí a seguinte relação:

$$\text{IC} = \text{CM} + \text{CTr} + \text{CC} + \text{CF}.$$

Se custos de internalização (IC) de determinada actividade ou tipo de transacção são superiores aos custos de transacção (TTC), ou seja:

$$\text{CM} + \text{CTr} + \text{CC} + \text{CF} > \text{Ta} + \text{Tp}$$

a empresa decidir-se-á por não internalizar essa actividade. Se a situação for a inversa, a internalização de actividades, ou de certo tipo de transacção, poderá ocorrer e então teremos um processo de investimento externo.

Mas a consideração destes tipos de custos não é, ainda, suficiente para a decisão.

Outros, como os custos de produção, os custos de transporte, e que poderão ser agrupados sob o nome genérico de custos de localização, são igualmente importantes.

Além disso, a forma de penetração depende muito da estratégia internacional seguida pela empresa. Por exemplo, se a estratégia se caracteriza por uma elevada dispersão dos mercados, será difícil à empresa optar por um elevado controle das actividades em causa e o mais provável é que externalize as actividades de produção e de comercialização nesses mercados externos.

Por fim, as formas de penetração dependerão das condições e do clima concorrencial dos mercados em que a empresa opera como, por exemplo, seguir o processo das suas concorrentes.

2.5 - Sobre a internacionalização das pequenas e médias empresas

Segundo alguns autores, não existe ainda uma teoria satisfatória sobre a internacionalização das pequenas e médias empresas. As teorias tradicionais da internacionalização supõem mesmo que as pequenas empresas raramente se internacionalizam ou, pelo menos, no dizer de Grandinetti e Rullani (1994) xii, fazem-no num grau inferior ao das grandes empresas.

Nessa linha de pensamento, restaria às pequenas empresas apenas o mercado local, deixando os mercados externos para a "elite" das empresas maiores e mais poderosas.

Desde a década de 70, e segundo Grandinetti e Rullani, vários estudos têm mostrado que empresas de menor dimensão sobrevivem e prosperam em indústrias e países desenvolvidos e abertos à concorrência internacional.

Tratar-se-á, no entanto, de uma internacionalização menos visível e mais difícil de medir (the "sunk" forms of internationalization) mas nem por isso menos significativa da "posição competitiva e da vitalidade inovadora das pequenas empresas na economia moderna."

A razão desta "miopia" teórica resulta da ambiguidade do conceito de small firm, que "esconde muitas espécies de empresas", entre as quais:

- 1) A pequena empresa tradicional que utiliza uma escala e métodos de produção pré-industriais;
- 2) A empresa de produção flexível mas que depende e é complementar das empresas grandes (p. ex. a subcontratada, a prestadora de fornecimentos ou de serviços especializados);
- 3) E a pequena empresa inovadora que dispõe de uma competência exclusiva no seu campo de especialização sendo parte activa de um amplo sistema de divisão do trabalho e de aprendizagem onde se integra.

É este terceiro tipo de pequena empresa, cada vez mais comum na actualidade, que faz parte de um amplo sistema de produção onde troca e utiliza o conhecimento relevante, base da sua vantagem competitiva

Este tipo de pequena empresa "actua e aprende dentro de uma mais ampla rede de fornecedores e clientes" (a modern network) onde se juntam e repartem diferentes competências, recursos e capacidades e que estão ao dispor das empresas e dos países na economia global.

A função essencial destas redes é juntar e repartir as diferentes competências, recursos, e capacidades que estão dispersas por inúmeras firmas e países na economia global.

Por isso, para os autores citados, "na produção da vantagem competitiva não é importante se uma firma é muito ou pouco internacionalizada. O que realmente importa é o grau de internacionalização do sistema (cadeia de valor) com que a firma está relacionada."

"Neste sentido, internacionalização não depende das vendas no exterior (exportações) ou do montante de investimento estrangeiro (multinacionalização) mas sim do grau de acesso a essa variedade de competências, de recursos e de capacidades que são distribuídas através da economia mundial".

Por outras palavras, e por paradoxal que pareça, referem aqueles autores, uma firma pode ser altamente internacionalizada mesmo sem exportar ou dispor de investimentos no exterior.

Assim, resulta limitativo confinarmos a internacionalização de uma empresa à sua participação no comércio internacional e ao investimento no estrangeiro, tal como a internacionalização empresarial não pode ficar pelas grandes empresas e muito menos pelas multinacionais, campo privilegiado de teorias da internacionalização como as referidas anteriormente.

Embora a operacionalidade desta teoria não seja aqui desenvolvida, fica, no entanto, a ideia de que, dada a importância crescente das pequenas e médias empresas, parece do maior interesse um futuro aprofundamento desta temática.

Notas

i Alonso, J. António, Nuevas Tendencias en el comercio internacional, Información Comercial Española, Ministerio de Comercio Y Turismo, Madrid, 1994.

ii Hagedoorn, John e Jos Schakenraad - L'entreprise à échelle de la planète. Internationalisation et stratégies de globalisation, Problèmes Économiques nº 2415/6, Mars, 1995. ``

iii Freire, Adriano - Estratégia, Sucesso em Portugal, editorial Verbo, Lisboa, 1997, p. 315.

iv Na modalidade de projecto BOT a empresa constrói uma qualquer instalação no estrangeiro, opera-a por dado período de tempo e transfere-a depois para uma empresa local, em troca de uma remuneração pre estabelecida (Freire, ob. cit. p. 317).

v Das 500 maiores empresas multinacionais, empresas que têm sede num país mas que desenvolvem operações noutros países, 414 têm origem nos EUA, na Europa e no Japão e representam cerca de 80 por cento do investimento directo estrangeiro no mundo. Ver Rugman, Alan M. and Richard M. Hodgetts - International Business, Strategic Management Approach, McGRAW-HILL, 1995, p36.

vi Rugman, Alan M. and Richard M. Hodgetts -ob. cit. P. 64.

vii Grupo de Lisboa, Limites à Competição, Publicações - Europa-América, 1994. p. 40.

viii Em vez do controle de capitais para onde, em regra, se viram as atenções, defende-se como mais eficaz o controle à entrada como se fez em Portugal, com sucesso, na década de 80.

ix Rugman, Alan M. and Richard M. Hodgetts -ob. cit. P. 64.

x Mucchielli, Louis - De nouvelles formes de multinationalization; les alliances stratégiques, *Problèmes Économiques*, nº2234, Juillet, 1991.

xi Johanson e Wiedersheim-Paul - 1977, citado por J. António Alonso, ob. cit.

xii Grandinetti , Roberto e Enzo Rullani - Sunk Internationalisation: small firms and global knowledge, *Revue d`Economie Industrielle*, nº 67, 1994.