



1.15 • Conjuntura internacional

Dinâmica da internacionalização económica: empreendedora ou perdedora?

Gonçalo Brás

SOMOS CONFRONTADOS DIARIAMENTE com apelos institucionais nos mais diversos domínios. A internacionalização da economia portuguesa é assumida como desígnio estratégico do atual executivo para dinamização do crescimento do produto. Fruto desse desígnio, o apelo ao aumento do volume de exportações das empresas do sector transacionável tem sido recorrente. Apesar de legítimo, será que nos temos preparado para esse desígnio?

Globalização: enquadramento

As coisas mudaram e é bom que percebamos o alcance da famigerada globalização. O ecossistema empresarial é bastante diferente de outrora e a economia global, nas últimas décadas, regista alterações significativas com repercussões a vários níveis, em particular no comércio mundial. A tendência crescente da liberalização dos mercados à escala mundial e a diluição das características socioculturais dos povos – embora não possamos falar numa macrocultura, caminhamos a passos largos para uma padronização cultural – contribuem, fortemente, para a unificação do mercado à escala global, redundando na amplamente discutida globalização.

Lipsey (1997:73) refere que “...a globalização é entendida como uma vertente dos inúmeros ajustamentos estruturais que o mundo está a registar, como resultado da evolução de um grupo relacionado de novas tecnologias, normalmente referido como tecnologias de informação e comunicação...”¹

A globalização, fenómeno encarado por uns como crucial para a sustentabilidade da economia mundial e para o desenvolvimento da sociedade contemporânea, visto por outros como elemento impulsionador das desigualdades e assimetrias sociais, é, todavia, uma realidade incontornável dos nossos dias e com a qual o tecido empresarial convive diariamente. Urge, portanto, que a sociedade global, de forma sustentável, minimize os aspetos negativos e aproveite as oportunidades decorrentes deste, já que o seu impacto se reflecte a vários níveis.

De facto, conforme podemos observar no quadro “Conceitos de globalização”, existe uma variedade relevante de tipologias deste fenómeno que correspondem a uma multiplicidade de impactos.

E no contexto nacional, decorrerá a convivência das empresas numa economia global de forma otimizada? Estará o tecido empresarial nacional a detetar as oportunidades que emergem nesta aldeia global²? Estas são algumas das questões que se colocam e que tornam imperativa uma posição firme do tecido empresarial português no exterior, encarando o fenómeno global como uma janela de oportunidades a explorar através

de processos de internacionalização (seja a internacionalização encarada como estratégia ou, em alternativa, como objetivo organizacional) adequados à realidade dos mercados onde operar – “Act global, think local”³. Dessa interação com o mercado externo dependem, além de outros fatores, o desempenho empresarial e a competitividade, sendo condicionados pelo estágio de internacionalização em que a empresa se encontra.

Internacionalização e o tecido empresarial português

Apesar de alguns pontos de contacto, globalização e internacionalização são dois termos diferentes. A internacionalização reporta-nos para uma situação empresarial de manutenção ou ampliação das transações com o exterior, enquanto globalização se refere à integração progressiva de cada economia na formação de um mercado mundial ou global.

Uma das definições de internacionalização que reúne algum consenso é mencionada por Beamish (1990: 78): “Internacionalização é o processo pelo qual as empresas se tornam sensíveis à influência directa e indirecta que as transações internacionais têm no seu futuro e, nesse sentido, estabelecem e conduzem transações com outros países”.

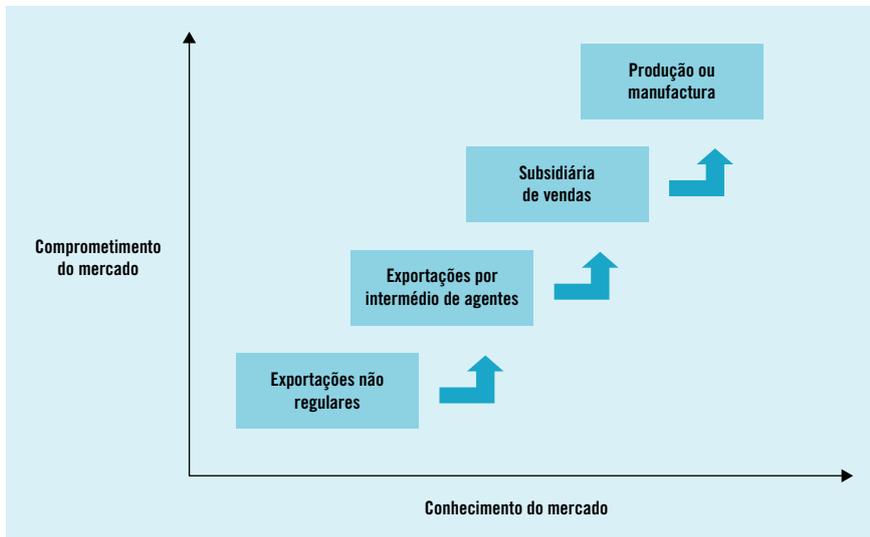
Uma vez que a esmagadora maioria das empresas portuguesas são pequenas e médias empresas (PMEs), a sua dimensão limitada poderá suscitar alguns problemas no processo de internacionalização. De facto, os recursos limitados das PMEs

face às empresas multinacionais (EMNs) poderão significar dificuldades no processo de internacionalização. Todavia, a investigação empírica e a análise teórica têm vindo a reforçar a importância do papel das PME no contexto da internacionalização, fruto da promoção de políticas de incentivo à internacionalização e à competitividade, fomentando o seu desenvolvimento além-fronteiras. Neste sentido, também os sucessivos governos da nação vêm considerando a internacionalização para o crescimento do produto. Contudo, apesar do esforço realizado, a estrutura da economia portuguesa, composta na sua esmagadora maioria por PME, a sua orientação doméstica e o grau de competitividade inerente têm sido obstáculos incontornáveis neste propósito. De facto, cumulativamente, a associação dos três fatores referidos ajuda-nos a perceber o estágio inicial em que se encontra a economia portuguesa no domínio da internacionalização. Temos de ter consciência de que o processo de internacionalização deve ser encarado como um processo incremental de obtenção de conhecimento dos mercados externos, obtenção de recursos e redução da incerteza. O foco do modelo reside no processo de aprendizagem sequencial do qual decorre o comprometimento crescente com o mercado externo, patenteado pela evolução da empresa na passagem pelos diversos estádios (ver “Estádios de comprometimento e aprendizagem”).

O capital de experiência e o conhecimento adquirido gradualmente sobre os mercados externos

categorias	Principais elementos/processos
Globalização das finanças e capitais	Desregulamentação de mercados financeiros, livre circulação de capitais, aparecimento de fusões e aquisições.
Globalização dos mercados e estratégias, em particular da concorrência	Integração das actividades de negócios à escala internacional, estabelecimento de operações no estrangeiro, incluindo I&D e financiamento, pesquisa de componentes e alianças estratégicas.
Globalização da tecnologia, I&D e conhecimento	A tecnologia como principal enzima: o surgimento de tecnologia de informação, comunicação e telecomunicações possibilita o aparecimento de redes globais, dentro da empresa e entre empresas (redes de valor acrescentado).
Globalização dos modos de vida e dos padrões de consumo – Globalização cultural	Transparência e transplante dos modos de vida dominantes. Igualização dos padrões de consumo. Papel dos média. Transformação da cultura em “culture food” e “produtos culturais”. Aplicação das regras do GATT aos fluxos culturais.
Globalização das capacidades de supervisão, regulação e governação	Papel diminuto dos governos e parlamentos nacionais. Perdas de democracia. Tentativas de projetar uma nova geração de regras e instituições de governação global.
Globalização como unificação política do mundo	Análise da integração das sociedades mundiais num sistema político e económico global liderado por um poder central.
Globalização das percepções e consciência	Processo sociocultural centrado no conceito de “uma Terra”. Movimento “globalista”. Cidadãos planetários.

Conceitos de globalização. Fonte: Petrella (1994), citado por Almeida (2005).



Estádios de comprometimento e aprendizagem. Fonte: Elaborado com base em Johanson & Vahlne (1977).

orientam futuras formas de actuação internacional, facto que actualmente vem merecendo atenção académica reforçada.

Daqui podemos inferir que a aventura da internacionalização, apesar de volátil em função da conjuntura internacional, demora tempo a sedimentar e a criar os alicerces que permitirão à economia portuguesa obter retorno de forma sustentável. Como tal, ciente de que uma relação sustentável com o mercado externo depende de uma visão a longo prazo para a economia portuguesa, parece claro, até pelas características particulares já referidas, que o mercado interno deve ser visto como prioridade e não como alternativa. Com efeito, parece-nos que os apelos sistemáticos ao empreendedorismo seguem ao arripio da necessidade premente de valorizar o nosso mercado interno. Mas em que se traduz então o empreendedorismo na economia real?

Empreendedorismo

O nível de desenvolvimento económico de um país é um factor importante na explicação da sua atividade empreendedora. Contudo, vários autores verificam a relação inversa entre o produto interno bruto per capita e a atividade empreendedora de um país. O empreendedorismo por necessidade, em oposição ao empreendedorismo por oportunidade/capacidade, pode explicar a relação inversa entre os dois factores. O primeiro está associado à criação de autoemprego devido ao emprego que se perdeu ou à própria saturação do mercado de trabalho, muitas vezes alimentando a economia paralela através dos famigerados “biscates”. Já na segunda tipologia, o empreendedorismo gravita em torno da identificação de uma oportunidade para colocar no terreno uma ideia inovadora. Se, no caso do empreendedorismo por necessidade, o valor acrescentado gerado é residual e efémero para a economia, o empreendedorismo por oportunidade, por vezes associado ao empreendedorismo de base tecnológica, é gerador de um elevado valor acrescentado para a economia.

A prevalência do empreendedorismo por necessidade grassa nos países em vias de desenvolvimento, os quais se registam as maiores taxas de empreendedorismo à escala mundial – dados do *Global Entrepreneurship Monitor* comprovam-no em diversos períodos. Esse empreendedorismo, o do “biscate”, fomentado pelo desinvestimento em educação e ciência, constitui a antítese do desenvolvimento económico e um passo decisivo rumo à precariedade, desregulação do mercado de trabalho e diminuição da massa salarial. A questão é perceber qual o modelo que se pretende implementar em Portugal, empreendedorismo por necessidade ou pela oportunidade?

“ O capital de experiência e o conhecimento adquirido gradualmente sobre os mercados externos orientam futuras formas de actuação internacional, facto que actualmente vem merecendo atenção académica reforçada. ”

Será que o apelo ao empreendedorismo na economia nacional tem como objetivo aproximar-nos das economias mais empreendedoras do mundo, como é o caso da Zâmbia, Gana ou Uganda? Será que tal, nos moldes em que está a ser fomentado, não constituirá uma fuga para a frente e um retrocesso civilizacional? Será que a onda empreendedora se deve à necessidade premente da autocriação do posto de trabalho, em face da sua escassez no mercado, ou devido à nossa capacidade e know-how na detecção efectiva de oportunidades?

Reflexão final

O grau de internacionalização da economia portuguesa, bem como a sua dinâmica empreende-

dora, constituem factores importantes para o seu desenvolvimento e crescimento. Contudo, na falta de visão estratégica e de capacidade de planeamento nestes domínios, corremos o risco de navegar à vista, pelo que o único rumo será a certeza de que os problemas de amanhã continuarão, inevitavelmente, a ser os de hoje. ■

Notas

- ¹ Existe uma multiplicidade de conceitos de globalização reveladora da falta de unanimidade em redor do mesmo.
- ² Alusão metafórica que respeita à concepção global de vendas, negócios, produção, percepções, políticas, mercados, estratégias, etc.
- ³ Expressão associada à *glocalização*, ou seja, à adoção de uma estratégia global respeitando contudo as especificidades de cada mercado.

Referências

- BEAMISH, P. (1990) — The internationalisation process for smaller Ontario firms: a research agenda. In A. E. Rugman (Ed.), *Research in Global Strategic Management – International Business Research for the Twenty-first Century: Canada's New Research Agenda* (pp. CT 77-92). Greenwich: JAI Press.
- DE ALMEIDA, M. A. P. N. (2005) — *Aprender a Gerir as Organizações no Século XXI*. Áreas Editora.
- JOHANSON, J.; e VAHLNE, J. E. (1977) — Internationalization Process of Firm – Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32.
- LIPSEY, R. G. (1997) — Globalization and National Government Policies: An Economist View. *Governments, Globalization, and International Business*, John Dunning (ed.), (Oxford: Oxford University Press), 73-113.