

Anos de instabilidade

Crise política e econômica e fim do ciclo das commodities são obstáculos ao crescimento das multinacionais brasileiras

HSIA HUA SHENG E JOSÉ MARCOS CARRERA JUNIOR*

Empresas produtoras de alimentos e *commodities*, assim como extrativistas minerais, ocupam, nos últimos anos, boa parte das posições mais importantes nas listas das grandes multinacionais brasileiras. Das dez maiores companhias do Ranking das Multinacionais Brasileiras que elaboramos na Fundação Getúlio Vargas (FGV), em parceria com o *Columbia Center on Sustainable Investment (CCSI)*, da Universidade Columbia, em Nova York**, apenas três se afastam dessa caracterização. Dito de outra forma: as multinacionais brasileiras, em sua atuação global, exploram as vantagens competitivas de que desfrutam na produção de minérios, petróleo, alimentos e carnes, mas ainda faz falta uma presença internacional sustentada em outros setores econômicos.

O ranking anual FGV/Columbia faz parte de um esforço global denominado *Emerging Market Global Players (EMGP)*, com o objetivo de melhor compreender os fatores que têm contribuído para a internacionalização das maiores empresas de países emergentes. O grande diferencial desse ranking é a possibilidade de comparar os resultados obtidos com os de outros países ao

redor do mundo, a partir da adoção da metodologia-padrão da Universidade Columbia. Nossa expectativa é estender essa análise comparativa a outros países da América Latina e aos Brics, de forma a contribuir para a identificação de modelos, estratégias de negócios e vantagens competitivas das grandes multinacionais desses países.

No presente estudo, a comparação foi feita com o México. O que encontramos de contrastes entre os modelos de internacionalização mexicano e brasileiro? Verifi-

Múltis mexicanas são mais diversificadas por setores da economia

camos, inicialmente, que o México tem empresas mais diversificadas por setor. As multinacionais mexicanas exploram não só *commodities*, como petróleo e minérios não ferrosos, mas também outros

setores de serviços e indústria: são exemplos a Femsa (de bebidas), a América Móvil (de telecomunicações) e a Bimbo (de alimentos industrializados).

De outra parte, as mexicanas têm suas operações concentradas nos Estados Unidos e países latino-americanos, enquanto as transnacionais brasileiras demonstram uma abrangência geográfica mais ampla e mantêm operações relevantes em outras regiões,

como o Oriente Médio, a Europa e a Ásia, além do continente americano. Essa diversidade pode ser o reflexo de uma diferença nas estratégias de internacionalização. Enquanto as mexicanas buscam, prioritaria-

mente, os mercados internos dos países nos quais se concentram, a expansão internacional de empresas brasileiras, seja baseada em fusões e aquisições ou na instalação de filiais próprias, muitas vezes, visa à criação de plataformas de exportação para outros países e regiões.

TEMPO DE INCERTEZAS E DESAFIOS

Os anos de 2014 e 2015 foram marcados por forte instabilidade política e econômica no Brasil, condições essas que impuseram grandes desafios para as maiores empresas multinacionais brasileiras. O fim do ciclo global das commodities aliado à estagnação econômica, forte pressão em preços, aumento da taxa de juro, redução dos investimentos públicos e a condução da Operação Lava Jato — com seus efeitos sobre construtoras e o setor de infraestrutura, além das repercussões políticas — foram fatores que provocaram essa

instabilidade e contribuíram para uma piora no desempenho das multinacionais brasileiras em 2014 (o ano que serve de base para os dados do relatório). Por exemplo: o percentual de ativos no exterior destas companhias em relação à soma total

Múltis brasileiras são mais diversificadas por regiões do mundo

de seus ativos, que era de 22,2% em 2013, caiu para 21,4% em 2014.

Em momentos de crise, como este, é comum as empresas voltarem sua atenção para os processos inter-

nos. Buscam se desfazer de ativos e amear ganhos de eficiência, de maneira a manter, pelo menos, sua competitividade e saúde financeira. A pesquisa FGV/Columbia aponta duas tendências entre as estratégias adotadas pelas multinacionais

brasileiras para superar este período de dificuldades: o foco em setores mais lucrativos e a liquidação de ativos não estratégicos. Além disso, elas vêm investindo em processos e tecnologias de modo a reduzir custos, desenvolver marcas e mercados e melhorar a eficiência operacional.

Para algumas empresas brasileiras globais, a mudança no ambien-

Vale em Moçambique: o peso das commodities



MARCELO COELHO

*Hsia Hua Sheng é o coordenador do Projeto EMGP no Brasil, professor e pesquisador da Fundação Getúlio Vargas (FGV); José Marcos Carrera Junior é pesquisador da Fundação Getúlio Vargas (FGV)

te econômico provocou ainda uma mudança de estratégia de expansão: elas continuam a procurar oportunidades de investimentos e novos mercados no exterior, mas sob um novo formato de investimento. No lugar da aquisição total, ganham prioridade as *joint ventures* e as parcerias, como forma de reduzir o endividamento e preservar capital.

Outra característica marcante das empresas brasileiras listadas no estudo é a participação do Estado em seu capital — de forma direta ou indireta, via fundo de pensão de empresas estatais, do BNDES e de outros órgãos públicos. Em 2014, apenas seis das 20 maiores empresas multinacionais brasileiras não tinham nenhuma participação direta ou indireta do governo no capital votante.

Esse é um traço particular das transnacionais brasileiras. Na América Latina, somente a Colômbia repete essa característica (além da Venezuela, de regime declaradamente estatista). Como as grandes multinacionais brasileiras são concentradas em *commodities* — um setor intensivo em capital —, esse apoio governamental ganha importância; o mercado nacional de capitais e de crédito não é tão desenvolvido como o norte-americano, por exemplo, e a presença do governo pode ajudar a melhorar a oferta de recursos, além de prestar apoio técnico e diplomático à expansão internacional das empresas. No entanto, na medida do amadurecimento dessas empresas globais, o governo deveria retirar sua participação acionária para concentrar recursos em outras áreas prioritárias para o desenvolvimento do país.

O que é uma vantagem em tempos normais, além disso, pode se tornar um obstáculo em momentos de crise fiscal e política, como a que o

Brasil enfrenta atualmente. Em consequência da participação ativa do governo nos mercados, há uma redução imediata na disponibilidade de apoios públicos para as empresas quando o país atravessa dificuldades fiscais. Firmas brasileiras que dependiam de recursos públicos para financiar projetos de expansão externa devem buscar novas fontes, inclusive internacionais — e, como já vimos, alterar sua estratégia para privilegiar parcerias e *joint ventures*. Em comparação, as multinacionais

PEGADA GLOBAL

Os países nos quais as 20 maiores multinacionais brasileiras estão mais presentes

País	Nº de operações/ total empresas
Estados Unidos	18/20
Argentina	16/20
México	13/20
China	13/20
Chile	10/20
Reino Unido	10/20

(pelos critérios do estudo, uma fábrica, subsidiária, escritório comercial e/ou centro de distribuição caracterizam uma operação)
Fonte: Ranking das Multinacionais Brasileiras FGV/Universidade Columbia

mexicanas não sofrem tanto com as eventuais instabilidades no governo do México.

RETRAÇÃO MENOR LÁ FORA

Além das comparações internacionais, o relatório analisa a evolução da presença global das empresas nacionais (a metodologia da Universidade de Columbia considera empresa multinacional brasileira aquela controlada majoritariamente por brasileiros e que possui ativos

e/ou operações no exterior). No fim de 2014, as 20 principais multinacionais brasileiras apresentaram um valor de ativos no mercado externo da ordem de 120,67 bilhões de dólares, um montante 10,2% inferior aos 134,36 bilhões de dólares estimados no fim de 2013 (excluído o efeito da variação cambial, haveria um aumento de 3,5%). Um dos resultados dessa variação foi a já citada queda relativa na proporção dos ativos no exterior destas companhias, de 22,2% em 2013 para 21,4% em 2014.



1 DIVULGAÇÃO

A Vale foi a empresa analisada que apresentou o maior volume de ativos no mercado externo em 2014, de cerca de 62,7 bilhões de dólares. A companhia com a maior proporção de ativos no exterior, entretanto, foi a Minerva, de carnes e alimentos, que alcançou o percentual de 81%. Já em termos de receitas no mercado externo (incluindo exportações), a queda em 2014 foi de 4,2%.

As receitas no mercado externo das 20 maiores multinacionais bra-

sileiras totalizaram 113,93 bilhões de dólares, ante, aproximadamente, 118,96 bilhões de dólares em 2013 (expurgado o efeito da variação cambial, haveria um aumento de 10,4%). Entretanto, a soma das receitas, no exterior, das 20 maiores multinacionais em relação às receitas totais destas firmas subiu de 36,6%, em 2013, para 37,2% em 2014. A variação positiva sugere que a retração do mercado interno, para estas companhias, foi maior que a contração no mercado externo.

A JBS foi a empresa analisada que apresentou a maior receita no mercado externo em 2014, de aproximadamente 39,86 bilhões de dólares. No entanto, a Vale foi a companhia que realizou a maior proporção de receitas no exterior, num percentual de 84%. Padrão semelhante ao da receita é observado quando analisamos o número de colaboradores em outros países (excluindo terceirizados, sazonais e temporários). Em 2013, aproximadamente 26,3%

dos colaboradores das principais multinacionais brasileiras estavam situados em outros países, ao passo que esta proporção, em 2014, subiu para 26,8%.

A JBS também foi a empresa analisada que apresentou o maior número de colaboradores no mercado externo em 2014, num total de



2 GUILLERMO ROBLES

91.680. Em contrapartida, a Marfrig foi a companhia com maior proporção de colaboradores no exterior, alcançando 60% do total. A combinação dos números de ativos, receitas e colaboradores resulta no Índice de Transnacionalidade (TNI), métrica importante de internacionalização de empresas. Para as 20 maiores multinacionais brasileiras, a média do TNI em 2014 foi de 32%. A

liderança nesse índice ficou com a siderúrgica Gerdau, que alcançou um TNI de 57% (o TNI é calculado pela média aritmética da proporção de ativos no exterior sobre ativos totais; das receitas no mercado exter-

no sobre receitas totais; e dos colaboradores no exterior sobre o total dos colaboradores).

Por fim, algumas limitações na pesquisa da FGV e da Universidade de Columbia se devem ao fato de que esta envolve apenas empresas de capital aberto. Grandes e importantes empresas construtoras, como Odebrecht, Camargo Corrêa e Andrade Gutierrez — que deveriam constar em qualquer lista de multinacionais brasileiras —, também não foram incluídas, uma vez que os pesquisadores não puderam obter dados específicos do questionário-

padrão da Universidade Columbia, parceira da FGV no estudo. Também ficaram de fora do *ranking* instituições financeiras e empresas de franquia, as quais não são levadas em conta pela metodologia de Columbia.

+ O relatório completo está disponível, em inglês, no endereço web: <http://ccsi.columbia.edu/files/2013/10/EMGP-Brazil-Report-2015-Jan-27-final.pdf>