

DESEMPENHO DE EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS: UMA ANÁLISE A PARTIR DO RANKING FDC

PEDRO DE ALMEIDA DA CRUZ¹;
NADIA CAMPOS PEREIRA BRUHN²; ALISSON EDUARDO MAEHLER³

¹ Universidade Federal de Pelotas 1 – pedroalcruz@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – nadiacbruhn@gmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas – alisson.maehler@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A crescente onda de globalização tem levado empresas a expandirem seus negócios para além das fronteiras territoriais de seus países, de acordo com FLEURY e FLEURY (2007 apud PETRY et al. 2014), no Brasil a intensificação só se deu a partir de 1990, com a retirada de reservas de mercado e a redução de barreiras alfandegárias. Dentre algumas das principais motivações para a internacionalização de empresas estão: entrada mercados fechados, busca por custos de produção mais baixos e o desenvolvimento de alianças estratégicas (FENSTERSEIFER, 2000).

O conceito 'distância' tem sido amplamente discutido em estudos sobre internacionalização para buscar entender como as empresas traçam suas estratégias de expansão. Para (IONASCU. et al., 2004), quanto mais distante o país anfitrião é da sede operacional de uma empresa, mais será preciso administrar diferenças, regulatórias, culturais, procedimentos e ambiente de negócios. Segundo JAVIDAN et al. (2005) diferenças culturais têm impactado no modo em que as empresas expandem suas operações.

O presente trabalho envolve a realização de análise e comparação dos dados de dispersão geográfica das empresas brasileiras no exterior e sobre o país mais escolhido para primeira subsidiária ou franquias no exterior, afim de verificar se as empresas brasileiras usado distância como um dos critérios para a expansão de suas operações.

2. METODOLOGIA

A Fundação Dom Cabral (FDC), realiza anualmente, desde o ano de 2006, um ranking anual sobre a internacionalização das empresas brasileiras de diversos setores. Através de questionários enviados as empresas participantes, a FDC elabora o ranqueamento usando como critério de internacionalização o índice de transnacionalidade, composto pela divisão e soma de três dados básicos: ativos no exterior sobre os totais da empresa, receitas no exterior sobre as totais e funcionários no exterior sobre os totais. Para franquias o índice de transnacionalidade também é composto pela divisão e soma de três dados básicos, porém, com a multiplicação do resultado por cem, e estes dados básicos são: unidades franqueadas no exterior sobre as franqueadas totais, receitas de *royalties* e taxas no exterior sobre as totais, e receitas de venda de produtos para franqueados no exterior sobre os totais.

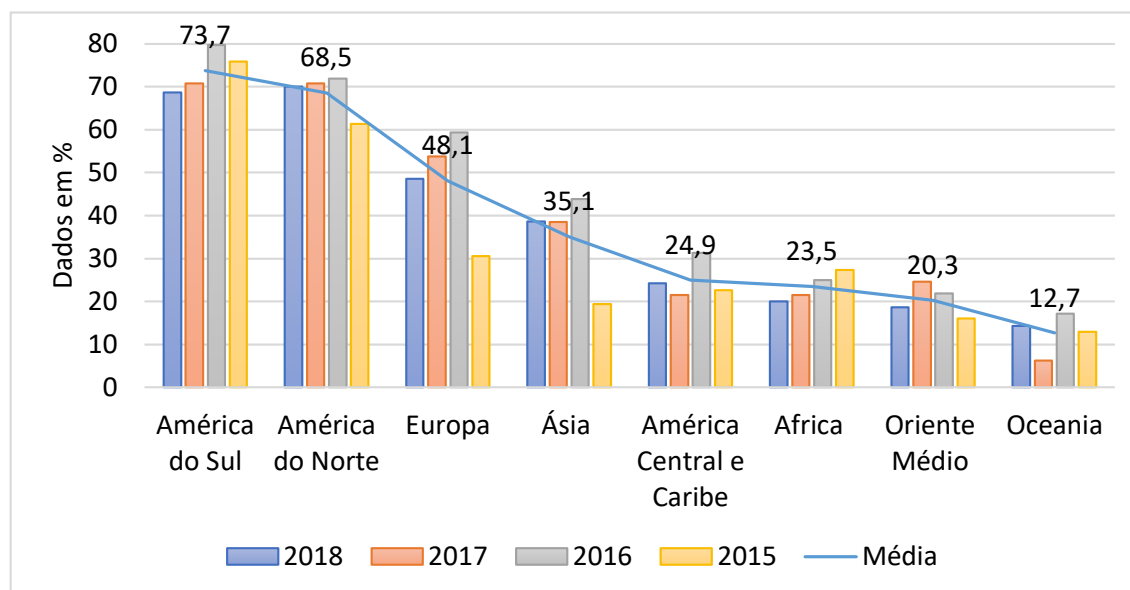
Com base em dados apresentados nos rankings FDC das multinacionais brasileiras dos anos de 2015 a 2018, este trabalho utiliza dados quantitativos, para identificar quais continentes possuem a maior presença de empresas brasileiras e qual país de cada continente possui o maior número de primeiras unidades destas, para isso foi realizado o cálculo da média aritmética simples dos resultados de dispersão geográfica das transnacionais brasileiras, e de países mais citados sobre as primeiras unidades de subsidiárias e/ou franquias.

A edição 2015 contou com 62 empresas (48 operando por meio de subsidiárias, e 14 por meio de franquias); Na edição 2016 participaram 64 empresas (50 operando por meio de subsidiárias, e 14 por meio de franquias); Em 2017, 65 empresas (54 com subsidiárias, 11 com franquias); E em 2018 foram ranquadas 69 empresas (55 atuando por meio de subsidiárias, 9 apenas por franquias, e 5 empresas atuam tanto por por meio de subsidiárias quanto por franquias).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Figura 1 apresenta dados da dispersão geográfica das transnacionais brasileiras de acordo com edições do ranking FDC de 2015 à 2018 e suas respectivas médias gerais de citações.

Figura 1. Dispersão Geográfica das Transnacionais Brasileiras



Fonte: Elaboração própria a partir de dados dos rankings FDC das multinacionais brasileiras, edições 2015–2018

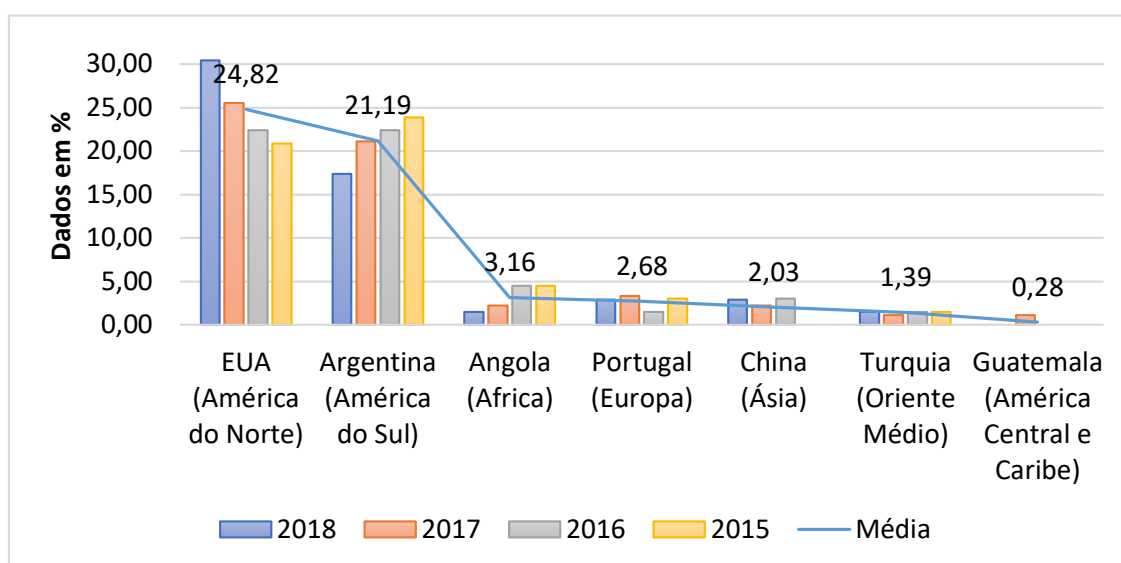
A América do Sul lidera a comparação dos rankings com 73,7% de presença das transnacionais brasileiras, acompanhada da América do Norte com 68,5%, Europa com 48,1%, Ásia com 35,1, América Central e Caribe 24,9%, Oriente Médio 20,3% e Oceania com 12,7%, respectivamente. Para 6 dos 8 continentes analisados o ano de 2016 apresenta um pico da presença de empresas brasileiras alferidas pelo ranking. Comparando os anos de 2018 e 2017 é possível

notar um empate no número de transnacionais entre América do Sul e do Norte com ambas registrando 70,8% de menções sobre presença em 2017, e em liderança da América do Norte com 70% de menções, ante 68,6% da América do Sul.

Embora presentes em outros continentes, América Latina e América do Norte apresentam ligeira vantagem diante dos demais continentes, concentrando grande parte das empresas brasileiras.

A Figura 2 apresenta qual é o país de cada continente com maior médias geral de citações sobre as primeiras unidades de subsidiárias e/ou franquias das transnacionais brasileiras nos rankings analisados.

Figura 2. Países mais Citados sobre as Primeiras Unidades de Subsidiárias e/ou Franquias das Transnacionais Brasileiras



Fonte: Elaboração própria a partir de dados dos rankings FDC das multinacionais brasileiras, edições 2015–2018

Divergente dos dados sobre a dispersão geográfica das transnacionais brasileiras, na média compara é a América do Norte que lidera o número de citações sobre a/as primeiras unidades de subsidiárias e/ou franquias das transnacionais brasileiras, sendo os Estados Unidos com média de 24,82%, acompanhado da Argentina (América do Sul) com 21,19%, Angola (África) 3,16%, Portugal (Europa) 2,68%, China (Ásia) 2,03%, Turquia (Oriente Médio) 1,39%, e Guatemala (América Central e Caribe) 0,28%, nenhum país da Oceania é citado nas edições analisadas. Semelhante a dispersão geográfica, a América do Sul tem sido menos citada nos últimos anos, enquanto a América do Norte segue o movimento oposto.

4. CONCLUSÕES

Embora a América do Sul apresente uma média maior na presença de transnacionais brasileiras, no comparativo ano a ano sua vantagem vem se

reduzindo. Quando verifica-se as citações sobre países das primeiras unidades a América do Norte vem construído crescimento e registra vantagem, sendo o Estados Unidos principal destino das empresas brasileira. Comparando os dados analisados sobre a presença das transnacionais brasileiras e de locais das primeiras unidades de subsidiárias e/ou franquias, nota-se ampla vantagem da América do Sul e do Norte diante os demais continentes, mostrando uma tendência de expansão dentro das Américas.

As limitações no estudo se dão pelo recorte analisado, limitando-se aos dados apresentados nos rankings FDC das multinacionais brasileiras, edições de 2015–2018, e aos critérios de classificação adotados pela Fundação Dom Cabral. Sugere-se ampliar o estudo utilizando outras fontes de dados e/ou agrupamento de empresas por setores de atuação, verificação sobre os modos de entrada mais escolhidos pelas empresas brasileiras e o desburocratamento de subsidiárias comerciais das produtivas.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FENSTERSEIFER, J.E. Internacionalização e cooperação: dois imperativos para a empresa do terceiro milênio. **REAd - Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, Ed. 15 v. 6 No. 3, 2000.

FUNDAÇÃO DOM CABRAL – FDC. **Ranking FDC das Multinacionais Brasileiras 2017**, 10ª Edição, Belo Horizonte, 2016. Disponível em: <https://trajetoriasinternacionais.fdc.org.br/wp-content/uploads/2018/10/10-Relatorio-Ranking-FDC-das-Multinacionais-Brasileiras-2015-ilovepdf-compressed.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2019.

FUNDAÇÃO DOM CABRAL – FDC. **Ranking FDC das Multinacionais Brasileiras 2017**, 11ª Edição, Belo Horizonte, 2017. Disponível em: <https://trajetoriasinternacionais.fdc.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Ranking-FDC-das-Multinacionais-Brasileiras-2016.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2019.

FUNDAÇÃO DOM CABRAL – FDC. **Ranking FDC das Multinacionais Brasileiras 2017**, 12ª Edição, Belo Horizonte, 2018. Disponível em: <https://trajetoriasinternacionais.fdc.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Ranking-FDC-das-Multinacionais-Brasileiras-2017.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2019.

FUNDAÇÃO DOM CABRAL – FDC. **Ranking FDC das Multinacionais Brasileiras 2017**, 13ª Edição, Belo Horizonte, 2019. Disponível em: <https://trajetoriasinternacionais.fdc.org.br/wp-content/uploads/2019/02/Trajeto%C3%B3rias-de-Internacionaliza%C3%A7%C3%A3o-das-Empresas-Brasileiras.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2019.

IONAȘCU, D.; MEYER, K.E.; ESTRIN, S. Institutional Distance and International Business Strategies in Emerging Economies. **Discussion Paper Series, Centre for New and Emerging Markets, London Business School**, London, No. 34, 39 pp, 2004.

JAVIDAN, M.; STAHL, G.; BRODBECK, F. WILDEROM, C. Cross-border transfer of knowledge: Cultural lessons from Project GLOBE. **Academy of Management Executive**, Briarcliff Manor, v.19, n.2, pp. 59-76, 2005.

PETRY, J.F; BRIZOLLA, M.M.B; HERCULANO, H.A; HEIN, N. Influência da Internacionalização das Empresas Brasileiras na Criação de Valor. **UNISUL-PPGA/Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, Florianópolis, v.7, n.1, p.158-180, 2014.