



TCC/UNICAMP
B461i
IE

Política comercial. Brasil



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ECONOMIA

CEDOC - IE - UNICAMP

**INTERNACIONALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO E O FLUXO DE
COMÉRCIO INTRACORPORATIVO NO BRASIL NOS ANOS 2000**

CEDOC - IE - UNICAMP

Aluna: Juliana Bertanha

Orientador: Prof. Dr. Fernando Sarti

TCC/UNICAMP
B461i
1290004894/IE

Juliana Bertanha

**INTERNACIONALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO E O FLUXO DE
COMÉRCIO INTRACORPORATIVO NO BRASIL NOS ANOS 2000**

Trabalho de monografia apresentado ao Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas como requisito para a conclusão do curso de Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Sarti

CAMPINAS

Julho, 2010

2010.14.821

AGRADECIMENTOS

À Deus que me deu coragem para superar todas as dificuldades e perseguir os meus sonhos.

Aos meus pais pela educação, apoio e amor durante toda a minha caminhada.

Ao professor Fernando Sarti por seus ensinamentos e contribuições para a minha formação acadêmica.

A todos os amigos e familiares que, durante a minha formação acadêmica, vibraram por cada vitória e me motivaram a dar o melhor de mim.

RESUMO

Este trabalho dedica-se a estudar os fluxos de comércio intrafirma de bens e serviços das empresas transnacionais no âmbito do processo da internacionalização produtiva no Brasil no período dos anos 2000.

Palavras-Chave: Internacionalização da Produção – Comércio Intracorporativo – Transnacionais.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	6
CAPÍTULO 1 - Internacionalização Produtiva das ETNs no Período Recente.....	9
CAPÍTULO 2 - Internacionalização e Fluxo de Comércio Intracorporativo no Brasil.....	21
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	32
BIBLIOGRAFIA.....	34

INTRODUÇÃO

Desde o pós-guerra, observa-se uma forte intensificação no processo de internacionalização da produção. Esse processo contempla desde o comércio entre países e empresas, até o Investimento Direto Externo (IDE) produtivo, cuja importância é significativa.

Isto é demonstrado abaixo na Tabela 1, onde pode-se observar que o IDE cresceu mais que o comércio nas três últimas décadas, e que ambos cresceram mais que o produto bruto global.

TABELA 1: INDICADORES DE IDE E PRODUÇÃO INTERNACIONAL (1982-2008)

	US\$ bilhões		Crescimento no período (%)	Taxa média de crescimento anual (%)
	1982	2008		
Entrada de IDE	58	1697	2.826	27
Saída de IDE	27	1858	6.781	30
Vendas de filiais estrangeiras	2530	30311	1.098	13
Produto Bruto de filiais estrangeiras	623	6020	866	12
Ativos de filiais estrangeiras	2036	69771	3.327	12
Exportação de filiais estrangeiras	635	6664	949	15
Empregos nas filiais estrangeiras (milhares)	19864	77386	290	9
Produto Mundial Bruto	11963	60780	408	9
Formação Bruta de Capital Fixo	2795	13824	395	10
Exportação de bens e serviços	2395	19990	735	13

Fonte: WIR 2009, UNCTAD.

O IDE se intensificou principalmente no crescimento e expansão de filiais de empresas transnacionais que especialmente na última década estava voltada para fusões e aquisições. Esse movimento, entre outros fatores, se deve não só a busca de condições mais eficientes e econômicas de produção, mas também ao interesse em atender a demanda dos mercados locais dos países em desenvolvimento e em transição, que foram bastante beneficiados nesse processo. De acordo com a UNCTAD (World Investment Report 2009), cerca de 43% de todo o IDE em 2008 se destinou aos países em desenvolvimento, sendo que a Ásia e Oceania foram receptoras de metade desse volume. Para esses países, o IDE deve trazer vantagens para o desenvolvimento de longo prazo e aumentar sua competitividade internacional.

Ainda de acordo com a UNCTAD, os melhores destinos para o IDE no mundo atualmente são China, EUA, Índia, Brasil e Rússia, devido ao seu grande retorno e potencial de crescimento.

Além do crescimento vultoso em tamanho e número de empregados, as filiais também se expandiram no comércio e produção. Conforme a Tabela 1, o produto gerado pelas filiais de empresas estrangeiras corresponde à 9,9% do produto global, e sua exportação corresponde a 33% do volume mundial de exportação. Do total de vendas das filiais de empresas estrangeiras, cerca de 25% se destinaram à exportação em 1982, e aproximadamente 22% em 2008. Esses dados buscam mostrar que, não apenas para produzir bens e serviços mais baratos para as matrizes, as filiais cresceram aproveitando a expansão dos mercados domésticos onde se instalaram e os recursos daqueles países onde se instalaram.

Entretanto, as teorias convencionais do comércio internacional não são suficientes para explicar esse movimento de internacionalização. É preciso atentar para os fluxos de IDE, para as estratégias das empresas e as características de suas cadeias de valor, e como estas se relacionam com os recursos oferecidos nas matrizes e nas filiais, de modo a obter resultados competitivos na produção.

A internacionalização da produção se tornou essencial como uma forma de estratégia concorrencial. As motivações e os benefícios são de várias naturezas, como um meio das firmas aproximarem-se de novos mercados e produtos, enquanto aproveitam as vantagens internas, ou então uma maneira de organizar geograficamente sua produção otimizando os custos e se tornando mais competitivas com relação a preços. Isso pode ocorrer tanto na diferenciação de seus ativos, sua qualificação organizacional ou postura inovadora, bem como as vantagens externas, tais quais incentivos governamentais e benefícios fiscais locais para abrir uma nova filial.

Este trabalho se dedica a estudar as características da internacionalização da produção e seus impactos sobre o comércio intracorporativo.

O primeiro capítulo tratará das estratégias e motivações do processo de internacionalização das empresas transnacionais (ETNs) e as relações entre a matriz e suas filiais. O segundo capítulo analisará os impactos do processo de internacionalização sobre os fluxos de comércio intrafirma com base no estudo de caso para o Brasil, a partir das informações do Censo de Capital Estrangeiro do Bacen (Banco Central do Brasil).

CAPÍTULO 1 - Internacionalização Produtiva das ETNs no período recente

A cadeia de valor descreve como uma firma organiza e faz as diferentes atividades que agregam valor aos bens e serviços que ela produz e vende. Uma transnacional é uma empresa que possui sede numa determinada localidade e uma ou mais filiais em localidades diversas, atuando em um ou vários segmentos produtivos e de serviços. Essa firma realiza as atividades produtivas que lhe agregam valor utilizando de recursos em cada uma de suas unidades, que estão alinhadas com sua estratégia global de crescimento. De acordo com o interesse da matriz no mercado em que a filial estiver inserida, ela terá mais ou menos autonomia de gestão. A transnacional se caracteriza pela produção internacionalizada, que envolve não só a criação de bens em processos manufatureiros, mas todas as atividades no exterior que agregam valor às indústrias extrativas, manufatureiras e de serviços.

A tendência entre as transnacionais é buscar cada vez mais integração de suas atividades funcionais, atuando sobre sua cadeia de valor para melhorar seu desempenho no mercado.

As transnacionais vêm adotando estratégias dinâmicas de integração e internacionalização devido às grandes mudanças na economia mundial, que incluem avanços na tecnologia da informação, convergências entre países nos padrões de demanda e intensificação da concorrência mundial.

Os padrões de demanda tenderam a fluir em parte devido à convergência dos níveis de renda nas economias mais avançadas a partir da Segunda Guerra Mundial, dos EUA para a Europa, o que levou a padrões de consumo similares. Os padrões também foram influenciados pela difusão das tecnologias de comunicação e pelo aumento dos intercâmbios de turismo, educação e cultura, difundindo os padrões nacionais de consumo, e por último, também foram influenciados pelos esforços de marketing das transnacionais.

A presença das transnacionais em vários mercados aumenta devido à padronização dos produtos entre os países. Entretanto, a convergência dos padrões dos produtos e serviços pode ser limitada em razão das diferenças culturais, condições econômicas e regulações estatais presentes nos diferentes países. Ainda assim, a flexibilização das tecnologias de produção permite que as empresas possam atender essas diferentes demandas sem ser penalizadas com um aumento de custos, o que não acontecia na organização da produção em massa. Desse modo, os fatores nacionais e regionais continuam a influenciar as estratégias das transnacionais como vantagens locais, que serão explicadas posteriormente.

A intensificação da concorrência foi um fator importante para a estratégia da internacionalização da produção. Após a Segunda Guerra, houve um declínio sustentável das barreiras tarifárias e aumento da produtividade, o que aumentou a concorrência entre os países e trouxe novos competidores para o cenário mundial. Há mais transnacionais e filiais, com origens mais diversificadas, ainda que a preponderância seja a origem nos países desenvolvidos, aumentando o fluxo e o volume de investimentos e de comércio intrafirmas.

Todos esses fatores citados forçaram as transnacionais a buscar novas maneiras de ganhar competitividade internacional. Elas aumentaram os esforços para reduzir custos ao internacionalizar ativos e se detiveram em diferentes atividades da cadeia de valor, o que foi possível através de inovações na tecnologia da informação.

No caso da tecnologia da informação, podemos dizer que os avanços em informática e telecomunicações aumentaram a capacidade de processar e transmitir dados, e reduziram custos. Esse movimento permite descentralizar as informações nas transnacionais, flexibilizando as tecnologias de produção e as novas práticas de gerenciamento e P&D. A tecnologia da informação também permite melhorar a coordenação através da cadeia de valor. Entretanto, novas tecnologias de informação tanto facilitam a organização, quanto requerem novas formas de fazê-lo, pois as firmas necessitam de relatórios e sistemas organizacionais mais flexíveis.

Elas também aumentaram a integração entre fornecedores e subcontratadas na produção e montagem, obtendo gerenciamento de inventários e controle de qualidade mais apurados, além de desenvolver inovações tecnológicas para seu uso específico em conjunto com fornecedores.

Dentro os motivadores da internacionalização produtiva, podemos citar quatro categorias que indicarão quais parâmetros são considerados por uma empresa ao tomar uma decisão de investimento buscando otimizar custos e aumentar ganhos. Vale ressaltar que nenhuma dessas categorias é excludente entre si, uma pode se sobrepor à outra eventualmente, mas normalmente há mais de uma considerada na decisão de investimento.

A primeira categoria é a *market-seeking* ou orientada para o mercado. Nessa consideração, a empresa tomou a decisão de investimento buscando aumentar suas vendas para um mercado específico, seja ele local ou regional. Assim, ao instalar uma unidade fabril ou de prestação de serviços numa determinada localidade, seus custos transacionais diminuirão e ele terá mais competitividade nesse mercado. As filiais *market-seeking* têm um grau de comércio exterior menor, pois concentrarão suas vendas no mercado local, exportando pouca ou nenhuma parte de sua produção. No caso das importações, elas se darão apenas para obter produtos complementares à produção.

A segunda categoria é a *resource-seeking* ou orientada para a busca de recursos, que balizará uma decisão de investimento que almeja obter recursos produtivos que aumentarão sua competitividade. Para tanto, há várias possibilidades, seja ao instalar uma filial de uma mineradora próxima a uma jazida de minério, para reduzir os custos das matéria-prima, ou fazer o investimento num país onde os recursos disponíveis, além dos naturais, possam melhorar a produção. Nesse ponto, países que tem uma boa regulação, níveis educacionais satisfatórios e um ambiente institucional que favorecem a estrutura produtiva são preferidos. As filiais orientadas pela otimização de recursos não concentram suas vendas nos mercados locais, mas são plataformas exportadoras, pois a redução de custos obtida com o investimento lhes conferem mais competitividade no cenário mundial.

Uma terceira categoria é a *strategic-asset-seeking* ou orientada para a busca de ativos estratégicos, na qual se enquadram empresas que buscam competitividade através da posse de um ativo específico. No caso das fusões e aquisições, um exemplo é quando uma firma compra outra empresa que pode fabricar um componente estratégico para sua cadeia de valor ou ainda compra uma empresa concorrente que pode lhe agregar mais *market-share* uma vez que esteja integrada ao grupo.

A quarta categoria é a *efficiency-seeking* ou orientada para a eficiência, através da qual as empresas investirão de modo a ter mais eficiência na sua cadeia de valor como um todo. Para tanto, o investimento pode assumir várias facetas, e essa motivação tem se tornado cada vez mais frequente para as firmas, pois otimiza o negócio e traz competitividade globalmente, estimulando formas de integração mais avançadas para as firmas.

Como já citado anteriormente, uma decisão de investimento nem sempre é direcionada apenas por um motivo. Podemos tomar como exemplo uma firma que tem muitas filiais, e deseja entrar num mercado de um produto específico, estratégico para o crescimento global da companhia. Ela avaliará se dispõe dos recursos necessários para fabricar esse bem, e em caso negativo, como procederá para obtê-los. Ela poderá comprar uma fábrica já existente do bem que deseja comercializar, ou então construir sua própria fábrica num local vantajoso.

Caso opte pela construção da fábrica, escolherá um país no qual tenha facilidades de crédito para o investimento, e que não imponha barreiras para o fluxo de recursos entre filial e matriz. Na mesma linha, é importante que o país disponha de uma boa plataforma exportadora para que filial possa exportar esse bem para os mercados que julgar atraentes (*resource-seeking*).

Mesmo que inicialmente a decisão de investimento seja norteadada pelos recursos necessários à produção, essa decisão é fundamentalmente *efficiency-seeking*, pois a produção desse bem, feita numa única filial para abastecer as

revendas de toda a firma de modo a atender a demanda por esse bem, faz parte de uma estratégia global da firma. Sendo assim, a filial não está mais inserida num contexto apenas *market* ou *resource-seeking*, mas num contexto global de investimentos da companhia.

Essa orientação das firmas aumenta o fluxo de comércio intracorporativo, pois haverá maior trânsito de recursos entre matriz e filial, tanto financeiros quanto de ativos e produtos intermediários para produção, e depois de produtos finais da filial para a matriz, que os distribuirá de acordo com sua demanda e *market share*.

Com o aprofundamento da internacionalização produtiva, há uma percepção de que as transnacionais fazem uma distribuição de recursos mais eficiente ao internacionalizar sua produção em mercados imperfeitos, pois podem superar distorções como barreiras à transferência de tecnologias, controles de importação e taxas de câmbio valorizadas. Desse modo, as transnacionais podem ser vistas como uma força integradora na economia global, melhorando a alocação de recursos.

Contrária a essa percepção, há visões que dizem que as transnacionais não superam as imperfeições de mercado, mas são criadoras de distorções na alocação de recursos. Elas operam em mercados oligopolísticos e relevam falhas nos mecanismos de mercado e nas regulações governamentais. Assim, elas fazem práticas restritivas para outros concorrentes, criam barreiras à entrada e suas decisões afetam a alocação de recursos entre países. Desse modo, não há incentivo à competição e acabam por trazer dificuldades para que os países explorem suas vantagens comparativas dinâmicas. De acordo com esse posicionamento, como as transnacionais exercem seu poder monopolista, é legítimo que tanto o país da matriz quanto o país que acomoda as filiais imponham restrições às suas atividades.

De acordo com Dunning (1988), a análise mais próxima da realidade sobre as questões econômicas envolvidas na distribuição internacional de recursos causada pelas transnacionais está entre essas duas percepções extremas, observando a eficiência dos mecanismos de alocação de recursos antes da entrada das transnacionais, as condições de mercado sobre as quais elas competirão, variando

com o tipo de indústria e país, e a relação entre as estratégias das transnacionais e o objetivo dos Estados.

Em alguns momentos, elas são integradoras e melhoram a alocação de recursos como quando há transferência de tecnologia e capital de um país desenvolvido para um em desenvolvimento. Entretanto, as transnacionais buscam especializar centros de P&D nos países onde se localizam as matrizes devido à disponibilidade de crédito para essa atividade e mão de obra qualificada disponível.

As estratégias corporativas e geográficas de internacionalização da produção são abrangentes, mas não suficientes para explicar a decisão de uma firma ao transferir parte de suas atividades para o exterior, da mesma maneira que a posse de tecnologia superior em si e o aproveitamento de uma falha de mercado não justificam sozinhos tal decisão.

A internacionalização da produção depende das características econômicas, estruturais, políticas, fiscais e outras do país da matriz e o estrangeiro que possivelmente receberá o investimento, além da variedade e tipo de produto a ser produzido e as estratégias gerenciais e organizacionais. Adicionalmente, é o uso dos recursos em posse da firma, em combinação com os fatores supracitados na produção que conferirão vantagens à mesma diante de seus concorrentes.

De maneira geral, para que uma firma busque atividades que agregam valor, três condições essenciais devem ser satisfeitas. A primeira é que a firma deve ter vantagens sobre outras empresas num determinado mercado local de atuação, ou seja, deve gozar de ativos intangíveis intransferíveis ou de um modelo de governança que lhe confere certa diferenciação temporária, permitindo vantagens competitivas à firma.

Em segundo lugar, será mais vantajoso para a firma se ela efetivar o negócio com recursos próprios do que se o vender para outra empresa para posteriormente adquirir os bens finais, como uma vantagem da internalização. E terceiro, deve haver interesse global em utilizar os diferenciais da firma em conjunto com as

vantagens de determinado local, como recursos naturais, ambiente econômico e infraestrutura, senão, a firma terá interesse apenas em exportar seus produtos e serviços, produzidos na matriz, para aquela localidade.

As estratégias para organizar as atividades produtivas no exterior envolvem escolher a localização das atividades e o grau de integração com as outras entidades sob a governança da firma. A escolha da firma entre exportar ou internacionalizar a produção depende de uma série de fatores. Por exemplo, as políticas do país escolhido para instalação de novas empresas quanto à oferta de crédito deve ser favorável, e sua política cambial e financeira não pode ser impeditiva para a transferência de recursos entre matriz e filial. O tipo e grau de barreiras comerciais também devem favorecer, ou ao menos não prejudicar, o comércio da filial na localidade. Adicionalmente, a firma pode auferir ganhos com a internacionalização da produção diante de sua estrutura e gerenciamento de custos, entre outros fatores que serão explorados posteriormente.

Uma vez tomada a decisão de internacionalização produtiva pela firma, suas vantagens podem ser elencadas em três categorias: proprietárias, de internacionalização e de localização.

As vantagens proprietárias são de difícil transferência, como direitos de propriedade sobre uma fórmula ou na formulação de política para as filiais. Nessa categoria também se enquadram ativos intangíveis, que podem ser desde uma tecnologia exclusiva até um pesquisador ou administrador especialista com grande conhecimento sobre a firma, bem como vantagens de governança.

As vantagens de internalização trazem diminuição de custos de pesquisa e negociação, conforme já explicitado, ao trazer uma filial ou centro de P&D próximo a uma fábrica estratégica, diminuindo custos de comunicação e de transação, além de trazer resultados mais apurados para o negócio. Essas vantagens também compensam a falta de mercados futuros próximos à matriz e permitem controlar as condições de fornecimento e venda, adequando-as aos mercados-alvo.

As vantagens de localização incluem a distribuição espacial de recursos e seus custos, sejam eles recursos naturais, recursos de mercado, de preço, de mão de obra com qualificação e baixo custo, entre outros. Além disso, certa localidade pode ser vantajosa por apresentar um sistema econômico e institucional que favorecerá a instalação da filial, envolvendo as políticas econômicas governamentais, controle de importações, custos de transporte e comunicação, e barreiras artificiais ao comércio, como os custos totais de envio dos produtos do país que os produziu para o país que fará o *marketing* e vendas.

Desse modo, uma firma também está submetida à sua nacionalidade para ter vantagens de localização, pois há economias na internacionalização ligadas à geografia, já que os vários recursos não estão distribuídos igualmente entre os países e a transnacional obtém vantagens ao levar sua produção para países com imperfeições nos mercados, governo e também câmbio.

As vantagens de localização das atividades de uma transnacional são fatores determinantes para o sucesso da internacionalização das mesmas. Para tanto, as empresas também adotarão estratégias diferentes a depender do tipo de atividade e mercado que desejam atender.

Dentre essas estratégias, podemos citar inicialmente a *stand-alone*, uma estrutura mais comum nos anos 60 e 70 devido às barreiras tarifárias, que é quando uma filial opera de modo mais independente da matriz, que só exercerá forte controle sobre a gestão da filial quando sua lucratividade diminuir. A matriz controla os negócios da filial através dos ativos proprietários, e realiza transferências de tecnologia e de capital de longo prazo. A filial *stand-alone* é responsável pela maior parte de sua cadeia de valor, desenvolvendo relações com fornecedores e trabalhadores locais, atendendo a economia local ou região que lhe acolheu. Desse modo, filial e matriz não disputam clientes, pois cada uma se dedica a mercados geograficamente diferentes. Há baixo grau de integração das filiais com a matriz. A primeira tem maior autonomia na produção e na comercialização, mas mantém a dependência financeira e tecnológica da última. No escopo geográfico da internacionalização produtiva, quanto há barreiras comerciais ou demanda locais

específicas, a firma optará por uma estratégia multidoméstica (Porter, 1947) ou *stand-alone*.

Atualmente, esse tipo de organização é mais comum para os serviços, pois como a maioria é intransferível, as filiais devem operar reproduzindo a organização produtiva das matrizes nos mercados aos quais se dedica.

Com o processo de liberalização comercial e financeiro, o avanço das tecnologias de informação e comunicação e o acirramento da competição, observou-se a adoção da estratégia de *simple integration*,

Devido à redução de barreiras tarifárias nas últimas décadas no âmbito das rodadas de negociação do GATT e consolidados na OMC e formação de blocos de acordos regionais, algumas filiais passaram a empreender uma rede produtiva integrada para atender a um mercado maior, fazendo parte, bem como sendo receptoras, do fluxo de IDE.

O IDE foi impulsionado com a redução de barreiras tarifárias, a liberalização dos regimes para investimentos estrangeiros, a desregulamentação em muitas indústrias, especialmente as ligadas aos serviços, e a privatização de companhias estatais. Como essas ações também estão ligadas a acordos regionais, como a criação da comunidade europeia e o Mercosul, serviram de incentivo para a adoção de estratégias regionais.

Muitas transnacionais têm redes produtivas organizadas regionalmente, incluindo filiais em vários países de uma mesma região, junto com terceiras empresas como fornecedores ou subcontratados. Assim, o IDE direcionado a essas regiões possibilita atender demandas específicas, ao mesmo tempo em que se beneficia das vantagens supracitadas, reduzindo os custos de transação.

Nesse caso, houve uma mudança nas relações corporativas, com maior integração produtiva e comercial entre filiais e suas matrizes, que ocorre quando a transnacional realiza a internacionalização da produção através do *outsourcing* de

algumas atividades que agregam valor – normalmente as intensivas em trabalho –, para aproveitar vantagens locais, enquanto a matriz pode se concentrar em outras atividades de sua cadeia de valor.

O *outsourcing* será preferido quando as barreiras comerciais são mínimas e os custos de transporte são pequenos entre a matriz e a localidade ou “zona exportadora”, e a tecnologia permite reduzir os custos de transação.

Essa estratégia pode ser identificada quando uma transnacional se relaciona com uma empresa subcontratada, ainda que a mesma não faça parte do grupo, para que ela forneça equipamentos e serviços específicos e exclusivos para a primeira. A transnacional oferecerá os inputs necessários à produção para a terceira empresa, e esta realizará a produção. Entretanto, a subcontratada não consegue desenvolver esses inputs localmente, seja por falta de qualificação técnica ou por uma restrição da matriz quanto à segurança de informação, e dependerá indeterminadamente da transnacional. O fluxo de comércio intracorporativo nesse caso se dará inicialmente através da matriz, que fornecerá os recursos para produção na filial ou parceira, como *know-how* técnico, colaboradores qualificados e produtos intermediários para a produção em si, que sejam estratégicos e produzidos pela matriz. A filial, então, produzirá os bens para os quais se destina, e os exportará para a matriz, para que esta faça a distribuição dos mesmos de acordo com a alocação da demanda mundialmente.

Há alguns casos, entretanto, nos quais acordos de integração regionais podem limitar as estratégias regionais das transnacionais, pois elas precisam também de livre movimentação de capitais, tecnologia e pessoas, não apenas de bens e serviços. Desse modo, a liberalização do comércio, sozinha, não é suficiente para estimular a integração produtiva resultante das estratégias das transnacionais.

Assim, em último lugar, pode se identificar as estratégias de *complex integration*. Além das estratégias geográficas locais e regionais, uma firma também pode adotar estratégias globais. A globalização implica um grau de integração funcional entre atividades econômicas dispersas da firma, e é a mais avançada e

complexa forma de internacionalização, que eventualmente pode envolver a difusão geográfica de atividades econômicas além das fronteiras nacionais ou regionais. As transnacionais que desenvolvem estratégias globais desejam estar em todos os grandes mercados, para obter vantagens com o crescimento e a convergência da demanda, bem como competir efetivamente com outras corporações.

Para algumas firmas, é possível internacionalizar a produção em qualquer ponto de sua cadeia de valor, produzindo onde quer que seja mais lucrativo. Cada operação será medida por sua contribuição para a cadeia de valor e estratégia da firma como um todo, seja ela produtiva, administrativa, de P&D, financeira, entre outras. Por exemplo, um centro de P&D pode ser dividido em vários para que sua localização contribua para a cadeia de valor da transnacional. Um centro pode estar junto a clientes e fábricas-chave para estar mais próximo de suas necessidades e ter mais agilidade em atendê-los, ao mesmo tempo em que outro centro pode localizar-se perto de centro de excelência em pesquisa, que conta com recursos que não estão disponíveis na matriz. Essa configuração contribui para diminuir os custos de P&D, pois haverá uma estrutura mais ágil, integrada e focada nas necessidades da empresa, enquanto a alocação de recursos será mais econômica e eficiente. Nesse caso, também haverá um intenso fluxo comercial inter e intracorporação.

As transnacionais têm filiais regionais ou sub-regionais de desenvolvimento e vendas, ligadas à matriz pela propriedade e tecnologia, e obtêm insumos de outras filiais ou terceiras empresas, em sua própria região ou não. Os produtos são vendidos em sua região e também fora dela, mas a agregação de valor fica na região das operações produtivas, que podem estar divididas geograficamente em várias localidades, de acordo com a distribuição que for mais lucrativa. Assim, as firmas atingem seus objetivos globais através da organização de sua cadeia de valor. Ao mesmo tempo, elas também introduzem elementos de integração inter-regional para suas redes regionais.

Entretanto, há poucas empresas que fazem a integração produtiva além do nível regional, pois há barreiras restritivas ao crescimento de estratégias globais como barreiras de comércio entre os grupos estabelecidos regionalmente e elevados

custos de transação que não podem ser contornados pela tecnologia, como no caso da necessidade de um transporte aéreo rápido para um grande lote de produção que não pode aguardar o tempo de um modal marítimo.

São pressões desse tipo, que fazem parte da dinâmica concorrencial atual, combinadas com as oportunidades oferecidas pela tecnologia da informação, que permitem o crescimento de estratégias corporativas complexas e variadas, incrementando o fluxo de comércio intracorporativo de diversas maneiras.

CAPÍTULO 2 - Internacionalização e Fluxo de Comércio Intracorporativo no Brasil

Após analisar as estratégias de internacionalização, podemos nos voltar para o estudo do IDE e do fluxo de comércio intracorporativo no Brasil. Os capitais estrangeiros sempre foram importantes para o país, pois além de influenciarem significativamente no financiamento do balanço de pagamentos, e contribuem para o crescimento das atividades da indústria e dos serviços na economia, injetando investimentos e tecnologia na produção local, e trazendo novas técnicas de gestão empresarial. Já durante o plano de Metas e posteriormente no II PND o fluxo de IDE foi muito incentivado e desejado no país, justamente por trazer consigo tecnologia para a indústria pesada e de bens de consumo duráveis, que não contava com a presença dos empresários locais e estatais, estes mais dedicados à indústria leve e de infraestrutura, respectivamente. Além disso, o IDE também trazia dinamismo, pois criava empregos e dava condições para a economia brasileira ter uma maior participação no comércio internacional.

Tendo isso em mente, é nosso interesse verificar o comportamento do IDE nas atividades gerais da economia brasileira. A Tabela 2 abaixo mostra o estoque de IDE distribuído por sua aplicação nos grandes setores econômicos entre 1980 e 2005 no Brasil.

TABELA 2: DISTRIBUIÇÃO DO ESTOQUE DE IDE POR ATIVIDADE ECONÔMICA (1980-2005)
(em US\$ mil)

Atividade econômica	1980	%	1985	%	1990	%
Agricultura	164.409	0,9%	152.434	0,6%	350.381	0,9%
Indústria	13.492.813	77,2%	19.926.323	77,6%	26.665.405	71,6%
Serviços	3.822.809	21,9%	5.585.727	21,8%	10.227.626	27,5%
Total geral	17.480.031	100%	25.664.484	100%	37.243.412	100%
Atividade econômica	1995	%	2000	%	2005	%
Agricultura	444.032	0,8%	2.401.079	2,3%	5.890.667	3,6%
Indústria	32.004.376	55,1%	34.725.619	33,7%	53.763.053	33,0%
Serviços	25.634.413	44,1%	65.887.811	64,0%	102.820.255	63,2%
Total geral	58.082.825	100%	103.014.509	100%	162.807.274	100%

Fonte: Censo de Capitais 2005, Bacen. O item "Agricultura" engloba os dados de agricultura, pecuária e extrativismo mineral.

Observa-se que até a década de 90, o setor industrial recebia a maior parte dos investimentos. Após a recuperação da economia da chamada “Década Perdida” nos anos 80, na qual experimentamos uma forte recessão, o IDE na indústria se expandiu com mais força na segunda metade dos anos 90. Ao longo da década, o investimento e o fluxo de comércio nesse setor foram favorecidos pela paridade cambial, controle da inflação e, especialmente, pelas privatizações. Esses fatores incrementaram em muito as importações das empresas, bem como prestadores de serviços e comerciantes.

De acordo com a Tabela 3 abaixo, as filiais industriais que receberam mais IDE em 2000 e 2005 foram as das áreas da indústria automotiva, produtos químicos e alimentos e bebidas, respectivamente. Além destas, também foi relevante o estoque de IDE para as indústrias de materiais eletrônicos e componentes para comunicação, máquinas e equipamentos, metalurgia, artigos de borracha e plástico, e papel e celulose. Notadamente, o Brasil sempre se caracterizou por receber investimentos do tipo *market* e *resource-seeking*, entretanto, os atuais investimentos nesses setores colaboram para que as empresas se insiram num contexto mais global, do tipo *efficiency-seeking*, participando das estratégias mundiais de negócios das ETNs e trazendo mais fluxos de investimentos ao país e entre filiais e matrizes.

TABELA 3: DISTRIBUIÇÃO DO ESTOQUE DE IDE NAS FILIAIS DO SETOR INDUSTRIAL

(em US\$ mil)

Atividade econômica principal da empresa (CNAE)	2000	2005
Total da Indústria	34.725.619	53.763.052.797
Indústria automotiva	6.351.387	11.241.309.905
Produtos químicos	6.042.713	12.127.611.956
Alimentos e Bebidas	4.618.652	6.866.564.712
Materiais eletrônicos e componentes de comunicação	2.169.228	4.516.601.554
Máquinas e equipamentos	3.324.355	4.331.270.932
Máquinas e materiais elétricos	990.290	2.156.832.027
Metalurgia básica	2.513.348	1.611.868.126
Artigos de borracha e plástico	1.781.932	2.354.691.693
Máquinas para escritório e equipamentos de informática	281.287	175.147.083
Papel e celulose	1.572.733	2.275.289.689
Produtos de fumo	723.842	421.484.267
Produtos de metal	593.315	710.610.129
Equipamentos de transporte	355.803	1.124.691.199
Produtos de minerais não-metálicos	1.170.251	1.034.051.646
Equipamentos médicos e odontológicos	735.927	392.293.411

Produtos têxteis	676.679	784.719.188
Móveis e indústrias diversas	182.751	230.501.712
Artigos de couro e calçados	49.269	116.232.586
Produtos de madeira	239.691	520.941.676
Edição, impressões e gravações	190.935	561.372.990
Vestuário e acessórios	148.451	125.193.752
Reciclagem	12.093	50.725.636
Petróleo e derivados	688	33.046.927

Fonte: Censo de Capitais 2000 e 2005, Bacen.

No período analisado na Tabela 2, o setor de serviços nas áreas de telecomunicações e finanças também passava por um forte período de privatização, que significou apenas o recebimento de recursos para aquisição de ativos já existentes, especialmente nas áreas de telecomunicação e financeiras, contribuindo marginalmente para a formação bruta de capital fixo na economia. Esses investimentos pouco favoreceram a balança comercial, pois se expandiram internamente apenas enquanto houve espaço na demanda do mercado interno. Adicionalmente, não havia maturidade e respaldo institucional no setor para que o desenvolvimento fosse expressivo.

Entretanto, na última década, acompanhando as tendências econômicas mundiais, conforme visto anteriormente, e a expansão do crédito interno, o setor de serviços passou a receber a maior parte dos investimentos, numa grande e rápida expansão. Isso nos habilita a ter um setor mais bem desenvolvido e dotado de mais tecnologia para atender o mercado interno com inovações, e também permite que haja uma parte de sua produção, ou eventualmente um excedente das vendas internas, que é mais bem aproveitado se implantada em outros mercados com demanda potencial, aumentando o fluxo de comércio do país.

Por outro lado, o setor agrícola sempre participou marginalmente do IDE no país, por ser naturalmente um setor de atividades marcadas pela maior presença de empresas nacionais e voltado para a exportação, haja visto a dotação de recursos naturais do país e os incentivos históricos e públicos que auxiliaram o desenvolvimento da cultura agroexportadora. Com relação ao comércio externo, o recente crescimento da agroindústria no país, seja ela local ou de filial estrangeira, conferiu força às exportações, o que explica o aumento no volume de IDE no setor

primário, ainda que esse setor não represente um volume significativo nas nossas importações.

É importante ressaltar que nas últimas décadas o IDE melhorou a eficiência e competitividade de alguns setores, pois trouxe padrões produtivos e de gestão internacionais, e as privatizações internacionalizaram o sistema empresarial. Porém, houve um aumento das importações sem contrapartida equivalente das exportações, em parte pela valorização cambial do período e pelos influxos de capital das matrizes, o que agravou a vulnerabilidade externa do país e trouxe déficits para o balanço de pagamentos.

A utilização de importados na cadeia de valor nacional foi importante para que as empresas ganhassem competitividade e se modernizassem, contudo isso não se difundiu nos custos dos produtos e não ocasionou crescimento rápido das exportações, o que melhoraria a fragilidade externa local. Do mesmo modo, a internacionalização não alavancou de imediato a presença das empresas nacionais no exterior.

Quando analisamos o comportamento do fluxo de comércio intracorporativo, vemos que a movimentação dos capitais é semelhante a já analisada para o IDE, conforme a Tabela 4 abaixo, cujos setores foram discriminados pela atividade econômica principal das empresas.

TABELA 4: PARTICIPAÇÃO DO COMÉRCIO INTRACORPORATIVO NAS IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES SETORIAIS

Participação Estrangeira Total pelo País da <i> Holding</i>						
	2000			2005		
	Agricultura	Indústria	Serviços	Agricultura	Indústria	Serviços
Exportação	6%	82%	13%	2%	66%	31%
Importação	1%	76%	23%	1%	84%	15%

Participação Estrangeira Majoritária						
	2000			2005		
	Agricultura	Indústria	Serviços	Agricultura	Indústria	Serviços
Exportação	2%	81%	17%	2%	70%	28%
Importação	1%	75%	24%	1%	85%	14%

Fonte: Censo de Capitais 2000 e 2005, Bacen.

Conforme já citado anteriormente, o comércio no setor industrial sempre foi maior que nos outros setores, devido ao volume de negócios presente para os produtos, que possuem elevado nível de comercialização, bem como sua dimensão dentro da economia nacional, ao contrário dos outros setores, sobretudo o de serviços.

Em 2005, entretanto, o setor de serviços ganha participação nas exportações, tanto nas filiais estrangeiras quanto nos capitais estrangeiros como um todo, nas áreas de comércio atacadista, serviços prestados à empresas, turismo, informática e telecomunicações. Assim, podemos reafirmar que houve uma melhora significativa no desenvolvimento do setor de serviços que o tornou mais apto e preparado para atender aos mercados interno e externo. Dentre os fatores geradores dessa mudança, podemos citar não só o acompanhamento do desenvolvimento desse setor globalmente, mas também à melhora na dotação de recursos locais, como educação técnica, disponibilidade de crédito, estabilidade institucional e acessibilidade aos mercados externos.

Nesse sentido, na Tabela 5, pode-se verificar a relação das exportações das filiais estrangeiras no Brasil em comparação ao lucro líquido e à riqueza criada por setor econômico, com base na atividade econômica principal das empresas.

TABELA 5: EXPORTAÇÃO DE FILIAIS ESTRANGEIRAS NO BRASIL (2005)

	(em US\$ milhão)	Participação no Lucro Líquido	Participação na Riqueza Criada
Total	28.689,40	2,88%	0,54%
Setor Industrial	13.901,10	1,40%	0,26%
Setor de Serviços	29,60	0,00%	0,00%
Setor agrícola	14.758,70	1,48%	0,28%

Fonte: Revista Exame Melhores e Maiores 2005.

Verifica-se a característica fortemente agroexportadora do país, mas o desempenho da indústria é igualmente relevante na participação na riqueza criada e lucro das empresas.

Na Tabela 6, contudo, temos que o coeficiente de participação das exportações e importações na receita operacional líquida das filiais vem diminuindo no período analisado.

TABELA 6: COEFICIENTE DE COMÉRCIO EXTERIOR E RECEITA LÍQUIDA DAS FILIAIS (2005)

Participação Estrangeira Total pelo País da <i>Holdíng</i>				
	Intracorporação	Total	Intracorporação	Total
Exportação	7,4%	9,3%	3,7%	5,7%
Importação	8,0%	8,8%	2,8%	4,7%

Participação Estrangeira Majoritária				
	Intracorporação	Total	Intracorporação	Total
Exportação	7,0%	7,3%	4,0%	6,0%
Importação	8,6%	8,8%	3,0%	5,0%

Fonte: Censo de Capitais 2005, Bacen.

Isso nos permite inferir que as filiais estão direcionando seus negócios para o mercado local, aproveitando a estabilidade da economia e o crescimento da demanda interna. O comportamento desse indicador é típico da estratégia *market-seeking*, ou seja, as filiais se instalaram no Brasil buscando além de melhores condições para produzir, aumentarem sua competitividade e participação no mercado local e regional na América Latina. Nessa estratégia, são mais comuns os investimentos horizontais, ou seja, quando as empresas replicam suas estruturas produtivas localmente, delimitando mercados de atuação para cada um dos componentes da firma para atingir mais nichos.

Outra estratégia é a do investimento motivado por *resource-seeking*, muito forte até os anos 80, pois o país dispõe de uma gama de recursos naturais e econômicos atraentes para investidores, além de possuir um custo produtivo e transacional relativamente baixo diante da Europa e EUA. Esse último quesito é aproveitado por empresas que, além de se dedicarem ao mercado local, também utilizam o Brasil como plataforma exportadora, que tem tanto um ambiente institucional favorável como câmbio desvalorizado.

Devido à intensa internacionalização da economia brasileira, temos impactos significativos para a economia local, por exemplo, quanto à movimentação de

capitais e divisas, determinação de políticas cambiais e fiscais que favoreçam o estabelecimentos dessas firmas no país.

Essa grande internacionalização da economia pode ser verificada na Tabela 7, devido ao peso das exportações e importações das filiais no comércio exterior nacional.

**TABELA 7: PARTICIPAÇÃO DO COMÉRCIO
INTRACORPORATIVO NAS IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES
DO BRASIL**

Participação Estrangeira Total pelo país da <i> Holding</i>		
	2000	2005
Exportações	48,2%	26,2%
Importações	51,2%	31,9%

Participação Estrangeira Majoritária		
	2000	2005
Exportações	39,2%	22,8%
Importações	47,8%	27,8%

Fonte: Censo de Capitais 2000 e 2005, Bacen.

Em 2000, todos os coeficientes apontam para uma participação significativa do comércio intracorporativo na economia, pois representa aproximadamente metade de toda a atividade ligada ao exterior no país, o que indica que as filiais têm um grau de abertura comercial grande. Primeiramente, porque sua instalação no país deveu-se não só ao aproveitamento do mercado interno, mas também do regional e outros, utilizando o Brasil como plataforma exportadora, conforme já mencionado. Em segundo lugar, as filiais tendem a se relacionar muito mais com suas matrizes para adquirir produtos para sua cadeia de valor, P&D ou crédito do que com outras empresas, pois normalmente estão submetidas a acordos sigilosos e seus produtos dependem em grande medida de partes e peças, ou mesmo do marketing, feitos pela matriz, já que o IDE no Brasil não se caracteriza pela transferência total de tecnologia. De acordo com Hiratuka & De Negri (2003), é

comprovado que as filiais importam mais produtos de seus países de origem do que qualquer outro.

Em 2005, vê-se que a participação do comércio intrafirma caiu, mas continuou significativo, respondendo por aproximadamente um terço do comércio exterior realizado no Brasil. Isso pode apontar, como já mencionado, ao crescimento das vendas das filiais no mercado interno, e também para o crescimento das empresas nacionais na economia.

Na próxima Tabela, podemos observar que também há uma queda na participação do comércio intrafirma na movimentação dos capitais estrangeiros no país. Entretanto, mesmo com essa queda e com o aumento do IBDE (Investimento Brasileiro Direto Externo), as filiais estrangeiras comandam mais da metade de nossa balança comercial.

TABELA 8: PARTICIPAÇÃO DO COMÉRCIO INTRACORPORATIVO NAS IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES DE CAPITAL ESTRANGEIRO NO BRASIL

Participação Estrangeira Total pelo País da <i> Holding</i>		
	2000	2005
Exportações	79,9%	64,8%
Importações	90,7%	59,2%

Participação Estrangeira Majoritária		
	2000	2005
Exportações	65,0%	66,5%
Importações	84,6%	60,6%

Fonte: Censo de Capitais 2000 e 2005, Bacen.

A partir dos dados da Tabela acima, verificamos que a participação da exportação diminuiu nos últimos anos, o que quer dizer que o país está gradativamente deixando de ser um *Global Value Sourcing*, ou seja, um país caracterizado por ter baixos custos de produção. De acordo com a estratégia de *resource-seeking*, o país deve sempre apresentar custos de produção baixos para

incentivar investimentos verticais, ou seja, aqueles que permitem dividir a cadeia de valor da firma conforme o que lhe é mais competitivo. O Brasil sempre foi um país caracterizado pela boa dotação de recursos naturais e baixos custos, contudo, com o crescimento asiático a partir dos anos 80 foi perdendo competitividade, pois a Ásia apresenta custos muito reduzidos para mão de obra qualificada, grandes incentivos para instalação de indústrias e câmbio mais desvalorizado que o brasileiro, tornando suas condições produtivas muito mais atraentes que as brasileiras. Isso adicionado ao crescimento da demanda interna torna mais interessante para as empresas residentes no Brasil direcionar suas vendas aos mercados local e regional.

Na Tabela 9 abaixo, podemos verificar quais setores têm maior participação no comportamento do comércio intracorporativo em 2005.

TABELA 9: PARTICIPAÇÃO SETORIAL DO COMÉRCIO INTRACORPORATIVO NAS IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES DE CAPITAL ESTRANGEIRO NO BRASIL (2005)

Participação Estrangeira Total pelo País da Holding

Participação da Atividade Econômica Principal no Comércio Intrasetorial		
	Exportação Intrasetorial	Importação Intrasetorial
Agricultura	34,3%	29,6%
Indústria	37,3%	35,5%
Serviços	39,7%	38,0%

Participação da Atividade Econômica Principal no Comércio Intracorporativo Total		
	Exportação Setorial	Importação Setorial
Agricultura	2,4%	1,2%
Indústria	66,3%	84,3%
Serviços	31,3%	14,5%

Fonte: Censo de Capitais 2005, Bacen.

Com relação ao comércio intrasetorial, é o setor de serviços que mais realiza exportações e importações entre suas firmas e respectivas matrizes, sendo o comércio atacadista, serviços prestados à empresas, turismo, informática e telecomunicações as áreas que mais se destacam. Seguido do setor industrial na participação do comércio, as áreas que mais movimentam divisas são indústria automotiva produtos químicos, alimentos e bebidas, eletrônicos e componentes de comunicação, máquinas e equipamentos e transporte, conforme a Tabela 10. O

setor agrícola tem basicamente a área de extração de petróleo e serviços relacionados, e extração de minerais não metálicos como relevantes.

TABELA 10: COMÉRCIO EXTERIOR NAS FILIAIS DO SETOR INDUSTRIAL (2000-2005)

(em US\$ mil)

Atividade econômica principal da empresa (CNAE)	2000		2005		Comércio Exterior Total	Comércio Exterior Total
	Importação	Exportação	Importação	Exportação		
Total da Indústria	20.558	18.517	39.074	32.184	35.871	68.055
Indústria automotiva	4.833	4.782	9.616	5.974	10.199	16.173
Produtos químicos	5.271	1.670	6.940	8.221	2.804	11.025
Alimentos e Bebidas	987	4.331	5.318	924	4.990	5.914
Materiais eletrônicos e componentes de comunicação	2.527	787	3.314	4.361	2.569	6.930
Máquinas e equipamentos	1.540	1.697	3.237	2.699	4.279	6.977
Máquinas e materiais elétricos	981	774	1.755	1.558	927	2.485
Metalurgia básica	431	1.247	1.678	713	1.991	2.703
Artigos de borracha e plástico	779	697	1.476	1.354	906	2.260
Máquinas para escritório e equipamentos de informática	931	118	1.049	1.132	286	1.418
Papel e celulose	459	363	822	318	954	1.272
Produtos de fumo	62	708	770	48	904	953
Produtos de metal	320	341	662	227	236	464
Equipamentos de transporte	382	238	620	2.373	3.188	5.562
Produtos de minerais não-metálicos	195	212	407	146	292	439
Equipamentos médicos e odontológicos	273	110	383	258	235	493
Produtos têxteis	235	74	310	235	335	569
Móveis e indústrias diversas	162	99	261	87	107	194
Artigos de couro e calçados	23	171	194	24	249	273
Produtos de madeira	55	80	135	139	313	452
Edição, impressões e gravações	86	9	95	68	21	88
Vestuário e acessórios	25	8	32	9	8	17
Reciclagem	1	0	1	1	1	1
Petróleo e derivados	0	0	1	1.316	77	1.392

Fonte: Censo de Capitais 2000 e 2005, Bacen.

Já com relação à análise da participação dos setores no comércio exterior total, vemos que a indústria tem o maior peso, em especial nas importações. Isso se dá pelo motivo já citado da afinidade em importar partes e peças, produtos intermediários e serviços das matrizes para complementar a cadeia produtiva.

Isso indica que o comércio intrafirmas é mais intenso entre empresas com capital majoritariamente estrangeiro do que as nacionais, seja por incentivos ou barreiras diminutas à essa transferência de recursos, ou como já apontado, pela relação de importação de tecnologia, P&D ou partes e peças de suas matrizes para completar sua cadeia de valor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se concluir que as firmas estão buscando alternativas para se enquadrar na nova configuração concorrencial, que implica em intensa e dinâmica movimentação dos mercados e competidores, e exige respostas rápidas de todos os agentes. Adicionalmente, o crescimento dos países em desenvolvimento, com melhora na distribuição de renda, evidencia o aparecimento de mercados maiores, aos quais as transnacionais devem se adaptar para conquistar.

Para tanto, a internacionalização da produção se mostra ainda mais desejada, pois é ferramenta de adaptação e aproximação com os mercados locais e regionais das transnacionais, além de possibilitar arranjar seus recursos internos de maneira mais otimizada com a disponibilidade de recursos externos, sejam eles naturais, artificiais como tarifas, ou pacotes de atrativos de um país que busca se industrializar.

As empresas que utilizam esse artifício tendem a ter resultados melhores que as firmas locais, pois fazem valer seu volume global para negociar com fornecedores e instituições governamentais e de crédito. Além disso, sua própria dimensão transmite mais credibilidade para os clientes, o que garante uma parcela preferencial relevante de *market share*.

No Brasil, a internacionalização produtiva é extremamente relevante para a economia, especialmente a partir da ditadura militar. O fluxo intracorporativo foi o artifício mais importante utilizado para trazer dinamismo e tecnologia para o desenvolvimento do país. Desde então, a participação das empresas estrangeiras na estrutura produtiva e comercial tem se mostrado continuamente importante para esse desenvolvimento.

Seu peso aumentou nos anos 90, com a abertura comercial e o forte processo de privatização liderado pelo governo. Nesse período, ficou evidente que a internacionalização ocasionou um aumento expressivo das importações, tanto devido à valorização cambial quanto à dinâmica das relações entre matrizes e filiais,

que traziam grande fluxo de comércio ao país, sem uma contrapartida equivalente na expansão das exportações. Desse modo, o país depende muito dos investimentos e capitais externos em sua economia, e estes influenciam as taxas de juros e câmbio locais, podendo prejudicar as exportações brasileiras no caso de uma apreciação cambial.

Também observou-se uma assimetria entre as filiais estrangeiras e as empresas nacionais, pois as primeiras têm resultados melhores na receita líquida e no comércio exterior, o que é explicado por seu maior grau de abertura comercial e proximidade com a matriz externa.

Nos anos 2000, conforme citado acima, a participação das filiais na economia continuou intensa, devido à estabilidade, incentivos e abertura de mercados, ainda que proporcionalmente menor nas exportações e importações. Dentre os motivos para essa queda no comércio internacional das filiais estrangeiras residentes no Brasil, temos o crescimento cada vez mais acentuado do IBDE devido ao desenvolvimento das indústrias locais, especialmente através das exportações e operações de fusão e aquisição de empresas estrangeiras que agregam valor ao negócio local. Essa movimentação diminui a volatilidade brasileira diante dos movimentos do capital externo, e permite uma nova inserção internacional para o país. Assim, o Brasil se configura não apenas como um país agroexportador, mas também como fornecedor de produtos industriais e serviços para o mercado externo com uma economia baseada na participação estrangeira e no desenvolvimento local.

BIBLIOGRAFIA

Censo de Capitais Estrangeiros (1995). Departamento de Monitoramento do Sistema Financeiro e de Gestão da Informação – DESIG. Banco Central do Brasil.

Censo de Capitais Estrangeiros (2000). Departamento de Monitoramento do Sistema Financeiro e de Gestão da Informação – DESIG. Banco Central do Brasil.

Censo de Capitais Estrangeiros (2005). Departamento de Monitoramento do Sistema Financeiro e de Gestão da Informação – DESIG. Banco Central do Brasil.

DUNNING, John H. Explaining International Production. Unwin Hyman, 1988.

HIRATUKA, C., DE NEGRI, F. Padrões regionais de comércio exterior brasileiro: qual a influência da origem do capital? Núcleo de Economia Industrial e Tecnologia – NEIT, UNICAMP. Campinas, 2003.

HIRATUKA, C., SARTI, F. Internacionalização de Empresas Brasileiras no período recente. Núcleo de Economia Industrial e Tecnologia – NEIT, UNICAMP. Campinas, 2010.

PORTER, Michael E., 1947. Competição = On competition: estratégias competitivas essenciais. Campus, 1999.

Revista Exame Melhores e Maiores. Editora Abril. Várias edições.

SARTI, F., LAPLANE, M. O Investimento Direto Estrangeiro e a Internacionalização da Economia Brasileira nos anos 1990. Núcleo de Economia Industrial e Tecnologia – NEIT, UNICAMP. Campinas, 2002.

WILLIAMSON, Oliver E. The mechanisms of governance. Oxford University Press, 1996.

World Investment Report (1993). Transnational Corporations and Integrated International Production. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).

World Investment Report (2005). Transnational Corporations and the Internationalization of R&D. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).

World Investment Report (2009). Transnational Corporations, Agricultural Production and Development. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).