

Internacionalização: de pessoas ou empresas?

Ricardo Cerqueira Leite (*)

O processo histórico revela que é da essência do ser humano buscar novos horizontes e inovar. Essa afirmação é mais absoluta quando analisada sob o âmbito do empreendedorismo

No século XV, a geração empreendedora deixou como legado a expansão marítima. Um novo continente foi descoberto; novas rotas foram estabelecidas. No século XVII teve início a revolução industrial e assistimos aos fenômenos da produção em larga escala, bem como a criação da denominada economia de mercado. Os empreendedores da época deram origem às organizações transnacionais, pois a produção em escala demandava adentrar o mercado estrangeiro.

Vivemos agora a intensidade da revolução tecnológica. Identificar uma rotina humana, produtiva ou não, e automatizá-la, satisfazendo-a por meio de um APP, por exemplo, é um mote atual. A pandemia da COVID-19 impôs mudanças profundas nas relações mais relevantes do ser humano. O trabalho passou a ser remoto, as reuniões de negócio passaram a ser remotas, a forma de consumir ganhou novos contornos e, neste contexto, a tecnologia adentrou novo patamar, eliminando ainda mais as fronteiras da distância.

Com essa introdução, quero destacar que o ambiente econômico passou e passa de forma intensa e contínua por um processo acelerado de integração entre os diversos agentes. Em outras palavras: o mundo está muito menor do que era há alguns anos. Produzir na China e vender para os Estados Unidos; produzir nos Estados Unidos e vender para a Europa; produzir no Brasil e vender para a China; desenvolver um software na Índia e comercializá-lo por meio de uma empresa norte-americana; contratar uma empresa de marketing digital no Brasil para alavancar negócios em outros países, são apenas alguns exemplos de atividades que se tornaram corriqueiras.

Cada vez mais o ambiente econômico se desenvolve em um mundo praticamente sem fronteiras. Neste contexto, cabem os questionamentos: como a sua organização tem reagido a esse processo histórico de inovação e busca de novos horizontes? Como sua organização tem se posicionado num mundo cada vez menor? Sua organização consegue captar essas mudanças e aproveitar as oportunidades que despontam num ambiente internacional cada vez mais dinâmico?

No Brasil, o capítulo da internacionalização das empresas tem ganho maior relevo. A liderança empreendedora, independentemente do porte da organização, mais do que nunca percebeu todas essas mudanças e busca identificar os meios para se inserir neste mundo globalizado. A janela de oportunidades se expandiu ainda mais na medida em que temos um câmbio altamente favorável às exportações, sem contar que não existe mais a benesse de juros de dois dígitos para remunerar o capital que permanecia inerte nos bancos. Investir, inovar, expandir, qualificar-se são as opções para o crescimento empresarial.

Por onde começar esse processo de internacionalização? Minha visão: tenho aprendido que as pessoas se internacionalizam antes de suas organizações. O caminho da busca de novos mercados, a busca pela internacionalização das empresas, sem a internacionalização das pessoas que integram ou apoiam essas organizações muito dificilmente ocorrerá ou, se ocorrer, vai se desenvolver em limites abaixo do potencial.

Ora, se a internacionalização é um fato, um caminho já traçado, o que temos feito como indivíduos para de igual forma nos internacionalizarmos e não perdermos o bonde da história? Entendo que falar sobre internacionalização de pessoas, num país em que as prioridades estão atreladas à sobrevivência de tantos indivíduos e famílias, pode até parecer insensível. Porém, num país continental como o Brasil, com mais de 210 milhões de pessoas, há um contingente enorme que pode sim caminhar pela trilha da internacionalização individual e quiçá contribuir para gerar oportunidades aos menos favorecidos.

Conhecer outros idiomas, estudar sobre a história e a cultura de outros países, fazer um curso no exterior, participar de alguma organização internacional, abrir uma conta corrente fora do país, fazer um investimento no exterior, ainda que de pequena monta, constituir uma pessoa jurídica estrangeira como veículo para participações em outras empresas, criar um planejamento sucessório que contenha pessoas jurídicas internacionais, buscar uma segunda cidadania, construir uma história de crédito no país desejado, são exemplos de ações que cada indivíduo pode considerar no seu processo pessoal de internacionalização.

Ao seguir essa trilha, a visão se ampliará, o conjunto de experiências no ambiente externo trará mais segurança para outros passos e um novo leque de oportunidades vai se descortinar. Permitam-me um exemplo pessoal: aos 20 anos de idade, participei de um projeto voluntário com mais de 200 jovens norte-americanos. Muitos disseram que participar desse projeto seria uma perda de tempo e iria atrasar meus estudos, pois foram dois anos dedicados a isso.

Porém, a interação cultural e a minha internacionalização pessoal foram aquisições sem preço para um jovem de 20 anos. Entendi que precisava estudar fora e, depois, o desejo da conquista me impulsionou a superar quaisquer obstáculos e assim conseguir um mestrado em Direito Comercial Internacional numa Universidade renomada nos Estados Unidos. Essas escolhas fizeram toda a diferença na vida pessoal, familiar e profissional. Esses foram os passos iniciais de uma história da internacionalização.

Talvez a pergunta mais cabível não seja o que a organização que você integra tem feito para se internacionalizar, mas sim o que você tem feito para buscar a sua internacionalização pessoal. Cada um tem o seu caminho. O importante é começar no ponto em que você se encontra e dar os passos que você alcança.

(*) - Mestre em Direito Comercial Internacional, é sócio-fundador da Cerqueira Leite Advogados Assessoria e especialista em Direito Tributário e Direito Empresarial.

Pesquisa mapeia tendências de gestão para 2021

“A forma como cada um se prepara para as dificuldades é determinante para o êxito quando uma nova onda de desafios surge; afinal, definir estratégia envolve fazer escolhas, e quais são as nossas escolhas para 2021?”

Em 2020, a gestão empresarial enfrentou muitos desafios, que – por um lado – mostraram algumas vulnerabilidades, mas colocaram também de manifesto – por outro lado – um grande terreno de oportunidades para quem soube se preparar, ou mesmo para quem teve um tempo ágil de resposta às transformações geradas pela pandemia. Neste cenário pudemos observar alguns segmentos e até empresas específicas com mais dificuldade de atuar, e outras com mais habilidade de adaptar estratégias, além de agilidade na execução.

A fim de identificar o real cenário e as perspectivas para 2021, a Marken Consulting ouviu 74 líderes de pequenas, médias e grandes empresas nas regiões sul, sudeste e norte. E, como todo mapeamento de oportunidades, a pesquisa identifica algumas tendências. As perspectivas dos gestores para 2021 giram em torno dos seguintes temas: 30% acreditam no aumento das vendas online em seu setor; 45% pretendem ampliar ou desenvolver e-commerce; 64% consideram buscar ou renegociar contrato com fornecedores; 42% não pretendem demitir; 20% pretendem diminuir o tempo de home office; 75% planejam aumentar investimentos em



Nesse cenário, 89% das empresas devem desenvolver novas parcerias de negócio.

treinamentos e 58% pensam em contratar.

Para 12%, venda ou fusão é uma opção, porém, para 50%, a venda da empresa está descartada; só que há outras estratégias em jogo também, tais como busca de empréstimos (provável para 15%), busca de novos sócios (21%), entrada de investidores (22%) e até aquisições, que representa uma alternativa para 26%. “O cenário se mostra propício, por exemplo, para fusões e aquisições, já que – apesar da volatilidade do momento – algumas empresas estão observando oportunidades para a expansão dos negócios, e principalmente as estrangeiras veem o Brasil como excelente oportunidade de investimento neste momento”, explica Letícia Marodin, diretora da Mar-

kenz e líder da pesquisa.

Nesse cenário, 89% das empresas devem desenvolver novas parcerias de negócio. Além disso, 74% pretendem entrar de cabeça no mundo digital, aumentando sua presença nessa seara. Já 71% devem criar novos produtos e serviços, e 58% devem ampliar as operações. Os entrevistados afirmaram que existem grandes obstáculos para a retomada de crescimento. Entre eles estão, segundo 36% dos entrevistados, a dificuldade para obter dados confiáveis e a incerteza para investir.

“Também tem sido um impeditivo a equipe reduzida (para 34%), a incerteza cambial (para 30%), a pouca habilidade dos colaboradores (para 25%) e a carga tributária (para 23%)”, afirma Letícia. No entanto, tudo isso

parece ser superável com a busca de novas parcerias de negócio, como a pesquisa também relata, entre outras estratégias. Viagens de negócio permanecerão muito reduzidas, de acordo com 74% dos entrevistados. Já 70% acreditam que a forma de vendas B2B será reinventada e que a transparência de gestão empresarial será um padrão.

A sustentabilidade está na mira de 64%, que veem que a produção contará com produtos mais amigáveis ao meio ambiente. Enquanto isso, a demanda de compra por produtos nacionais aumentará, segundo 42% dos gestores, uma vez que a cadeia de suprimentos global será reduzida. Para 28%, a maioria da força de trabalho continuará com teletrabalho e, ainda, haverá redução de preços das cadeias de suprimentos para atender menor poder de compra.

“A forma como cada um se prepara para as dificuldades é determinante para o êxito quando uma nova onda de desafios surge; afinal, definir estratégia envolve fazer escolhas, e quais são as nossas escolhas para 2021?”, completa, com uma leve provocação para que pensar em melhores estratégias seja sempre um hábito. Fonte e mais informações: (www.markenz.com.br).

Conheça sete mitos sobre consumo de energia doméstico

As contas de luz estão cada vez mais caras, e o consumo devido ao isolamento social para muitas residências aumentou pelo maior número de pessoas trabalhando em home office e o retorno das atividades comerciais. Recentemente, a Aneel aprovou para o mês de janeiro estabelecer a bandeira tarifária amarela, o que significa a cobrança extra de 1,35 reais para cada 100 quilowatts-hora. Para o ano de 2021, os consumidores precisam se preparar, uma vez que a inflação dos preços de energia elétrica, gás de cozinha e combustíveis deve pesar ainda mais no bolso.

Economizar energia é um fator essencial para o balanço financeiro das residências e empresas, e para tornar mais sustentáveis nossas ações, existem sete mitos sobre o consumo de energia doméstico que o consumidor precisa saber. O especialista em eficiência energética da W-Energy, Wagner Cunha Carvalho (*), desvenda hábitos que no cotidiano, seja em momentos de trabalho ou lazer, passam despercebidas e influenciam no valor das contas de luz.

- 1) Aparelhos conectados na tomada, desligados, não consomem energia** - Os eletrodomésticos como televisão, modem de internet, micro-ondas, equipamentos de TV à cabo, computadores, etc., por mais que estejam em stand by ou desligados, consomem energia na tomada. Esse consumo é mínimo, mas se somar todos os aparelhos de uma casa, pode representar até 15% do valor da conta de luz.
- 2) Chuveiro é o aparelho que mais consome energia na casa** - Ele é um dos grandes vilões da conta de luz e consome muita energia quando ligado, principalmente no modo inverno. No entanto, a longo prazo, a geladeira ganha no consumo mensal, pois precisa de mais energia para manter o seu funcionamento. O ideal é prestar atenção na temperatura do chuveiro e evitar tomar banhos demorados. Para as crianças, use um “timer” de cinco minutos, como um desafio positivo.
- 3) Aparelhos com tensão 220V gastam menos energia** - A tensão dos aparelhos não influencia na conta de luz. O consumo de eletrodomésticos de 110v como de 220v são equivalentes. O que realmente influencia é a potência do aparelho. Vale lembrar também de verificarmos o Selo Procel de Economia de Energia, e priorizarmos os mais eficientes de categoria A. Os aparelhos de 220v contam com uma vida útil maior, mas precisa ter cuidado para não ligar aparelhos de 110v em tomadas de 220v, pois podem queimá-los ou danificá-los.
- 4) É seguro utilizar e carregar o celular simul-**



Economizar energia é um fator essencial para o balanço financeiro das residências e empresas.

taneamente - Apesar dos aparelhos celulares passarem por testes rigorosos de segurança, não é adequado utilizá-lo enquanto o carrega na tomada. Isso porque a bateria do aparelho pode superaquecer e gerar uma explosão, ou então o cabo gerar um curto e princípios de incêndio. Já vimos diversos casos divulgados na mídia e todo cuidado é mínimo.

5) O tipo de lâmpada não influencia muito na conta de luz - Lâmpadas decorativas podem consumir bastante energia sem percebermos. A tecnologia LED (Light Emitter Diode), hoje em dia é uma das mais eficientes e contribui muito para redução do consumo. Pode ser até dez vezes mais econômica do que outros tipos de lâmpadas.

6) O consumo de água não tem relação com a conta de luz - Nas residências, o consumo de água e luz possui uma relação direta. O chuveiro elétrico, torneiras elétricas, máquinas de lavar roupas e lavar louças, consomem os dois recursos simultaneamente. Em apartamentos, por exemplo, é necessário o uso de uma bomba de funcionamento elétrico para levar a água da rua até a caixa d'água. Quando economizamos água, também economizamos energia e vice-versa.

7) A posição do ar-condicionado não influencia na conta de luz - Posicionar o aparelho de ar-condicionado na parte superior dos cômodos é mais indicado. Isso porque o ar quente do ambiente é menos denso e, quando sobe, é resfriado e depois desce frio. Assim, é importante que o aparelho fique em um lugar onde o sol não incida diretamente, para facilitar a convecção térmica.

(*) - Especialista em eficiência hídrica e energética, à frente da W-Energy, maior empresa de economia de água e energia do mundo (www.wenergy.com.br).