

ESTRATÉGIAS INTERNACIONAIS DAS EMPRESAS

As estratégias de empresas que atuam em mais de um país são objeto de estudo de vários campos do conhecimento, destacando-se Economia Internacional, Negócios Internacionais e Gestão Internacional. A distinção mais importante entre estas e outras abordagens é se a análise é privada, visando a competitividade e a sustentabilidade financeira da firma, ou se a

análise é de bem-estar coletivo, examinando os benefícios e custos sociais, para os vários países envolvidos, decorrentes da implementação de uma estratégia empresarial. A seguir, Fábio L. Mariotto, da FGV-EAESP seleciona alguns livros recentes e notáveis que tratam de Estratégia Internacional da Empresa sob vários enfoques.



● **MULTINATIONAL ENTERPRISE AND ECONOMIC ANALYSIS.** Richard E. Caves. New York: Cambridge University Press, 2007, 400 p.

Nesta terceira edição do seu já clássico livro sobre a empresa multinacional, Richard Caves sintetiza a pesquisa sobre o assunto realizada desde os anos 1960 até 2005. Na nova versão, substancialmente reescrita e atualizada, o livro continua a ser o único texto que se apóia em contribuições tanto de economia quanto da gestão de negócios. Já na edição original, de 1982, Caves tinha conseguido integrar teoria e evidência empírica, a primeira derivada principalmente da ciência econômica e a segunda, sobretudo das pesquisas em administração, ciência política e áreas adjacentes.



● **REDEFINING GLOBAL STRATEGY.** Pankaj Ghemawat. Boston, MA: Harvard Business School Press, 2007, 304 p.

Numa abordagem definitivamente gerencial, Pankaj Ghemawat fundamenta suas propostas começando por refutar duas crenças muito difundidas. A primeira é a idéia de que o mundo tornou-se “plano” e sem fronteiras. As diferenças ao longo de fronteiras nacionais são maiores do que se pensa, diz Ghemawat, e a maior parte da atividade econômica, mesmo o investimento direto, o turismo e as comunicações, ocorre localmente, não internacionalmente, o que tende a preservar as diferenças. A segunda crença errônea, segundo Ghemawat, é a de que a estratégia internacional se resume em atenuar os efeitos das diferenças nacionais mediante uma padronização global dos produtos ou, alternativamente, de uma adaptação do produto a cada local. Essa visão ignora uma terceira possibilidade, a arbitragem, que permite à empresa explorar as diferenças, em vez de atenuá-las.



● **COOPERATIVE STRATEGY.** John Child, David Faulkner e Stephen Tallman. New York: Oxford University Press, 2005, 472 p.

Esta é a segunda edição do livro originalmente intitulado *Strategies of Cooperation*, de 1998. O livro oferece uma visão clara e abrangente das alianças estratégicas entre empresas, uma modalidade cada vez mais importante de estratégia internacional, especialmente de estratégia de entrada em novo mercado. Os autores usam diversas perspectivas disciplinares para analisar esses arranjos cooperativos: economia, estratégia e teoria das organizações.



● **HANDBOOK OF RESEARCH ON INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP.** Léo-Paul Dana (Ed.). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2006, 864 p.

Esta é uma notável obra de referência do novo campo de empreendedorismo internacional, de grande interesse para o Brasil. Ao todo, 70 autores contribuíram para os 43 artigos contidos nas quase 900 páginas deste manual. O organizador da coletânea faz notar que, nos últimos anos, nações e empresas individuais tornaram-se competidores internacionais menos importantes e que as redes multipolares estão ficando mais importantes. Nessas redes, empreendedores e empresas de diferentes tamanhos interagem tanto em simbiose como em competição, de diversas formas, que agora começam a ser compreendidas.



● **CRITICAL PERSPECTIVES ON INTERNATIONALIZATION.** Virpi Havila, Mats Forsgren e Hakan Hakansson (Eds.). Amsterdam: Pergamon (Elsevier Science), 2002, 470 p.

Este livro é uma coleção de leituras que se concentram em aspectos problemáticos da internacionalização dos negócios, sob o ponto de vista do bem-estar social. A utilidade deste texto para o estudioso de estratégias empresariais internacionais está em chamar a atenção para esses aspectos e, dessa forma, enriquecer a compreensão dos processos envolvidos na internacionalização das empresas. O livro é bem organizado e as leituras são de autores consagrados do campo de Negócios Internacionais, tais como Buckley, Johanson, Lorange e Andersen.