

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

Novos desafios para a indústria brasileira [New challenges for the Brazilian industry]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

| | |
|---------------|---|
| Item Type | Article |
| Authors | Zanoni, Anelise |
| Publisher | Instituto Humanitas Unisinos - IHU |
| Rights | With permission of the license/copyright holder |
| Download date | 2026-06-11 08:33:52 |
| Link to Item | http://hdl.handle.net/20.500.12424/159946 |

Novos desafios para a indústria brasileira

Para Yeda Swirski de Souza, doutora em Psicologia, a internacionalização de empresas brasileiras ganha relevância não só para a conquista de novos mercados, mas para assegurar competitividade no mercado interno

POR ANELISE ZANONI E PATRICIA FACHIN

Para confirmar a ideia de manter indústrias com produção intensiva e lucrativa, torna-se inevitável o baixo custo e, automaticamente, a presença de novos concorrentes. Neste mercado acirrado o desafio das empresas brasileiras, conforme a psicóloga Yeda Swirski de Souza, é o de competir internacionalmente com base na produção de produtos e serviços que tenham atratividade por sua qualidade, design, estilo e demais atributos de diferenciação.

“O Brasil já deixou de ser competitivo para aquelas empresas que exportam com base no custo de seus produtos”, disse a doutora em Psicologia em entrevista por e-mail para a **IHU On-Line**. Na opinião de Yeda, o empreendedorismo internacional é necessário para assegurar a capacidade competitiva de uma empresa. Contudo, “nem todas contam com os recursos necessários para, de forma isolada, enfrentar a esse desafio”. Com a intenção de evitar um desastre social diante da perda de competitividade de algumas industriais, ela sugere que “há muito a ser feito no âmbito de políticas públicas, responsabilidade corporativa e terceiro setor”.

Coordenadora do Programa de Pós Graduação em Administração da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Yeda Swirski de Souza tem mestrado em Administração de Empresas e doutorado em Psicologia. É pesquisadora das áreas de comportamento organizacional e estratégia e coordena o projeto de cooperação entre o programa de pós-graduação e a University of Texas Pan American. Confira a entrevista.

IHU On-Line - Como vê o processo de internacionalização das empresas brasileiras? Pode-se dizer que, a partir desta tendência de internacionalização, a indústria nacional vive uma nova fase?

Yeda Swirski de Souza - Observa-se, nos últimos anos, um aumento da capacidade de consumo interno no país em diferentes setores. Cada vez mais, esse fortalecimento do Brasil como um mercado consumidor promove o interesse de empresas multinacionais em atuar no País. Nesse contexto, a internacionalização de empresas brasileiras ganha relevância não só para a conquista de novos mercados, mas, sobretudo, para assegurar sua competitividade no mercado interno. As empresas brasileiras, tenham ou não escolhido atuar em mercados externos ao País, enfrentam a competição internacional e precisam estar preparadas para este desafio.

IHU On-Line - O processo de internacionalização de empresas de países emergentes se torna importante neste momento? Por quê?

Yeda Swirski de Souza - Empresa de países emergentes como o Brasil, Índia, China e Rússia há algum tempo ganharam relevância e competitividade na economia internacional. Ainda no século XX, a indústria intensiva em trabalho como a calçadista, a moveleira, a têxtil e outras foi paulatinamente transferida dos Estados Unidos e de países europeus para países emergentes. Exemplo desse movimento está na emergência do Vale dos Sinos como aglomerado calçadista exportador ainda ao final do século XX. Contudo, nesse modelo, a atratividade dos pólos exportadores é dependente da manutenção de baixo custo e, desse modo, é extremamente vulnerável a presença de novos concorrentes.

O novo desafio para empresas brasileiras é o de competir internacionalmente com base em capacidades para produzir produtos e serviços que tenham atratividade por sua qualidade, design, estilo e demais atributos de diferenciação. O Brasil já deixou de ser competitivo para aquelas empresas que exportam com base no custo de seus produtos.

Além disso, o Brasil conta com grandes empresas de classe mundial que atuam internacionalmente. Os exemplos da Gerdau e Marcopolo são já bastante conhecidos e reveladores do desenvolvimento empresarial no País.

IHU On-Line - Em termos de empreendedorismo internacional, as ações da Azaléia se justificam? Por quê?

Yeda Swirski de Souza - O empreendedorismo internacional é necessário, como antes mencionei, para assegurar a capacidade competitiva de uma

empresa. Contudo, nem toda empresa conta com os recursos necessários para, de forma isolada, enfrentar a esse desafio. Às vezes, ações orquestradas entre governo, empresas, centros de pesquisa, Universidades contribuem para a mudança da matriz econômica de uma região e para a competitividade individual de empresas.

Da mesma forma, uma ação orquestrada entre diferentes agentes é, muitas vezes, necessária para responder pelos efeitos sociais de decisões empresariais. Seria desejável que as empresas, individualmente, pudessem responder de forma adequada e responsável a todos os públicos que a compõe, acionistas, empregados, clientes e sociedade de modo geral. Esse conjunto de públicos forma um sistema complexo, formado por interesses, muitas vezes, divergentes. Sociedades maduras revelam capacidade em encontrar um equilíbrio adequado entre esses diferentes públicos. Para evitar um desastre social diante da perda de competitividade de algumas industriais, há muito a ser feito no âmbito de políticas públicas, responsabilidade corporativa e terceiro setor.

IHU On-Line - Quais os principais desafios para a indústria nacional a partir do processo de internacionalização?

Yeda Swirski de Souza - Desafios para a internacionalização precisam ser analisados de forma específica para cada setor industrial. Como já mencionei, o País conta com empresas de grande porte plenamente internacionalizadas. Nesse caso, os desafios devem ser analisados em termos comparativos. Por exemplo, se um avião da Embraer compete com um similar canadense, é preciso analisar que aspectos favorecem ou dificultam a essa concorrência.

Em setores tradicionais, como o do vestuário, vemos assistindo a uma emergência fabulosa da capacidade de inovação por meio de estilo e design. A presença internacional da moda brasileira ainda não é quantitativamente expressiva, porém qualitativamente já vem revelando presença em termos de marcas e estilistas. Nesse caso, tam-

bém é preciso entender que aspectos contribuem ou não para o fortalecimento de marcas e imagem de empresas brasileiras que atuam nesse setor.

Já em setores intensivos em tecnologia e conhecimento, como o de tecnologia da informação, sabe-se que o Brasil, além de mercado atrativo, conta com profissionais talentosos, o que tem motivado a localização de grandes empresas que lideram o setor globalmente no Brasil. Nesse contexto, as pequenas e médias empresas brasileiras do setor tem como desafio enfrentar ciclos de vida do produto muito rápidos e que são próprios a esses setores. Isso faz com que pequenas empresas do setor que iniciam movidas por projetos inovadores não sobrevivam, pois, com poucos recursos para a criação de novos projetos, encerram ao entregar o serviço ao primeiro cliente.

De qualquer forma, pode-se mencionar os desafios que são gerais não só para a internacionalização e competitividade de empresas brasileiras: a educação em todos os níveis; um aumento quantitativo na formação de quadros para as áreas tecnológicas; a habilidade em outros idiomas, inglês, espanhol, mandarim; a evidente necessidade de melhoria do sistema logístico do País.

IHU On-line - A partir de que momento as empresas da cadeia calçadista do Vale do Rio dos Sinos e Paranhana iniciaram os processos de internacionalização e quais os reflexos desse fenômeno no desenvolvimento econômico e social da região?

Yeda Swirski de Souza - As empresas calçadistas da região assistiram a um período em que foram produtoras para clientes internacionais, exportando sua produção. Algumas empresas desenvolveram ações mais arrojadas, exportando com marca própria e estabelecendo seus próprios canais de distribuição. Como mencionei antes, o modelo exportador com base em custo é muito vulnerável para a sustentação da matriz econômica de uma região. Já há quase duas décadas estamos assistindo a derrocada desse modelo para a indústria tradicional (vestuário, móveis) no País. Fábricas na China produzem com menor custo.

Participe dos eventos do IHU.
Informações em www.ihu.unisinos.br