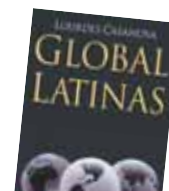


Entrevista



O último livro retrata as empresas da América Latina

Ana Rita Faria

● Estuda a globalização e a liderança feminina mas é o tema dos mercados emergentes que mais entusiasma Lourdes Casanova, 50 anos. Nascida e criada em Barcelona, esta professora da escola de negócios do INSEAD, em França, começou por investigar o seu próprio país. Daí até se apaixonar pelos mercados emergentes foi apenas um passo, ou não tivesse também casado com um indiano, Soumitra Dutta, também professor do INSEAD. Foi, contudo, à volta da América Latina que escreveu o seu último livro, “Global Latinas”, lançado no início deste mês. Nele, Lourdes Casanova traça um retrato sobre as empresas da região, que conheceu numa investigação no terreno, enquanto se dividia entre o INSEAD, a Universidade Autónoma de Barcelona e a Universidade de Zurique.

Os mercados emergentes cresceram imenso nos últimos anos mas agora também estão a ser afectados pela crise. Qual será o resultado disto?

É verdade que as previsões de crescimento dos países emergentes têm sido revistas em baixo. Quando estive no Brasil, há alguns meses, ainda se dizia que o país ia crescer dois por cento. Mas na assembleia-geral do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), que se realizou no início do mês na Colômbia, a previsão é de que o Brasil cresça entre um por cento e menos um. Os mercados emergentes vão sofrer, esta crise é tremenda. Contudo, qualquer crise muda o poder. Acredito, por exemplo, que os EUA possam sair da crise mais fortes ou, pelo menos, a liderar porque os norte-americanos são muito bons em reinventarem-se a si mesmos. A eleição de Barack Obama mostrou isso. Mas há outros países que vão dominar também. A China, obviamente, mas também o Brasil. Hoje em dia não se pode discutir nenhum assunto sem a presença



As companhias latino-americanas aprenderam a trabalhar com a Ásia, não a viram como um concorrente mas como uma oportunidade



do Brasil. É um país muito rico, nomeadamente líder em matérias-primas e, se os preços destas não entrarem em colapso, penso que o Brasil tem uma grande hipótese de comandar. Tem a ambição e a visão para isso.

Para si o Brasil é o líder incontestável da América Latina?

Sem dúvida. Há outro país bem sucedido, o México, só que está muito dependente dos EUA e isso já está a prejudicá-lo. O Brasil, por sua vez, é um país menos exportador do que o México, tem um Governo estável e, sobretudo, há o factor chinês. O Brasil abraçou realmente a China e viu que era uma oportunidade. Além das relações puramente comerciais, a Embraer, por exemplo, abriu uma fábrica na China e a Petrobras está a negociar um enorme empréstimo da China para explorar as novas descobertas de bacias petrolíferas em Tupi.

Os EUA e também Espanha e Portugal têm participações ou detêm companhias a operar na América Latina. Pensa que isso é uma exposição adicional para o mundo ocidental?

A EDP ainda está a comprar no Brasil, apesar da crise. A verdade é que, se o Brasil se aguentar durante esta crise, Portugal não irá sofrer tanto. Se outros países da América Latina não forem tão atingidos, a Espanha também não irá sofrer tanto. Ao contrário da Irlanda e da Grécia, por exemplo, Espanha e Portugal têm de ter em conta a América Latina, por causa das relações comerciais e investimentos. No meu livro, falo de mercados naturais, que partilham linguagem, história ou que estão muito próximos geograficamente. Portugal é um mercado natural para as empresas brasileiras e vice-versa. A Embraer, por exemplo, tem unidades em Portugal, o banco Itaú tem a sua sede europeia em Portugal. Grandes empresas portuguesas têm investimentos no Brasil. Penso que os mercados naturais vão tornar-se mais importantes do que nunca com

esta crise. Irá haver uma retracção da globalização para se manterem mercados que se conhecem melhor.

É uma questão de confiança?

Sim, mas também de informação, que facilita tudo. Dou um exemplo: no final de 1999 houve umas grandes cheias na Venezuela. Para os espanhóis as doze badaladas são uma tradição fundamental da noite de passagem de ano, são o momento mais importante de todo o ano. E, no momento das doze badaladas, a televisão dizia: “E agora os nossos pensamentos para os nossos irmãos na Venezuela, que estão a sofrer com as cheias”. Enquanto no resto do mundo só se pensava na passagem de ano, Espanha estava próxima da Venezuela.

Do estudo que realizou na América Latina, que principais ideias retém das empresas da região?

Descobri mais inovação do que esperava, quer quando se fala do modelo de negócio da Embraer ou dos produtos naturais da Natura. Além disso, as empresas têm uma grande capacidade para navegar em águas turbulentas porque estes países enfrentam geralmente grandes problemas com a desvalorização das moedas e contracção muito rápida da economia. Contudo, são muito persistentes e têm também grandes líderes no topo, que são muito celebrados pela sociedade. Por outro lado, estas companhias aprenderam a trabalhar com a Ásia, não a viram como um concorrente mas como uma oportunidade de mercado.

A liderança nas empresas é diferente?

A liderança é longa, as pessoas no topo não mudam frequentemente, porque os mercados locais são turbulentos. São empresas muito centralizadas, persistentes e ágeis em tomar decisões. Por vezes questiono-me se as grandes multinacionais ocidentais, que se tornaram tão burocráticas, terão a agilidade necessária para enfrentar as dificuldades e, por exemplo, a actual crise como as latino-americanas. É verdade

que algumas são também mais adversas ao risco mas muitas vêm na internacionalização uma forma de contrabalançar a turbulência dentro de portas. E não são menos tecnológicas do que nos EUA e Europa porque, quando não têm tecnologia, importam-na.

Dentro dos BRIC, já falámos da China e do Brasil. O que pensa dos restantes, Índia e Rússia? Penso que a Rússia se quer tornar um poder político. Os russos estão determinados a ser poderosos, todo o país está unido em torno dessa meta. Quanto à Índia, penso que foi um tremendo sucesso e que tem muitas lições a dar à América Latina. A Índia é um país muito pobre, mas tem uma enorme quantidade de excelentes engenheiros de informática e tecnologia e foi com base nisso que criou uma indústria. Por vezes na América Latina há muitas desculpas para não fazer as coisas por causa das dificuldades macroeconómicas. A Índia mostrou que, mesmo com grandes dificuldades, conseguem-se criar filhas de Silicon Valley.

Olhando para o caso da Índia, que pegou nessa vantagem competitiva das tecnologias de informação, que vantagem competitiva é que vê no Brasil?

A tecnologia verde, como por exemplo as energias renováveis ou o etanol. Há enormes potencialidades aí. Contudo, muitos outros países, como a China e o Japão, também estão muito interessados neste tipo de energias e por isso o Brasil teria de desenvolver uma marca para o seu país.

Segundo Lourdes Casanova: poderes empresariais a emergir no Brasil

1 - Itaú

Banco muito dinâmico, que adoptou a tecnologia, à semelhança dos outros bancos no Brasil, muito mais cedo do que o mundo ocidental. Recentemente fundiu-se como a Unibanco, criando o maior grupo financeiro do Hemisfério Sul. Estes bancos estão bem capitalizados, não tiveram problemas de “subprime” e podem adquirir outros bancos (há rumores sobre o interesse do Itaú no mexicano Banamex, detido pelo Citigroup).

2 - Vale do Rio Doce

Uma ágil companhia mineira, sem dívida. Se a China continuar a crescer vai precisar de ferro produzido pela Vale.

3 - Empresas de tecnologias de informação de média dimensão

O Brasil quer tornar-se um poder nas tecnologias de informação. Até há pouco tempo, estas médias empresas trabalhavam mais para o Governo e para sector bancário, mas começaram a tornar-se multinacionais, prestando serviços para os EUA e companhias europeias.

Lourdes Casanova

“Os mercados naturais vão tornar-se mais importantes do que nunca com esta crise”

A quebra da confiança provocada pela crise vai retrair a globalização e levar os países a estreitarem relações com os seus mercados naturais, diz Lourdes Casanova, professora do INSEAD