

Sustentabilidade ambiental e internacionalização de empresas brasileiras: a convergência necessária para a competitividade

Pedro dos Santos Portugal Júnior¹

Bastiaan Philip Reydon²

Nilton dos Santos Portugal³

Gustavo Flausino de Oliveira⁴

Felipe Flausino de Oliveira⁵

Resumo

O presente estudo tem por objetivo principal investigar se a sustentabilidade ambiental é utilizada como um diferencial competitivo pelas empresas brasileiras mais internacionalizadas. Para tanto o artigo inicia-se tratando sobre as diferentes visões que as empresas possuem sobre o uso de padrões avançados de gestão ambiental: aumento de custos ou obtenção de vantagem competitiva. Além disso, é realizada uma breve abordagem da discussão teórica sobre a internacionalização de empresas e apresentam-se os principais dados recentes sobre o avanço da participação internacional de empresas brasileiras. Ao final, apresenta-se uma discussão analítica sobre o uso da sustentabilidade ambiental pelas principais multinacionais brasileiras em seu processo de inserção externa. A pesquisa permitiu concluir que a grande maioria das principais multinacionais brasileiras listadas pelo ranking da Fundação Dom Cabral de 2013 não tiveram na sustentabilidade ambiental um diferencial competitivo, usando para essa conclusão os dados do Guia Exame de Sustentabilidade, Certificação ISO 14.000 e a listagem das empresas do Índice de Sustentabilidade Empresarial da BMFBOVESPA relativos ao ano de 2013. Torna-se necessário uma mudança de postura das empresas brasileiras para que possam fazer das ações proativas de sustentabilidade ambiental uma forma de vantagem competitiva em um mundo cada vez mais voltado para a questão ambiental.

Palavras-chave: Desenvolvimento sustentável; Internacionalização empresarial; Posicionamento estratégico; Vantagem competitiva.

Abstract

This study's main objective is to investigate if environmental sustainability was used as a competitive differentiator for most internationalized Brazilian companies. This article begins on treating the different views that companies have on the use of advanced environmental management standards: increased costs or gaining competitive advantage. Moreover, it held a brief discussion of the theoretical approach to internationalization of companies and present the main recent data on the state of international participation of Brazilian companies. At the end, we present an analytical discussion of the use of environmental sustainability by leading Brazilian multinationals in the process of foreign market entry. The research

(1) Economista, especialista em Gestão de Negócios pela FACECA Varginha - MG. Mestre e doutor em Desenvolvimento Econômico pelo IE Unicamp. Professor e pesquisador do Centro Universitário do Sul de Minas. E-mail: pedrorotaract@hotmail.com.

(2) Economista, doutor e professor Livre-Docente do Instituto de Economia da Unicamp. Pesquisador do NEA - IE-Unicamp. E-mail: bastiaanreydon@yahoo.com.br.

(3) Administrador, MBA em Finanças, mestre e doutor em Administração pela Universidade Federal de Lavras. Professor do Centro Universitário do Sul de Minas. E-mail: nilton@unis.edu.br.

(4) Graduação em Administração pelo Centro Universitário do Sul de Minas-UNIS/MG (2006). Pós-graduação em Docência do Ensino Superior, é professor nas disciplinas de Introdução ao Comércio Exterior e Legislação Aduaneira no UNIS-MG. E-mail: gustavoflausino@interaduaneira.com.br.

(5) Mestrando no curso profissional de Administração da Fundação Dom Cabral (MG). Graduado em Administração de Empresas com linha de formação em Comércio Exterior pelo Centro Universitário do Sul de Minas UNIS-MG, especialista em Docência do Ensino Superior pela mesma instituição de ensino e pós-graduado em Direito Tributário pela LFG/Anhanguera – Uniderp. E-mail: felipe.oliveira@unis.edu.br.

showed that the vast majority of the leading Brazilian multinationals listed by ranking the Fundação Dom Cabral 2013 does not have environmental sustainability a competitive advantage, using the data for this conclusion Guia Exame de Sustentabilidade, ISO 14000, and the listing of companies the Índice de Sustentabilidade Empresarial of BMFBOVESPA for the year 2013. It is necessary a change of posture of Brazilian companies so they can make proactive actions for environmental sustainability as a competitive advantage in an increasingly facing environmental issues world.

Keywords: Sustainable development; Business internationalization; Strategic positioning; Competitive advantage.

JEL Q01, L00, F23.

1 Introdução

O atual momento de recuperação das economias centrais no pós-crise de 2008 apresenta uma série de novos desafios para as organizações empresariais, principalmente aquelas localizadas em países emergentes como o Brasil.

Dentre esses diversos desafios, o presente artigo pretende analisar dois deles de forma específica: a internacionalização das empresas por meio de uma estratégia competitiva e a sustentabilidade ambiental. Pode-se entender esse tipo de estratégia segundo a visão de Porter (1998) que consiste na criação de uma vantagem competitiva de difícil repetição no ramo de negócio que a empresa irá concorrer no exterior. À primeira vista, essas duas questões parecem não estar interligadas, no entanto, supõe-se que a sustentabilidade ambiental pode se tornar um diferencial competitivo para as empresas brasileiras em seu processo de avanço nos mercados internacionais.

Tal suposição se fundamenta no entendimento de que a produção e o consumo sustentável tendem a se tornar prerrogativas inerentes ao processo de desenvolvimento econômico das nações. Soma-se ainda, a questão de que os diferenciais competitivos entre as empresas estão cada vez mais sutis e complexos. Dessa forma, integrar a sustentabilidade ambiental no processo de produção consiste em uma forma de se obter algum diferencial competitivo.

Corroborando com essa suposição a afirmativa de Souza e Costa (2012) de que, no início deste século XXI, nota-se a valorização de uma nova postura empresarial, não mais focada apenas na obtenção de lucros, mas também no relacionamento com a sociedade e a sustentabilidade dos negócios.

Para Reydon et al. (2007) a adoção de padrões ambientalmente sustentáveis nos processos produtivos das empresas pode constituir importante posicionamento estratégico no âmbito da competitividade verde.

Segundo o Instituto Ethos (2006) a sustentabilidade ocupa progressivamente a agenda mundial dos negócios exatamente no momento em que o ambiente empresarial se torna mais competitivo em razão do agravamento dos problemas ambientais e da desigual distribuição dos benefícios da globalização. Ou seja, atualmente as questões ambientais e sociais deixaram de ser um tema marginal para se tornar uma tendência mais efetiva nos negócios.

Porém, a adoção dessas práticas não deve ser apenas vista como um processo de cumprimento das normas e legislações ambientais em vigor, mas sim, uma forma de ação proativa e de antecipação de práticas avançadas no âmbito da sustentabilidade. Dessa forma torna-se possível a obtenção de vantagem competitiva pela empresa na adoção desses procedimentos ambientalmente corretos e tornar sua expansão internacional diferenciada e, até mesmo, mais efetiva, como é demonstrado no decorrer desse estudo nos casos de empresas como Natura, Grupo Orsa, Aracruz e Vicunha Têxtil.

Soma-se a isso o fato de que a internacionalização é um processo inerente do capitalismo contemporâneo, onde as empresas buscam novos mercados e sua inserção nas cadeias globais de valor. Porém, a internacionalização de uma empresa deve ser bem planejada e direcionada de forma correta, para que isso não se torne um grave problema para a mesma. Tal problema pode ocorrer, por exemplo, quando a empresa não consegue adaptar seus produtos à cultura local do país em que se instalou, ou quando o parceiro internacional não compreende o posicionamento da empresa (missão, visão e valores). E para que esse processo ocorra de maneira correta é importante o foco da empresa em sua vantagem competitiva, a fim de que possa enfrentar a concorrência no país ou região em que está se instalando. Entendida a vantagem competitiva na visão de Brito e Brito (2012) de que se trata de uma criação de valor superior ao dos concorrentes contribuindo positivamente para os desempenhos financeiro e operacional, bem como para a eficácia organizacional.

Partindo dessas premissas têm-se como questão norteadora dessa pesquisa: a sustentabilidade ambiental foi adotada como diferencial pelas empresas brasileiras mais internacionalizadas?

O estudo inicia-se abordando a visão de que a sustentabilidade ambiental pode ser um diferencial de competitividade nas empresas, em contraposição à noção ortodoxa de que a adoção de padrões avançados de gestão ambiental nas empresas gera apenas aumento de custos. Em seguida, o artigo trata, de forma breve, a discussão teórica sobre a internacionalização de empresas e os dados recentes sobre o avanço da participação internacional de empresas brasileiras. No último item busca-se demonstrar se tais empresas utilizam a sustentabilidade ambiental como um diferencial competitivo comparando os dados recentes de internacionalização de empresas brasileiras com ranking e estudos sobre sustentabilidade ambiental nas organizações.

1.1 Objetivos

De uma forma geral o presente trabalho objetiva analisar se a sustentabilidade ambiental foi uma base de diferencial competitivo pelas empresas brasileiras que mais se internacionalizaram no período recente.

Especificamente, pretende-se relacionar as principais empresas brasileiras internacionalizadas com base no estudo da Fundação Dom Cabral. Partindo dessa listagem busca-se analisar se essas empresas utilizam a sustentabilidade ambiental como diferencial competitivo, usando para isso publicações e fontes como Guia Exame de Sustentabilidade, Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 e a certificação série ISO 14.000.

Outro objetivo específico é apresentar casos de empresas que adotaram a sustentabilidade ambiental como diferencial competitivo na sua internacionalização, mas que não se encontram na listagem da Fundação Dom Cabral.

2 Referencial teórico

2.1 Sustentabilidade ambiental e a competitividade empresarial

No avanço das discussões sobre os impactos da internacionalização da questão ambiental no âmbito das organizações empresariais duas interpretações diametralmente opostas ganharam força e passaram a ser foco de uma série de estudos e interpretações.

Segundo Lustosa (2003) uma primeira interpretação, de cunho mais ortodoxo, afirma que há um *trade off*, onde de um lado estariam os benefícios sociais relativos a uma maior preservação ambiental advindos da aplicação de padrões e regulamentações ambientais, e de outro lado, tais direcionamentos determinariam um aumento nos custos privados do setor produtivo, elevando os preços e reduzindo a competitividade da empresa e do próprio país. Ou seja, nessa visão a adoção de padrões avançados de gestão ambiental provocaria apenas uma elevação dos custos nas empresas.

A outra interpretação, ainda segundo Lustosa (2003), afirma que os direcionamentos e as regulamentações ambientais mais avançadas redefinem novas formas de atuação da empresa, podendo estimular a adoção de inovações que reduzem os custos totais de um produto ou aumentem o seu valor, melhorando a sua competitividade interna e externa. O presente estudo tomou essa concepção como foco principal da análise dos impactos da internalização da questão ambiental nas organizações empresariais.

Tal interpretação tem como uma de suas principais fontes a “hipótese de Porter”⁶ segundo a qual a internalização da questão ambiental nos processos produtivos e decisórios das empresas não provoca apenas aumento de custos, mas também, promove uma série de benefícios que podem suplantar tais custos. De uma forma geral, na competição entre as empresas, uma adequada gestão ambiental passa a ser uma vantagem competitiva e sua não adoção tende a representar perdas para a empresa. (Reydon et al., 2007).

Ainda para esses autores, as empresas deverão incorporar a questão ambiental como uma base para a sua própria sobrevivência em um mercado cada vez mais competitivo. Porém, o que deve ser enfatizado nessa consideração é o fato de que somente os mecanismos de mercado não são suficientes para essa incorporação, sendo necessários incentivos de outra ordem para a internalização ambiental como marcos institucionais e sociais bem estabelecidos e a ação efetiva do Estado na regulação e fomento a esse processo, principalmente no que tange às inovações verdes (Reydon et al., 2007).

Vinha (2003), Lustosa (2003) e Romeiro e Salles Filho (2001) afirmam que um fator importante para o entendimento da questão ambiental como determinante na competitividade é a análise do padrão de concorrência setorial, afinal cada setor apresenta formas de concorrência e problemas ambientais específicos que devem ser considerados. Dessa forma, a própria determinação e o estabelecimento de instituições que regulamentem essa questão devem levar em consideração tais diferenças para que se possam estabelecer mecanismos próprios inerentes a cada setor e segmento.

Ainda Lustosa (2003) evidencia que as inovações adotadas para cumprir com as regulamentações ambientais fazem com que as empresas utilizem seus insumos de modo mais produtivo, reduzindo outros tipos de custos no longo prazo e compensando os gastos com as melhorias ambientais no presente.

Soma-se a isso o fato de que a aplicação de um processo de gestão ambiental bem planejado permite que a empresa não sofra com perdas na competitividade internacional, principalmente em função das chamadas “barreiras verdes”, que consistem em normas que determinam a qualidade ambiental de um produto ou de seu processo de produção para que o mesmo possa ser inserido em determinado mercado. Salienta-se ainda, o fato de que a empresa que adota uma avançada gestão ambiental em seus processos de produção e no seu produto, antes de seus concorrentes, pode atingir

(6) Esse argumento refere-se à "Hipótese de Porter e Van Der Linde (1995)" que afirma que ser verde é ser competitivo.

importante vantagem competitiva e, até mesmo, assumir a liderança no seu mercado, o que é primordial em um ambiente internacional cada vez mais competitivo.

Costa (2005) apresenta as seguintes razões para um interesse corporativo crescente pela sustentabilidade ambiental: i) a sobrevivência corporativa a longo prazo; ii) a busca de novas oportunidades de negócios sustentáveis; iii) o aumento da competitividade internacional; iv) a permanência dos negócios em certos mercados cada vez mais exigentes; v) as novas exigências do mercado financeiro para a realização de financiamentos; vi) as novas leis de proteção ao meio ambiente; vii) o acesso global às informações. Dessa forma, a questão ambiental pode ser encarada como uma ferramenta competitiva e parte estratégica de empresas que pretendam buscar e conquistar novos mercados, ou simplesmente permanecerem atuantes em seus negócios.

Corroborando com isso a afirmação de Sachs (2002) de que uma boa combinação sustentável de recursos naturais, somada a uma força de trabalho qualificada e uso intensivo de tecnologia moderna resulta em uma vantagem considerável em relação aos concorrentes.

Cabe ainda salientar a importância para a empresa de analisar, sob o aspecto ambiental, as ameaças e oportunidades, bem como seus pontos fortes e fracos. Nesse sentido, para Donaire (1999, p. 63)

a discussão da situação da empresa e o desenvolvimento de cenários futuros resultarão em novos direcionamentos e planos que permitirão tirar vantagens das oportunidades possíveis, prevenir as ameaças potenciais, manter os pontos fortes e minimizar ou eliminar os pontos fracos.

Nesse sentido, vale ainda destacar a afirmação de Almeida (1998) de que a exigência de sustentabilidade ambiental caminha para se tornar, no longo prazo, uma restrição direcional à tomada de decisão dos agentes econômicos, especialmente, as empresas. Ou seja, a busca pelos produtos e processos ambientalmente corretos servirá como uma restrição direcional a nível macro que desencadeará uma série de adaptações microeconômicas, determinando a necessidade de um reposicionamento estratégico das empresas.

Dessa forma, segundo Vinha (2003), a possibilidade de se obter vantagem competitiva dependerá, principalmente, da capacidade da empresa em operar com os recursos naturais e o meio ambiente, de maneira especial onde estes são sensíveis.

Para Nidumolu, Prahalad e Rangaswami (2009) a busca pela sustentabilidade pode abrir um importante direcionamento de inovações organizacionais e tecnológicas resultando em aumento de receitas e lucros, permitindo transformar o cenário competitivo. Dessa forma, as empresas inteligentes passam a tratar a sustentabilidade como uma nova fronteira de inovação e competitividade, buscando diferenciais, vantagens e liderança em seus segmentos por meio da produção sustentável.

Esse impacto na competitividade das empresas em função da internalização da variável ambiental na tomada de decisão determinou o surgimento dos chamados “mercados verdes”, que representam uma série de oportunidades de negócios onde a questão da sustentabilidade está presente (Nidumolu; Prahalad; Rangaswami, 2009).

Porém, esse é um fenômeno ainda em expansão, o que implica que muitas mudanças mais profundas devem ocorrer principalmente no contexto da nova revolução industrial direcionada pela evolução da Tecnologia da Comunicação e Informação (ICT), que, segundo Reydon et al. (2007)

ainda não convergiu totalmente e de forma eficaz para a sustentabilidade ambiental, mas, acredita-se que certos avanços atuais e a mudança de postura da sociedade podem indicar que essa convergência ocorrerá de forma sistêmica em breve. E, quando essa convergência acontecer, as empresas que já estiverem avançadas na internalização da sustentabilidade ambiental em seus negócios terão uma maior vantagem competitiva e poderão expandir suas ações para outros países.

Nesse sentido e tendo a ciência de que a sustentabilidade ambiental é uma necessidade de curto prazo, torna-se ainda mais eminente e necessária a ação do Estado e das instituições como indutores e reguladores do processo de inovações ambientais.

Sendo assim, segundo Portugal Júnior e Fornazier (2011), o Estado pode se comportar como um mecanismo de ligação entre os agentes privados que desenvolvem a inovação e irão requerer retorno econômico de seu investimento através de patentes e, ao mesmo tempo, subsidiar a difusão e adoção desta inovação para os demais agentes, criando um mecanismo sistêmico de inovações ambientais. Dessa forma, viabiliza-se o surgimento das inovações e a difusão das mesmas, buscando corrigir os problemas referentes à propriedade intelectual e à estimativa do valor da inovação, bem como, sua incorporação mais efetiva nos processos produtivos.

No entanto, as ações do Estado e de instituições nesse contexto devem atentar para uma melhor compreensão da estrutura e dinâmica das inovações e das mudanças tecnológicas, sendo essa uma condição *sine qua non* para uma política eficaz de inovações verdes, com vista a uma redução substancial dos impactos ambientais.

O que fica evidenciado pelo comportamento atual do mercado⁷ é que a sustentabilidade ambiental tende a não ser considerada apenas um componente exigido por lei às empresas e que estas adotam seus trâmites única e exclusivamente por obrigatoriedade. Mas, pelo contrário, as empresas, em especial as brasileiras, devem fazer da variável ambiental um critério de competitividade e diferenciação a seu favor tanto no âmbito interno, mas, principalmente, na concorrência internacional cada vez mais acirrada. Tal fato somente é possível com o apoio do Estado via direcionamentos de políticas de inovação industrial e com a articulação entre as instituições representativas do empresariado brasileiro, tendo como ênfase a sustentabilidade ambiental.

2.2 Internacionalização empresarial: teorias e caso brasileiro

Nesse capítulo objetiva-se apresentar, de maneira sucinta, os principais marcos teóricos que explicam o processo de internacionalização das empresas, focando o caso específico das empresas brasileiras nos últimos anos. Somam-se ainda alguns dados que ilustram esse processo no período recente.

Abordar essas informações é de considerável importância para verificar quais as principais empresas brasileiras internacionalizadas e verificar, posteriormente, se elas fazem uso da sustentabilidade ambiental em seus processos como um diferencial competitivo.

Os fundamentos teóricos sobre o processo de internacionalização das firmas são compostos por três principais correntes:

(7) Esse tipo de comportamento fica demonstrado pela existência dos selos verdes; das certificações ambientais; índices setoriais de empresas ambientalmente corretas; guias de sustentabilidade; financiamentos subsidiados a empresas ambientalmente sustentáveis.

a) Modelo comportamental de Uppsala

Essa corrente desenvolveu-se a partir dos estudos de Johanson e Vahlne (1990), cujos trabalhos baseiam-se na teoria comportamental da firma de Cyert e March (1963) e na teoria do crescimento da firma de Penrose (1959).

Para esses autores o modo pelo qual a empresa entra em um novo mercado é uma questão crucial para a internacionalização, pois tal modo irá determinar o grau de comprometimento internacional e de flexibilidade estratégica da empresa. Importante também salientar que as estratégias de posicionamento pressupõem critérios de análise específicos que podem apontar diferentes possibilidades de entrada para uma mesma empresa em diferentes países.

Tal corrente afirma existir dois padrões básicos de internacionalização, sendo eles:

– **Processo sequencial de evolução gradativa:** onde o comprometimento de uma firma em determinado país evolui segundo um padrão sequencial previamente determinado.

Tal padrão básico pode ser ilustrado pelas seguintes fases:

Fase I- inicialmente a empresa não exporta para esse mercado;

Fase II- passa-se a realizar exportação para esse mercado por meio de representações comerciais independentes;

Fase III- estabelecem-se subsidiárias de vendas nesse mercado;

Fase IV- instala-se a produção no país.

– **Evolução por distância psíquica:** entende-se por distância psíquica as diferenças de idioma, educação, cultura, sistemas políticos, práticas negociais e desenvolvimento industrial. Em suma, as empresas iniciam seu processo de internacionalização preferencialmente em mercados que mais se assemelham ao seu país de origem e, somente no longo prazo, buscam outros mercados com maiores diferenças.

Um dos principais pressupostos do Modelo de Uppsala é que a internacionalização da firma é uma consequência de seu crescimento e que a mesma segue sempre uma sequência lógica de aplicação e expansão. Ou seja, quando o mercado interno fica saturado para o produto da firma, as novas oportunidades de acumulação e valorização do capital diminuem e forçam a busca de novos mercados.

Nesse sentido Johanson e Vahlne (1990) afirmam que a internacionalização pode não ser um processo planejado e deliberado baseando em uma análise racional, mas sim um processo de natureza incremental, visando se beneficiar da aprendizagem sucessiva através de etapas de comprometimento crescente com experiências em novos mercados estrangeiros.

Os padrões desse modelo foram bastante evidentes no período em que vigorou o Acordo de Bretton Woods⁸, onde a globalização produtiva tinha um papel mais importante que a globalização financeira e os meios de comunicação, bem como a livre mobilidade de fatores e de capitais, não eram tão evidentes e avançados como atualmente.

(8) O Acordo de Bretton Woods vigorou de 1944 a 1971.

b) Teoria eclética da internacionalização

Conforme Portugal et al. (2009) essa teoria aplica o conceito de Custos de Transação às decisões de internacionalização da organização, procurando explicar quais as características das empresas e dos mercados que estimulam a internacionalização da produção de uma firma, diferenciando esse processo em termos das características do produto e dos mercados.

Suas fundamentações básicas baseiam-se nos trabalhos de Dunning (1979; 1988 e 2001) e procura explicar a decisão de produzir ou não em um mercado externo, apontando algumas variáveis estruturais e conjunturais.

Para tanto essa teoria indica quatro conjuntos de motivações e estratégias para a firma se instalar no exterior:

- Busca por recursos abundantes e com menores custos, tais como mão-de-obra barata, recursos naturais abundantes, ou melhores capacidades comerciais e tecnológicas;
- Busca de mercados estratégicos que permitem atender o mercado interno do país hospedeiro e, ao mesmo tempo, servir como plataforma de exportação para outros países da região.
- Busca de eficiência e aproveitamento de economia de escala, explorando as diferenças entre os países hospedeiros com relação a políticas econômicas, ambiente institucional, benefícios fiscais, fornecedores, ou até mesmo vantagens para a produção de uma fase específica do processo produtivo.
- Busca por maior capacidade instalada e participação de mercado, principalmente, por meio de fusões e aquisições (Dunning, 1979; 1988 e 2001).

c) Teoria da “competitividade das nações”

Em relação a essa teoria, Porter (1991) afirma que uma nação depende diretamente da capacidade de seu setor empresarial em inovar e modernizar. Segundo o autor, as organizações adquirem vantagem contra a concorrência global devido a pressões e desafios internos, se beneficiando em ter fortes rivais domésticos, fornecedores agressivos e clientes locais exigentes.

Dessa forma, segundo o mesmo autor, a capacidade de inovação e o poder de adaptabilidade que ocorrem em determinados países se deve a um conjunto de atributos, a saber:

- condições de fatores: a posição da nação em fatores de produção, tais como mão-de-obra habilitada ou infraestrutura necessárias para competir em um dado setor;
- condições de demanda: a natureza da demanda do mercado interno para os produtos e serviços do setor;
- setores industriais correlatos e de apoio: a presença ou ausência no país de indústrias de fornecedores e outros setores correlatos que sejam internacionalmente competitivos;
- estratégia, estrutura e rivalidade: as condições que estabelecem a maneira pela qual as empresas são criadas, organizadas e gerenciadas, bem como a natureza da rivalidade interna.

Assim sendo, torna-se de suma importância analisar os fatores determinantes da vantagem competitiva nacional como um sistema interativo onde a atividade de qualquer um dos quatro atributos afeta todos os outros e vice-versa. Quando o ambiente interno de um país pressiona as

organizações para que inovem, modernizem e invistam, as empresas ganham diferenciais e competitividade a médio e longo prazo (Porter, 1991).

Portanto, a interdependência e a interação das empresas com variáveis políticas, legais e estruturais de uma nação são diretas e determinam pontos importantes na construção de vantagens competitivas, demonstrando assim a importância de um ambiente institucional bem desenvolvido e integrado, permitindo tanto o surgimento como a expansão das inovações competitivas.

Cabe salientar, conforme ficará demonstrado no decorrer desse item, que as duas primeiras teorias são mais evidentes nos processos de internacionalização das empresas brasileiras, demonstrando assim a falta de incentivo de um ambiente competitivo interno mais forte como no caso da teoria de Porter. Isso é bastante notado em países emergentes como o Brasil, ou seja, a “Competitividade das Nações” é muito mais efetiva em países mais avançados na corrida tecnológica e industrial do que nas nações denominadas “atrasadas” nesse quesito.

Isso demonstra ainda mais a necessidade da ação do Estado nesse processo de obtenção de vantagem competitiva no ambiente externo por meio de apoio ao processo inovativo.

2.2.1 A internacionalização recente das empresas brasileiras

De acordo Hiratuka e Sarti (2011) a internacionalização produtiva das empresas brasileiras recentemente caracterizou-se por dois momentos distintos:

- Década de 1990, pouco intensiva e concentrada em apenas poucas grandes empresas;
- Nos anos 2000 o processo incluiu um maior número de setores e empresas, com destaque maior para *commodities* (petróleo, mineração, siderurgia, alimentos e papel e celulose) e serviços (engenharia e construção civil).

Esse esforço de internacionalização e investimento no exterior não é apenas brasileiro, mas, vem ocorrendo de uma forma geral com todos os países em desenvolvimento.

Ainda segundo os mesmos autores, entre 1990 e 2008 o investimento direto realizado no exterior por países em desenvolvimento saltou de 5% para 15,6% do fluxo mundial de Investimento Direto Estrangeiro (IDE).

Porém, cabe salientar que, conforme Macadar (2008), o esforço brasileiro ainda é baixo se comparado com países em desenvolvimento da Ásia e até mesmo com países latino-americanos, como Argentina e México.

Conforme Coutinho, Hiratuka e Sabbatini (2008) e Macadar (2008) o processo recente de internacionalização das empresas brasileiras seguiu quatro estratégias básicas:

1) Investimentos *greenfield* (novas plantas) e operações de fusões e aquisições que permitiram posicionar empresas nacionais como *global players* em seus setores, de forma a buscar ou reafirmar uma liderança global. Os exemplos mais evidentes dessa estratégia foram a Vale S/A; JBS – Friboi S/A; Petróleo Brasileiro S/A. (Petrobras); Companhia de Bebidas das Américas S/A (Ambev); Gerdau S/A.

2) Estratégia de *market-seeking* (ganho de mercado) com objetivo de ampliar os espaços de acumulação do capital de empresas que têm competitividade externa e alta presença no mercado

interno, por meio de maior proximidade com os consumidores e usuários externos. Os principais exemplos foram: Gerdau S/A, Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), Embraer S/A, Grupo Votorantim, Camargo Corrêa S/A, Odebrecht, Marcopolo S/A, Grupo Sabó, Moura, WEG S/A, Indústrias Romi S/A e Metalfrio Solutions S/A.

3) Empresas que se internacionalizaram como forma de se defenderem da competição internacional, replicando a estratégia de concorrentes externos através da terceirização de etapas do processo produtivo. Nesse caso o exemplo mais evidente foi da Companhia de Tecidos Norte de Minas (Coteminas) e de empresas calçadistas.

4) Investimento em instalações comerciais e de distribuição e armazenagem, visando dar apoio a suas atividades de exportação. Como exemplos mais evidentes dessa estratégia podem-se citar: Sadia S/A, Perdigão S/A, Duratex S/A, Eucatex S/A, Embraer S/A, Portobello S/A, Tramontina, Vale S/A, Companhia Hering e WEG S/A.

De todas essas estratégias, as mais utilizadas pelas empresas brasileiras foram fusões e aquisições, podendo ser especificada como uma “preferência” brasileira, em vez de participações minoritárias. Tal fato evidencia a aplicação maior da Teoria Eclética da Internacionalização nos casos brasileiros.

Quadro 1

Maiores operações de fusões e aquisições de empresas por parte de empresas brasileiras (2004-2009)

Empresa brasileira adquirente	Empresa ou grupo adquirido ou fundido	Setor	Valor (US\$ milhões)	Ano
Vale	Inco	Minério	16.727	2006
AMBEV	Interbrew	Bebidas	4.500	2004
Gerdau	Chaparral Steel	Siderurgia	3.974	2007
Banco Itaú	Bank Boston Brasil	Financeiro	2.172	2006
Gerdau	Quanex Corp	Metalurgia	1.458	2007
Gerdau	Gerdau Macsteel	Metalurgia	1.458	2008
JBS Friboi	Swift	Alimentos	1.400	2007

Fonte: Cepal (vários anos) citado por Hiratuka e Sarti (2011).

Analisando o Quadro 1, evidencia-se a preponderância dos movimentos de fusões e aquisições capitaneadas por empresas brasileiras nos setores de *commodities* minerais e bens de consumo não-duráveis. O foco maior nesses segmentos confirma a ausência de grandes empresas multinacionais brasileiras nos setores de maior valor agregado, como bens de consumo duráveis, bens de capital e, principalmente, produtos de alta tecnologia.

O Quadro 2 apresenta uma relação dos países com maior concentração de empresas brasileiras. Nele, fica evidente o Modelo Comportamental de Uppsala de evolução por distância psíquica, onde é possível perceber que grande parte dos países que concentram a maior quantidade de empresas brasileiras internacionalizadas possuem afinidades de cultura, idioma e sistema político com o Brasil, sendo destaque a América Latina.

Quadro 2
Presença de empresas brasileiras em outros países

PAÍS	NÚMERO DE EMPRESAS BRASILEIRAS
EUA	41
ARGENTINA	35
CHILE	30
COLÔMBIA	23
URUGUAI	23
MÉXICO	22
PERU	22
CHINA	21
REINO UNIDO	19
PARAGUAI	17

Fonte: Fundação Dom Cabral (2013).

A partir dos próximos quadros, evidenciam-se as principais empresas brasileiras internacionalizadas que serão o foco de análise para se verificar se têm como um de seus fundamentos principais de estratégia a sustentabilidade ambiental. O Quadro 3 demonstra as maiores empresas multinacionais brasileiras por número de países em que atuam, com destaque principal para a Vale, que possui participação em 31 países.

Quadro 3
Maiores multinacionais brasileiras (por países de atuação)

EMPRESA	NÚMERO DE PAÍSES
VALE	31
ODEBRECHT	28
STEFANINI	27
WEG	25
MARCOPOLO	24
BANCO DO BRASIL	24
MAGNESITA	19
GERDAU	19
BRF	19
ITAÚ-UNIBANCO	19

Fonte: Fundação Dom Cabral (2013).

Porém, além de analisar a internacionalização pela quantidade de países atendidos, cabe verificar as empresas que possuem maiores participações relativas no exterior, analisando para isso alguns dados como ativos, funcionários e receitas.

Nesse sentido, o Quadro 4 apresenta o ranking elaborado pela Fundação Dom Cabral com as maiores multinacionais brasileiras de acordo com o Índice de Transnacionalidade (ITN).

Importante ressaltar que o ITN é calculado pela média simples da soma de três indicadores, sendo eles ativos, receitas e funcionários. O cálculo é feito da seguinte forma:

$$ITN = [(ativos\ no\ exterior/ativos\ totais) + (receitas\ no\ exterior/receitas\ totais) + (funcionários\ no\ exterior/funcionários\ totais)] / 3$$

Quando analisado sob essa ótica, o destaque maior fica com as empresas JBS e Gerdau, que possuem ITN acima de 0,5. Ou seja, isso significa que, em média, mais da metade de seus ativos, receitas e funcionários estão em suas operações localizadas no exterior.

Quadro 4
Ranking FDC por Índice de Transnacionalidade.

EMPRESA	ÍNDICE DE TRANSNACIONALIDADE
JBS	0,589
GERDAU	0,542
STEFANINI	0,496
MAGNESITA REFRATÁRIOS	0,457
MARFRIG ALIMENTOS	0,433
METALFRIO	0,427
IBOPE	0,364
ODEBRECHT	0,349
SABÓ	0,333
MINERVA FOODS	0,320

Fonte: Fundação Dom Cabral (2013).

Hiratuka e Sarti (2011) destacam três elementos que determinaram o avanço desse processo de internacionalização e inserção externa das empresas brasileiras no período pós 2000:

- Melhoria significativa nas condições financeiras das empresas nacionais (aumento do retorno do capital próprio ROE e diminuição do grau de endividamento);
- A valorização da moeda nacional que “facilitou” a aquisição de empresas no exterior;
- A política de apoio do governo brasileiro através das políticas industriais e de operações de empréstimo e de capitalização feitas pelo BNDES.

Apesar dessa evolução, o processo de internacionalização brasileira ainda necessita avançar muito, principalmente na busca de um diferencial competitivo forte que permita a inserção mais efetiva das empresas em novos mercados.

É possível notar que essa evolução a partir dos anos 2000 está concentrada em poucos setores, principalmente de bens de consumo não duráveis, *commodities* e alguns serviços. Falta uma expansão maior na área de bens de consumo duráveis e bens de capital de maior valor agregado, que apresentem um diferencial competitivo importante para o mercado internacional.

3 Metodologia

O presente artigo se apresenta como uma pesquisa exploratória tendo por direcionamento discutir e aprofundar o assunto alvo do estudo. Como pesquisa exploratória entende-se aquela que proporciona uma maior familiaridade com o problema a fim de explicitá-lo (Gil, 2008).

Para cumprir com os objetivos elencados optou-se pelo uso da pesquisa bibliográfica e documental. Severino (2017) considera como pesquisa bibliográfica aquela realizada a partir do registro disponível em pesquisas anteriores, no qual o pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos.

Já a pesquisa documental utiliza materiais que ainda não receberam um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa. Severino (2017) considera como fontes de pesquisa documental os jornais, revistas, fotos, filmes, gravações e documentos legais.

Nesse sentido, a pesquisa utiliza em termos documentais alguns estudos como o ranking do Guia Exame de Sustentabilidade, a listagem do Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bolsa de Valores de São Paulo (BMFBOVESPA⁹) e a listagem de certificação ISO 14001 do Inmetro relativos ao ano de 2013. O uso dessas fontes objetiva apresentar as empresas com melhores atitudes e posicionamentos no que tange a sustentabilidade ambiental.

De acordo com Furlan (2013) o Guia Exame Sustentabilidade 2013 abrange um universo de pesquisa que compreende as empresas que estão aplicando as mais avançadas práticas sustentáveis no Brasil. Nesse sentido, essa publicação representa um importante levantamento de práticas de responsabilidade social corporativa nos âmbitos ambiental e social.

Conforme BMFBovespa (2014) o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) relaciona empresas e grupos comprometidos com a sustentabilidade, tendo por foco criar um ambiente de investimentos compatíveis com as exigências de desenvolvimento sustentável da sociedade atual, estimulando assim a responsabilidade ética corporativa. Nesse sentido, o ISE se apresenta como uma ferramenta de análise comparativa do desempenho das empresas listadas na BM&FBOVESPA sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em quesitos como: eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Em seu foco principal encontra-se o levantamento de empresas e grupos comprometidos com a sustentabilidade, diferenciando-os em termos de qualidade, nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, equidade, transparência e prestação de contas, natureza do produto, além do desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e de mudanças climáticas. Percebe-se assim que o ISE agrega empresas que têm na sustentabilidade um importante direcionador de suas ações e de seu posicionamento estratégico.

No que tange a certificação ISO 14001, consiste em um instrumento tanto na uniformização da abordagem da matéria entre as empresas em nível internacional, como representando aumento da capacidade das mesmas de alcançarem um desempenho ambiental, ou ainda na medição de seus efeitos e facilitação do comércio, eliminando as barreiras de imperativos econômicos. Tal certificação demonstra que a empresa apresenta um Sistema de Gestão Ambiental que é reconhecido como efetivo por empresas certificadoras credenciadas pelo Inmetro. São aplicáveis às empresas de atividades industriais, agroindustriais e de serviços, buscando abranger em suas análises as instalações da empresa, linhas de produção e produtos que satisfaçam o padrão de qualidade ambiental. (Soledade et al., 2007).

No que se refere à internacionalização de empresas, o estudo usa como base o ranking das multinacionais brasileiras publicado pela Fundação Dom Cabral, também referente ao mesmo ano de 2013.

Dessa forma, usando as diferentes publicações do mesmo ano base de 2013, busca-se relacionar as maiores empresas brasileiras, em termos de internacionalização, com a adoção de

(9) Importante salientar que em 2017 a BMFBovespa e a CETIP se fundiram e formaram a B3 – Brasil, Bolsa, Balcão.

parâmetros avançados de sustentabilidade ambiental certificados ou relacionados nas publicações mencionadas.

Cabe destacar que a ausência de indicadores mais completos e bem elaborados sobre a sustentabilidade ambiental nas empresas dificulta sobremaneira um trabalho mais profundo sobre o tema. Sendo assim, a pesquisa baseia-se em indicadores mais gerais para a realização das análises, o que não invalida a proposta do estudo.

4 Análise e discussão

Nesse item do artigo pretende-se verificar se as empresas que mais se internacionalizaram têm em sua estratégia principal a questão da sustentabilidade. Soma-se a isso a verificação se há exemplos de empresas brasileiras que, mesmo não estando entre as mais internacionalizadas, usaram em seu processo de expansão no mercado externo a sustentabilidade ambiental como um diferencial competitivo.

4.1 Casos de empresas com estratégia ambiental na inserção externa

Desconsiderando as empresas que estão entre as maiores multinacionais brasileiras por número de países abrangidos e também aquelas que possuem o maior índice de transnacionalidade (que serão tratadas no próximo item), podem-se relacionar alguns casos de empresas que se internacionalizaram usando, por obrigação ou de forma proativa, a sustentabilidade ambiental como seu principal diferencial.

Dentre esses exemplos talvez o mais emblemático tenha sido o caso da Natura. Conforme Stal (2010) essa empresa considera a inovação tecnológica no desenvolvimento de novos produtos um aspecto tão importante na estratégia de internacionalização quanto o emprego de matérias-primas da biodiversidade brasileira e a sua forma de extrai-las, valorizando a sustentabilidade e as práticas das populações locais.

Ainda segundo a mesma autora, a Natura despontou como uma das primeiras empresas a buscar a adaptação de seu negócio ao conceito de sustentabilidade, sendo uma das pioneiras em compor os índices de sustentabilidade como o ISE da B3. O programa da empresa para desenvolvimento de fornecedores envolve as seguintes etapas: auditoria do local de origem dos ativos; elaboração do plano de manejo; avaliação do impacto ambiental e social; implantação do plano de manejo; obtenção do certificado e monitoramento periódico. É ainda uma das poucas empresas brasileiras que adotaram o modelo do *Global Reporting Initiative* (GRI) na formulação de seu relatório de sustentabilidade, e foi além, incorporando o seu resultado financeiro à publicação; tendo ainda incorporado as dimensões social e ambiental ao mapa estratégico e ao *Balanced Scorecard* da companhia.

De uma forma geral, o caso Natura, ao adotar dois grandes direcionamentos – inovação e sustentabilidade - tem sido pioneiro no Brasil tanto pela sua utilização direta quanto pela incorporação de conhecimentos científicos ao desenvolvimento de novos produtos, o que será cada vez mais necessário, além de aproveitar oportunidades colocadas pelo mercado mundial de produtos “ambientalmente corretos”.

A responsabilidade social e ambiental, sobretudo para empresas que estejam instaladas em países de ampla biodiversidade como o Brasil, vem se tornando um importante instrumento de conquista de consumidores conscientes em mercados como o americano e o europeu.

Segundo a Sobeet (2007) outro exemplo de empresa que também fez da produção ambientalmente correta um diferencial de competição e inserção internacional foi o grupo Orsa, com o projeto Jari Celulose.

Esse projeto recebeu em 2004 a certificação Forest Stewardship Council (FSC), tendo esse certificado em toda sua cadeia de celulose a partir do eucalipto, garantindo ao comprador final que a celulose se origina totalmente de floresta replantada e não de mata virgem. A empresa desenvolveu modelos rentáveis de preservação da floresta nativa que mantém sob o regime de manejo sustentável, cuja exploração comercial segue um ciclo de 30 anos. Esse processo de exploração sustentável implica custos mais altos, mas em termos financeiros é muito interessante, pois a madeira devidamente explorada e certificada possui um preço mais alto, principalmente no mercado europeu, e a empresa entende que no futuro essa exigência será muito mais profunda em todo o mundo, tornando-se uma prerrogativa para os negócios.

Ainda segundo a Sobeet (2007) outra empresa que também buscou se antecipar a essas exigências do setor de celulose foi a Aracruz (que em 2009 realizou a fusão com a Votorantim Celulose e Papel e formou o grupo Fibria), tendo suas áreas florestais certificadas pelo Cerflor (Programa Brasileiro de Certificação Florestal – Inmetro/ABNT), possuindo ainda certificação série ISO 14000 e fazendo parte da WBCSD (World Business Council for Sustainable Development). Soma-se ainda o fato de ter suas ações negociadas no Índice Mundial de Sustentabilidade Dow Jones. Interessante que essa empresa não considerou a adoção de práticas ambientalmente corretas como aumento de custos ou de investimentos, pois tais práticas já estavam previstas na concepção do projeto, promovendo inclusive maior eficiência no consumo de água e energia.

Também merece citação o caso da empresa Vicunha Têxtil que possui as certificações ISO 14000 e a Oeko-Tex chamada também de “selo verde europeu de têxteis”, sendo de considerável importância para a realização de negócios no mercado europeu. No entanto, e diferentemente do caso do setor de celulose, tal certificação não garante um preço mais alto pelo produto, mas, representa ao consumidor um atestado de que a empresa busca ser responsável social e ambientalmente.

Tais exemplos demonstram como a adoção de padrões ambientalmente corretos para produção e exploração de recursos pode ser um importante diferencial para as empresas que buscam crescer sua participação internacional, principalmente, em países com extremas exigências ambientais que aceitam até mesmo pagar um preço maior por produtos com certificação ambiental reconhecida. Essas exigências podem se tornar ainda mais evidentes com a recuperação econômica internacional e com a divulgação dos resultados recentes das pesquisas do Painel Internacional de Mudanças Climáticas.

4.2 Análise das empresas brasileiras mais internacionalizadas

Nesse item busca-se apresentar o posicionamento das empresas multinacionais brasileiras mais internacionalizadas conforme o ranking da Fundação Dom Cabral, verificando se as mesmas se encontram nas listagens e certificações de empresas mais sustentáveis.

Inicia-se a análise desse item pelo Guia Exame Sustentabilidade 2013. Comparando a listagem de empresas constante no quadro 3 (maiores multinacionais por número de países de atuação) com o último ranking publicado pelo referido Guia em 2013, é possível notar que apenas quatro empresas coincidem em ambas as listagens: BRF S/A, Itaú-Unibanco (considerada, em 2013, a empresa sustentável do ano), Grupo Banco do Brasil - Mapfre (grupo segurador pertencente ao Banco do Brasil) e Vale S/A.

No entanto, quando a comparação é feita considerando as empresas com maior Índice de Transnacionalidade (ITN) constantes no Quadro 4, percebe-se que nenhuma das maiores multinacionais brasileiras nessa categoria constam no ranking do Guia Exame de Sustentabilidade. Isso leva a crer que as empresas brasileiras que possuem grande percentual de seus ativos, receitas e funcionários no exterior não têm a sustentabilidade como um direcionador estratégico em seu processo de produção e de internacionalização, tendo se inserido no mercado externo com base em outros posicionamentos estratégicos.

Outro indicador importante sobre a aplicação de padrões avançados de sustentabilidade nas empresas brasileiras é o Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bolsa de Valores de São Paulo (atual B3).

Analisando as empresas listadas no ISE/BMFBovespa com o Quadro 3 das maiores multinacionais brasileiras, é possível perceber as seguintes empresas coincidentes em ambas as relações: Vale, Banco do Brasil, Gerdau, BRF e Itaú-Unibanco. Ou seja, metade das dez maiores empresas multinacionais brasileiras em número de países de atuação estão listadas no indicador principal de sustentabilidade da Bolsa de Valores de São Paulo.

No entanto, a situação é diferente quando se compara a listagem ISE/BMFBovespa com as empresas com maior ITN, nesse caso, apenas uma empresa é recorrente em ambas as listagens: a Gerdau. Dessa forma, confirma-se por mais um indicador que as empresas brasileiras com maior nível de transnacionalidade não fazem da sustentabilidade um diferencial importante, seja em seu negócio principal ou em sua estratégia de inserção externa.

O último indicador a ser utilizado para verificação da sustentabilidade como direcionador estratégico nas empresas brasileiras mais internacionalizadas é a certificação ISO 14001. A análise desse indicador demonstra um fato que merece destaque, visto que, segundo Inmetro (2014), nenhuma das empresas brasileiras mais internacionalizadas listadas nos Quadros 3 e 4 possuem a certificação da série ISO 14000. Ou seja, pode-se deduzir, a partir desses dados, que o processo de internacionalização das empresas brasileiras não tem na sustentabilidade ambiental um direcionamento importante. Tal fato também indica que no processo de inserção externa dessas empresas a questão da sustentabilidade ambiental e sua certificação não se demonstraram como uma exigência e nem como um diferencial de mercado.

As análises realizadas por meio de comparações de indicadores ambientais (Guia Exame Sustentabilidade 2013, Índice de Sustentabilidade Empresarial e Certificação ISO 14.001) com informações sobre internacionalização de empresas brasileiras (Ranking da Fundação Dom Cabral de 2013) permitem demonstrar que a maior parte dos processos de inserção externa dos principais *players* globais brasileiros não teve na sustentabilidade ambiental um direcionador estratégico. Isso é mais evidente nas empresas com maior valor de ITN, o que leva a ponderar que a sustentabilidade

ambiental não foi considerada um requisito importante para essas empresas no seu processo de inserção internacional.

Corroborando com essa afirmação uma pesquisa da Sociedade Brasileira de Estudos de Empresas Transnacionais e da Globalização Econômica - Sobeet (2007) realizada entre os anos 2005 e 2006, no qual foi evidenciado que 64,4% das empresas pesquisadas não consideravam as normas de proteção ambiental como uma dificuldade ou barreira para internacionalização. Isso fez com que muitas empresas se internacionalizassem sem usar a sustentabilidade ambiental como um diferencial de posicionamento no mercado.

Tal fato se posiciona contrariamente à hipótese do estudo de que a sustentabilidade poderia ser um direcionador estratégico no posicionamento internacional da empresa. Ajuda a explicar esse fato a afirmativa de Reydon et al. () de que a sustentabilidade ainda não se transformou em um paradigma fundamental da competitividade empresarial e diferenciação. Tal processo ainda encontra-se em construção no ambiente competitivo e a “hipótese de Porter” pode se tornar realidade em um futuro próximo.

Na maioria dos casos, o que se pode verificar é que a questão ambiental vai sendo incorporada conforme as exigências legais e institucionais de cada país, mas, ainda é pouco usada como uma estratégia.

No entanto, mesmo com esses resultados apontados pode-se inferir que a proatividade na aplicação de padrões avançados de gestão ambiental nas empresas pode se tornar um importante diferencial competitivo, visto que poucas empresas ainda os aplicam. Tal afirmativa encontra fundamentação no próprio entendimento da vantagem competitiva como um processo de criação de valor superior ao dos concorrentes.

Segundo Turolla e Lima (2010) uma recente pesquisa do Fundo Mundial pela Natureza desenvolvida na Universidade de Tufts (Massachusetts – EUA) demonstrou algumas relações entre internacionalização e sustentabilidade. Dentre essas relações cabe destacar o papel que empresas multinacionais podem exercer ao difundirem suas tecnologias ambientalmente corretas por meio de suas subsidiárias, permitindo ganhos de produtividade e diminuição do uso e desperdício de recursos e, principalmente, a implantação de padrões avançados de gestão ambiental nos seus mercados-alvo a fim de garantir suas vantagens competitivas contra concorrentes menos efetivos em termos de controle da poluição e processos ambientalmente sustentáveis.

Considerações finais

Esse estudo buscou demonstrar a consonância entre duas variáveis de suma importância nas organizações empresariais: a internacionalização e a sustentabilidade ambiental e como as empresas brasileiras relacionaram essas questões no período até 2013.

Os resultados apurados demonstraram que as principais empresas brasileiras internacionalizadas, sejam por número de países em que estão presentes e, principalmente pelo Índice de Transnacionalidade, não apresentaram a questão da sustentabilidade ambiental como um diferencial competitivo nesse processo.

Essa realidade precisa ser repensada através de um reposicionamento das empresas brasileiras e a busca de um nicho de vantagem competitiva no mercado internacional. Tal mudança deve se

pautar principalmente na questão da sustentabilidade ambiental que muitos especialistas apontam como o principal direcionamento mercadológico da atualidade.

Para que tal mudança possa se efetivar é fundamental o apoio do Estado e de instituições de fomento a fim de que as empresas possam se adaptar de uma forma mais rápida e se tornarem proativas no desafio da competitividade verde. Para isso, é necessário aliar instrumentos de comando e controle, como legislações efetivas de proteção ambiental, com instrumentos econômicos que permitam a minimização dos custos de produção sustentável.

Necessário salientar que o presente estudo possui limitações, dentre as quais se destacam o fato de utilizar índices mais genéricos para a análise e também por apresentar dados de apenas um ano 2013.

Para futuras pesquisas recomenda-se o desenvolvimento e utilização de outros indicadores e a abordagem em um período de tempo maior para verificação da dinâmica desse processo.

Referências bibliográficas

- ALMEIDA, L. T. *Política ambiental: uma análise econômica*. Editora Unesp. Papirus, 1998.
- BRITO, R. P.; BRITO, L. A. L. *Vantagem competitiva e sua relação com o desempenho – uma abordagem baseada em valor*. *RAC*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, p. 360-380, maio/jun. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v16n3/v16n3a03>. Acesso em: 11 mar. 2014.
- BOVESPA – BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO. *Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE*. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/indices/ResumoIndice.aspx?Indice=ISE&Idioma=pt-br>. Acesso em: 11 mar. 2014.
- COSTA, S. S. T. Introdução à economia do meio ambiente. *Análise*, v. 16, n. 2, p. 301-323, ago./dez. 2005.
- COUTINHO, L.; HIRATUKA, C.; SABBATINI, R. O investimento direto como alavanca dinamizadora da economia brasileira. In: BARROS, O.; GIAMBIAGI, F. *Brasil globalizado*. Rio de Janeiro: Campus, 2008.
- CYERT, R. M.; MARCH, J. G. *A behavioral theory of the firm*. Englewood Cliffs, 1963.
- DONAIRE, D. *Gestão ambiental na empresa*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- DUNNING, J. H. Explaining changing patterns of international production: in defence of the eclectic theory. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, v. 41, n. 4, p. 269-295, Nov. 1979.
- DUNNING, J. H. The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. *Journal of International Business Studies*, v. 19, n. 1, p. 1-31, 1988.
- DUNNING, J. H. The eclectic (OLI) paradigm of international production: past, present and future. *International Journal of the Economics of business*, v. 8, n. 2, p. 173-190, 2001.
- FUNDAÇÃO DOM CABRAL (FDC). *Ranking FDC das multinacionais brasileiras*. 2013. Disponível em: www.fdc.org.br. Acesso em: 15 nov. 2013.
- FURLAN, F. O sinal que vem das ruas. *Guia Exame de Sustentabilidade 2013*. São Paulo: Abril, 2013.

- GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE 2013. São Paulo: Abril, 2013.
- HIRATUKA, C.; SARTI, F. *Investimento direto e internacionalização de empresas brasileiras no período recente*. Brasília: Ipea, 2011. (Texto para Discussão, n. 1610).
- INMETRO – INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA. *Catálogo de consulta ISO 14.000*. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/gestao14001/ConsultaCatalogo.asp?Chamador=INMETRO14&tipo>. Acesso em: 18 mar. 2014.
- INSTITUTO ETHOS. *Sustentabilidade em mercados emergentes*. 3. ed. São Paulo: Instituto Ethos, 2006.
- JOHANSON, J.; VAHLNE, J-E. The mechanism of internationalization. *International Marketing Review*, v. 7, n. 4, p. 11-24, 1990.
- LUSTOSA, M. C. J. Industrialização, meio ambiente, inovação e competitividade. In: MAY, P. H.; LUSTOSA, M. C.; VINHA, V. da. *Economia do meio ambiente*. Rio de Janeiro: Campus, 2003. p. 155-172.
- MACADAR, B. M. B. Os investimentos diretos no exterior dos países em desenvolvimento e a experiência brasileira recente. *Indicadores Econômicos FEE*, Porto Alegre, v. 35, n. 3, p. 29-36, Feb. 2008.
- NIDUMOLU, R.; PRAHALAD, C. K.; RANGASWAMI, M. R. Why sustainability is now the key driver of innovation? *Harvard Business Review*, Sept. 2009.
- PENROSE, E. *The theory of the growth of the firm*. London: Basil Blackwell, 1959.
- PORTER, M. E. *A competitividade das nações*. Rio de Janeiro. Campus, 1991.
- PORTER, M. E. Da vantagem competitiva à estratégia corporativa. In: MONTGOMERY, C. A.; PORTER, M. E. *Estratégia: a busca da vantagem competitiva*. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- PORTUGAL JÚNIOR, P. S.; FORNAZIER, A. Fatores indutores de inovações verdes nas firmas: notas para uma convergência entre a concepção neo-schumpeteriana e a ação do Estado. *Boletim da Sociedade Brasileira de Economia Ecológica – edição especial*, 25/26, set. 2011 – abr. 2012.
- PORTUGAL, N. S. et al. Estratégias de internacionalização e posicionamento de marcas e produtos sul: mineiros no mercado internacional. *Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 48-67, jul./dez. 2009.
- REYDON, B. P. et al. *A competitividade verde enquanto estratégia empresarial resolve o problema ambiental?* Campinas: IE. Unicamp, jul. 2007. (Texto para Discussão). Disponível em: <http://www.eco.unicamp.br/publicações/textos>. Acesso em: 13 fev. 2014.
- ROMEIRO, A. R.; SALLES FILHO, S. Dinâmica de inovações sob restrição ambiental. In: ROMEIRO, A. R.; REYDON, B. P.; LEONARDI, M. L. A. *Economia do meio ambiente: teoria, política e a gestão de espaços regionais*. 3 ed. Campinas: Editora Unicamp, 2001.
- SACHS, I. *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond, 2002. (Coleção Ideias Sustentáveis).

SEVERINO, A. J. *Metodologia do trabalho científico*. Cortez Editora, 2017.

SOBEET – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS DE EMPRESAS TRANSNACIONAIS E DA GLOBALIZAÇÃO ECONÔMICA. *Internacionalização das empresas brasileiras: estudo temático 2005/2006 do Fórum de Líderes*. São Paulo: Clio, 2007.

SOLEDADE, M. G. M., et al. ISO 14000 e a Gestão Ambiental: uma reflexão das práticas ambientais corporativas. In: ENGEMA – Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, 9., Curitiba, nov. 2007.

SOUZA, J. A.; COSTA, T. M. T. Responsabilidade social empresarial e desenvolvimento sustentável: conceitos, práticas e desafios para a contabilidade. *Organizações em Contexto*, v. 8, n. 5, jan./jun. 2012.

STAL, E. Biodiversidade e inovação tecnológica na estratégia de internacionalização da Natura. In: OLIVEIRA JÚNIOR, Moacir de Miranda (Org.). *Multinacionais brasileiras: internacionalização, inovação e estratégia global*. Porto Alegre: Bookman, 2010.

TUROLLA, F. A.; LIMA, M. F. F. Internacionalização e sustentabilidade. *GV Executivo*, v. 9, n. 1, jan./jun. 2010.

VINHA, V. da. As empresas e o desenvolvimento sustentável: da eco-eficiência à responsabilidade social corporativa. In: MAY, P. H.; LUSTOSA, M. C.; VINHA, V. da. *Economia do meio ambiente*. Rio de Janeiro: Campus, 2003. p. 173-196.