

## **Internacionalização das empresas brasileiras: Porquê escolher a Europa?**

Face à vitalidade empresarial do mercado brasileiro, é surpreendente constatar o número reduzido de empresas que tem escolhido desenvolver uma verdadeira política de internacionalização. Falamos especificamente de empresas que constituem subsidiárias ou estabelecem redes de franquias, não de empresas exportadoras, e o número não é maior que 100 empresas.

No momento de escolher o destino para a internacionalização, constatámos que se tem dado prioridade a países como a Argentina, o Paraguai, o Chile e os Estados Unidos. Na ótica da proximidade territorial é fácil entender o desenvolvimento de uma estratégia de internacionalização continental na América Latina. Já numa ótica estratégica, uma vez que um dos principais objetivos da internacionalização é a diversificação do risco, torna-se mais difícil justificar estas escolhas. Até hoje, apesar da situação socioeconómica, a Argentina continua a ser o principal parceiro do Brasil em matéria de internacionalização das empresas.

Tendo em conta o vínculo histórico entre a Europa e o Brasil, porque será que as empresas brasileiras em processo de internacionalização não consideram a Europa como um mercado prioritário?

Uma das justificações que podemos encontrar é que a Europa não é entendida, pelos brasileiros, como um mercado único, com 500 Milhões de consumidores, o segundo maior PIB mundial depois dos E.U.A., por volta de 16.000 Bilhões de EUR (10 vezes o PIB brasileiro de 2018), e um rendimento per capita de 31.000 EUR, ou seja 4 vezes o rendimento per capita brasileiro de 2018. Os empresários brasileiros quando pensam na Europa, continuam a pensar em 28 países diferentes sem levar em consideração que o mercado único é uma realidade, da mesma forma que é real o mercado americano com os seus 52 Estados federais.

Na realidade, comparando Estados Unidos e Europa, vemos que a maneira de funcionar, na prática, dos dois territórios é similar, já que o nível de descentralização permitido a cada estado americano/ país europeu é semelhante. Podem existir algumas ligeiras diferenças nos regimes fiscais entre cada Estado americano / País europeu e tribunais diferentes nos dois casos (o Supremo Tribunal Federal nos E.U.A. e Tribunal Superior Europeu na E.U.) mas há apenas um Banco Central que define uma política monetária central para todos os territórios.

## **Internacionalização das empresas brasileiras: Porquê escolher a Europa?**

Assim, se antes o território Europeu poderia parecer fragmentado por país, com normas diferentes, hoje sabemos que se trata de um único território geográfico. E com esta visão, devido às afinidades culturais existentes, à crescente digitalização da sociedade, às questões dos custos, da língua e da logística, Portugal apresenta-se como a melhor porta de entrada para atacar o vasto mercado europeu (500 milhões de consumidores) para as empresas brasileiras que optam por uma estratégia de internacionalização.

O maior impedimento para definir Portugal como país de internacionalização dos negócios brasileiros tem sido o tamanho do mercado, com não mais de 10 Milhões de consumidores. Mas Portugal não deve ser visto como um território fechado. As infraestruturas desenvolvidas na última década permitiram estabelecer sistemas de logística que conectam Portugal ao resto de Europa e ao resto do mundo de forma muito competitiva. Ao mesmo tempo, a digitalização da economia derrubou barreiras e a estrutura de custos do mercado português (elevada capacidade tecnológica aliada a custos equilibrados) permitiu inserir Portugal como o parceiro de excelência para o início do processo de internacionalização na Europa.

Aconselhamos que a entrada das empresas brasileiras na Europa deve ser feita por fases: primeiro Portugal e a Península Ibérica. Desta forma, logo na primeira fase, acedem a um mercado com verdadeiras afinidades culturais e linguísticas, com 50 Milhões de consumidores, com um PIB equivalente ao do Brasil e um rendimento per capita na ordem dos 25.000 EUR.

Após consolidar esta primeira fase podemos pensar numa estratégia de desenvolvimento para todo o continente europeu, com um investimento devidamente faseado.

Na Euromoov, em parceria com a Auren, temos uma equipa multidisciplinar preparada especificamente para orientar as empresas brasileiras na definição da sua estratégia de internacionalização na Europa.

Estaremos no Brasil, de 22 a 30 de novembro.  
Para mais esclarecimentos, por favor contacte:

[geraldine.arnaud@arnaud-co.com](mailto:geraldine.arnaud@arnaud-co.com)

WhatsApp: +33 612 80 42 08