



Jornal Gazeta Mercantil
Artigo - Internacionalizando empresas familiares
11 de julho/2005 - Página A 12

Internacionalizando empresas familiares

Há mais de 60 anos S. Zweig escreveu o “Brasil, o país do futuro”, título profético e repetido por muitos para descrever o potencial brasileiro. A obra busca traçar o perfil do País como um líder expressivo no cenário internacional, principalmente no que tange ao desenvolvimento econômico e social sustentado.

No Brasil, muitas empresas fundadas e sustentadas por imigrantes provenientes de todos os cantos do mundo reúnem condições para buscar a inserção no processo de globalização, realidade inexorável e desafio para sua consolidação e perpetuação.

É neste contexto que devemos incentivar as empresas familiares brasileiras a buscar um processo de crescimento, acoplado a uma conquista permanente de mercados internacionais. É na competitividade obrigatória para a sobrevivência na globalização que estas famílias criaram condições para que o mercado possa crescer, gerando mais emprego e, conseqüentemente, mais consumo. Não faltam exemplos de empreendedores que, ao cruzarem as fronteiras, provam que o Brasil é capaz de competir em condições de igualdade com empresas estrangeiras.

O desafio deve ser assumido por empreendedores de pequeno e médio porte, os quais tem de aliar suas características regionais à compreensão de que a inserção internacional é determinante para o futuro de seus negócios.

A atribuição de valores e a missão dos empreendedores têm sido objeto de discussão para que empresas familiares se perpetuem. Aceitar que o “céu é o limite” quando se pensa em mercados é a orientação que os empresários devem ter, e a segurança para futuras gerações.

É primordial assegurarmos que uma nova geração enfrente este mundo globalizado de forma bem preparada e ciente de que o crescimento do seu empreendimento, de seu patrimônio pessoal e familiar depende, essencialmente, de sua capacidade de visualizar um mundo em que a diversidade cultural é transformada em oportunidades reais de negócios.

Internacionalizar significa incorporar em seus processos de gestão as mais importantes ferramentas de governança familiar e corporativa, que pressupõe educar os seus gestores e os consumidores a valorizar o produto nacional como um produto de qualidade, com preço competitivo no mercado internacional, sem paternalismo e limitações decorrentes de políticas protectionistas.

O Brasil tem demonstrado que defende os interesses do empresariado em todos os fóruns. Busca condições de igualdade. Para que suas ações sejam bem sucedidas é necessário que o setor privado, particularmente as empresas familiares, estejam à altura do desafio.

Não há fórmula mágica, mas a necessidade de conscientização de que o processo é gradativo e que demanda um planejamento integrado. Ser um país internacional, com empresas familiares lançadas ao mundo, representa o mais importante compromisso com o futuro do país.

René Werner