

A teoria de Karl Marx e o processo de internacionalização de empresas

Rafael Murgi*

Resumo

A obra de Karl Marx é amplamente reconhecida por seu poder descritivo do funcionamento do sistema capitalista e por ter antevisto a intensificação da globalização econômica que foi consequência das transformações ocorridas no capitalismo mundial a partir dos anos 1970, as quais conduziram à participação de uma maior variedade de atores na arena internacional. Dentre esta multiplicidade de atores, podemos destacar a atuação das empresas transnacionais. Este artigo procurará identificar o poder explicativo da obra de Marx sobre o processo de internacionalização de empresas.

Palavras-chave: Teoria Política; Globalização; Internacionalização de Empresas.

Abstract

Karl Marx's work is widely recognised for its descriptive power of the functioning of the capitalist system and for having foreseen the deepening of the economic globalisation which was consequence of the changes in the world capitalism since the 1970s, which resulted in the participation of a greater variety of actors in the international arena. Among this multiplicity of actors, transnational companies play an important role. This article will seek to identify the explanatory power of Karl Marx's work about the process of internationalisation of companies.

Keywords: Political Theory; Globalisation; Internationalisation of Firms.

Introdução

A obra de Karl Marx é amplamente reconhecida por seu poder descritivo do funcionamento do sistema capitalista e por ter antevisto um fenômeno que viria a materializar-se praticamente um século após a publicação de seus principais estudos, qual seja, a globalização econômica, consequência das transformações ocorridas no capitalismo mundial a partir da segunda metade do século XX, transformações que foram apoiadas pelos avanços nas tecnologias da informação e comunicação e pela intensificação do fluxo de

* Doutorando em Relações Internacionais pela Universidade de São Paulo, Mestre em Relações Internacionais pelo Programa de Pós-Graduação San Tiago Dantas (UNESP - UNICAMP - PUC-SP) e Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade de São Paulo. Atualmente é Analista de Investimentos na Agência Paulista de Promoção de Investimentos e Competitividade - Investe São Paulo. rafael.murgi@usp.br.

transporte internacional e que conduziram à participação de uma maior variedade de atores na arena internacional e à interdependência entre estados. Dentre esta multiplicidade de atores no sistema internacional, podemos destacar a atuação das empresas transnacionais, as quais são responsáveis atualmente por parcela significativa de geração da produção econômica mundial.

Sobre o que continua vivo na obra-prima de Marx, o Manifesto Comunista, Rubens Ricupero (1998) afirma que

Longe de ter morrido, o que só agora começa a nascer no Manifesto, isto é, passa a ser percebido como antevisão da realidade de hoje e de amanhã, é a previsão espantosamente precisa e minuciosa da globalização. Hobsbawm assinalou que Marx não descreve o capitalismo do seu tempo, mas o do nosso e o do futuro, não a internacionalização incipiente de meados do século XIX e sim a das transacionais e da interdependência do próximo milênio. (RICUPERO, 1998).

Com base no descrito acima, procurar-se-á estabelecer uma relação entre a teoria de Karl Marx, escrita durante o início do processo de internacionalização do capitalismo no século XIX, e as teorias que procuram explicar a atuação de empresas transnacionais no mercado global, desenvolvidas a partir de meados do século XX.

Principais abordagens teóricas sobre o processo de internacionalização de empresas

O ciclo do produto

O texto que pioneiramente abordou a explicação da internacionalização de empresas por meio do ciclo do produto foi o artigo de Raymond Vernon intitulado “*International investment and international trade in the product cycle*”, publicado em 1966 pelo *Quarterly Journal of Economics*. O artigo analisa o processo de internacionalização de empresas a partir da experiência de companhias norte-americanas que se estabeleceram no exterior.

O artigo é dividido em três partes, as quais correspondem às etapas do ciclo do produto, quais sejam, “Localização de novos produtos”, “O produto em maturação” e “O produto padronizado”.

Localização de novos produtos

Na etapa de localização de novos produtos, o autor relaciona a facilidade de comunicação entre empresas e consumidores à proximidade geográfica para explicar a

vantagem auferida por produtores locais em relação a concorrentes externos na introdução de bens e serviços recém-desenvolvidos em determinado mercado (VERNON, 1966).

O produto em maturação

Conforme a demanda pelo novo produto se expande, produtores desenvolvem certo grau de padronização dos produtos, apesar de esforços de diferenciação continuarem a ocorrer. Esta alteração traz consequências em termos de localização da produção. Primeiramente, a necessidade de flexibilidade declina, e a padronização do produto abre espaço para ganhos de escala por meio da produção em massa e requer maior comprometimento com processos fixos de produção e com certas características das instalações onde ocorre a produção. Em segundo lugar, a preocupação com o custo de produção começa a superar o interesse pelas características do produto (VERNON, 1966).

O produto padronizado

Em estágios avançados de padronização do produto, os países menos desenvolvidos podem apresentar vantagens comparativas como local de instalação de plantas produtivas. Isto porque, neste estágio, os produtos tendem a possuir um mercado internacional de relativo fácil acesso e a competir principalmente com base em preço, e os produtores já não estão mais tão preocupados com questões de informação de mercado. Além disso, como as empresas envolvidas na produção neste estágio operam de forma verticalmente integrada e autossustentada, problemas relacionados a mão de obra qualificada, peças de reposição e materiais industriais processados de acordo com especificações exatas podem ser mais facilmente evitados por estas empresas (VERNON, 1966).

O poder de mercado

Escrevendo no contexto das décadas de 1960 e 1970, Stephen Hymer utiliza linguagem e conceitos marxistas para analisar a globalização do capital e o papel de empresas multinacionais em um período de consolidação do investimento estrangeiro direto norte-americano e início do processo de internacionalização de empresas japonesas e europeias.

Em sua análise, Hymer enfatiza o papel da estrutura de mercado em que operam as grandes empresas para explicar o processo de internacionalização do capital. Para Hymer (1983), “os investimentos são frequentemente realizados por intermédio de um pequeno número de firmas estabelecidas em setores oligopolistas”.

A maior propensão de empresas oligopolistas, detentoras de grande fatia do mercado, a realizarem investimento estrangeiro direto é explicada pela própria natureza deste tipo de investimento e pela magnitude dos recursos e dos riscos incorridos pela empresa em suas empreitadas no exterior, características que demandam certas vantagens especiais para estas empresas não encontradas em setores que operam em mercados concorrenciais. Dentre estas características, Hymer (1983) cita a dificuldade de obtenção de informações e de coordenação de ações a longas distâncias e a possibilidade de existência de políticas discriminatórias em relação a estrangeiros.

O investimento estrangeiro realizado, dessa forma, preponderantemente por empresas oligopolistas traz uma série de consequências que levam à distorção de mercado: “por um lado, as grandes dimensões melhoram a produtividade quando há economias de escala, mas, por outro, reduzem o rendimento quando acarretam uma diminuição da concorrência” (HYMER, 1983).

Outro tema abordado por Hymer (1983) é a evolução da empresa no sistema capitalista de “oficina à fábrica, daí à empresa nacional, à empresa multidivisional e atualmente à empresa multinacional” e a consequente “divisão hierárquica do trabalho entre regiões geográficas semelhantes à divisão vertical do trabalho dentro da empresa”.

Isto implica na organização das empresas multinacionais por meio de uma estrutura vertical a qual pode ser simplificada de acordo com a seguinte hipótese: localização das atividades operacionais (chamadas de nível III) espalhadas ao redor do globo, em resposta às pressões dos mercados e dos insumos; localização de atividades de coordenação (chamadas de nível II) em grandes cidades, de modo a aproveitar a disponibilidade de empregados de escritório e de sistemas de comunicação; e localização de atividades de planejamento e estratégia (chamadas de nível I) ainda mais concentradas do que as de nível II, em localidades próximas aos mercados de capitais, aos meios de comunicação e ao governo (HYMER, 1983).

Como resultado desta estrutura hierárquica, as empresas definem o consumo internacional por meio do chamado sistema de difusão, em que um produto é apresentado primeiramente a grupos de rendas mais elevadas e desejosos em experimentar produtos

inovadores (que se encontram nas principais cidades do mundo) para, após aprovação por estes grupos, serem difundidos aos demais potenciais consumidores (localizados majoritariamente em áreas menos desenvolvidas). O interesse das empresas multinacionais no chamado *Hinterland* em fases mais avançadas do ciclo do produto decorre, assim, da obtenção de altas margens nestas áreas, uma vez que os mercados principais encontram-se em fase de saturação e os custos marginais de produção são menores, já que os custos de desenvolvimento do produto já foram incorridos em fase anterior (HYMER, 1983).

A Escola de Uppsala

Ao final da década de 1970, foi desenvolvido um modelo de internacionalização de empresas na Universidade de Uppsala, na Suécia, que procurava explicar o processo de expansão de empresas suecas ao exterior. Este modelo verificou que a internacionalização das empresas analisadas dava-se por meio de um processo lento que envolvia diversas etapas.

Ao analisar a evidência empírica da experiência das empresas suecas no exterior, Johanson e Vahlne (1977), em artigo intitulado “*The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing market commitments*”, observaram que estas empresas geralmente desenvolvem seu envolvimento com mercados externos por pequenos passos, ao invés da realização de grandes investimentos em um determinado ponto no tempo. O fluxo típico do processo de internacionalização de empresas envolve inicialmente a exportação para um país por meio de um agente, o estabelecimento posterior de uma subsidiária de vendas e, finalmente, o possível início da produção *in loco*.

O artigo é estruturado por meio da distinção entre dois tipos de variáveis que influenciam a internacionalização de empresas: variáveis de estado, quais sejam, o comprometimento com mercados estrangeiros e o conhecimento sobre mercados e operações no exterior, e variáveis de mudança, quais sejam, as decisões de comprometer recursos e o desempenho de atividades empresariais atuais.

O conceito de comprometimento com mercados estrangeiros é composto por dois fatores: o grau de comprometimento, determinado pela integração dos recursos em questão com outras partes da empresa e pelo valor resultante destas atividades integradas, e o valor dos recursos comprometidos, determinado aproximadamente pelos recursos investidos no

mercado, incluindo gastos com publicidade e recursos humanos, dentre outros (JOHANSON; VAHLNE, 1977).

O conhecimento sobre mercados e operações no exterior é importante porque as decisões de comprometimento com determinado mercado são baseadas no conhecimento de suas oportunidades e de seus problemas e porque a avaliação de alternativas é realizada por meio do conhecimento do ambiente de negócios do mercado e do desempenho de diversas atividades empresariais nele. O conhecimento sobre mercados possui uma relação direta com o comprometimento com mercados, uma vez que, quanto maior for o conhecimento, maior será o comprometimento com a localidade (JOHANSON; VAHLNE, 1977).

A importância das atividades empresariais atuais, uma variável de mudança, reside no fato de elas serem a fonte primária de experiência. Para Johanson e Vahlne (1977),

[...] a melhor maneira de obter e utilizar rapidamente experiência de mercado é contratar um gerente de vendas ou um vendedor de uma representação ou comprar toda ou uma parte da empresa. Em muitos casos, esta experiência não está à venda; no momento de entrada em um mercado a experiência pode até mesmo não existir. Ela deve ser adquirida por meio de um longo processo de aprendizagem relacionado às atividades atuais. Este fator é um motivo importante pelo qual o processo de internacionalização geralmente ocorre lentamente. (JOHANSON; VAHLNE, 1977, tradução nossa).

A segunda variável de mudança são as decisões de comprometer recursos com operações estrangeiras. Estas decisões são tomadas com base nas percepções sobre os problemas e oportunidades do mercado, as quais dependem, por sua vez, da experiência. Decisões de comprometimentos adicionais com operações estrangeiras serão tomadas por meio de pequenos passos, a não ser que a empresa possua recursos volumosos e/ou as condições de mercado sejam estáveis e homogêneas, ou a empresa tenha muita experiência em mercados com características similares (JOHANSON; VAHLNE, 1977).

O paradigma eclético

A análise de John H. Dunning sobre comércio, localização da atividade econômica e as empresas multinacionais, publicada na década de 1980, considera a convergência crescente entre as teorias de comércio internacional e de produção internacional. O autor propõe um enfoque integrado para explicar a participação de empresas no cenário internacional baseado nas vantagens dos países relacionadas a localização (*location*), chamadas de *L advantages*, e

nas vantagens das empresas relacionadas a posse (*ownership*) de atividades agregadoras de valor, chamadas de *O advantages* (DUNNING, 1988).

A hipótese central em que se baseia o chamado paradigma eclético de produção internacional é a de que uma empresa desenvolverá no exterior operações que agregam valor se e quando três condições forem cumpridas. A primeira é a de que a empresa possua *O advantages* em relação a empresas provenientes de outros países em suas operações em determinado mercado. Tais vantagens manifestam-se por meio de fatores que são ao menos temporariamente exclusivos à empresa que os possui, como a posse de ativos intangíveis ou vantagens em relação a questões de governança (DUNNING, 1988).

Caso esta primeira condição seja cumprida, a segunda condição para a produção no exterior requer que a empresa esteja disposta a internalizar (*internalize*) essas vantagens (ou seu produto) ao invés de vendê-las ou arrendá-las a outras empresas, por meio de extensões de suas cadeias de valor existentes. Estas vantagens são chamadas de *I advantages*. Finalmente, caso as duas primeiras condições sejam cumpridas, a produção no exterior exigirá que a empresa esteja disposta a combinar essas vantagens com fatores disponíveis fora de seu mercado doméstico (tais como recursos naturais), utilizando-se das *L advantages*. Se não existisse esta disposição, a empresa optaria por acessar o mercado externo por exportações e o mercado interno por meio da produção doméstica (DUNNING, 1988).

As *O advantages* possuídas pelas empresas multinacionais podem ser distinguidas entre as vantagens relacionadas a seus ativos, chamadas de *Oa*, e aquelas relacionadas a suas transações, chamadas de *Ot*. As primeiras são consequência da posse de ativos específicos por empresas multinacionais em comparação aos ativos possuídos por outras empresas. Já as últimas refletem a capacidade das empresas multinacionais de capturarem os benefícios transacionais que emanam da posse destes ativos em diferentes países (DUNNING, 1988).

As *I advantages*, as quais levam as empresas a utilizar suas *O advantages* entre fronteiras mas no interior de suas organizações, ao invés de vendê-las ou arrendá-las a empresas estrangeiras, são resultado de três principais falhas de mercado: as falhas provenientes do risco e da incerteza; aquelas derivadas da habilidade das empresas de se beneficiar das economias de escala; e aquelas provenientes da existência de custos e benefícios externos à transação de determinado bem ou serviço. Quanto maiores forem os custos derivados de falhas de mercado e a habilidade das empresas em coordenar atividades

entre fronteiras, maior será a propensão das empresas em instalarem plantas produtivas no exterior (DUNNING, 1988).

O terceiro fator do paradigma eclético está relacionado ao local onde ocorrerá a produção da empresa multinacional. Este tipo de empresa decidirá instalar uma unidade fora de seu país de origem ao perceber que será a melhor estratégia combinar, em outro país, bens intermediários produzidos em seu país de origem com fatores de produção imóveis ou com outros bens intermediários. Quanto mais desigual for a distribuição de fatores imóveis de produção entre países, mais internacional será a produção das empresas (DUNNING, 1988).

O paradigma eclético afirma que a produção de empresas no exterior pode ser explicada por meio das condições descritas acima, e a propensão de um país em participar da produção internacional está relacionada ao grau em que suas empresas possuem essas vantagens e à sua distribuição de fatores em relação a outras localidades (DUNNING, 1988).

O diamante de Porter

Escrevendo ao encerrar dos anos 1980, em sua análise sobre os determinantes da competitividade de um país, Michael Porter diferencia dois padrões de competição internacional. A primeira é chamada de competição internacional mult-doméstica, e é caracterizada pela concorrência independente em cada país de operação das empresas. Neste tipo de competição, as vantagens competitivas são principalmente limitadas a cada país em que atuam. O outro tipo de concorrência é denominado competição global, e possui como característica o fato de a posição competitiva de uma empresa em um país afetar sua posição competitiva em outros países. Neste tipo de competição, as empresas concorrem em bases mundiais, utilizando-se de vantagens competitivas adquiridas por meio de suas redes de atividades internacionais (PORTER, 1989).

Como consequência, para Porter (1989), enquanto na competição doméstica as multinacionais possuem subsidiárias estrangeiras com maior grau de independência e as gerenciam como investimentos em carteira, na competição global, a vantagem competitiva é alcançada por meio de uma forte presença internacional, em que as atividades da empresa são coordenadas ativamente com base em uma perspectiva global.

Porter (1989) destaca duas formas de configuração das atividades internacionais de uma empresa: a concentração de atividades em uma ou duas localidades e a dispersão de

operações por diversos países. Podem ser citadas como justificativas para a concentração de atividades a presença de significativas economias de escala em determinada atividade, a existência de curvas de aprendizagem vinculadas a operações em uma localidade e facilidades de coordenação provenientes da concentração de atividades em um único local. A dispersão de atividades pode ter como motivadores custos elevados de transporte, de comunicação e de armazenagem e riscos de concentração de atividades em uma localidade relacionados a taxas de câmbio, condições políticas e fornecimento de insumos.

Na competição internacional, as circunstâncias nacionais possuem papel relevante na determinação do êxito competitivo das empresas. Os países terão sucesso em setores em que suas vantagens domésticas possuem preeminência em relação às de outros países. Isto fará com que as empresas nacionais concorram internacionalmente, traduzindo as posições internas em posições internacionais por meio de uma estratégia global (PORTER, 1989).

O êxito internacional de um país em determinada indústria depende de quatro atributos que determinam o ambiente em que as empresas atuam e que promovem ou impedem o surgimento da vantagem competitiva (PORTER, 1989):

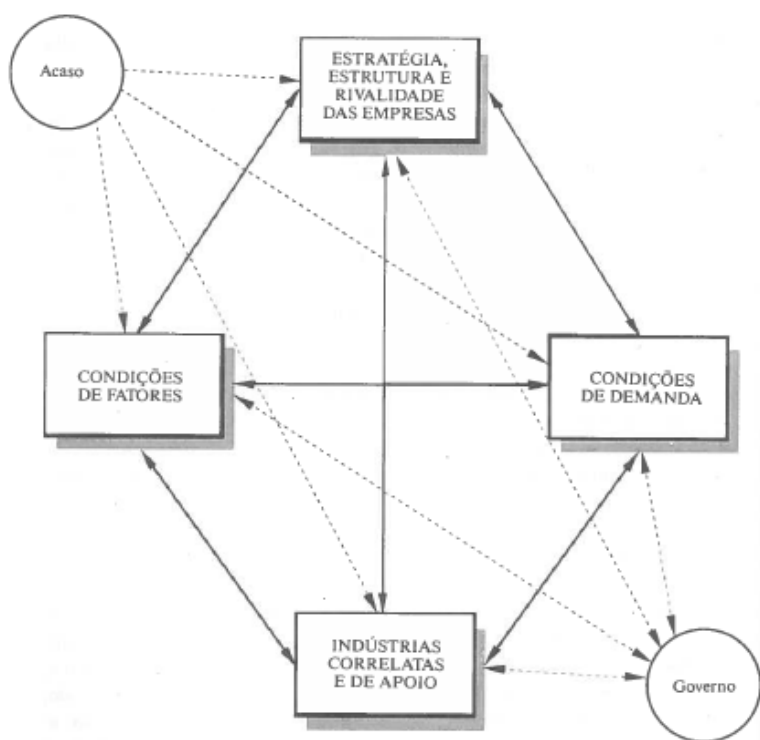
- 1- Condições de fatores. A posição do país nos fatores de produção, como trabalho especializado ou infraestrutura, necessários à competição em determinada indústria.
- 2- Condições de demanda. A natureza da demanda interna para os produtos ou serviços da indústria.
- 3- Indústrias correlatas e de apoio. A presença ou ausência, no país, de indústrias abastecedoras e indústrias correlatas que sejam internacionalmente competitivas.
- 4- Estratégia, estrutura e rivalidade das empresas. As condições que, no país, governam a maneira pela qual as empresas são criadas, organizadas e dirigidas, mais a natureza da rivalidade interna. (PORTER, 1989).

O sistema que determina a vantagem nacional é influenciado por duas outras variáveis, quais sejam, o acaso e o governo. “O acaso são os acontecimentos fora do controle das empresas (e geralmente do governo do país), como as inovações puras, descobertas em tecnologias básicas, guerras, acontecimentos políticos externos e grandes mudanças na demanda do mercado externo” (PORTER, 1989).

O governo pode melhorar ou piorar a vantagem nacional por meio de políticas que influenciam os determinantes, tais como políticas antitrustes (que afetam a rivalidade interna), investimentos em educação (que podem modificar as condições de fator) e compras governamentais (que podem estimular indústrias correlatas e de apoio) (PORTER, 1989).

Os determinantes operam em um sistema chamado de diamante. O efeito de cada determinante do diamante sobre a vantagem nacional depende das condições dos demais, formando um sistema mutuamente fortalecedor. Enquanto em indústrias que demandam pouca tecnologia a presença de um ou dois determinantes é suficiente para assegurar a vantagem competitiva, em setores intensivos em conhecimento são necessários todos determinantes para a manutenção da competitividade no cenário global (PORTER, 1989).

Figura 1 – Diamante de Porter



Fonte: Porter (1989)

A Escola Nórdica

Constituída a partir dos estudos da escola de Uppsala, a Escola Nórdica procurou revisar e responder às críticas direcionadas à sua antecessora. Um dos principais autores da Escola Nórdica é Svante Andersson, que, em seu artigo *“The internationalization of the firm from an entrepreneurial perspective”*, publicado em 2000, objetiva aumentar o entendimento do comportamento internacional das empresas por meio de uma análise que considera o papel dos empreendedores no processo de internacionalização.

Como a internacionalização não é uma atividade alienada das demais atividades corporativas, mas parte ou consequência da estratégia de uma empresa, a teoria do empreendedorismo é utilizada para analisar o comportamento internacional das empresas. A centralidade do empreendedor na Escola Nórdica deriva do fato de que a estratégia de internacionalização apenas será posta em prática a partir de ações dos empreendedores (ANDERSSON, 2000).

Andersson (2000) identifica três tipos de empreendedores, quais sejam, o empreendedor técnico, o empreendedor estrutural e o empreendedor de marketing. Estes diferentes tipos de empreendedores optarão por estratégias diferentes de internacionalização para suas empresas, de acordo com suas preferências e conhecimento.

Como o principal interesse do empreendedor técnico é a tecnologia, a internacionalização não será prioritária para este empreendedor. Entretanto, os produtos podem alcançar os consumidores por uma rede internacional da qual o consumidor é parte, sem a necessidade de estabelecimento de subsidiárias no exterior. Por sua vez, o empreendedor de marketing tem grande interesse no processo de internacionalização e na criação de novos canais para alcançar o consumidor por meio de empreendimentos que demandam grandes investimentos, como o estabelecimento de subsidiárias. O empreendedor estrutural atua em setores consolidados e enxerga novas oportunidades a partir da combinação de organizações, preferindo, dessa forma, a realização de fusões e aquisições (ANDERSSON, 2000).

A abordagem da obra de Karl Marx sobre a internacionalização de empresas

Vejamos agora como Marx aborda os principais temas concernentes ao fenômeno da globalização e como sua teoria relaciona-se com a internacionalização de empresas.

Marx (1982) considera “o sistema da economia burguesa nesta ordem: capital, propriedade fundiária, trabalho assalariado; Estado, comércio exterior, mercado mundial”. Por estarem mais diretamente relacionados à globalização econômica, o artigo focará na análise de Marx sobre os dois últimos estágios do sistema capitalista, quais sejam, comércio exterior e mercado mundial.

Iniciemos, dessa forma, pelo comércio exterior. Em seu discurso sobre a questão da liberdade comercial, elaborado para o Congresso de Bruxelas sobre o livre comércio realizado

em 1847, um ano após a abolição das *Corn Laws* na Inglaterra, Marx definiu o livre comércio como liberdade do capital. Para Marx (1847, tradução nossa), “quando você tiver derrubado as poucas barreiras nacionais que ainda restringem o progresso do capital, você terá meramente lhe concedido liberdade de ação completa”. Engels (1847) comenta que, para Marx,

[...] o livre comércio é a condição normal da produção capitalista moderna. Apenas sob o livre comércio podem ser desenvolvidas as imensas forças produtivas do vapor, da eletricidade, da maquinaria. (ENGELS, 1847, tradução nossa).

Esta liberdade de circulação de mercadorias e do capital entre fronteiras cria uma sociedade internacionalmente mais padronizada, caracterizada pela posse de bens, em que as peculiaridades regionais, culturais e tradicionais tornam-se enfraquecidas. É a partir desta análise que é derivado o conceito de mercado mundial. Nas palavras de Marx (1982):

Assim como o dinheiro se transforma em dinheiro mundial, o possuidor de mercadorias torna-se cosmopolita. Na sua origem, as relações cosmopolitas entre os homens não são mais do que suas relações como possuidores de mercadorias. A mercadoria em si e para si é superior a qualquer barreira religiosa, política, nacional e linguística. Sua língua universal é o preço e sua comunidade é o dinheiro. Mas com o desenvolvimento universal em oposição à moeda nacional, o cosmopolitismo do possuidor de mercadorias transforma-se em credo da razão prática em oposição aos preconceitos tradicionais, religiosos e nacionais e outros que entravam o metabolismo da humanidade. Como o mesmo ouro, que chega na Inglaterra sob a forma de *eagles* americanas, e aí se converte em soberano, três dias depois circula em Paris como napoleões, e ao cabo de algumas semanas encontra-se sob a forma de ducados em Veneza, porém conservando sempre o mesmo valor, fica claro ao possuidor de mercadorias que a nacionalidade *is but the guinea's stamp* (não é nada mais que a inscrição do guinéu). A ideia sublime que o possuidor de mercadorias tem do mundo inteiro é a ideia de um mercado – do *mercado mundial*. (MARX, 1982, grifo do autor).

A partir da definição de mercado mundial, vejamos como a teoria de Marx relaciona-se com a internacionalização de empresas. Para Marx e Engels (1998), “a grande indústria criou o mercado mundial”. O capital espalha-se por toda a superfície terrestre impelido pela necessidade de um mercado cada vez maior para seus produtos, estabelecendo vínculos por toda parte (MARX; ENGELS, 1998). Isto pode ser visto na atualidade, já que as principais empresas multinacionais analisam o globo como seu mercado potencial, expandindo suas operações rumo ao exterior para capturar mercados locais e exportar para terceiros mercados.

Como consequência da expansão capitalista em escala global, “a burguesia configurou de maneira cosmopolita a produção e o consumo de todos os países” (MARX; ENGELS,

1998). De fato, a internacionalização de empresas, com a presença de multinacionais em diversas partes do mundo, tem contribuído maciçamente para a uniformização de processos produtivos, de padrões de consumo e até mesmo de aspectos culturais e arquitetônicos ao redor do globo. “As segregações nacionais e antagonismos entre povos já vão desaparecendo mais e mais com o desenvolvimento da burguesia, com a liberdade de comércio, o mercado mundial, a uniformidade da produção industrial e as correspondentes relações de vida” (MARX; ENGELS, 1998).

Dentre as motivações para a internacionalização de empresas, podemos citar o acesso a matérias-primas mais baratas e o fornecimento de terceiros mercados a partir de uma base regional. Marx e Engels (1998) afirmam que, no capitalismo, as indústrias “não mais processam matérias-primas nativas, mas sim matérias-primas próprias das zonas mais afastadas, e cujos produtos são consumidos não apenas no próprio país, mas simultaneamente em todas as partes do mundo”.

A presença das empresas em diversas localidades faz com que o êxito de suas operações não dependa apenas das condições econômicas, políticas e sociais do país de origem do capital, mas da estabilidade sistêmica do capitalismo em escala mundial, já que o processo produtivo é segmentado entre diversas regiões e a produção é remetida a diversos países. Este fato foi abordado por Marx e Engels (1998) ao afirmarem que “no lugar da velha autossuficiência e do velho isolamento nacionais, surge um intercâmbio em todas as direções, uma interdependência múltipla das nações”.

Esta interdependência faz com que, como o desenvolvimento do capitalismo tem-nos mostrado, as crises sistêmicas mais agudas originadas em uma região afetem o funcionamento da economia mundial de forma rápida e em escala intensa, trazendo aos mais diversos países contração na produção, desemprego e inquietação social. “Basta mencionar as crises comerciais que, em sua recorrência periódica, questionam de maneira cada vez mais ameaçadora a existência da sociedade burguesa” (MARX; ENGELS, 1998).

A prevalência de empresas oligopolistas no sistema capitalista, principais responsáveis por investimentos estrangeiros diretos, também foi abordada na obra de Karl Marx. Para Marx e Engels (1998),

Os pequenos estratos médios até hoje existentes, os pequenos industriais, comerciantes e os que vivem de pequenas rendas, os artesãos e os camponeses, todas essas classes decaem no proletariado, em parte porque o seu pequeno capital não basta para o grande empreendimento industrial e sucumbe à concorrência com os capitalistas

maiores, em parte porque a sua habilidade é desvalorizada pelos novos modos de produção. (MARX; ENGELS, 1998).

A relação entre as principais abordagens teóricas sobre o processo de internacionalização de empresas e a obra de Karl Marx

Ao afirmar que o livre comércio é a condição normal da produção capitalista (ENGELS, 1847) e que a liberdade de circulação de mercadorias e do capital entre fronteiras criou o mercado mundial (MARX, 1847), Marx converge com todas as principais abordagens sobre o processo de internacionalização de empresas, já que, liberdade de comércio e do capital é condição necessária para o envolvimento de empresas em atividades fora de seu país de origem e formação do mercado mundial é consequência destas atividades internacionais das empresas no capitalismo. Dessa forma, pode-se afirmar que liberdade de comércio e de capital e mercado mundial são inerentes às análises desenvolvidas pelas teorias sobre internacionalização de empresas.

Outros aspectos comuns da análise de Marx a todas as principais abordagens sobre o processo de internacionalização de empresas e que podem ser considerados inerentes a estas análises são a afirmação de que o capital espalha-se por toda a superfície terrestre impelido pela necessidade de um mercado cada vez maior para seus produtos e a constatação de que a burguesia configurou de maneira cosmopolita a produção e o consumo de todos os países (MARX; ENGELS, 1998). Enquanto a primeira pode ser considerada uma das motivações para o envolvimento de empresas no cenário internacional, a segunda é uma das consequências deste envolvimento.

Marx e Engels (1998) consideram que a grande indústria criou o mercado mundial e afirmam que o capital insuficiente de pequenos industriais e comerciantes não basta para o grande empreendimento industrial e sucumbe à concorrência com os capitalistas maiores. Este tipo de análise converge com a teoria do poder de mercado de Stephen Hymer, o qual utiliza linguagem e conceitos marxistas para analisar a globalização do capital e o papel de empresas multinacionais e afirma que os investimentos externos são com frequência originários de um grupo relativamente limitado de empresas que atuam em setores oligopolistas (HYMER, 1983).

Pode-se estabelecer também uma relação entre a presença da grande indústria no mercado mundial e o paradigma eclético, que afirma que as economias de escala são falhas de

mercado que podem levar as empresas a se envolverem na produção no exterior, internalizando suas vantagens operacionais ao invés de vendê-las ou arrendá-las a empresas estrangeiras (DUNNING, 1988). As economias de escala também são citadas pela análise de Michael Porter (1989), que afirma que elas são um dos fatores que motivam a adoção de uma estratégia global por uma empresa, e de Raymond Vernon (1966), que afirma que, na fase de maturação do produto, sua padronização abre espaço para ganhos de escala por meio da produção em massa.

Outro aspecto da globalização observado por Marx e Engels (1998) é o fato de as indústrias não mais processarem matérias-primas nativas, mas sim matérias-primas próprias das zonas mais afastadas, e cujos produtos são consumidos não apenas no próprio país, mas simultaneamente em todas as partes do mundo. Este aspecto relaciona-se com as abordagens desenvolvidas por Stephen Hymer (poder de mercado), John H. Dunning (paradigma eclético) e Michael Porter (diamante de Porter), os quais, de alguma forma, afirmam que a dotação de fatores exclusivos a certa localidade (que incluem as matérias-primas) podem explicar a instalação de uma planta produtiva no exterior.

No caso do poder de mercado, Hymer (1983) afirma que a obtenção de matérias-primas a menores preços é uma das motivações para a realização de investimento estrangeiro direto. No caso do paradigma eclético, Dunning (1988) defende que quanto mais desigual for a distribuição de fatores imóveis de produção entre países, mais internacional será a produção das empresas. Para Porter (1989), custos elevados de fornecimento de insumos são um dos fatores que podem motivar a dispersão de atividades por empresas.

Ao afirmarem que, no sistema capitalista, a velha autossuficiência e o velho isolamento nacionais são substituídos por um intercâmbio em todas as direções e por uma interdependência múltipla das nações, Marx e Engels (1998) convergem com todas as principais abordagens sobre a internacionalização de empresas, já que elas supõem, no mínimo, o movimento de capital entre fronteiras, e, muitas vezes, o intercâmbio de bens entre países. Mais especificamente, Hymer (1983) comenta que a empresa multinacional estabelece uma divisão hierárquica do trabalho entre regiões geográficas semelhantes à divisão vertical do trabalho dentro da empresa, e Porter (1989) afirma que, na denominada competição global, as empresas concorrem em bases mundiais, utilizando-se de vantagens competitivas adquiridas por meio de suas redes de atividades internacionais. Estas análises demonstram o intercâmbio e a interdependência entre países resultantes da internacionalização de empresas.

Conclusão

Tendo sido escrita há mais de um século, a obra de Karl Marx possui partes concernentes especificamente ao contexto de sua época e com pouca relação com o mundo de hoje, assim como previsões que a história do capitalismo desde então provaram não terem se materializado (RICUPERO, 1998). No entanto, merece destaque a relevância contemporânea da obra de Marx, devido ao fato de ela ter abordado, durante uma fase distinta do desenvolvimento do capitalismo, diversos dos temas que caracterizam a fase atual, tais como a unificação de mercados internacionais, a internacionalização da produção, a interdependência entre os países e a tendência à instabilidade do sistema capitalista.

Em seu diagnóstico minucioso e verossímil do sistema capitalista, um dos aspectos que mais parecem ser válidos atualmente na análise marxista é a tendência de expansão do capital em escala global. Em muitas passagens, a análise do autor parece ter antevisto a realidade contemporânea da globalização, descrevendo não a realidade de internacionalização econômica incipiente de meados do século XIX, mas o capitalismo atual, caracterizado pela atuação de empresas multinacionais e pela interdependência econômica (RICUPERO, 1998). Neste sentido, a teoria de Karl Marx possui vários pontos de convergência com as principais teorias que abordam a internacionalização de empresas, conforme demonstrado acima.

O diferente período histórico e, principalmente, a maior especificidade destas teorias em relação aos textos escritos por Marx, contudo, fazem com que algumas delas possuam poucos aspectos em comum com os escritos sobre o sistema capitalista publicados praticamente um século antes. Isto vale para a Escola de Uppsala, que, ao focar no comportamento das empresas em seu processo de internacionalização, concluiu que ele dava-se por meio de um processo lento que envolvia diversas etapas, e para a Escola nórdica, a qual foi constituída a partir dos estudos da escola de Uppsala e concentra-se no papel dos empreendedores no processo de internacionalização.

Referências

- ANDERSSON, Svante (2000). “The internationalization of the firm from an entrepreneurial perspective”. In: *International Studies of Management and Organization*, New York, v. 30, n. 1, p. 63-92, Spring.
- DUNNING, John. *Explaining international production*. London: Unwin Hyman, 1988.

- ENGELS, Friedrich (1847). "Introduction to address on the question of free trade". In: MARX, Karl. *The poverty of philosophy*. London: Martin Lawrence Limited. p. 176-193. <http://archive.org/details/thepovertyofphil01marxuoft>. (consultado em 16/01/2013).
- HYMER, Stephen. *Empresas multinacionais: a internacionalização do capital*. 2. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983.
- JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan-Erik (1977). "The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing market commitments". In: *Journal of International Business Studies*, East Lansing, v. 8, p. 23-32. <http://www.palgrave-journals.com/jibs/journal/v8/n1/pdf/8490676a.pdf>. (consultado em 10/12/2012).
- MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *Manifesto do Partido Comunista*. Estudos Avançados, São Paulo, vol.12, no.34, 1998. <http://www.scielo.br/cgi-bin/wxis.exe/iah/?IsisScript=iah/iah.xis&base=article%5Edlibrary&format=iso.pft&lang=i&nxtAction=lnk&indexSearch=AU&exprSearch=MARX,+KARL>. (consultado em 24/11/2012).
- MARX, Karl (1847). "Address on the question of free trade". In: _____. *The poverty of philosophy*. London: Martin Lawrence Limited. p. 194-208. <http://archive.org/details/thepovertyofphil01marxuoft>. (consultado em 16/01/2013).
- MARX, Karl. *Para a crítica da economia política*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- PORTER, Michael. *A vantagem competitiva das nações*. 16. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1989.
- RICUPERO, Rubens (1998). "Marx, profeta da globalização". In: *Estudos Avançados*, São Paulo, vol.12, no.34. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141998000300007. (consultado em 28/12/2012).
- VERNON, Raymond (1966). "International investment and international trade in the product cycle". In: *Quarterly Journal of Economics*, Oxford, 80(2): 190-207. <http://qje.oxfordjournals.org/content/80/2/190.full.pdf+html?sid=54de02eb-1ee2-4e2b-82e9-2b348ba9c221>. (consultado em 10/12/2012).