

Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas

**ESCOLHAS DE LOCALIZAÇÃO PARA INSTALAÇÕES DE MULTINACIONAIS
NO RIO GRANDE DO SUL: UMA PROPOSTA DE ESTUDO**

**LOCATION CHOICES FOR MULTINATIONAL FACILITIES IN RIO GRANDE DO
SUL: A STUDY PROPOSAL**

Bernardo Santini de Vasconcellos, Aletéia de Moura Carpes e Renata Coradini Bianchi

RESUMO

A decisão inerente à localização de uma empresa corresponde a uma das principais escolhas estratégicas da gestão, visto que envolve consideráveis investimentos financeiros, decisões de longo prazo e impactará nos custos relacionados às operações. Nesse sentido, esta pesquisa trata-se de uma proposta de estudo que tem o propósito de investigar os fatores que motivaram a decisão de empresas multinacionais a se instalarem no Rio Grande do Sul. Pretende-se analisar, por meio do Paradigma Eclético de Dunning (Teoria OLI), os aspectos referentes às vantagens de propriedade, localização e internalização que foram percebidos pelas empresas. Trata-se de um estudo qualitativo, cuja coleta de dados será realizada no segundo semestre de 2017 e ocorrerá por meio de entrevistas com gestores de 3 diferentes multinacionais instaladas no território gaúcho. Acredita-se que a pesquisa tem relevância por analisar uma temática que contribuirá para a área de gestão, onde tanto as empresas quanto a iniciativa pública poderão identificar os aspectos que se sobressaem na escolha de determinado local para a instalação de uma firma.

Palavras-chave: Localização, Multinacionais, Paradigma Eclético, Rio Grande do Sul.

ABSTRACT

The decision to locate a company corresponds to one of the key strategic choices of management, since it involves considerable financial investments, long-term decisions and will impact the costs related to operations. In this sense, this research is a proposal of study that has the purpose of investigating the factors that motivated the decision of multinational companies to settle in Rio Grande do Sul. It is intended to analyze, through the Eclectic Paradigm of Dunning (Theory OLI), the aspects related to the advantages of ownership, localization and internalization that were perceived by the companies. This is a qualitative study whose data collection will be carried out in the second half of 2017 and will occur through interviews with managers of 3 different multinationals installed in the Gaucho territory. It is believed that the research has relevance for analyzing a thematic that will contribute to the management area, where both the companies and the public initiative will be able to identify the aspects that stand out in the choice of a certain place for the installation of a firm.

Keywords: Location, Multinationals, Eclectic Paradigm, Rio Grande do Sul.

1 INTRODUÇÃO

As empresas multinacionais (MNC) são firmas que possuem matriz instalada em determinado país e tem atuação comercial em diferentes nações. A partir dessa instalação fabril, as empresas multinacionais começam a gerar emprego e a renda para a população que ali vive, o que impulsiona a economia daquela localidade.

A decisão inerente à localização de uma empresa corresponde a uma das principais escolhas estratégicas da gestão, visto que envolve consideráveis investimentos financeiros, decisões de longo prazo e impactará nos custos relacionados às operações. Peinado e Graelm (2007) apontam que localizar uma instalação significa determinar o melhor local para se instalar uma base de operações, onde serão fabricados produtos ou prestados serviços.

Em relação às decisões para instalação de empresas multinacionais, Stern e Porter (2002), observam que a importância da escolha de uma boa localização geográfica está relacionada diretamente aos fatores que irão minimizar a competitividade global e, nesse sentido, as empresas devem atentar aos pontos fortes de cada região.

A motivação para a escolha de determinada localidade para instalação é alvo de diversos questionamentos, sendo uma das teorias apresentadas na literatura acadêmica o Paradigma Eclético de Dunning, conhecido também por Teoria OLI, que se refere a *ownership* (propriedade - O), *location* (localização - L) e *internalization* (internacionalização - I), esta teoria tenta definir se vale a pena ou não uma empresa se instalar em um território diferente do seu de origem (exteriores) e assim explorar vantagens competitivas que o mercado pode trazer a ela neste novo local além de benefícios e novos mercados a serem explorados pela mesma.

Nesse sentido, o presente estudo propõe-se a observar os pontos mais importantes que as empresas multinacionais analisam, para se instalarem em determinada região, utilizando como base os aspectos apontados na Teoria OLI de Dunning. Assim, deverá ser realizado um estudo qualitativo com gestores de 3 multinacionais instaladas em diferentes cidades gaúchas, buscando identificar os fatores que levaram à escolha de determinada localidade.

Estudos na área de logística tem sido cada vez mais frequentes, devido a intensa competitividade entre as empresas multinacionais, que estudam novos locais para se instalar, especialmente em países subdesenvolvidos, como é o caso do Brasil, atrás de benefícios que as ajudem a ter uma perspectiva de lucros maiores.

Um dos motivos principais que cercam o porquê de estudar está relacionado ao local das instalações de empresas multinacionais ligadas a Teoria OLI, de John Dunning é entender de que forma se chegou à conclusão quanto a melhor localidade para esta instalação, levando em conta fatores governamentais e sociais de cada local em específico.

Com a proposta de identificar quais foram os fatores inerentes à escolha da localização para instalação de empresas multinacionais no território do Rio Grande do Sul através da Teoria OLI os objetivos do presente estudo são: Identificar os benefícios quanto a propriedade de instalação de empresas multinacionais no território gaúcho; Analisar quais foram os pontos positivos e negativos apontados pelos gestores quanto a localização das cidades escolhidas; e descrever quais foram os estímulos quanto a internacionalização das empresas multinacionais em território gaúcho.

2 METODOLOGIA

A presente pesquisa tem natureza qualitativa e caráter exploratório, sendo que o principal objetivo do estudo é investigar as escolhas inerentes à localização para instalação de multinacionais no território gaúcho. Segundo Malhotra (2005), a pesquisa qualitativa proporciona uma visão mais ampla e compreensiva sobre o problema pesquisado e se baseia em dados coletados a partir de uma pesquisa a partir de pequenas amostras.

Em relação à pesquisa exploratória, Gil (2002) explica que ela visa proporcionar maior familiaridade com o tema estudado, a fim de construir hipóteses para responder aos objetivos

da mesma. Este tipo de pesquisa tem o aprimoramento de ideias ou a própria descoberta deles como objetivo principal (GIL, 2002).

Assim, a pesquisa será realizada por meio de um estudo de casos múltiplos, que segundo Yin (2009) são considerados mais convincentes e robustos porque permitem, além da análise individual, a análise entre cada situação que está sendo observada.

Serão analisadas no total 3 diferentes empresas multinacionais que se encontram instaladas em alguma cidade do estado do Rio Grande do Sul – BR. Como lembra Creswell (2010), a pesquisa qualitativa visa a coleta de dados por meio de entrevistas com os participantes.

Assim, deverão ser realizadas entrevistas com 3 gestores de MNC, que ocorrerão nos meses de julho e agosto de 2017, em datas que serão acertadas individualmente com cada executivo.

Trata-se de uma amostra não-probabilística por conveniência, de forma que as empresas serão escolhidas de acordo com o interesse em colaborar com o estudo, além de ser verificada a proximidade e facilidade para realizar a coleta.

Como o estudo envolve a análise das escolhas para localização baseadas na proposta da Teoria OLI, as entrevistas seguirão um roteiro adaptado, baseado do modelo desenvolvido por John Dunning. O instrumento para coleta de dados foi utilizado por Pedro Pinto Zanini em sua tese de doutorado que buscou identificar o processo de internacionalização de serviços profissionais, o caso da Integration Consultoria.

As entrevistas deverão ser gravadas, com a permissão do respondente e posteriormente, serão transcritas em arquivo Word, para serem inseridas no *software* NVivo, que apresentará o mapa conceitual das palavras mais representativas.

O mapa conceitual servirá como uma ferramenta para a interpretação das respostas, fornecendo o número de repetições nas palavras geradas a partir dos relatos dos respondentes, indicando o que mais vezes se repetiu nas respostas dos gestores de empresas multinacionais.

O *software* NVivo suporta métodos qualitativos de pesquisa, ele foi criado para ajudar a organizar, analisar e encontrar informações em dados não estruturados ou qualitativos como entrevistas e respostas abertas. O software disponibiliza um local para organizar o material de forma que fique mais fácil e clara a tarefa de interpretar os dados e portando transforma-los em conclusões.

3 Reflexões Acerca Das Empresas Multinacionais – MNC

Pode-se classificar empresas multinacionais (MNC), como sendo uma empresa que possui matriz num país e também tem atuações em diversos outros países, geralmente são grandes empresas e instalam filiais para expandir seu mercado, tanto produtor quanto consumidor, tem-se que sua instalação em determinado ponto proporcionaria o desenvolvimento local contribuindo para a produção de bens e serviços de tecnologia mais avançada, fortalecendo o desenvolvimento local, as exportações e a capacitação tecnológica nacional geral.

Os centro de maior importância estratégica na estrutura global das empresas multinacionais são os que realmente contribuem para a capacitação nacional e desenvolvimento intelectual da região em que estão inseridas (PEINADO E GRAEMIL, 2007).

Segundo Martins (1998), nas décadas de 1960 e 1970 as multinacionais buscavam se instalar em regiões com mercados menos competitivos do que a de países desenvolvidos, transferindo as instalações destas regiões para outras onde estes mercados são classificados com subdesenvolvidos, já que não seriam mais capazes de atender a demanda de seu local de origem.

Fábricas inteiras foram desmontadas e trazidas para países, incluindo o Brasil, onde estas empresas obtiveram menores custos para processamento e produção dos seus bens e

serviços além de uma nova rede de consumidores dispostas a investir em seus produtos (MARTINS, 1998).

O mesmo autor cita que com o passar dos anos, o enfoque das empresas multinacionais foi mudando, visto que a principal causa foi a globalização, assim passando a ser possível investir em empresas das mais variadas nacionalidades, comprando ações e participando como acionistas nas mesmas.

Oliveira Jr. e Borini (2006), definem a relevância estratégica de uma subsidiária como a competência em criar inovações transferidas e usadas por outras subsidiárias e pela matriz, definição similar à de centros de excelência.

Acredita-se que as empresas multinacionais tenham um enfoque bastante vasto no que tange a questão da localização geográfica tanto de suas fábricas, sedes e centros de distribuição como também tenham uma cautela bastante aguçada quanto a questão da logística envolvida em seus processos industriais em cada região que venham ou demonstrem interesses a se instalar.

3.1 Decisões De Localização Da Empresa: Uma Escolha Estratégica

A literatura acadêmica referente a negócios internacionais e logística enfatizam a importância de uma eficiente decisão quanto a localização das instalações para fábricas ou empresas multinacionais. Gaither e Frazier (2001), salientam que as teorias de localização basicamente se assentam na interpretação de decisões empresariais, sempre procurando o melhor local a se instalar. As decisões sobre localização se seguem basicamente a fim de minimizar os custos operacionais de transporte (matéria-prima e produtos acabados) e a fim de maximizar os lucros.

Peinado e Graeml (2007), localizar a instalação de uma fábrica significa determinar o melhor local para a mesma realizar suas operações. Os principais fatores que devem ser levados em consideração são: disponibilidade de matéria-prima, energia elétrica, água, mão-de-obra, facilidades e incentivos fiscais, qualidade dos serviços essenciais e localização dos mercados consumidores. Alguns dos fatores que devem ser levados em consideração no momento da decisão de localização das organizações do tipo comercial e de serviços são a proximidade do mercado consumidor e a localização dos concorrentes, de forma que estes se tornem fatores primordiais para um bom engajamento da empresa em um novo território.

Segundo Chopra e Meindl (2003), as decisões sobre instalações referem-se a localização de fabricação, armazenagem ou instalações ligadas a capacidade e funções para cada instalação. As decisões de instalação de cada empresa determina o grau de flexibilidade que a cadeia de suprimento deve ter para mudar a maneira como atende os clientes.

Stern e Porter (2002), citam que os baixos custos de mão-de-obra, transporte, energia, materiais, alta produção, uma forte intervenção governamental, disponibilidade de recursos naturais e infraestrutura são fatores que irão propiciar o desenvolvimento intelectual e tecnológico da empresa e também da região que a mesma está inserida.

Uma das importâncias quanto o estudo da possível localização das instalações industriais é basicamente quanto a disponibilidade de recursos e facilidade de obtenção de matéria-prima, disponibilidade de mão-de-obra, infraestrutura do local e localização dos mercados consumidores. (PEINADO E GRAEML, 2007).

Já segundo Ballou (2006), localizar instalações fixas ao longo da rede da cadeia de suprimentos é uma importante etapa que dará forma, estrutura e contornos ao conjunto desta cadeia. Essas decisões definirão as alternativas juntamente com os custos e também os níveis de investimentos a serem utilizados. A localização é sempre um fator determinante e fundamental para a empresa produzir e ter lucros, referente a localização de armazéns e fabricas, os fatores econômicos são predominantes na hora da escolha da mesma.

3.2 Teoria OLI - Paradigma Eclético de Dunning

As teorias de John Dunning acerca das multinacionais faziam parte de seus estudos desde a década de 1950, quando escreveu sua tese de doutorado sobre o investimento de empresas americanas na indústria inglesa (DUNNING, 2001). Segundo Dunning (2001), pode-se avaliar a Teoria OLI dividindo-a em três eixos: - Propriedade (*ownership* – O), a segunda é em relação a Localização (*location* – L) e a terceira diz respeito a Internacionalização (*internalization* – I).

Havia estudos que mostravam que a produtividade da indústria manufatureira americana era, em média, 2 a 5 vezes maior do que a da indústria britânica. A questão que preocupava Dunning era se a diferença de produtividade era resultado dos recursos endógenos da economia americana ou se o fato se devia à maneira mais eficiente com que os gerentes das empresas americanas manuseavam seus recursos produtivos (DUNNING, 2001).

Ainda segundo o mesmo autor neste caso, esta competência poderia ser transferida de um país para outro, com as pessoas e seus métodos e assim as subsidiárias americanas na Inglaterra deveriam ter um desempenho semelhante ao das matrizes, porém bem melhor que suas concorrentes locais. Ele identificou este efeito como específico de propriedade (O - *ownership*).

Todavia, se as subsidiárias inglesas apresentassem desempenho comparável ao das concorrentes locais e muito abaixo dos resultados das matrizes, isto se deveria às características não-transferíveis da economia americana, o que pode-se identificar como componentes específicas de localização (L - *location*). O resultado da pesquisa mostrou que as subsidiárias não eram tão produtivas quanto as matrizes, mas eram melhores que as empresas inglesas, o que demonstrou que parte das diferenças eram devidas ao componente localização (L) e parte ao componente propriedade (O) (DUNNING, 2001).

O mesmo autor ainda afirma que o Paradigma Eclético de John Dunning pode ser descrito como sendo uma abordagem que tenta explicar e informar às empresas que desejam expandir suas empresas com filiais, no exterior que são chamadas de multinacionais, alguns passos a serem seguidos para que esta passagem se dê da melhor forma possível e sem prejuízos financeiros, pessoais ou operacionais.

Dunning (1980), cita que a função de uma empresa é a de transformar no processo de produção, entradas em saídas mais valiosas, e descreve que as entradas estão disponíveis em dois tipos. O primeiro seria aqueles que estão disponíveis nas mesmas condições a todas as empresas, qualquer que seja seu tamanho ou bandeira, sendo específicos em determinada região. O segundo tipo de entradas seria o qual uma empresa pode criar para si própria, como é citado o exemplo de tecnologias e habilidades da organização, podendo haver também a possibilidade deste segundo tipo de entrada, ser adquirido de outras instituições que as possuem.

Sendo assim pode-se salientar que essas vantagens de propriedade não são exclusivas de empresas internacionais, algumas são aplicáveis a maioria das empresas que produzem em uma mesma localidade (DUNNING, 1980).

A forma de envolvimento também se mostra muito importante pois depende essencialmente da atratividade relativa das dotações específicas do local na qual foram inseridas e também do país anfitrião, sendo assim os ganhos referentes ao governo são números importantes da vantagem de propriedade e em alguns casos a vantagem de localização é defendida, grandemente por esses ganhos financeiros. (DUNNING, 1980).

Sendo assim, o Paradigma Eclético de Dunning tem grande valia para as organizações que planejam ou já estão em processo de internacionalização, não somente para a escolha da localização que será a mais rentável e participativa no que se tange as receitas e lucros mas também em relação as vantagens específicas envolvidas em cada empresa, aliadas as vantagens de internacionalização, que o governo local oferece as empresas que tenham interesse em implantar um multinacional em seu território.

REFERÊNCIAS

- BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: estratégia, planejamento e operação**. São Paulo, SP: Prentice Hall, 2003.
- CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa : métodos qualitativos, quantitativos e misto**; tradução Magda Lopes ; consultoria, supervisão e revisão técnica desta edição Dirceu da Silva. – 3. ed. – Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DUNNING, J.; KIM, C.; LIN, J-D. **Incorporating trade into the investment development path: A case study of the Republic of Korea and Taiwan, Oxford Development Studies**, 2001.
- DUNNING, John H.– **Toward and Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests. Journal of International Business Studies**. v. 11, No.1 – 1980.
- GAITHER, N; FRAZIER, G. **Administração da produção e Operações**. São Paulo. Pioneira. 2001.
- GIL, Antonio Carlos - **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. – São Paulo : Atlas, 2002.
- MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo, SP: Pearson, 2005.
- MARTINS, Petrônio G.; LAUGENI, Fernando P. **Administração da Produção**. São Paulo: Saraiva, 1998.
- OLIVEIRA Junior, M. M.; BORINI, F. M. **Subsidiárias de empresas multinacionais: estratégia, inovação e criação de valor**. In: TANURE, B.; DUARTE, R. G. (Orgs.). **Gestão internacional**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- PEINADO, Jurandir; GRAEML, Alexandre R. - **Administração da produção: operações industriais e de serviços**. Curitiba : UnicenP, 2007.
- STERN, Scott e PORTER, Michael. **Inovação e Localização de Mãos Dadas**. HSM Management, São Paulo, n. 30, ano 5, 2002.
- YIN, R. K. **Case study research, design and methods**. Thousand Oaks. California: Sage Publications, 2009.